

ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์  
ทรูปลูกปัญญาเพื่อการศึกษา

ATTITUDE AND SATISFACTION TOWARDS THE QUALITY OF  
THE EDUCATION WEBSITE TRUEPLOOKPANYA

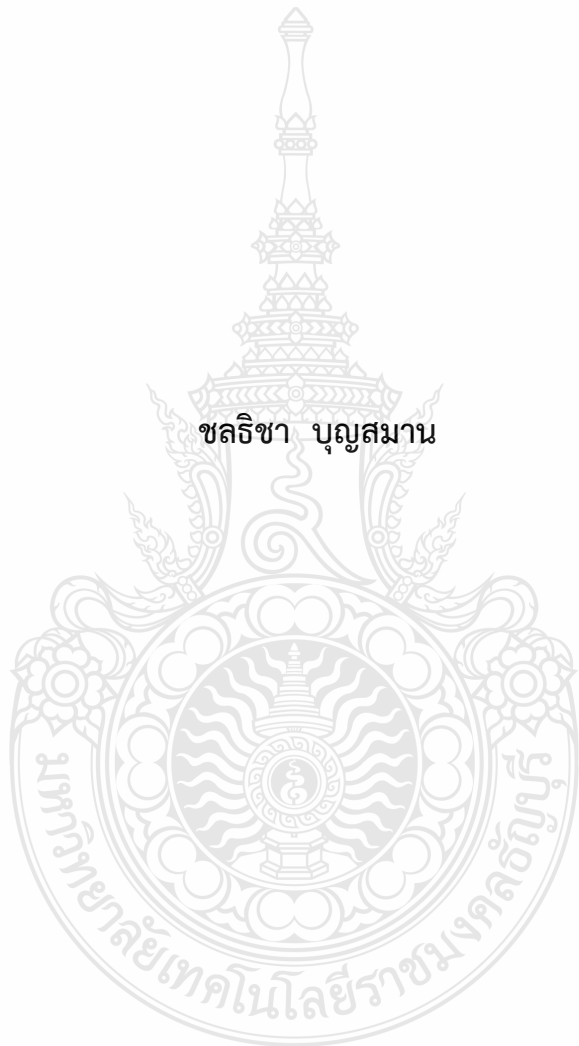
ชลธิชา บุญสมาน



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด  
คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ปีการศึกษา 2562  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพ  
เว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาเพื่อการศึกษา

ชลธิชา บุญสมาน



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด  
คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ปีการศึกษา 2562  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา  
เพื่อการศึกษา

Attitude and Satisfaction towards the Quality of the Education  
Website Trueplukpanya

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวชลธิชา บุญสมาน

วิชาเอก

การตลาด


อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์ปณิศา มีจินดา, Ph.D.


ปีการศึกษา

2562

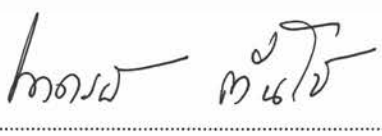
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภฤช จรินทร์, D.B.A.)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณอมพงษ์ พานิช, D.B.A.)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ปณิศา มีจินดา, Ph.D.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

  
..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาถพี ต้นไช, พร.ด.)

วันที่ 5 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2563

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา เพื่อการศึกษา
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวชลธิชา บุญสมาน
วิชาเอก	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ปณิศา มีจินดา, Ph.D.
ปีการศึกษา	2562

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การทดสอบค่าเฉลี่ยแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้ในการคำนวณวิธีแบบ LSD และ การทดสอบความสัมพันธ์ Pearson's Correlation

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 15-19 ปี เป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีช่องทางในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์จาก Google มากสุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ Facebook นอกจากนี้ Content ที่ชื่นชอบในเว็บไซต์มากเป็นอันดับที่ 1 คือ Knowledge และ TCAS ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดีมากต่อเว็บไซต์และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศและช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการ แต่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการ โดยกลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย/ปวช มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า ม.ปลาย ในส่วนของทัศนคติของผู้ใช้บริการ ทัศนคติในด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ( $r = .311^{**}$ ) ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ( $r = .259^*$ ) ด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย ( $r = .190^{**}$ ) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับค่อนข้างต่ำ ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับต่ำมาก ( $r = .119^*$ ) และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้บอกต่อกับผู้อื่นให้เข้ามาใช้บริการในระดับสูง ( $r = .697^*$ )

**คำสำคัญ:** ทัศนคติ ความพึงพอใจ คุณภาพเว็บไซต์

<b>Independent Study Title</b>	Attitude and Satisfaction towards the Quality of the Education Website Trueplookpanya
<b>Name-Surname</b>	MissChontichaBoonsaman
<b>Major Subject</b>	Marketing
<b>Independent Study Advisor</b>	Associate Professor PanisaMechinda, Ph.D.
<b>Academic Year</b>	2562

## ABSTRACT

The objective of this independent study was to investigate the attitude and satisfaction towards the quality of the education website TruePlookpanya. A questionnaire was used as the research instrument to collect data from the samples who were 400 respondents. The statistics used for the data analysis were percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-test, One-Way ANOVA, Multiple Comparison Test using LSD method and Pearson's Correlation.

The research result showed that most of the respondents were female, aged between 15-19 years old with an educational background of high school or vocational school students. The Google Website was used as the first search engine to access the website, and Facebook, respectively. In addition, the favorite content on the website was Knowledge and TCAS. Most respondents had very good attitudes towards the website and were satisfied at the highest level.

The hypothesis testing revealed that different genders and different ways to access the website did not affect the overall satisfaction using the service. Nevertheless, different educational levels affected the satisfaction of using the service. The groups with high school/vocational education were more satisfied than those with an education level lower than high school. In terms of the attitude of users, the attitude towards the information content correlated with the satisfaction at a moderate level ( $r = .311^{**}$ ), benefits ( $r = .259^*$ ), multimedia and modernity ( $r = .190^{**}$ ), and functional and system aspects correlated with satisfaction at a very low level ( $r = .119^*$ ). The overall satisfaction with the use of the service was related to recommendation to tell others to use the service at a high level ( $r = .697^*$ ).

**Keywords:** attitude, satisfaction, website quality

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน รศ.ดร.ปณิตา มีจินดา อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา และคำแนะนำ รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง มา ณ ที่นี้

ผู้ทำการศึกษาขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. กฤษ จรินทร์โท ที่เป็นประธานกรรมการที่ปรึกษา และ ผศ.ดร.ถนอมพงษ์ พานิช กรรมการ ซึ่งได้สละเวลาในการให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะ

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว ที่มอบความหวังใจ ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุน การศึกษามาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณคณะครู - อาจารย์ ที่ให้การสนับสนุนประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์อันมีค่าให้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้บริหารและเพื่อนร่วมงาน ทีมทรูปลูกปัญญาทุกท่าน ที่คอยให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนข้อมูล เนื้อหาในการทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณะบริหารธุรกิจทุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือมาตลอดในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณพี่ ๆ และเพื่อน ๆ ทุกคน กับมิตรภาพที่ดี ที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือโดยตลอดจนทำให้การศึกษาในระดับปริญญาโทครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่างานค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจ หากการค้นคว้าอิสระนี้บกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการใด ขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

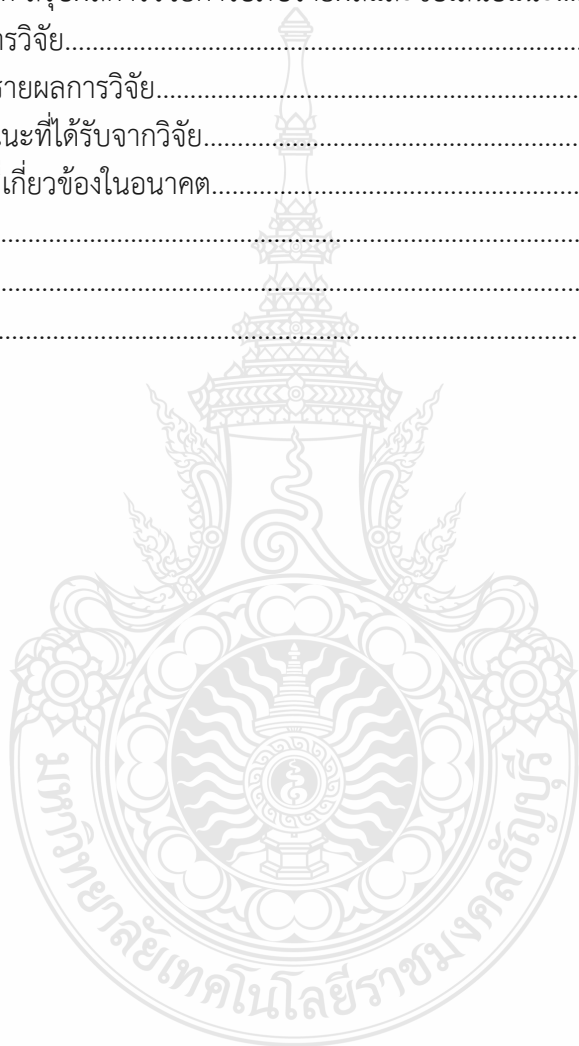
ชลธิชา บุญสมาน

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(9)
บทที่ 1 บทนำ.....	10
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	10
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	12
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	12
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	12
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	13
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์ทางการศึกษา.....	16
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	17
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	19
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ และการประเมินคุณภาพต่อเว็บไซต์.....	22
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อ.....	27
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่.....	29
2.7 ประวัติและความเป็นมาของเว็บไซต์ ทรูปลูกปัญญา.....	31
2.8 งานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	45
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัยการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	57
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	57
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	62
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากวิจัย.....	63
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	63
บรรณานุกรม.....	64
ภาคผนวก.....	66
ประวัติผู้เขียน.....	72





## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ตารางแสดงค่าเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย.....	40
ตารางที่ 3.2 ตารางแสดงค่าเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย.....	41
ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงค่าเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย.....	42
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	47
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละการจัดอันดับ Content ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ.....	48
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวมการแนะนำ ให้เข้ามาใช้บริการของผู้ใช้บริการเว็บไซต์.....	51
ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษาที่มีผลความ พึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์.....	52
ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคล ด้านช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ ที่มีผลความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์.....	53
ตารางที่ 4.6 แสดงความสัมพันธ์ของทัศนคติด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งานและ ระบบด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย ด้านประโยชน์ที่ได้รับ กับความพึงพอใจ โดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์.....	54
ตารางที่ 4.7 แสดงลักษณะข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการแนะนำ ให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์.....	55
ตารางที่ 5.1 แสดงผลสรุปลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจและไม่มีผลต่อความพึง พอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์.....	60
ตารางที่ 5.2 แสดงผลสรุปทัศนคติในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและไม่มี ผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์.....	60
ตารางที่ 5.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการและไม่มี ความสัมพันธ์ต่อการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการ.....	61
ตารางที่ 5.4 ตารางสรุป.....	61

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
ภาพที่ 5.1 สรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์.....	58
ภาพที่ 5.2 สรุปพฤติกรรมกรเข้าใช้บริการเว็บไซต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	58
ภาพที่ 5.3 สรุปการจัดอันดับ Content ที่ชอบขึ้นชอบในเว็บไซต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
ภาพที่ 5.4 สรุปทัศนคติ ความพึงพอใจ และการแนะนำบอกต่อของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตามแนวพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การจัดกระบวนการการศึกษานั้น ต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองได้ตามธรรมชาติและเต็มศักยภาพ การจัดกระบวนการ การเรียนรู้ สถานศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องดำเนินการเกี่ยวกับการฝึกทักษะทางกระบวนการทางความคิด การจัดการ การเผชิญกับสถานการณ์ และการประยุกต์นำความรู้มาใช้ป้องกัน และแก้ไขปัญหา องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการ การเรียน การสอน จึงต้องอาศัยสื่อในหลาย ๆ ด้าน เพื่อเพิ่มพูนความสามารถและเพิ่มประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียน ให้ได้มีส่วนร่วมในบทเรียน และช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

การศึกษา ในยุค Thailand 4.0 เป็นยุคที่ต่อเนื่องมาจากยุคที่แล้ว การที่ผู้เรียนมีความสามารถในการใช้สื่อเทคโนโลยีที่สูงขึ้น และเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้เกิดการนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้และส่งเสริมการเรียนรู้ มีการใช้สื่อและสังคมออนไลน์ที่มีวิจารณ์ญาณมากขึ้น สร้างมูลค่า นวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของตัวเอง บทบาทของครูในยุคนี้จะต้องเป็นโค้ชที่ช่วยที่ช่วยส่งเสริมองค์ความรู้ของผู้เรียน ที่เกิดการจากเรียนรู้ด้วยตัวเอง การศึกษาในยุค Thailand 4.0 เป็นยุคที่การศึกษาเป็นเรื่องที่มากกว่าการเตรียมความพร้อมของคนหรือให้ความรู้กับคนเท่านั้น แต่เป็นการเตรียมมนุษย์ให้เป็นมนุษย์ด้วย กล่าวคือ นอกจากให้ความรู้แล้ว จะต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนรักที่จะเรียน มีคุณธรรม สามารถอยู่ร่วมในสังคมได้อย่างเหมาะสม มีการพัฒนาทักษะในการติดต่อสื่อสารและพัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ให้ผู้เรียน มีการบริหารจัดการที่เหมาะสม

สื่ออิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นให้ผู้เรียนมีความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนการสอนบนเว็บไซต์จะตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้เรียนได้รับรู้ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วโดยเฉพาะ มีรูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่ มีความเข้ามามีส่วนร่วม และมีน่าสนใจ การนำการทำงานของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว วิดิทัศน์ เสียง หรือข้อความ จะช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความอยากเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ในลักษณะออนไลน์รวมถึงข้อมูลด้านการศึกษา ซึ่งเว็บไซต์เป็นส่วนหนึ่งของบริการของอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ประกอบไปด้วยหน้าเว็บเพจหลาย ๆ โดยหน้าแต่ละหน้าจะมีเนื้อหา ข้อความ ภาพ เสียง การเคลื่อนไหว ที่เรียกว่าเทคโนโลยีมัลติมีเดีย เทคโนโลยีมัลติมีเดียนี้ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย

เว็บไซต์ทางการศึกษา เป็นการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยีมัลติมีเดียในปัจจุบันกับกระบวนการการออกแบบการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการเรียนรู้และแก้ปัญหาในเรื่อง

ของข้อจำกัดทางด้านสถานที่และเวลา การเรียน การสอนบนเว็บไซต์ คือ การประยุกต์ใช้คุณสมบัติ และทรัพยากรในการจัดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียน การสอน ซึ่งการเรียนการสอนที่จัดขึ้นนี้อาจเป็นบางส่วนหรือทั้งหมดของกระบวนการเรียนการสอนก็ได้ นอกจากนี้เว็บไซต์ทางการศึกษาถือเป็นสื่อหนึ่งที่ใช้ในการเรียนการสอนทางไกลที่ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลาย ด้วยจุดเด่นในด้านของการเข้าถึงได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่ การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สำหรับเป็นแหล่งเรียนรู้ของนักเรียนหรือบุคคลทั่วไปนั้นต้องคำนึงถึงปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ถึงแม้ว่าการสร้างเว็บไซต์เป็นเรื่องที่ไม่ยากเย็นแต่การที่จะพัฒนาให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ มีความน่าสนใจ และมีความน่าเชื่อถือได้นั้นเป็นเรื่องที่ยากพอสมควร

ในปัจจุบันมีเว็บไซต์ทางการศึกษาเกิดขึ้นมากมายบนโลกออนไลน์ และได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ทั้งจากเด็กนักเรียน ครู และ ผู้ปกครอง โดยมีลักษณะการใช้งานยากง่ายแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับการจัดวางรูปแบบ ความน่าสนใจ รวมไปถึงการใส่ข้อมูลเนื้อหาที่มีความดึงดูดและครอบคลุมการใช้งานที่สามารถเข้าถึงหน้าเว็บเพจได้ง่ายหลาย ๆ หน้าไม่มีความซับซ้อนมากเกินไปดังนั้น ทิศนคติและความพึงพอใจของผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์เพื่อการศึกษาจึงมีความสำคัญและจำเป็นเพราะผู้ดูแลเว็บไซต์ของทุกองค์กรต่างต้องการทราบพฤติกรรมการใช้งานภายใต้เว็บไซต์ของตน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาให้เว็บไซต์ตอบสนองความต้องการของผู้เข้าใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจและเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์เพื่อการศึกษาเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้กลับมาปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการศึกษาให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงผู้ใช้งานให้ได้มากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างทั่วถึงทั้งในพื้นที่ทางไกลและทางไกล กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ ใฝ่เรียน การศึกษาค้นคว้า รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและรับข้อมูลข่าวสารทางการศึกษาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้ได้ดียิ่งขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ของผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์เพื่อการศึกษา trueplookpanya ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และช่องทางการเข้าถึงเว็บไซต์

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อเว็บไซต์และความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์และการแนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นเข้ามาใช้บริการ

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เข้าใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya ต่างกัน

1.3.2 ทักษะคติในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya

1.3.3 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya

### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์เพื่อการศึกษา trueplookpanya ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

(1) ลักษณะของผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ ประกอบด้วย

- เพศ
- ระดับการศึกษา
- ช่องทางการเข้าใช้บริกา

(2) ทักษะคติที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการศึกษา trueplookpanya.com ประกอบด้วย

- ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร
- ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ
- ด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย
- ด้านประโยชน์ที่ได้รับ

ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่

(1) ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการศึกษา trueplookpanya

(2) การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya

#### ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya โดยนับเป็น Active Users ซึ่งค่าเฉลี่ยของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ ตั้งแต่เดือน มกราคม - มิถุนายน 2562 อยู่ที่ 23,150,807 Active Users (Google Analytics, 2562)

### ขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya โดยการใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (ประคอง กรรณสูต, 2538, 1011; อ้างอิง จาก Yamane, 1970, 580 - 581) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 0.05

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย	N	คือ	ขนาดของประชากร
	n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	e	คือ	ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้น

### 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

การศึกษา ( Education) หมายถึง กระบวนการที่ส่งเสริมให้บุคคลเจริญเติบโตและมีความเจริญงอกงามทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาจนเป็นสมาชิกของสังคมที่มีคุณธรรมสูง

สังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการสื่อสารที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว เป็นสื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม ( Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม ( Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม ( Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (Use - Generate Content : UGC)

เว็บไซต์ (Website) หมายถึง หน้าเว็บเพจที่จัดทำขึ้น เพื่อนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยจะมีหน้าเว็บเพจหลาย ๆ หน้า que เชื่อมโยงเข้ากับไฮเปอร์ลิงค์ เพื่อให้สามารถเปิดไปยังหน้าเพจต่าง ๆ ได้อย่างง่ายดายและถูกจัดเก็บไว้ใน www. (เว็ลด์ไวด์เว็บ) โดยเว็บไซต์ส่วนใหญ่นั้นก็มีทั้งเว็บไซต์ที่เปิดให้เข้าชมได้ฟรีและเว็บไซต์ที่ต้องสมัครสมาชิกและเสียค่าบริการ จึงจะเข้าใช้งานได้ ซึ่งข้อมูลในเว็บก็จะมีหลากหลายแบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการนำเสนอของเจ้าของเว็บไซต์ การเรียกดูเว็บไซต์จะเรียกดูผ่านทางซอฟต์แวร์ ในลักษณะของเบราว์เซอร์

เว็บไซต์เพื่อการศึกษา ( Educational website) หมายถึง สื่อหนึ่งที่เผยแพร่การเรียนการสอน เนื้อหา ข่าวสารและข้อมูล ที่ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลายด้วยจุดเด่นในด้านของการเข้าถึงได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ระดับของความรู้สึกนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับภาวะทางจิตใจของบุคคลที่มีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

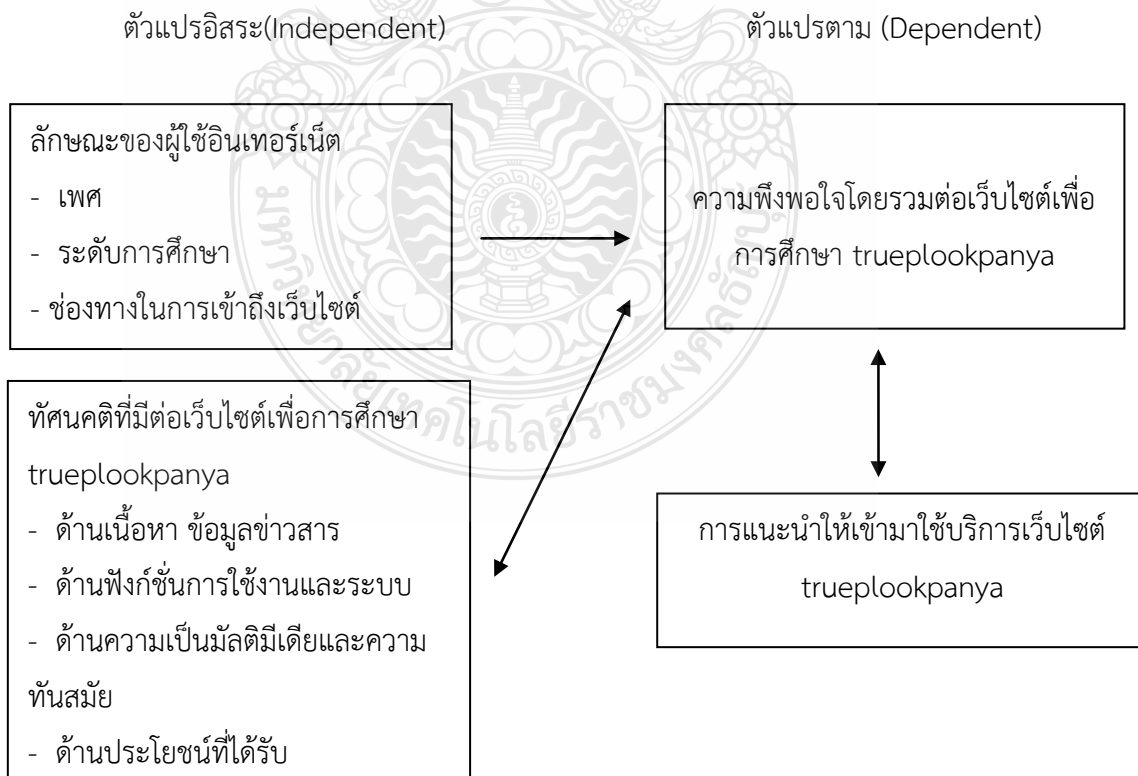
ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกันมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ และเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น

การเรียนรู้แบบออนไลน์ ( E-Learning) หมายถึง การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในระบบอินเทอร์เน็ต มาออกแบบและจัดระบบ เพื่อสร้างระบบการเรียนการสอน โดยการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมายตรงกับความต้องการของผู้สอนและผู้เรียน เชื่อมโยงระบบเป็นเครือข่ายที่สามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา และทุกคน สามารถประเมิน ติดตามพฤติกรรม ผู้เรียน ได้เสมือนการเรียนในห้องเรียนจริง

การแนะนำ บอกต่อ หมายถึง การชี้ให้เห็น แสดงออกถึงทางเลือก ข้อมูล ข้อเท็จจริง ชี้แนวทางหรือวิธีการให้รู้โดยตรงหรือโดยอ้อมในอีกมุมมอง โดยไม่ใช้การตัดสินใจแทนหรือไม่ใช้การยุยงส่งเสริมให้เลือก

## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง "ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปlookpanya เว็บไซต์เพื่อการศึกษา" มีกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของเว็บไซต์ ให้มีความเข้าถึงได้ง่ายและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว

1.7.2 เป็นแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการใช้ประโยชน์ของเว็บไซต์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้จัดทำเพื่อให้มีการใช้เว็บไซต์อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

1.7.3 เพื่อเป็นประโยชน์ในการต่อยอดการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความพึงพอใจ หรือพฤติกรรมการเข้าใช้งานของเว็บไซต์อื่น





## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูปลูกปัญญาเว็บไซต์เพื่อการศึกษา" ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการค้นคว้าอิสระดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์ทางการศึกษา
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ และการประเมินคุณภาพต่อเว็บไซต์
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อ
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่
- 2.7 ประวัติและความเป็นมาของเว็บไซต์ ทรูปลูปลูกปัญญา
- 2.8 งานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์ทางการศึกษา

การใช้เว็บเพื่อการเรียนการสอนเป็นการนำเอาคุณสมบัติของ อินเทอร์เน็ต มาออกแบบเพื่อใช้ในการศึกษา มีผู้นิยมและให้ความหมายของการเรียนการสอนผ่านเว็บเอาไว้หลายนิยาม อาทิเช่น คาน (Khan, 1997) ได้ให้คำจำกัดความของการเรียน การสอนผ่านเว็บ ( Web-Based Instruction) ไว้ว่าเป็นการเรียนการสอนที่อาศัยโปรแกรมไฮเปอร์มีเดียที่ช่วยในการสอน โดยการใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะและทรัพยากรของอินเทอร์เน็ตมาสร้างให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมายโดยส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ในทุกทางสามารถแบ่งประเภทของการเรียนการสอนผ่านเว็บ ออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1. เว็บช่วยสอนแบบรายวิชาอย่างเดียว (Stand - Alone Courses)
2. เว็บช่วยสอนแบบเว็บสนับสนุนรายวิชา (Web Supported Courses)
3. เว็บช่วยสอนแบบศูนย์การศึกษา (Web Pedagogical Resources)

การจัดการเรียนผ่านเว็บไซต์มีลักษณะการเรียน การสอนที่แตกต่างไปจากการเรียนการสอนในชั้นเรียนปกติซึ่งการจัดการเรียน การสอนแบบดั้งเดิมในชั้นเรียนส่วนใหญ่จะมีลักษณะ ที่เน้นให้ผู้สอนเป็นผู้ป้อนความรู้ให้แก่ผู้เรียนทำให้ผู้เรียนไม่ใฝ่ที่จะหาความรู้เพิ่มเติม ประโยชน์ของการเรียนการสอนผ่านเว็บไซต์มีมากมายหลายประการ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้การจัดการเรียนการสอนผ่านเว็บไซต์ เป็นมิติใหม่ โดยมีผู้กล่าวถึงประโยชน์ของ การเรียนการสอนผ่านเว็บไว้ ดังนี้

ปรัชญนันท์ นิลสุข (2543) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของเว็บไซต์ซึ่งเอื้อประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอน มีอยู่ 7 ประการ ได้แก่

1. การที่เว็บไซต์เปิดโอกาสให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ ( Interactive) ระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนและผู้เรียนกับผู้เรียนหรือผู้เรียนกับ เนื้อหาบทเรียน
2. การที่เว็บไซต์สามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของสื่อประสม (Multimedia)
3. การที่เว็บไซต์เป็นระบบเปิด (Open System) ซึ่งอนุญาตให้ผู้มีอิสระในการเข้าถึงข้อมูลได้ทั่วโลก
4. การที่เว็บไซต์อุดมไปด้วยทรัพยากรเพื่อการสืบค้นออนไลน์ (Online Search / Resource)
5. ความไม่มีข้อจำกัดทางสถานที่และเวลาของการสอนบนเว็บไซต์ ( Device, Distance and Time Independent) ทำให้ผู้เรียนที่มีคอมพิวเตอร์ในระบบใดก็ได้ ซึ่งต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ตจะสามารถเข้าเรียนจากที่ใดและในเวลาใดก็ได้
6. การที่เว็บไซต์อนุญาตให้ผู้เรียนเป็นผู้ควบคุม ผู้เรียน สามารถเรียนตามความพร้อมความถนัดและความสนใจ ของตน
7. การที่เว็บมีความสมบูรณ์ในตนเอง ทำให้สามารถจัดกระบวนการเรียนการสอนทั้งหมดผ่านเว็บได้ การที่ เว็บอนุญาตให้มีการติดต่อสื่อสารทั้งแบบเวลาเดียว ( Synchronous Communication) เช่น Chat และต่างเวลากัน (Asynchronous Communication) เช่น Web Board เป็นต้น

TeerapatPiyaket (2558) กล่าวว่า เว็บไซต์เพื่อการศึกษาเป็นการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยี ปัจจุบันกับกระบวนการออกแบบการเรียนการสอน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการเรียนรู้และแก้ปัญหาในเรื่อง ข้อจำกัดทางด้านสถานที่และเวลา โดยการสอนบนเว็บจะประยุกต์ใช้คุณสมบัติและทรัพยากรของเวปไซด์ ไวด์ เว็บ ในการจัดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเรียน การสอน ซึ่งการเรียนการสอนที่จัดขึ้นผ่านเว็บนี้อาจเป็นบางส่วนหรือทั้งหมดของกระบวนการเรียนการสอน

สรุปได้ว่า เว็บไซต์เพื่อศึกษานั้นเป็นเว็บไซต์ที่มีหน้าเว็บเพจที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ด้านการศึกษาผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เป็นการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยี มีลตมีเดียปัจจุบันกับกระบวนการออกแบบการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการเรียนรู้และแก้ปัญหาในเรื่องของข้อจำกัดในด้านของสถานที่และเวลา

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ยูล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ได้กล่าวถึงแนวความคิดด้านประชากรไว้ว่าเป็นทฤษฎีที่ใช้ หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจาก ภายนอกมา กระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่ แตกต่างกันไป

ซึ่งแนวความคิดนี้ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม ( Social Categories Theory) ของ Defleur and Bcll-Rokeach(1996) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของบุคคล หรือลักษณะทางประชากร ซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้ คือบุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน มักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นบุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารไปในทิศทางแบบเดียวกัน

ตัวแปรทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญที่นิยมนำมาศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ มีดังต่อไปนี้

1. เพศ (Sex) เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน เพศหญิงมักเป็นคนที่อ่อนไหวง่ายและถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยม ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมากกว่า ในขณะที่คนที่มีอายุมากกว่ามักเป็นคนที่ยึดติดกับการปฏิบัติมากกว่ามีความ ระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุมีประสบการณ์ มีความ ผูกพัน และมีประโยชน์ในสังคมมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อประสิทธิภาพทางการสื่อสารของผู้รับสาร คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มากและสามารถเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ดังนั้นสารที่ไม่มีเหตุผลสนับสนุนอย่างเพียงพอมักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ( Social and Economic Status) โดยดูจากรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว เป็นต้น เช่น คนที่มีฐานะดี อาศัยอยู่ในเมือง อาจมีโอกาที่จะเลือกใช้สื่อได้หลากหลายประเภทกว่า และบ่อยครั้งกว่า โดยเฉพาะสื่อที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้ตัวแปรรายได้จัดได้ว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ของบุคคล ดังนั้น การศึกษาวิจัยที่ใช้แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ จึงมักมีตัวแปรรายได้ของบุคคล รวมอยู่ด้วยเสมอ เพื่อช่วยให้มองเห็นความสำคัญของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และพฤติกรรม ของบุคคลชัดเจน

จากแนวคิดดังกล่าว ทำให้สามารถสรุปได้ว่าการศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ในแต่ละด้าน อาทิเช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยให้ผู้วิจัยเกิดความรู้และความเข้าใจถึงความแตกต่างในด้าน ต่างๆ ของบุคคลอันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยดังกล่าวจะเป็นส่วน หนึ่งในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อทัศนคติ และความพึงพอใจ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้ คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่าทัศนคตินั้นได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

โรเจอร์ (Roger , 1978 ;P 208 - 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสชนะเสถียร , 2533,P 122) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่าคุณคนนั้น คิดและรู้สึกอย่างไร กับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียง ความพร้อม ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล ( Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

นิวคอมบ์ (Newcomb , 1854,P.128) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติ ซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้น ขึ้นอยู่กับ สิ่งแวดล้อม อาจแสดงออก ในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิด ความรักใคร่ อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น ๆ หรืออีก ลักษณะหนึ่ง แสดงออก ในรูปความไม่พอใจ เกลียดชัง ไม่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น

### ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติ ออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติทางเชิงบวก เป็นทัศนคติ ที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์ จากสภาพจิตใจ โต้ตอบ ในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือ เรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ เช่น กลุ่มชาวเกษตรกร ย่อมมีทัศนคติทางบวกหรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตรและให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิก และร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ เป็นต้น

2. ทัศนคติทางลบหรือไม่ดี เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่น ๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคนอาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัทก่อให้เกิดอคติขึ้นในจิตใจของเขา จนพยายาม ประพฤติและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ประเภทที่สาม คือ ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมี ทัศนคตินิ่งเฉยอย่าง ไม่มีความคิดเห็น ต่อปัญหาใดเพียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยระเบียบของนักศึกษา

ทัศนคติ ทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์เหล่านั้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2539 , P. 166 - 167) กล่าวว่า ทัศนคติ ก่อตัวเกิดขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทัศนคติ จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้าง ทัศนคติ ที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของ ที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้

2. ข่าวสารข้อมูล ( Information) ทัศนคติ จะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มา ของข่าวสารด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจ ปัญหาต่าง ๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้น เก็บไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม ( Group Affiliation) ทัศนคติ บางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่าง ๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องอยู่ทั้งโดยตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่าง ๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่าง ๆ แต่ยังมี การถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้าง ทัศนคติ ขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้าง ทัศนคติ ให้แก่บุคคลได้

4. ประสบการณ์ ( Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่าง ๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มี ประสบการณ์มาจนกลายเป็นทัศนคติได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้าง ทัศนคติ ให้กับตัวบุคคล

ปัจจัยต่าง ๆ ของการก่อตัวของทัศนคติ เท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริงจะมีได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างไร ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทาง เหล่านี้ ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของ ทัศนคติ มากหรือน้อย ย่อมสุดแล้ว แต่ว่าการพิจารณาสร้างทัศนคติต่อสิ่งดังกล่าว จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

#### **การวัดทัศนคติ**

ศิวนารถ กิตติวัฒน์ (2551 , 24) กล่าวว่า การวัดทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างมากเพราะการรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นไปในทิศทางใดและมีความเข้มมากน้อยแค่ไหน ย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถทำนายพฤติกรรมที่อาจจะเกิดขึ้นของบุคคลนั้นได้และสามารถวางแผนดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

โดยการวัดทัศนคติอาจทำได้หลายวิธี ดังนี้

1. การสังเกต (Observation) เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ศึกษาทัศนคติโดยใช้ประสาทหูและตาเป็นสิ่งสำคัญ การสังเกตเป็นวิธีการศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วนำข้อมูลที่สังเกตนั้นไปอนุมานว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นอย่างไร

2. การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาต้องออกไปสอบถามบุคคลนั้น ๆ ด้วยตนเอง โดยอาศัยการพูดคุย ผู้สัมภาษณ์จะต้องเตรียมวางแผนล่วงหน้าว่าจะสัมภาษณ์ในเรื่องใดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด การสัมภาษณ์เป็นการวัดทัศนคติโดยอาศัยการตอบสนองทางคำพูดและเป็นวิธีวัดที่ถุกนำมาใช้บ่อยครั้ง เพราะมีความสะดวกและง่ายต่อการวัด เช่น การใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) การใช้คำถามปลายเปิดนี้ ผู้สัมภาษณ์จะได้ข้อมูลมากมายแต่มีข้อเสีย คือ ผู้ตอบอาจไม่ตอบตามความเป็นจริง เพราะไม่กล้าเปิดเผยหรือตอบตามความคาดหวังของสังคม ดังนั้นการวัดทัศนคติโดยอาศัยการสัมภาษณ์จึงควรใช้ วิธีการอื่น ๆ ร่วมด้วย

3. แบบรายงานตนเอง (Self-Report) เป็นวิธีการศึกษาทัศนคติของบุคคลโดยให้บุคคลนั้นเล่าความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้นออกมาว่า รู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี ซึ่งผู้เล่าจะบรรยายความรู้สึกนึกคิดของตนเองออกมาตามประสบการณ์และความสามารถที่มีอยู่ ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล วิธีการศึกษาทัศนคติโดยใช้แบบรายงานตนเองนี้ มักจะถูกสร้างขึ้นในรูปแบบของเครื่องมือวัดที่เรียกว่า มาตรฐานวัด (Scale) เช่น

3.1 มาตรฐานวัดแบบเทอร์สโตน (Thurstone Scale) มาตรฐานวัดนี้ประกอบด้วย ประโยคประมาณ 10 - 20 ประโยคหรือมากกว่านั้น ผู้ถูกทดสอบจะต้องแสดงระดับความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ได้กำหนดค่าเอาไว้ คือ กำหนดเป็น Scale Value เริ่มจาก 0.00 - 11.00 โดยระดับต้นที่ 1 - 5 เป็นทัศนคติทางบวก เช่น ความรู้สึกเห็นด้วย พอใจชอบโดยมีระดับต่ำสุด คือ 1 ไปเรื่อย ๆ จนถึงระดับสูงสุดคือ 5 สำหรับระดับ 6 จะเป็นความรู้สึกกลาง ๆ ก้ำกึ่งระหว่างทัศนคติทางบวกกับทัศนคติทางลบ และระดับท้ายที่ 7-11 เป็นทัศนคติทางลบ เช่น ความรู้สึกไม่เห็นด้วย ไม่พอใจ ไม่ชอบ โดยมีระดับต่ำสุด คือ 7 ไปเรื่อย ๆ จนถึงระดับสูงสุด คือ 11

3.2 มาตรฐานวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) เป็นมาตรฐานวัดที่นิยมใช้กันแพร่หลายมากที่สุด เป็นมาตรฐานวัดแบบรวมคะแนน (Summated Rating Scales) ประกอบด้วยประโยคต่าง ๆ ที่แต่ละประโยคของผู้ถูกทดสอบแสดงความรู้สึกออกมา แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่งเห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยกำหนดค่าคะแนนเป็น 5 , 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ การใช้มาตรฐานวัดนี้สามารถใช้กับจำนวนข้อได้มาก และครอบคลุมเนื้อหาที่น่าสนใจได้อย่างกว้างขวาง หากเปรียบเทียบกับวิธีวัดทัศนคติแบบอื่น ๆ

จากการศึกษาที่มาของทัศนคติ จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญ ที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือ การสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่างการสื่อสาร

กับผู้อื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่างหรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมีการสื่อสารแทรกอยู่เสมอ กล่าวได้ว่าการสื่อสาร เป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ

## 2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ และการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ

พิทักษ์ ตรุษทิม (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่าซึ่งจะเห็นว่าเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

Vroom (อ้างถึงใน พิทักษ์ ตรุษทิม, 2538, น. 22) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และ ทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

วิรุฬ พรรณเทวี (2542) ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจคือความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย

ชาริณี (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นทัศนคติของความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ

2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นทัศนคติของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical hedonism) ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษยหรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

### กระบวนการของความพึงพอใจในการใช้สื่อของบุคคล

จาก Media Gratifications Research Current Perspectives ของโรเซเกรน (Rosengren) เวเนเนอร์ (Wenner) และปาล์มกรีน (Palmgreen) (1985) ตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่

1. ตัวแปรด้านความพึงพอใจจากสื่อ มีความหมายเป็น 2 ประเด็น ได้แก่

1.1 ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ ( Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ของผลจากความเชื่อ หรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่สื่อให้ได้ อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อ ( Palmgreen and Rayburn, 1979 : 62) ความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ ( Perceived Gratification Obtained) อันเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคล

1.2 ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิมของบุคคลนั้นต่อไป

Lee B.Becker (อ้างถึงใน อุษาพรรณ ศรีสกุลประเสริฐ , 2543, น.21) วิเคราะห์องค์ประกอบของความพึงพอใจไว้ 3 องค์ประกอบ คือ

1. การติดตามข่าวสารและการแนะนำพฤติกรรม (Surveillance/Guidance) ซึ่งสะท้อนให้เห็นขอบเขตที่ปัจเจกชนใช้สื่อเพื่อจะได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. การใช้ประโยชน์ทางการติดต่อสื่อสาร ( Communication Utility /Excitement/Reinforcement)

3. การหลีกเลี่ยงไม่ใช้สื่อ ( Media Avoidance) แนวโน้มในการไม่ใช้สื่อหรือไม่รับข่าวสารจากสื่อจากองค์ประกอบความพึงพอใจตามทฤษฎีของ ลี บี.เบคเกอร์ นั้น ได้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในเรื่องการติดตามข่าวสารว่า เป็นองค์ประกอบที่มีความมั่นคงสูงใน การวัดตัวแปรความคาดหวังตอบแทนความพึงพอใจ หรือการแสวงหาความพึงพอใจแม้ว่าเวลาหรือ สถานการณ์จะเปลี่ยนไป

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับบุคคลว่าคาดหวังกับสิ่งใดและได้รับการตอบสนองในทิศทางใด ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล



## การประเมินคุณภาพของเว็บไซต์

Everhart, 1996 เสนอแนวทางในการตรวจสอบและประเมินคุณภาพของเว็บไซต์ที่สามารถอธิบายเหตุผลได้มีด้วยกันทั้งหมด 9 ด้าน คือ

### 1. ความทันสมัย (Currency)

ความทันสมัยของเว็บไซต์จัดเป็นหัวข้อสำคัญของการพัฒนาข้อมูลสารสนเทศผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เนื่องจากข้อมูลสารสนเทศที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานก็ต่อเมื่อข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่ใหม่ ทันต่อสถานการณ์และได้รับการปรับปรุงแก้ไขตามระยะเวลาอย่างเหมาะสม การที่เว็บไซต์แสดงวันที่ปรับปรุงข้อมูลครั้งล่าสุด เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเว็บไซต์ว่ามีความทันสมัยของข้อมูลระดับใด เพราะเว็บไซต์ที่แสดงถึงวันที่ปรับปรุงข้อมูลทุกวันย่อมแสดงว่าเป็นเว็บไซต์ที่มีความเป็นปัจจุบันมากที่สุด

### 2. เนื้อหาและข้อมูล (Content and Information)

สิ่งสำคัญที่สุดของข้อมูลและเนื้อหาในเว็บไซต์ก็คือ ความถูกต้องของข้อมูลและเนื้อหา เว็บไซต์ต้องมีเนื้อหาและข้อมูลที่เป็นประโยชน์เป็นสิ่งที่ตรวจสอบและวัดความเป็นเว็บไซต์ที่ดีได้ง่าย รวมทั้งสามารถประเมินคุณค่าของเว็บไซต์ได้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะถ้าเว็บไซต์มีเนื้อหาข้อมูลที่ตรงตามหลักสูตรการเรียน การสอนของนักเรียน หรือทำให้เป็นเนื้อหาข้อมูลประกอบการเรียนตามหลักสูตรและน่าสนใจชวนติดตามย่อมเป็นประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์เป็นเนื้อหาที่หาไม่ได้ในห้องสมุด ย่อมเป็นเนื้อหาที่มีคุณค่า นำไปใช้ประโยชน์ได้โดยตรง แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างชัดเจนว่าเป็นแหล่งเนื้อหาและข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ที่แตกต่างออกไปจากแหล่งเรียนรู้เดิม ๆ อย่างห้องสมุด

### 3. ความน่าเชื่อถือ (Authority)

ความน่าเชื่อถือต่อเว็บไซต์เป็นเรื่องสำคัญในจะนำเอาข้อมูลไปอ้างอิงหรือใช้ประโยชน์ เพราะข้อมูลและเนื้อหาจะได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ด้วยเหตุผลที่ว่าเว็บนั้นน่าเชื่อถือ ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์คือ ผู้จัดทำเว็บเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเนื้อหาหรือเป็นองค์กรที่รับผิดชอบด้านนั้นโดยตรง แสดงความรับผิดชอบต่อเว็บอย่างชัดเจนและแสดงให้เห็นได้จากส่วนที่สงวนลิขสิทธิ์และผู้รับผิดชอบ

### 4. การเชื่อมโยงข้อมูล (Navigation)

การประเมินเว็บไซต์ที่ดีควรจะแสดงการเชื่อมโยงไปยังส่วนต่าง ๆ ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และอ่านได้อย่างชัดเจน การเชื่อมโยงภายในเว็บไซต์จะมีชื่อเรียกว่า ลิงค์ ( Link) การลิงค์หรือการเชื่อมโยงนั้น ถ้าหน้าแรกสามารถบอกได้ว่า เว็บไซต์นั้นมีการจัดการอย่างไร มีเงื่อนไขในการเชื่อมโยงอย่างไร และมีอะไรที่จำเป็นต้องเชื่อมโยงไปบ้าง ลักษณะอย่างนี้อาจจะมีหน้าพิเศษต่างหากที่เรียกว่า แผนภูมิเว็บไซต์ หรือ site map เว็บไซต์ที่มีคุณภาพดี เส้นทางเดินภายในเว็บไซต์หรือการเชื่อมโยงควรจะเป็นในแนวทางเดียวกันในทุก ๆ เว็บเพจ หรือที่เรียกว่า มีความสอดคล้องเป็นแนวทางเดียวกัน เช่น หน้า

แรกของโฮมเพจมีลักษณะการเชื่อมโยงที่เป็นปุ่ม (botton) หรือเป็นข้อความในเว็บเพจหน้าอื่น ๆ ก็ควรจะมีปุ่มหรือตัวเชื่อมโยงลักษณะเดียวกันกับในหน้าโฮมเพจ ลักษณะของการใช้สี การวางรูปแบบ เช่น ถ้าตัวเชื่อมโยงในด้านบนเป็นแถวเรียงกัน ในทุก ๆ หน้าก็ควรที่จะวางรูปแบบเป็นแบบเดียวกัน คือเป็นแถวในแนวเดียวกัน ในขณะที่เดียวกันถ้ารูปแบบของการเชื่อมโยงเป็นแถวแนวตั้งเรียงจากบนลงล่างในหน้าแรก หน้าต่อ ๆ ไปควรจะมีลักษณะเดียวกัน จะทำให้เว็บไซต์ทั้งหมดมีการเชื่อมโยงหรือเส้นทางเดียวเชื่อมโยงเป็นแนวทางเดียวกัน

#### 5. การปฏิบัติจริง (Experience)

การนำไปใช้งานจริง เว็บไซต์ที่ดีควรมีเนื้อหาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และมีการแสดงผลอย่างรวดเร็ว ในเว็บไซต์ต้องทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกว่าไม่เสียเวลา ไม่ไร้ประโยชน์หรือเว็บไซต์ไม่ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ ผู้ออกแบบต้องคำนึงเสมอว่า ในการนำไปใช้งานจริง ผู้สืบค้นข้อมูล หรือผู้เข้าชมเว็บเพจย่อมเข้ามาเพื่อคิดว่าเว็บเพจที่จัดทำนั้นมีวัตถุประสงค์ตามหัวเรื่องของเว็บเพจ เช่น เว็บไซต์มีวัตถุประสงค์ต้องการเผยแพร่ ข่าวสาร เกี่ยวกับเรื่องเอดส์ เมื่อเข้ามาแล้วก็ควรจะเกี่ยวข้องเรื่องราวของเอดส์ ไม่ใช่เป็นการโฆษณาขายยาหรือโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งลักษณะแบบนี้จะไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ จะทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกว่าเสียเวลาในการเข้าเยี่ยมชม นอกจากนั้น เนื้อหาและการออกแบบเมื่อนำไปใช้งานจริงควรคำนึงว่าเว็บไซต์ต้องเป็นที่ดึงดูดสายตาของผู้เข้าชม ทำให้เกิดความน่าสนใจตลอดเวลาและดึงดูดให้ผู้เข้าชมใช้เวลาในการค้นหาข้อมูล ชวนติดตามอยู่ตลอดเวลา

#### 6. ความเป็นมัลติมีเดีย (Multimedia)

ความเป็นมัลติมีเดียสำหรับเว็บไซต์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากเว็บไซต์ต้องออนไลน์อยู่ในระบบอินเทอร์เน็ต ในข้อจำกัดของแบนด์วิท และความเร็วในการนำเสนอ จึงยากที่จะทำให้เว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์มีความเป็นมัลติมีเดีย ดังนั้น องค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นมัลติมีเดียภายในเว็บไซต์ คือ เสียง ภาพ กราฟฟิก ภาพเคลื่อนไหว ควรสอดคล้องกับเนื้อหาภายในเว็บ นอกจากนี้ควรจะเป็นมัลติมีเดียที่เพิ่มความสนใจให้ผู้เข้าชม ภาพเคลื่อนไหวที่น่าเสนอควรมีเวลาที่เหมาะสมและไม่รบกวนเนื้อหา ภาพกราฟฟิกที่ใช้ไม่ควรมีขนาดใหญ่เกินไปสามารถแสดงผลหรือโหลดขึ้นมาได้อย่างรวดเร็ว สิ่งที่ต้องทำความเข้าใจในความเป็นมัลติมีเดียของเว็บไซต์ คือ เว็บไซต์ไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชมได้ทันที เนื่องจากการออกแบบเว็บไซต์ไม่สามารถทำให้ใช้เทคนิคหรือกระบวนการได้มากมายอย่างที่ เป็น stand alone ภายในระบบ ดังนั้นความเป็นมัลติมีเดียของเว็บไซต์ จึงหมายถึงการจัดทำภาพประกอบ เสียง ภาพเคลื่อนไหว ภาพวิดีโอ หรือภาพนิ่ง โดยเป็นการเสริมหรือเพิ่มให้เว็บไซต์มีคุณค่า และที่สำคัญ มัลติมีเดีย ที่นำมาใช้ต้องสอดคล้องกับเนื้อหา และเป็นประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจให้กับผู้เข้าชมเว็บไซต์

## 7. การให้ข้อมูล (Treatment)

การให้ข้อมูลภายในเว็บไซต์ ข้อมูลที่สำคัญควรจะเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว โดยไม่มีความสลับซับซ้อน การนำเสนอข้อมูลควรมีการจัดรูปแบบและหมวดหมู่ของข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบและใช้งานข้อมูลเหมือน และความลำเอียงเนื่องจากแนวคิดที่ไม่ตรงกันควรได้รับการแก้ไข แต่ละเว็บไซต์ในกลุ่มจะมีเจ้าหน้าที่บางคนเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อช่วยให้ข้อมูลเป็นไปอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ข้อมูลที่ใช้ควรมีเนื้อหาที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ โดยแสดงได้จากวันเวลาที่ปรับปรุง ขณะเดียวกันเมื่อจัดทำเว็บไซต์ตามวัตถุประสงค์แล้ว เว็บไซต์ควรจะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย ถ้าเว็บไซต์นั้นจัดทำได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มนักศึกษา หรือวัยรุ่น ก็จะทำให้เว็บไซต์นั้นได้รับความนิยม แสดงถึงคุณภาพของผู้ดำเนินการจัดทำเว็บไซต์นั่นเอง

## 8. การเข้าถึงข้อมูล (Access)

เว็บไซต์สามารถแสดงผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็วเมื่อผู้ใช้เข้าสู่เว็บไซต์ หมายถึง เมื่อผู้ใช้ต้องการเข้าสู่เว็บไซต์โดยการพิมพ์ที่อยู่ของเว็บเช่น URL หรือโดเมนเนม (Domain Name) แล้วกดปุ่ม Enter การแสดงผลของหน้าแรกจะต้องปรากฏอย่างรวดเร็วโดยไม่เสียเวลานานจะทำให้ผู้ใช้รู้สึกพึงพอใจ แต่ถ้าเว็บไซต์ได้ออกแบบให้มีกราฟฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเนื้อหาจำนวนมาก เว็บไซต์นั้นก็แสดงผลได้ช้า ก็จะทำให้ผู้ใช้รอและเบื่อหน่าย การทำให้ผู้ใช้รอบ่างยอมรับได้ แต่ถ้าผู้ใช้รอนานเกินไปก็อาจเบื่อหน่ายและเปลี่ยนไปใช้บริการที่เว็บไซต์อื่นในที่สุด การเข้าถึงข้อมูลในเว็บไซด์นอกจากจะแสดงผลรวดเร็วแล้ว เว็บไซต์ควรมหาได้สะดวกจากเว็บประเภทสืบค้นข้อมูลหรือ Search Engine หรือเว็บได้ Add URL เอาไว้ใน Search Engine เช่น Google ก็จะทำให้ผู้ใช้สามารถสืบค้นจากเครื่องมือสืบค้นได้รวดเร็ว การโหลดของเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็วทำให้เสียเวลาน้อยลงในการค้นหาข้อมูล เว็บไซต์ที่แสดงผลจากการค้นหาได้รวดเร็ว ย่อมเป็นที่นิยมของผู้ใช้เพราะค้นเจอเสมอ แสดงให้เห็นว่าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว ข้อมูลในเว็บเพจและงานกราฟฟิกต่าง ๆ ควรออกแบบให้แสดงผลได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งการแสดงผลอย่างรวดเร็วนั้นเกิดจากการเลือกใช้รูปภาพที่มีขนาดเล็ก และเลือกใช้ข้อมูลที่เป็นตัวอักษรอย่างเดียว โดยกราฟฟิกต่าง ๆ มีไม่มากนัก เลือกรูปภาพที่เล็กกว่ากราฟฟิกจะช่วยให้แสดงผลได้เร็วขึ้น รวมทั้งการไม่มีหลายเว็บเฟรมซ้อนกันอยู่ การเข้าถึงข้อมูลกล่าวกันว่าความเร็วเป็นสิ่งสำคัญ เว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงหลาย ๆ เว็บไซต์ในอดีตออกแบบได้สวยงามต้นตา มีเทคนิคลูกเล่นแพรวพราวแต่แสดงผลได้ช้า ทำให้หลายเว็บไซต์เสื่อมความนิยมลงไป เมื่อเทียบกับเว็บใหม่ ๆ ที่เน้นความเร็วในการแสดงผลเป็นหลักทำให้ผู้ใช้ไม่เสียเวลารอนเบื่อ ความเร็วจึงเป็นประเด็นสำคัญในการออกแบบเว็บไซต์เป็นจุดแข่งขันและจุดประเมินสำคัญของเว็บ

## 9. ความหลากหลายของข้อมูล (Miscellaneous)

เว็บไซต์ควรมีความหลากหลายและมีเรื่องที่เป็นประโยชน์หลาย ๆ เรื่อง มีความน่าเชื่อถือและตรวจสอบข้อมูลได้ ข้อมูลนั้นก็ได้รับความนิยมและแนะนำกันให้เข้ามาชมอีก กรณีที่เว็บไซต์มีข้อมูล

ไม่มากมายนัก แต่มีข้อมูลสำคัญเพียงพอไม่สั้น หรือไม่ยาวมากเกินไปก็เพียงพอให้นำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม

สรุปได้ว่าเว็บไซต์ที่มีคุณภาพที่ดีต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 9 ด้าน ด้วยกัน โดยในแต่ละด้านมีความสำคัญต่อการปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้เกิดประโยชน์ที่คุ้มค่าที่สุดในการเข้าใช้งานของผู้ใช้บริการ มีการออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งาน มีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์และมีการเข้าถึงที่ทำให้สามารถสืบค้นจากเครื่องมือสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อ

สารณีย์ แซ่ชิน (2560) ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ( Media Exposure Theory) การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น ประกอบด้วย คนจำนวนที่มากขึ้น การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นเท่านั้น เพราะการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้น ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใด เรื่องหนึ่ง นอกจากนี้ข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

พฤติกรรม的开รับข่าวสาร หมายถึง การกระทำด้วยอริยาบถต่าง ๆ ด้วยความบ่อยครั้ง ไม่ว่าจะ เป็นทั้ง จากการอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ และการพูดคุยกับสื่อ บุคคล ผู้รับสารแต่ละคนต่างมีพฤติกรรม的开รับสื่อตามแบบเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันออกไปจากพื้นฐาน 4 ประการ (Merrill & Lowenstein, 1921) คือ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยว ทางเลือกแรกทีนึกถึง คือ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ บางครั้งกลุ่มบุคคลบางกลุ่มมีความพอใจกับการอยู่กับสื่อออนไลน์มากกว่าอยู่กับกลุ่มบุคคล เพราะสื่อออนไลน์นั้นไม่มีส่วนในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง
2. ความสอดรู้สอดเห็น มนุษย์มีความสอดรู้ สอดเห็นในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้น สื่อจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการให้ข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างไกลออกไป
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อหนุนความคิดของตนเองให้ได้มาเสริม บารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบายหรือให้ความบันเทิงแก่ตน โดยจะใช้สื่อที่ความพยายามน้อยที่สุด ( Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)
4. สื่อแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะ มีส่วนทำให้ผู้รับข้อมูลแสวงหาและได้ประโยชน์

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือ การเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกรอง 4 ชั้นตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคล จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ไม่ว่าจะเป็น สื่อโทรทัศน์ สื่อ สิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ หรือสื่อออนไลน์

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือก สนใจ ข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิด ภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย ( Selective Perception and Interpretation) บุคคลมัก เลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความ ต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ เพราะฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความ เฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคล ดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสาร บางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ ( Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ของตนเอง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนต์ ดี รู เบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ ข่าวสารของ บุคคลไว้ ดังนี้

1. ความต้องการ ( Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการ ทั้งทางกายและใจ ความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัว กำหนดการเลือกของเรา เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านข่าวสาร รสนิยม และการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ

2. ทัศนคติและค่านิยม ( Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็น ความรู้สึก ที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมี ความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทัศนคติ และ ค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและ การเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย และการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ ( Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารไว้

5. การใช้ประโยชน์ ( Utility) เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่

7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสารการมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและ เลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่า คนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มี อิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคน พัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใด อย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับสารจากสื่อทำให้ทราบได้ว่าการสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการในสังคมพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารนั้นจะขึ้นอยู่กับความชอบ ความสนใจที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละบุคคล ผู้รับสารจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อตามแบบเฉพาะของตน โดยจะมีกระบวนการในการตัดสินใจและอิทธิพลในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

## 2.6 แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่

เทคโนโลยีการสื่อสาร ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความเจริญก้าวหน้าทาง เทคโนโลยี ก่อให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบการสื่อสารที่มีความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันมีสื่อทางด้าน อิเล็กทรอนิกส์ และดิจิทัลเกิดขึ้นมากมาย หรือเรียกว่าเป็นเทคโนโลยีการ สื่อสารรูปแบบใหม่ หรือสื่อใหม่ (New Media)

สื่อใหม่เกิดจากการสร้างสรรค์ หรือการใช้งานกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งบางส่วน สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้งานได้ และมักจะอยู่ในรูปแบบของดิจิทัล เช่น เกมออนไลน์ ซีดีรอม มัลติมีเดีย ซอฟต์แวร์ เว็บไซต์ รวมทั้งบล็อกและวิกิพีเดีย อีเมลและสิ่งที่แนบมา ผู้บริการสารสนเทศ โทรทัศน์โต้ตอบ โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์ และนวนิยายแบบ ข้อความหลายมิติ (สารานุกรมเสรี, 2552)

Alvin Toffler (อ้างถึงใน นุชรินทร์ ขวัญคา , 2549, น. 8) ผู้เขียนเรื่อง "The Third Wave" ได้ทำนายผลกระทบที่จะเกิดจากเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ คอมพิวเตอร์ว่าจะสร้างผลกระทบต่อวิถีชีวิต และวิถีคิดของบุคคล สถาบันต่าง ๆ ของสังคม ความสัมพันธ์ทางการเมือง วัฒนธรรม ครอบครัว ที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนรูปแบบใหม่ ชุมชนแบบใหม่

อาทิตยา เมืองยม (2547) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันคอมพิวเตอร์และสมาร์ตโฟนเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทกับชีวิตมนุษย์มากมาย ดังนั้นการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อช่วยในการจัดการกับข้อมูลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการจัดการเก็บข้อมูลและอินเทอร์เน็ตกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและมันได้กลายเป็นเครือข่าย คอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกเชื่อมทั้งโลกเข้าไว้ด้วยกัน

ผลของเทคโนโลยีการสื่อสารอันทันสมัยส่งผลให้โลกแคบลงด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication) โดยมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมโยงเป็นที่แพร่หลายอย่างมาก เนื่องจากสามารถสื่อสารได้ฉับไว สะดวกในการใช้แสดงข้อมูลในรูปแบบตัวอักษร ภาพเสียง มีศักยภาพสูงในการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ใช้สามารถสื่อสารกับในลักษณะโต้ตอบกันได้ มีการเชื่อมโยงเครือข่ายถึงกันหมด ซึ่งผู้ใช้นั้นสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทั่วโลก รวมทั้งอิสระในการใช้สูง เพราะว่ามีมาตรการในการควบคุมที่น้อยมาก ผู้ใช้จึงมีอิสระในการใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างเต็มที่อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นช่องทางการสื่อสาร และเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้คนนิยมเข้าใช้บริการ เป็นการติดต่อสื่อสารข้ามโลกโดยไม่ ต้องสนใจความแตกต่างของเวลาและสถานที่

บริการของอินเทอร์เน็ตนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การค้นหาข้อมูลบน World Wide Web (WWW) ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mails) ซึ่งเป็นการรับส่งข้อความกับบุคคลอื่น ทั่วโลก ใช้เพื่อสื่อสารกับเพื่อน ครอบครัว การติดต่อธุรกิจการงานการบริการโอนถ่ายแฟ้มข้อมูลต่าง ๆ และบริการด้านจดหมายข่าวสาร (Messaging and bulletin board service) Asynchronous discussion forum เป็นการแสดงความคิดเห็นในกลุ่มข่าวต่าง ๆ (News group) ซึ่งเป็นการเข้าร่วมออกความเห็นในหัวข้อต่าง ๆ โดยไม่ต้องสนใจเรื่องช่วงเวลา เพราะเราสามารถอภิปราย รับส่ง ความคิดได้ตลอดเวลา และเราก็สามารถเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มที่มีความเห็น ความสนใจในเรื่องเดียวกัน Synchronous chats เป็นการสนทนาผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถออนไลน์เข้าไปคุยในห้องสนทนาในเวลาเดียวกันกับคนอื่น ๆ ได้ตลอดเวลา เป็นเครื่องมือที่ให้คนตั้งแต่ 2 คน สื่อสารกันได้ทันที ฉับไว ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน

ในโลก MUD (Multi users domain) เป็นการที่ผู้ใช้ หลายคนสามารถเข้าใช้ร่วมกัน ในรูปแบบสังคม เช่น การสนทนาข้อความในชุมชนเสมือนจริง ( Virtual reality) หรือในสภาพแวดล้อมเสมือนจริง (Virtual environment) ซึ่งมีการผสมผสาน เทคโนโลยี เพื่อสร้างความรู้สึกว่าจะอยู่ในสถานที่ และชุมชน นั้นจริง ผู้ใช้สามารถที่จะคุย และสร้าง ตัวละคร หรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้

เนื่องด้วยความสะดวกและประโยชน์อันมากมายมหาศาลของอินเทอร์เน็ต จึงทำให้อินเทอร์เน็ต ได้รับการกล่าวว่าเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีศักยภาพสูงที่สุดในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นเป็น เครือข่ายข้อมูลระดับโลกที่ผู้ใช้สามารถแสวงหาข้อมูลจากแหล่งหนึ่งไปอีกแหล่งได้โดยง่ายเพราะมี เครือข่ายเชื่อมโยงกับไว้หมดผู้ใช้นั้นสามารถที่จะควบคุมข้อมูลข่าวสารเองได้สามารถเลือกรับข่าวสารที่ น่าสนใจและปฏิเสธข่าวสารที่ไม่น่าสนใจได้เอง ทำให้ผู้ใช้นั้น สามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารตามความ พอใจของตนเอง (Information on demand)

Amy Harmon (1998) (อ้างถึงใน นุชรินทร์ ขวัญคา , 2549, น. 10) กล่าวว่าอินเทอร์เน็ตนั้นมี ศักยภาพมากกว่าโทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ที่ส่งผ่านข้อมูลทางเดียว ( Passive) เพราะอินเทอร์เน็ตทำให้ ผู้ใช้สามารถเลือกชนิดของข้อมูล ข่าวสาร ที่เขาต้องการได้รับและสามารถตอบสนองมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ได้

จากแนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ สรุปได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารมีการ พัฒนาอย่างไร้ขีดจำกัดทำให้เกิดการสื่อสารรูปแบบใหม่ซึ่งเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิตของ มนุษย์ในด้านการสื่อสาร การรับรู้ข่าวสาร การเชื่อมโยงข้อมูลที่มีศักยภาพที่สูง ผู้ใช้มีอิสระในการใช้งาน อินเทอร์เน็ตนั้นมีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสังคม โลกและเป็นสื่อกลาง การสื่อสารที่ทันสมัย ซึ่งทำให้ การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่าง สะดวก รวดเร็ว โดยเฉพาะการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ระหว่างกัน

## 2.7 ประวัติและความเป็นมาของเว็บไซต์ ทुरुปลูกปัญญา

โครงการ “ทुरुปลูกปัญญา” ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นโครงการที่มุ่งมั่นนำศักยภาพ ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมการสื่อสารทุกรูปแบบของบริษัท เข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคม ด้านต่างๆ เพื่อเป็น การปลูกความรู้ ปลูกความดี ปลูกใจรักสิ่งแวดล้อม ให้แก่เด็ก เยาวชน และคนไทย ทั่วประเทศ เปิดโอกาสให้โรงเรียนในพื้นที่ห่างไกลได้เข้าถึงแหล่งความรู้ได้เท่าเทียมกับเด็กในเมืองใหญ่ ผ่านชุดอุปกรณ์และสื่อดิจิทัลของทुरुปลูกปัญญา รวมถึงส่งเสริมการ ปลูกความรู้ ปลูกความดี และปลูก ใจรักสิ่งแวดล้อม แก่เยาวชนทุกระดับและประชาชนทั่วประเทศ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างสังคมแห่ง ภูมิปัญญา ควบคู่คุณธรรม จริยธรรม และจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม นำมาซึ่งการพัฒนาประเทศอย่าง ยั่งยืน และมีการพัฒนาช่องทางการกระจายความรู้อย่างต่อเนื่องจนเกิดโครงการ ทुरुปลูกปัญญา มีเดีย ในเวลาต่อมา



TRUEPLOOKPANYA MEDIA โครงการทรูปลูกปัญญาเดินทางอย่างต่อเนื่องด้วยการก่อตั้งเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาดอทคอม หรือ [www.trueplookpanya.com](http://www.trueplookpanya.com) เพื่อเป็นศูนย์รวม องค์ความรู้ทางวิชาการ รวมถึงเนื้อหาทางการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมสำหรับเด็กและเยาวชน ในรูปแบบมัลติมีเดียบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงแหล่งสาระความรู้แบบบูรณาการได้อย่างสะดวกรวดเร็วที่สุด โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ด้วยคอนเทนต์ความรู้ที่ล้ำคอนเทนต์และยังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทรูปลูกปัญญาจึงต่อยอดพัฒนาเนื้อหาให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มากยิ่งขึ้น ด้วยการเพิ่มช่องทางการเรียนรู้รูปแบบใหม่ ได้แก่ นิติสาร plook โดย [www.trueplookpanya.com](http://www.trueplookpanya.com), แอปพลิเคชันทรูปลูกปัญญาดอทคอม และ ล่าสุดกับช่องทรูปลูกปัญญา โทรทัศน์ความรู้คู่คุณธรรม ทุกสื่อของเราเชื่อมโยงถึงกัน เพื่อกระจายความรู้ในมิติที่กว้างขึ้น ลึกขึ้น และง่ายยิ่งขึ้น ภายใต้ชื่อ “ทรูปลูกปัญญา มีเดีย”

เว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาดอทคอม ([www.trueplookpanya.com](http://www.trueplookpanya.com)) คลังความรู้คู่คุณธรรมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ทรูปลูกปัญญาดอทคอม เว็บไซต์คลังความรู้คู่คุณธรรมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย อัดแน่นด้วยสาระความรู้ ทุกวิชาทุกระดับชั้น นำเสนออย่างสร้างสรรค์ในรูปแบบมัลติมีเดีย สนุกกับการเรียนรู้ด้วยตัวเอง และเปิดโอกาสให้ทุกคนสร้างคอนเทนต์ แลกเปลี่ยนความรู้ แบ่งปันประสบการณ์ ร่วมกัน เพื่อเป็นศูนย์กลางที่รวมองค์ความรู้แบบมัลติมีเดียบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ด้วยคอนเทนต์ที่ล้ำคอนเทนต์ ในรูปแบบคลิปวิดีโอ ไฟล์เสียง ไฟล์ภาพ และเอกสารปัจจุบันมียอดสมาชิกมากกว่า 100,000 คน มีผู้เข้าชมเว็บไซต์กว่า 10 ล้าน เพจวิวต่อเดือน นับเป็นอันดับหนึ่งของเว็บไซต์การศึกษาไทย และมีตัวเลข UIP (Unique Visitor) 1 ล้านต่อเดือน

โดยแบ่งหมวดหมู่เว็บไซต์ออกเป็นดังนี้

1. Knowledgeรวบรวมเนื้อหาการเรียน ครบ 8 กลุ่มสาระการเรียนรู้ในทุกระดับชั้น ตั้งแต่ปฐมวัยถึงมัธยมศึกษา ทั้งรูปแบบคลิปวิดีโอ เอกสาร ไฟล์ภาพ ไฟล์เสียง
2. Examinationอัดแน่นด้วยข้อสอบของทุกระดับชั้นตั้งแต่ระดับปฐมวัยถึงมัธยมปลาย ครบทุกกลุ่มสาระวิชา แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ
  - (1)คลังข้อสอบพร้อมเฉลย สามารถทำแบบทดสอบออนไลน์พร้อมเฉลยข้อสอบและประเมินผลทางสถิติ
  - (2) Smart Exams by TruePlookpanyaข้อสอบมาตรฐานออนไลน์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาโดยทรูปลูกปัญญาและคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เพื่อช่วยให้นักเรียนได้วัดความรู้และเช็คความพร้อมก่อนสอบจริง พร้อมระบบวิเคราะห์ และออกใบประเมินผลการสอบแบบรายวิชาและระดับชั้น

3. Teacher เมนูที่รวบรวมข้อมูลสำหรับคุณครูประกอบไปด้วยเมนูย่อย ได้แก่ ครูต้นแบบ, ข่าวแวดวงคุณครู, บทความทางวิชาการ/มาตรฐานการศึกษา, เทคนิคการสอน, แผนการสอน, ผลงานทางวิชาการและงานวิจัย, กฎหมายครู, เว็บบอร์ดมุมมองคุณครู

4. TCAS รวบรวมข้อมูลเพื่อการเตรียมสอบ Admissions และเรียนต่อระดับมหาวิทยาลัยที่สมบูรณ์ที่สุด อาทิ ศูนย์ข่าวรับตรง / Admissions บทความแนะนำสถาบัน, คณะ, สาขา, อาชีพ เว็บบอร์ดให้คำปรึกษาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

5. Blog รวบรวมคอนเท้น ข่าวสารด้านความบันเทิง ไม่ว่าจะเป็น การท่องเที่ยว ความสวยงาม บันเทิงเรื่องราวและการถ่ายทอดประสบการณ์และแรงบันดาลใจที่พร้อมจะส่งต่อให้กับผู้อ่านอย่างมากมาย

ทูลเกล้าฯ ถวายข้อมูลเพื่อเป็นคลังความรู้ดิจิทัล ที่ทุกคนมีส่วนร่วมในการแบ่งปันเนื้อหาสาระทั้งด้านทางด้านวิชาการ คุณธรรมจริยธรรม และความรู้ทั่วไป ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง และต่อยอดพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ ๆ แล้วกลับมาแบ่งปันเป็นวงจรแห่งความรู้ ไม่มีที่สิ้นสุด

## 2.8 งานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรภัทร จิตุชัย (2548) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาภาคปกติและกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาภาคสมทบ โดยนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์จะเปิดเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเพื่อดูข่าวสารทางวิชาการเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อดูข่าวสารอื่น ๆ ความบันเทิง เปิดเมลล์และทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ต นักศึกษามีการใช้ประโยชน์ในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง โดยใช้ประโยชน์ในด้านวิชาการ ด้านสังคมและบันเทิง ตามลำดับ นักศึกษามีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก ในด้านเนื้อหา ด้านโครงสร้างของเว็บไซต์ ด้านเทคนิคที่ใช้ และด้านการใช้หน้าจอ ตามลำดับ

มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2548) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์สถาบันของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการเข้าใช้เว็บไซต์อยู่ในระดับความถี่ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน ในเวลาครั้งละ 15 - 29 นาที มีพฤติกรรมการเข้าใช้เว็บไซต์ในด้านเหตุผล การใช้ประโยชน์ และระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่เข้าใช้เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารและติดตามความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ของสถาบัน การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลในด้านของ เพศ ระดับการศึกษาและรายได้ พบว่าไม่มีผล

ต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์สถาบัน ผลของการหาความสัมพันธ์ พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้ด้านเหตุผล การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์สถาบันในความสัมพันธ์เชิงบวก และส่วนใหญ่ต้องการให้เว็บไซต์มีการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัย การออกแบบเว็บไซต์และการจัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบเพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้น และรองรับความต้องการในการเข้าใช้ได้อย่างรวดเร็ว

ปริญญา ทองแสง (2550) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ [www.manager.co.th](http://www.manager.co.th) ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะของผู้ใช้บริการแบ่งออกเป็น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่และระยะเวลาในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุ 25 - 34 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีที่รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 5,000 - 14,999 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 6 ปี และมีความถี่ในการใช้บริการเว็บไซต์เฉลี่ย 10 ครั้งต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 ชั่วโมง 41 นาที ในช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกของเว็บไซต์และมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์เพื่อรับรู้ข่าวสาร มีทัศนคติ ด้านเนื้อหาสาระ ด้านรองรับความต้องการเฉพาะราย ด้านปฏิสัมพันธ์และด้านผสมผสานกับธุรกิจ อยู่ในระดับค่อนข้างดี และมีแนวโน้มการให้บริการในอนาคตอยู่ในระดับที่คาดว่าจะให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ทวารัตน์ เต็งทอง (2552) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจประโยชน์จากการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อการสมัครงาน กรณีศึกษา : ผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปี 2551 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสมัครงานสัปดาห์ละ 3 วัน ในช่วงเวลา 20.01 -24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อการสมัครงานมากที่สุด นิยมใช้บริการที่บ้าน/หอพัก พบปัญหาและอุปสรรคจากการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อการสมัครงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาและอุปสรรคที่พบมากที่สุดคือ ไม่เข้าใจภาษาอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจประโยชน์จากการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อการสมัครงานอยู่ในระดับสูง ในเรื่องของความสะดวกในการค้นหาตำแหน่งงานที่สนใจมากที่สุด พฤติกรรมในการใช้บริการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจประโยชน์จากการใช้บริการสมัครงานผ่านสื่อออนไลน์

มุกิตตา เตชะศิวนาด (2554) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พันทิปคาเฟ่ ผลการศึกษาพบว่าลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเว็บไซต์พันทิปคาเฟ่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25 - 34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท / องค์กรเอกชน สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นที่บ้านและผู้ใช้บริการมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 5 ปี ทัศนคติของผู้ใช้บริการด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสารและด้านฟังก์ชันการใช้งานอยู่ในระดับดี ส่วนทัศนคติด้านการปฏิสัมพันธ์และด้านการประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับดีมาก พฤติกรรมการใช้บริการ

เว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ ของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยคิดเป็น 1 ชั่วโมง 18 นาทีต่อวัน ในช่วงเวลา 20.01 - 24.00 น. โดยมีการเลือกใช้งานห้องสนทนาที่ใช้บริการบ่อยมากที่สุด ได้แก่ ห้องเฉลิมไทย การใช้งาน มีสถานะเป็นข่าจร คือไม่ได้เป็นสมาชิกและไม่ได้ลงทะเบียน ลักษณะการใช้งานส่วนใหญ่อ่านกระทู้เพียงอย่างเดียว ทศนคติที่มีต่อเว็บบอร์ด ในด้านประโยชน์ที่ได้รับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ แต่ทศนคติที่มีต่อเว็บบอร์ด ด้านเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งาน และด้านการปฏิสัมพันธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่

จัตรุธา ยืนยงสุวรรณ (2557) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องทศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการสื่อสาร ศูนย์มาตรฐานรหัสและข้อมูลสุขภาพแห่งชาติสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ที่ 31 - 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและปฏิบัติงานอยู่ในหน่วยงานสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ในตำแหน่งเจ้าพนักงานเวชสถิติที่มีประสบการณ์ทำงานด้านการแพทย์และสาธารณสุข ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ฝึกอบรมด้านการแพทย์และสาธารณสุข จำนวน 5 ครั้ง ขึ้นไป มีทักษะความชำนาญในการใช้อินเทอร์เน็ต และเข้าชมเว็บไซต์ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แบบ PCมากที่สุด โดยเข้าเว็บไซต์ผ่าน Web Browser และ Google Chrome มากที่สุด มีความถี่ในการเข้าใช้ 1 - 5 ครั้ง/สัปดาห์ และมีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลในเว็บไซด์น้อยกว่า 1 ชม./ครั้ง กลุ่มตัวอย่างรู้จักเว็บไซต์ศูนย์มาตรฐานรหัสและข้อมูลสุขภาพแห่งชาติ ( www.thcc.or.th) จากการเข้าคอร์สฝึกอบรมการใช้รหัส และมีความสนใจในหัวข้อเรื่อง ICD-10-TM Online มีทศนคติต่อเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารศูนย์มาตรฐาน รหัสและข้อมูลสุขภาพแห่งชาติในระดับมาก มีการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารศูนย์มาตรฐานรหัสและข้อมูลสุขภาพแห่งชาติในระดับมาก และมีความพึงพอใจเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารศูนย์มาตรฐานรหัสและข้อมูลสุขภาพแห่งชาติในระดับมาก

กมล เกตุพันธ์ (2559) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องทศนคติ พฤติกรรมและปัญหาการใช้ "กูเกิ้ล ทรานสเลท" (Google Translate) ของนักศึกษาวิชาเอกภาษาอังกฤษผลการศึกษาพบว่านักศึกษาก่อนส่วนใหญ่ใช้ กูเกิ้ล ทรานสเลท โดยเฉลี่ย 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามากที่สุด ซึ่งพฤติกรรมการใช้ของนักศึกษาเป็นพฤติกรรมการใช้ที่ดี คือใช้ กูเกิ้ล ทรานสเลท ร่วมกับทรัพยากรช่วยแปลอื่นเพื่อตรวจสอบการแปล และยังอ่านทำความเข้าใจ ข้อความก่อนการใช้งานและปรับบทแปลหลังการใช้ เนื่องจากกลุ่มนักศึกษาเป็นกลุ่มนักศึกษาที่มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษในระดับดีอยู่แล้วการใช้ กูเกิ้ล ทรานสเลท จึงเป็นการใช้เพื่อการแปลในระดับคำหรือวลีเป็นส่วนใหญ่ ด้านทศนคติการใช้ กูเกิ้ล ทรานสเลท ของนักศึกษา พบว่านักศึกษามีทศนคติที่ดีต่อการใช้ กูเกิ้ล ทรานสเลท โดยเลือกใช้ด้านที่เป็นประโยชน์ของกูเกิ้ล ทรานสเลทเพื่อสนับสนุนการแปล

ปรางค์ชิต แสงเสวตร (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์อินทราเน็ต กพพ. ผลการศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ตำแหน่งงานสังกัดอยู่ที่สายงานรองผู้ว่าการนโยบายและแผน มีพฤติกรรมในการใช้บริการเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต กฟผ. ผ่านช่องทางคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก โดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้งานเพื่อการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานภายในและมีความถี่ในการเข้าใช้งานโดยเฉลี่ย 1 - 3 วัน ต่อสัปดาห์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ พบว่าทั้ง 5 ปัจจัย มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต กฟผ. โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านคุณภาพการ ให้บริการ ปัจจัยด้านการใช้งานและการเข้าถึงระบบ และปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูลและการค้นหาข้อมูล ตามลำดับ

พงษ์พิชญ์ อ่อนละมัย และโกวิท รพีพิศาล (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รัฐบาลดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าและสำนักงานตรวจสอบบัญชี สหกรณ์ของประชาชน จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน ด้านคุณภาพระบบมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเพราะมองไม่เห็นความสำคัญว่าเว็บไซต์เป็นหน้าต่างหรือส่วนประชาสัมพันธ์หนึ่งขององค์กรจึงไม่ได้มีการพัฒนาปรับปรุงให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ ด้านคุณภาพสารสนเทศมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ไม่ว่าจะป็นด้านข้อมูลเนื้อหาที่รวดเร็วทันเหตุการณ์ ความถูกต้อง ความครบถ้วน กระชับเข้าใจง่าย เนื้อหาที่มีความหลากหลายมีการแบ่งหมวดหมู่ที่ชัดเจน ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ด้านคุณภาพบริการผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในระดับน้อย เพราะขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว

อรปรียา คำแพง วันเฉลิม พูนใจสม และฉิมภุชา ตันติสันติสม (2560) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้เข้าชมเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยใช้ Google Analytics ผลการศึกษาพบว่าจำนวนผู้เข้าใช้งานเว็บไซต์ทั้งในภาพรวม ในการแบ่งกลุ่มระหว่างผู้ใช้งานใหม่และผู้ใช้งานเดิม มีความสอดคล้องกับกิจกรรมของมหาวิทยาลัย การเชื่อมต่อมายังหน้าเว็บไซต์ ผู้ใช้ส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.48 ใช้ เบรราวเซอร์ Chrome ในการเปิดหน้าเว็บผ่านอุปกรณ์ที่ใช้ระบบปฏิบัติการ Android ร้อยละ 51.46 เมื่อพิจารณาอุปกรณ์ที่ใช้ในการเชื่อมต่อมายังเว็บไซต์ พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการเชื่อมต่อมากกว่าผู้ใช้ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้ง ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงเว็บไซต์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานได้ เช่น การจัดเตรียมรองรับการใช้งานปริมาณสูงกว่าปกติในช่วงกิจกรรมของมหาวิทยาลัย การออกแบบเว็บไซต์ให้ สามารถแสดงผลได้ในอุปกรณ์เคลื่อนที่บนบราวเซอร์ที่ได้รับความนิยม รวมทั้งการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในพื้นที่แก่ชาวจังหวัดกำแพงเพชรและจังหวัดใกล้เคียง เป็นต้น

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์เพื่อการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามหัวข้อ ต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya โดยนับเป็น Active Users ซึ่งค่าเฉลี่ยของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ ตั้งแต่เดือนมกราคม - มิถุนายน 2562 อยู่ที่ 23,150,807 Active Users (Google Analytics, 2562)

##### กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya โดยการใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (ประคอง วรรณสูตร, 2538, น. 1011; อ้างอิงจาก Yamane, 197, 580-581) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับร้อยละ 0.05

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e คือ ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แทนค่า  $n = \frac{23,150,807}{1+23,150,807 (0.05)^2}$

ค่าที่ได้คือ  $n = 399.993089$  หรือประมาณ 400 ตัวอย่าง

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูล

### การสุ่มตัวอย่าง (Sampling Method)

สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ที่เป็นผู้เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanyaตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นชุดแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ตามที่ต้องการศึกษา โดยศึกษาจากหนังสือ งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้มีคุณภาพ และครอบคลุมเนื้อหาในสิ่งที่ต้องการศึกษา และเพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเที่ยงตรงเชื่อถือได้ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นชุดแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close ended Question) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ มีคำตอบ 2 ข้อให้เลือก (Two-way question หรือ Dichotomous) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ มีคำตอบหลายคำตอบ (Multiple Choice Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยเริ่มต้นที่อายุ 15ปี เพราะอยู่ในช่วงอายุที่สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง

โดยมีการกำหนดช่วงอายุ ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งช่วงอายุออกเป็น 7 ช่วง ดังนี้

$$\text{ช่วงอายุ} = \frac{50 - 15}{7}$$

แสดงช่วงอายุที่ใช้ในแบบสอบถามได้ ดังนี้

- 1) 15 - 19 ปี
- 2) 20 - 24 ปี
- 3) 25- 29 ปี
- 4) 30- 34 ปี
- 5) 35- 39 ปี
- 6) 40- 44 ปี

7) มากกว่า 45ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา มีคำตอบหลายคำตอบ ( Multiple Choice Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 อาชีพ มีคำตอบหลายคำตอบ ( Multiple Choice Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 ช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ มีคำตอบหลายคำตอบ ( Multiple Choice Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 การเรียงลำดับ Content ที่ชอบขึ้นชอบในเว็บไซต์เป็นการจัดลำดับ ( Rank Questions) ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบจัดอันดับ (Rank Rating Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร จำนวน 6 คำถาม ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ จำนวน 5 คำถาม ด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย จำนวน 4 คำถาม และ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ จำนวน 4 คำถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ( Close-ended Question) ลักษณะเกณฑ์การตอบแบบสอบถามจะใช้มาตรวัด (Likert Scale) ประมาณค่า 5 ระดับโดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนของคำตอบ 5 ระดับ คือ

ระดับ 5	หมายถึง	ผู้ตอบมีทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับ 4	หมายถึง	ผู้ตอบมีทัศนคติที่เห็นด้วย
ระดับ 3	หมายถึง	ผู้ตอบมีทัศนคติไม่แน่ใจ
ระดับ 2	หมายถึง	ผู้ตอบมีทัศนคติค่อนข้างไม่เห็นด้วย
ระดับ 1	หมายถึง	ผู้ตอบมีทัศนคติไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สำหรับการแบ่งระดับความสำคัญ สามารถทำได้โดยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างอันตรภาคชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหาระดับคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดคะแนนใหม่ ดังตารางที่ 3.1



**ตารางที่ 3.1** ตารางแสดงค่าเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ค่าคะแนน	ความหมาย
4.21-5.00	มีทัศนคติในระดับที่ดีมาก
3.41-4.20	มีทัศนคติในระดับดี
2.61-3.40	มีทัศนคติในระดับดีปานกลาง
1.81 -2.60	มีทัศนคติในระดับค่อนข้างไม่ดี
1.00-1.80	มีทัศนคติในระดับไม่ดีเป็นอย่างมาก

**ส่วนที่ 3** ความพึงพอใจโดยรวมในใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya มีจำนวน 1 ข้อ เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเป็นช่วง ๆ ตั้งแต่ซ้ายสุดของสเกลแทนด้วย การเห็นด้วยกับข้อความด้านซ้ายและด้านขวาสุดของสเกลแทนด้วยการเห็นด้วยกับข้อความด้านขวา เพื่อให้สอดคล้องกับระดับการประเมินที่มีอยู่ 5 ระดับ ผู้วิจัยจึงใช้คะแนนเฉลี่ยที่ได้จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ในการแปลความหมาย โดยการจัดแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ผู้ตอบมีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ผู้ตอบมีความพึงพอใจมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ผู้ตอบมีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ผู้ตอบมีความไม่พึงพอใจ
ระดับ 1	หมายถึง	ผู้ตอบมีความไม่พึงพอใจอย่างมาก

การปรับสเกลใหม่ โดยแบ่งเกณฑ์เปรียบเทียบและแบ่งตรงกึ่งกลางของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรการหาช่วงความกว้างของแต่ละชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538, น. 8-11)

$$\begin{aligned} \text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดคะแนนใหม่ ดังตารางที่ 3.2

**ตารางที่ 3.2** ตารางแสดงค่าเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ค่าคะแนน	ความหมาย
4.21-5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.41-4.20	พึงพอใจมาก
2.61-3.40	พึงพอใจปานกลาง
1.81-2.60	ไม่พึงพอใจ
1.00-1.80	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

**ส่วนที่ 4** การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya มีจำนวน 1 ข้อ เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งเป็นช่วง ๆ ตั้งแต่ซ้ายสุดของสเกลแทนด้วยการเห็นด้วยกับข้อความด้านซ้ายและด้านขวาสุดของสเกลแทนด้วยการเห็นด้วยกับข้อความด้านขวา เพื่อให้สอดคล้องกับระดับการประเมินที่มีอยู่ 5 ระดับ ผู้วิจัยจึงใช้คะแนนเฉลี่ยที่ได้จาก ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ในการแปลความหมาย โดยการจัดแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ผู้ตอบจะแนะนำคนให้มาใช้บริการต่อแน่นอน
ระดับ 4	หมายถึง	ผู้ตอบคาดว่าจะแนะนำคนให้มาใช้บริการต่อ
ระดับ 3	หมายถึง	ผู้ตอบไม่แน่ใจในการจะแนะนำคนให้มาใช้บริการต่อ
ระดับ 2	หมายถึง	ผู้ตอบคาดว่าจะไม่แนะนำคนให้มาใช้บริการต่อ
ระดับ 1	หมายถึง	ผู้ตอบจะไม่แนะนำคนให้มาใช้บริการต่อแน่นอน

การปรับสเกลใหม่ โดยแบ่งเกณฑ์เปรียบเทียบและแบ่งตรงกึ่งกลางของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรการหาช่วงความกว้างของแต่ละชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538, น. 8-11)

$$\begin{aligned} \text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากนั้นนำมาหารระดับคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดคะแนนใหม่ ดังตารางที่ 3.3

### ตารางที่ 3.3 ตารางแสดงค่าเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

ค่าคะแนน	ความหมาย
4.21-5.00	จะแนะนำคนให้มาใช้บริการต่อแน่นอน
3.41-4.20	คาดว่าจะแนะนำคนให้มาใช้บริการต่อ
2.61-3.40	ไม่แน่ใจในการจะแนะนำคนให้มาใช้บริการต่อ
1.81-2.60	คาดว่าจะไม่แนะนำคนให้มาใช้บริการต่อ
1.00-1.80	จะไม่แนะนำคนให้มาใช้บริการต่อแน่นอน

**ส่วนที่ 5** เป็นแบบสอบถามปลายเปิดที่ทำการถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการว่า เว็บไซต์ truepllookpanya ควรมีการพัฒนา ปรับปรุงหรือแก้ไขในด้านในบ้างเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานที่สุด

#### การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

1. ศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตลาดหรือ อาชีพ เช่น ทฤษฎีทัศนคติและความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับการเข้าใช้เว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

2. ทำการศึกษาการสร้างข้อคำถามของแบบสอบถาม ในเล่มงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางและใช้คำถามที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงหรือทำการหาค่าความเชื่อมั่นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยอ้างอิงจากประกอบกับส่วนคำถามที่งานวิจัยเล่มนี้ต้องการศึกษา

3. สร้างข้อคำถามของแบบสอบถาม โดยสร้างเป็นข้อคำถามแบบ ( Interval Scale) โดยมีระดับการประเมิน 5 ระดับ แบบสอบถามจะถามถึงทัศนคติของผู้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา เว็บไซต์เพื่อการศึกษา โดยจัดทำคำถามให้ครอบคลุมเนื้อหามากที่สุดและมีความสมบูรณ์มากที่สุด พร้อมนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบถามถูกและและข้อคำถามนั้นครอบคลุมเนื้อหามากที่สุด รวมถึงภาษาที่ใช้ ในแบบสอบถาม และมีคำถามปลายเปิดที่สอบถามถึงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ เพื่อให้แบบสอบถามมีความครบถ้วนสมบูรณ์และใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด

4. การนำแบบสอบถามที่ออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อกรรมการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อพิจารณา ตรวจสอบ และนำมาแก้ไขให้ง่ายต่อความเข้าใจ ลดข้อผิดพลาด และนำเสนอต่อ ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่ง

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้ศึกษารวบรวมแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการศึกษา โดยมีการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

การสุ่มเก็บตัวอย่างหรือแบบสอบถาม คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนที่เข้าร่วมงานกิจกรรม “TruePlookpanya TCAS Survival แนวทางเลือก แนวทางรอด” ในวันที่ 30 พฤศจิกายน 2562
2. รวบรวมแบบสอบถามและทำการตรวจสอบความถูกต้อง โดยคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์เท่านั้น
3. นำแบบสอบถามที่คัดเลือกแล้วไปบันทึกคะแนนโดยลงรหัสบันทึกข้อมูลเพื่อนำไปทำการวิเคราะห์ค่าสถิติต่อไป

### 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลการวิจัยที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์ค่าสถิติ โดยใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์สำหรับการวิจัย (SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

#### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics)ประกอบด้วย

ความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ ( Percentage) ค่าเฉลี่ย ( Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย

#### สมมติฐานข้อที่ 1

เป็นการทดสอบความแตกต่างทางด้านความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ ระดับการศึกษา ช่องทางการเข้าถึง โดยใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ Independent Samples t-test (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของ ช่องทางการเข้าถึงเว็บไซต์ หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบค่าเฉลี่ยแบบจับคู่พหุคูณ ( Multiple Comparison) โดยใช้การคำนวณถวิวิธีแบบ LSD

#### สมมติฐานข้อที่ 2

เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของทัศนคติด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งาน และระบบด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย ด้านประโยชน์ที่ได้รับและความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ โดยใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlation

### สมมติฐานข้อที่ 3

เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการและการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ [www.trueplookpanya.com](http://www.trueplookpanya.com) โดยใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlation



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์

การศึกษาเรื่อง ทศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา  
เว็บไซต์เพื่อการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ จำนวน 4 00 คน กล่าวถึงสัญลักษณ์และ  
อักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลผล และลำดับขั้นตอนการนำเสนอของผลการ  
วิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

#### สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของ  
การวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ไว้ในการแปลความหมายดังนี้

N	แทน	จำนวนตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
T	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-test
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-test
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกค่านัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05
**	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

#### 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya

ส่วนที่ 2 การจัดอันดับ Content ที่ขอขึ้นชอบในเว็บไซต์truelookpanya

ส่วนที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม และการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya

ส่วนที่ 4 ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanyaแตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ทัศนคติที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanyaแตกต่างกัน

ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya



## 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
1.1 เพศชาย	160	40.0
1.2 เพศหญิง	240	60.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>2. อายุ</b>		
2.1 15 – 19 ปี	400	100.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>3.ระดับการศึกษา</b>		
3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	127	31.8
3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	273	68.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>4.อาชีพ</b>		
4.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	400	100.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>5. ช่องทางเข้าใช้บริการเว็บไซต์</b>		
5.1 Google	133	33.3
5.2 Facebook	122	30.5
5.3 Twitter	61	15.3
5.4 Instagram	31	7.8
5.5 Line	53	13.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตและเข้าใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya แบ่งเป็น เพศชายมีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และเป็นเพศหญิงมีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รวมเป็น 400 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ตและเข้าใช้บริการเว็บไซต์ มี อายุ 15-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 100 มีจำนวน 400 คน



ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แบ่งออกเป็น ต่ำกว่าระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และเป็นมัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. จำนวน 273 คน ร้อยละ 68.2

อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้บริการเว็บไซต์ คือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 100 มีจำนวน 400 คน

ช่องทางการใช้บริการเว็บไซต์ส่วนใหญ่ แบ่งออกเป็น ใช้บริการผ่านทาง Google จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ใช้บริการผ่านทาง Facebook จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 ใช้บริการผ่านทาง Twitter จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ใช้บริการผ่านทาง Instagram จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และ ใช้บริการผ่านทาง Line จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

## ส่วนที่ 2 การจัดอันดับ Content ที่ชอบขึ้นชอบในเว็บไซต์ truelookpanya

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละการจัดอันดับ Content ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ

Content	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. ด้าน Knowledge</b>		
เลือกเป็นลำดับที่ 1	135	33.8
เลือกเป็นลำดับที่ 2	280	20
เลือกเป็นลำดับที่ 3	93	23.3
เลือกเป็นลำดับที่ 4	55	13.8
เลือกเป็นลำดับที่ 5	20	5
เลือกเป็นลำดับที่ 6	17	4.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>2. ด้าน Examination</b>		
เลือกเป็นลำดับที่ 1	54	13.5
เลือกเป็นลำดับที่ 2	158	39.5
เลือกเป็นลำดับที่ 3	114	28.5
เลือกเป็นลำดับที่ 4	49	12.3
เลือกเป็นลำดับที่ 5	18	4.5
เลือกเป็นลำดับที่ 6	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละการจัดอันดับ Content ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ (ต่อ)

Content	จำนวน	ร้อยละ
<b>3.ด้าน Teacher</b>		
เลือกเป็นลำดับที่ 1	35	8.8
เลือกเป็นลำดับที่ 2	55	13.8
เลือกเป็นลำดับที่ 3	56	14.4
เลือกเป็นลำดับที่ 4	101	25.3
เลือกเป็นลำดับที่ 5	83	20.8
เลือกเป็นลำดับที่ 6	70	17.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>4. ด้าน TCAS</b>		
เลือกเป็นลำดับที่ 1	121	30.3
เลือกเป็นลำดับที่ 2	68	17
เลือกเป็นลำดับที่ 3	106	26.5
เลือกเป็นลำดับที่ 4	76	19
เลือกเป็นลำดับที่ 5	18	4.5
เลือกเป็นลำดับที่ 6	11	2.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>5. ด้าน Blog</b>		
เลือกเป็นลำดับที่ 1	44	11
เลือกเป็นลำดับที่ 2	33	8.3
เลือกเป็นลำดับที่ 3	20	5
เลือกเป็นลำดับที่ 4	108	27
เลือกเป็นลำดับที่ 5	168	42
เลือกเป็นลำดับที่ 6	27	6.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละการจัดอันดับ Content ที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบ (ต่อ)

Content	จำนวน	ร้อยละ
<b>6. ด้าน ธรรมะ</b>		
เลือกเป็นลำดับที่ 1	10	2.5
เลือกเป็นลำดับที่ 2	5	1.3
เลือกเป็นลำดับที่ 3	11	2.8
เลือกเป็นลำดับที่ 4	11	2.8
เลือกเป็นลำดับที่ 5	95	23.8
เลือกเป็นลำดับที่ 6	268	67
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.2 การจัดอันดับ Content ที่ชอบชื่นชอบในเว็บไซต์ trueplookpanya พบว่า ด้าน Knowledge ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 5 จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และ ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 6 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ด้าน Examination ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 5 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และ ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 6 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ด้าน Teacher ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 5 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 6 จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

ด้าน TCAS ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 5 จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และ ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 6 จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ด้าน Blog ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 4 จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 5 จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 และ ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 6 จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ด้าน ธรรมชาติ ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 1 มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 2 มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 3 มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 4 มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 5 มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และ ถูกเลือกเป็นอันดับที่ 6 มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 68

**ส่วนที่ 3** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ truepllookpanya

**ตารางที่ 4.3**แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่เกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจโดยรวม การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการของผู้ใช้บริการเว็บไซต์

ประเด็นพิจารณา	1	2	3	4	5	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ทัศนคติด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร	-	-	6.2	76.3	17.5	4.45	0.39	มีทัศนคติที่ดีมาก
ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ	-	1.3	16.6	65.3	16.8	4.3	0.54	มีทัศนคติที่ดีมาก
ด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย	-	1	10.9	69.8	18.3	4.37	0.51	มีทัศนคติที่ดีมาก
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	-	-	6.1	69.6	24.3	4.46	0.42	มีทัศนคติที่ดีมาก
ความพึงพอใจโดยรวม	-	-	3	45	52	4.49	0.56	พึงพอใจมากที่สุด
การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการ	-	0.4	4	35.3	30.3	4.55	0.59	แนะนำแน่นอน

จากตารางที่ 4.3 ระดับความสำคัญที่เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ โดยรวมมีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีมากในทุก ๆ ด้าน คือ ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร มีค่าความเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ มีค่าความเฉลี่ยอยู่ที่ 4.3 ด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย มีค่าความเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 และด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีค่าความเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น พึงพอใจมากที่สุด จำนวน 208 คิดเป็นร้อยละ 52 พึงพอใจมาก จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 และ พึงพอใจปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และระดับความสำคัญที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49

การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะแนะนำให้กับผู้อื่น แบ่งออกเป็น แนะนำแน่นอน จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 คาดว่าจะแนะนำ จำนวน 141 คน คิดเป็น 35.3 ไม่น่าใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และ คาดว่าจะไม่แนะนำ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตามลำดับ และระดับความสำคัญที่เกี่ยวกับการแนะนำให้เข้าใช้บริการเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 หมายความว่า ผู้เข้าใช้บริการจะมีการแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นเข้าใช้บริการเว็บไซต์แน่นอน

**ส่วนที่ 4** ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ [www.truelookpanya.com](http://www.truelookpanya.com) แตกต่างกัน จากสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา และช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ต่างกัน

**ตารางที่ 4.4** แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษา ที่มีผลความ พึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ [truelookpanya](http://truelookpanya.com)

ตัวแปร	ค่าสถิติ					
		$\bar{X}$	SD	Levene Statistic	t	Sig.
เพศ	หญิง	4.5	0.56	.395	.438	.661
	ชาย	4.47	0.56			
ระดับการศึกษา	ม.ปลาย/ปวช.	4.54	0.54	8.95	2.76	.006
	ต่ำกว่า ม.ปลาย	4.38	0.59			

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคล ทางด้านเพศ และระดับ การศึกษาที่มีผลความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ [www.truelookpanya.com](http://www.truelookpanya.com) มี ดังนี้ ด้านเพศภาพรวมอยู่ที่ (Sig. = 0.661) สรุปได้ว่า เพศมีผลไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05 ต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา ทางด้านระดับ การศึกษาที่มีผลความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ ภาพรวมอยู่ที่ (Sig. = 0.006) สรุปได้ ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ทรูปลูก ปัญญา อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยที่กลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย/ปวช. มีความพึง พึงพอใจที่สูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับ ม.ปลาย

ตารางที่ 4.5แสดงผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคล ด้านช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ที่มีผลความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์trueplookpanya

ตัวแปร	ช่องทางในการเข้าถึง	ค่าสถิติ					
		$\bar{X}$	SD	Levene Statistic	Sig.	F	Sig.
ความพึงพอใจ	Google	4.47	0.56	2.38	.051	1.78	0.132
	Facebook	4.59	0.51				
	Twitter	4.39	0.56				
	Instagram	4.39	0.67				
	Line	4.49	0.58				

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคล ด้านช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ ที่มีผลความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya ดังนี้ ภาพรวมอยู่ที่ (Sig. = 0.051) สรุปได้ว่า ด้านช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์มีผลไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ต่อความพึงพอใจโดยรวมในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา

ส่วนที่ 5 ทศนคติมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya

การวิเคราะห์ทศนคติด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ ด้านความเป็นมัลติมีเดียและความทันสมัย ด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์trueplookpanyaโดยมีสมมุติฐาน ดังนี้

Ho :ทศนคติด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ ด้านความเป็นมัลติมีเดียและความทันสมัย ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanya

H1 :ทศนคติด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ ด้านความเป็นมัลติมีเดียและความทันสมัย ด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ trueplookpanyaอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (Ho) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 แสดงความสัมพันธ์ของทัศนคติด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ ด้านความเป็นมัลติมีเดียและความทันสมัย ด้านประโยชน์ที่ได้รับ กับความพึงพอใจ โดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya

ความพึงพอใจโดยรวม	ค่าความสัมพันธ์ (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ทัศนคติด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร	.311**	.000	สัมพันธ์ปานกลาง
ทัศนคติด้านฟังก์ชันการใช้งาน	.119*	.017	สัมพันธ์ต่ำมาก
ทัศนคติด้านความเป็นมัลติมีเดียและ ความทันสมัย	.190**	.000	สัมพันธ์ต่ำมาก
ทัศนคติด้านประโยชน์ที่ได้รับ	.259**	.000	สัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ

\*\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.6 การวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya มีค่า Sig. 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ทัศนคติ ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.311 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้เข้าใช้บริการมีทัศนคติต่อด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya มีค่า Sig. 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ทัศนคติ ฟังก์ชันการใช้งานและระบบ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.119 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับต่ำมาก แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้เข้าใช้บริการมีทัศนคติต่อด้าน ฟังก์ชันการใช้งานและระบบ เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ด้าน ความเป็นมัลติมีเดียและความทันสมัย กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya มีค่า Sig. 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ทัศนคติ ความเป็นมัลติมีเดียและความทันสมัย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.190 แสดงว่าตัวแปร

ทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับก่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้เข้าใช้บริการมีทัศนคติต่อต้านความเป็นมัลติมีเดียและความทันสมัยเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ด้าน ประโยชน์ที่ได้รับ กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya มีค่า Sig. 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ทัศนคติ ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( r ) เท่ากับ 0.259 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับก่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้เข้าใช้บริการมีทัศนคติต่อต้าน ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์เพิ่มขึ้นในระดับก่อนข้างต่ำ

#### ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya

การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

Ho : ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya

H1 : ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### ตารางที่ 4.7 แสดงลักษณะข้อมูลความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya

ความพึงพอใจโดยรวม	ค่าความสัมพันธ์ (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการ	.697**	.000	สัมพันธ์ระดับสูง
N	400		

\*\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการกับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya มีค่า Sig. 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่



ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.697 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันที่ระดับสูง แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้เข้าใช้บริการมี ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเพิ่มขึ้น จะมีการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ เพิ่มขึ้นในระดับสูง



## บทที่ 5

### ผลการวิเคราะห์

#### สรุปผลการวิจัยการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

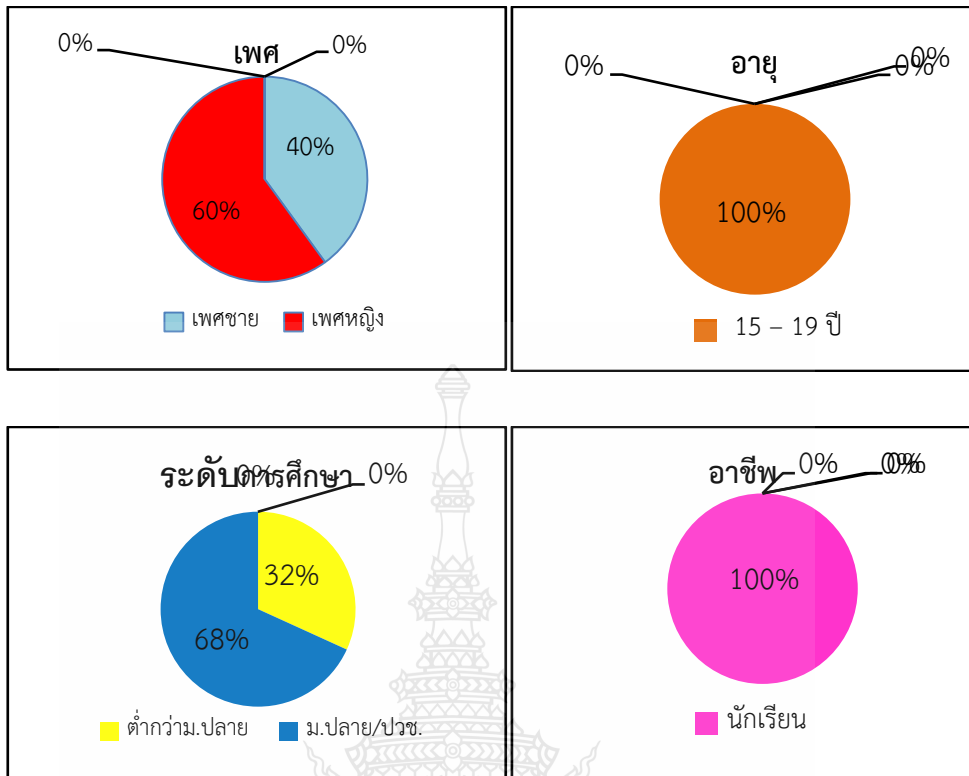
การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาเว็บไซต์เพื่อการศึกษา โดยจำแนกตามลักษณะบุคคล ทักษะคิดที่มีต่อเว็บไซต์ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์ และการแนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นเข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanyaเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยมีตัวแปรต้นเป็นลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ช่องทางการเข้าถึงเว็บไซต์ และ ทักษะคิดที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการศึกษา ได้แก่ ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ ด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจโดยรวมต่อเว็บไซต์ การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ ซึ่งสามารถวิเคราะห์และสรุปผลได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

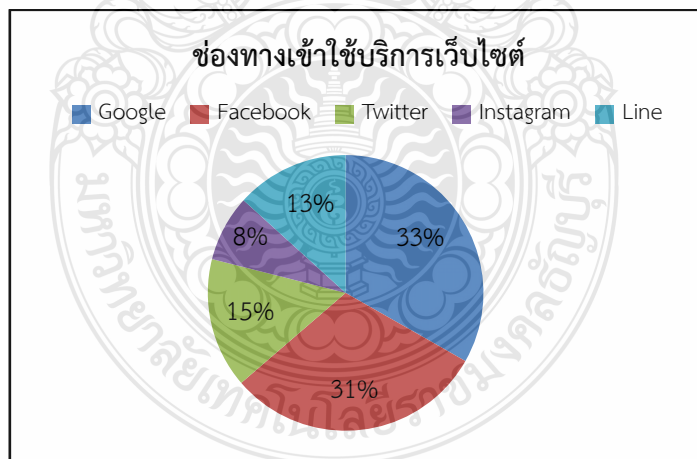
ผลการศึกษาทักษะคิดและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาเว็บไซต์เพื่อการศึกษา ได้ดังนี้

ด้านลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

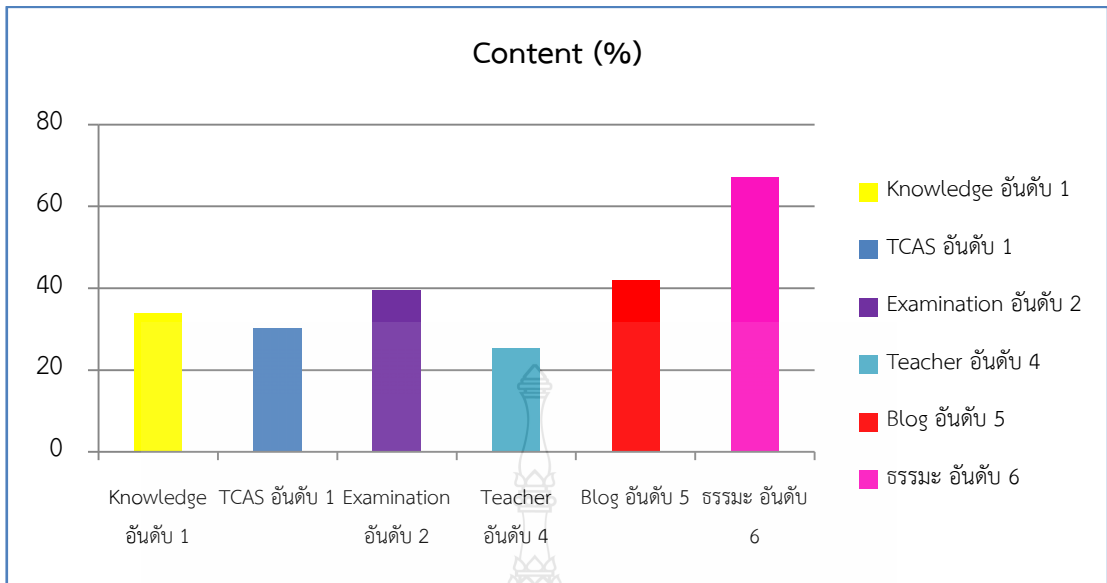
จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (60 %vs 40%) ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 15-19 ปี ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. (68%) อาชีพส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ใน ส่วนของพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า มีช่องทางในการเข้าใช้บริการจาก www.google.com ซึ่งคิดเป็น 33.3 % เนื่องจากสะดวกสบายและค้นหาได้ง่ายและรวดเร็ว รองลงมาเป็นการเข้าใช้บริการผ่านทาง Facebook (30.5%) และอื่น ๆ เช่น Twitter , Instagram และ Line ตามลำดับในส่วนของการจัดอันดับ Content ของเว็บไซต์ พบว่า ด้าน Knowledge เป็น Content ที่ถูกเลือกเป็นอันดับ 1 มากที่สุด (33.8%) เนื่องจากเป็น Content ที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการเรียน การสอน ที่มีเนื้อหาและสาระความรู้ที่สามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดีและด้าน TCAS ถูกเลือกเป็นอันดับ 1 มากที่สุด (30.3%) Examination เป็น Content ที่เลือกเป็นลำดับที่ 2 มากที่สุด (39.5%) ในส่วนของ Content ด้าน Teacherพบว่า เป็น Content ที่เลือกเป็นลำดับที่ 4 มากที่สุด(25.3%) ในส่วนของ Content ด้าน Blog พบว่า เป็น Content เลือกเป็นลำดับที่ 5มากที่สุด (42%) ในส่วนของ Content ด้าน ธรรมะพบว่า เป็น Content เลือกเป็นลำดับที่ 6 มากที่สุด (67%)



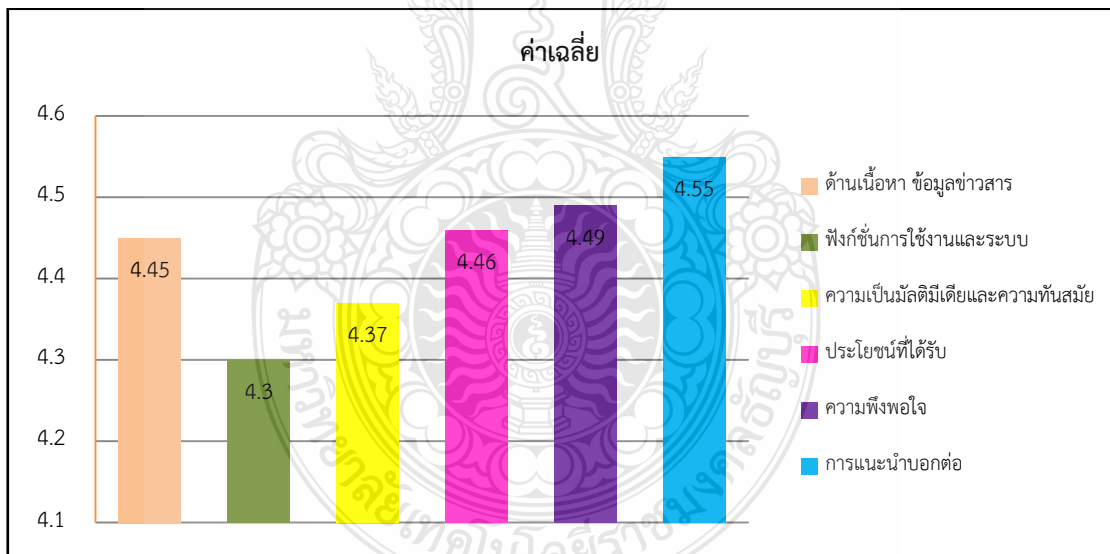
ภาพที่ 5.1 สรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์



ภาพที่ 5.2 สรุปพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 5.3 สรุปการจัดอันดับ Content ที่ชอบขึ้นชอบในเว็บไซต์ trueplookpanyaของผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 5.4 สรุปทัศนคติ ความพึงพอใจ และการแนะนำบอกต่อของผู้ตอบแบบสอบถาม

## การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา และช่องทางการเข้าถึงเว็บไซต์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanyaต่างกัน มีผลสรุปดังตารางที่ 5.1

**ตารางที่ 5.1** แสดงผลสรุปลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจและไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์

ลักษณะส่วนบุคคล	→ ความพึงพอใจ	ผลการทดสอบ
เพศ	→ ความพึงพอใจ	X
ระดับการศึกษา	→ ความพึงพอใจ	✓ (กลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย/ปวช >กลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า ม.ปลาย)
ช่องทางการเข้าถึง	→ ความพึงพอใจ	X

หมายเหตุ : X ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ✓ เป็นไปตามสมมติฐาน  
พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่แตกต่างกันทั้ง 3 ด้านนั้น เพศและช่องทางการเข้าถึงไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya ในขณะที่ระดับการศึกษานั้นมีผลต่อการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya

**สมมติฐานข้อที่ 2** ทักษะคติในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanyaแตกต่างกันมีผลสรุปดังตารางที่ 5.2

**ตารางที่ 5.2** แสดงผลสรุปทักษะคติในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์

ทักษะคติในการเข้าใช้ บริการเว็บไซต์	↔	ความพึงพอใจ	ผลการทดสอบ	ความสัมพันธ์
ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร	↔	ความพึงพอใจ	✓ (r= .311**)	ระดับปานกลาง
ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ	↔	ความพึงพอใจ	✓ (r= .119*)	ระดับต่ำมาก
ด้านความเป็นมิตรมีเดีย และความทันสมัย	↔	ความพึงพอใจ	✓ (r= .190**)	ระดับค่อนข้างต่ำ
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	↔	ความพึงพอใจ	✓ (r= .259**)	ระดับค่อนข้างต่ำ

หมายเหตุ ✓ เป็นไปตามสมมติฐาน

ผลการทดสอบสามารถสรุปได้ว่า ทศนคติทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจแต่อยู่ในระดับระดับต่ำมากถึงปานกลาง โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์ดังนี้ (1) ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร (2) ด้านประโยชน์ที่ได้รับ (3)ด้านความเป็นมัลติมีเดียความทันสมัย และ (4) ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ

**สมมติฐานข้อที่ 3** ความพึงพอใจในการใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanyaแตกต่างกัน มีผลสรุปดังตารางที่ 5.3

**ตารางที่ 5.3** ความพึงพอใจในการใช้บริการมีความสัมพันธ์ต่อการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการและไม่มี ความสัมพันธ์ต่อการแนะนำให้เข้ามาใช้บริการ

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	การแนะนำบอกต่อ	ผลการทดสอบ
ความพึงพอใจ	↔ การแนะนำบอกต่อ	✓ (r = .697**) มีความสัมพันธ์ระดับสูง
หมายเหตุ ✓ เป็นไปตามสมมติฐาน		
เมื่อพิจารณาพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับการแนะนำบอกต่อให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ในระดับสูง		

**ตารางที่ 5. 4** ตารางสรุป

		ผลการทดสอบ	แปรผล
เพศ	→ ความพึงพอใจ	X	
ระดับการศึกษา	→ ความพึงพอใจ	✓	(กลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย/ปวช >กลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า ม.ปลาย)
ช่องทางการเข้าถึง	→ ความพึงพอใจ	X	
ทัศนคติด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร	↔ ความพึงพอใจ	✓ (r= .311**)	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
ทัศนคติด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ	↔ ความพึงพอใจ	✓ (r= .119*)	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก
ทัศนคติด้านความเป็นมัลติมีเดียและความทันสมัย	↔ ความพึงพอใจ	✓ (r= .190**)	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ
ทัศนคติด้านประโยชน์ที่ได้รับ	↔ ความพึงพอใจ	✓ (r= .259**)	มีความสัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ
ความพึงพอใจในการใช้บริการ	↔ การแนะนำบอกต่อ	✓ (r = .697**)	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
หมายเหตุ : X ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ✓ เป็นไปตามสมมติฐาน			

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง ทักษะคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาเว็บไซต์เพื่อการศึกษา

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา และช่องทางการเข้าถึงเว็บไซต์ ที่แตกต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ด้านเพศ และช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya ที่แตกต่างกัน ในขณะที่ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยมูทิตา เตชะศิวนาถ (2554) ที่ทำวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บบอร์ดพันทิปคาเฟ่ พบว่าเพศ และช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ ส่วนระดับการศึกษาที่ต่างกันนั้นไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ เพราะเพศไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงถึงความต้องการในการเข้าใช้เว็บไซต์ และช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์นั้นสามารถทำได้หลายช่องทางในส่วนระดับการศึกษานั้น กลุ่มที่มีการศึกษาระดับ ม.ปลาย/ปวช มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาต่ำกว่า ม.ปลาย ชั้น ม.ปลาย/ปวช อยู่ในช่วงที่ต้องการหาข้อมูลข่าวสารและมีความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาและการวางแผนการเรียน

**สมมติฐานข้อที่ 2** ทักษะคติในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ จากผลการวิจัยพบว่า ทางด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ทางด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบ ทางด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย ทางด้านประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ truelookpanya ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย วรภัทร จัตุชัย (2548) ที่ทำการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาต่อเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และพบว่าทางด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ฟังก์ชันการใช้งานและระบบ นความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย ประโยชน์ที่ได้รับ ของนักศึกษานั้น มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ เพราะมีเนื้อหาข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งการใช้ภาษาที่อ่านง่าย ไม่ซับซ้อน และได้ใจความ ทำให้ได้รับประโยชน์ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน มีมีการปรับข้อความเสมอ ๆ และมีฟังก์ชันการใช้งาน รวมถึงระบบที่ใช้เทคนิคที่หลากหลายทันสมัย สะดวกในการใช้งาน

**สมมติฐานข้อที่ 3** ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการและมีความสัมพันธ์กับแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นหรือบุคคลที่ 3 ให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบอกต่อของ เอ็มมานูเอล โรเซน (2543) อังใน ฌญาธิ์ ประทุมทอง, 2554 ว่า การแนะนำบอกต่อจะเกิดขึ้นจากความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ โดยที่ความพึงพอใจจะนำไปสู่การบอกต่อในทางที่ดีและความไม่พึงพอใจจะนำไปสู่การบอกต่อในทางลบ

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากวิจัย

1. ผลจากการวิจัยพบว่าลักษณะส่วนบุคคลทางด้านเพศ และช่องทางการเข้าถึงของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญา ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ แสดงว่าเว็บไซต์ในปัจจุบันสามารถตอบสนองความต้องการได้ทั้ง 2 กลุ่ม เพศชายและหญิง , ช่องทางการเข้าถึง แต่กลุ่มที่มีการศึกษต่ำกว่า ม.ปลาย มีผลต่ำกว่าอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าเว็บไซต์ควรทำการปรับปรุงเนื้อหาเว็บไซต์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มนี้ให้มากขึ้น เช่น การเพิ่มคอนเท้น ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจให้กับกลุ่มที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับ ม.ปลาย เป็นต้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า เนื้อหา ข้อมูลข่าวสารและประโยชน์ที่ได้รับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ดังนั้นบริษัทจึงควรมุ่งเน้นปรับปรุง เนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ให้ครบครันและทันสมัยสมอนอกจากนี้ในการพิจารณาข้อมูลข่าวสาร ควรคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มนักเรียนทั้งชั้น ม.ปลายและม.ต้น เพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งานที่แท้จริง ในส่วนของฟังก์ชันการใช้งานและระบบ รวมไปถึง ความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์เช่นกัน ผู้ดูแลเว็บไซต์ควรมีการปรับปรุงฟังก์ชันการใช้งานและระบบให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรองรับการใช้งานที่เพิ่มมากขึ้น

3. ผลจากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการแนะนำบอกต่อ ดังนั้นจึงต้องมีการพัฒนาเว็บไซต์ในทุก ๆ ด้านเพื่อให้ผู้เข้าใช้งานมีความพึงพอใจในทิศทางที่ดีเพิ่มมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์และโปรโมทเว็บไซต์เพื่อสร้างการรับรู้ที่มากขึ้น

### 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ทำการศึกษาเปรียบเทียบเว็บไซต์ truepllookpanyaกับเว็บไซต์ด้านการศึกษาเว็บไซต์อื่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ละเอียดมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการประเมินถึงความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

2. ควรทำศึกษาทัศนคติในด้านอื่น ๆ ของเว็บไซต์ เช่น ความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์

3. ควรทำศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้ที่อยู่ใน กรุงเทพฯ/ปริมณฑล เปรียบเทียบกับผู้ใช้ที่อยู่ในจังหวัดอื่น ๆ เพราะกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันเป็นกลุ่มนักเรียนที่อยู่ในเขตจังหวัดกรุงเทพฯ

4. ควรทำการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม ( focus group) หรือสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มผู้ที่ชอบเว็บไซต์ ผู้ที่ใช้เป็นประจำเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ได้ใช้เป็นประจำ หรือผู้ที่ไม่ได้ชอบเว็บไซต์ หรือผู้ที่ชอบเว็บไซต์อื่นมากกว่า เพราะจะได้ความเข้าใจชัดเจนถึงสาเหตุที่ผู้ใช้ชื่นชอบและเพื่อที่จะได้ค้นพบสิ่งที่เว็บไซต์ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเต็มที่



## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กมล เกตุพันธ์และคณะ. (2559). **ทัศนคติ พฤติกรรมและปัญหาการใช้ “กูเกิ้ล ทรานสเลท” (Google Translate) ของนักศึกษาวิชาเอกภาษาอังกฤษ.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่).
- จตุรธา ยืนยงสุวรรณ. (2557). **ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์เพื่อการสื่อสาร ศูนย์มาตรฐานรหัสและข้อมูลสุขภาพแห่งชาติ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- ทวารัตน์ เต็งทอง. (2552). **พฤติกรรมและความพึงพอใจประโยชน์จากการใช้บริการสื่อออนไลน์เพื่อการสมัครงาน กรณีศึกษา : ผู้สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ปี 2551** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- ทรูปลูกปัญญาต่อทคอม. (2552). สืบค้นจาก <http://www.trueplookpanya.com>
- ปรานค์ชิต แสงเสวตร. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์อินเทอร์เน็ต กฟผ.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ปรัชญนันท์ นิลสุข. (2546). การประเมินคุณภาพเว็บข้อมูลสารสนเทศ. **วารสารรังสิตสารสนเทศวารสารวิชาการของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต, 9, (1), 17 – 28.**
- ปริญญา ทองแสง. (2550). **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ www.manager.co.th.** (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- พงษ์พิชญ์ อ่อนละมัยและคณะ. (2560). **ความพึงพอใจในการใช้บริการเว็บไซต์รัฐบาลดิจิทัลของสำนักงานประกันสังคม สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าและสำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ของประชาชน จังหวัดขอนแก่น. วารสารรังสิตสารสนเทศ วารสารวิชาการของสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยรังสิต, 25, (1).**
- มูทิตา เตชะศิวนาถ. (2554). **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เว็บไซต์ ฟันทิปคาเฟ่.** (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์. (2548). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์สถาบันของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.** (วิจัยทุนสนับสนุน , สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ)

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- วรภัทร จัตูชัย. (2548). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาต่อเว็บไซต์ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- อรปรียา คำแพงและคณะ. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้เข้าชมเว็บไซต์มหาวิทยาลัย ราชภัฏกำแพงเพชร โดยใช้ Google Analytics. (รายงานการวิจัย) กำแพงเพชร สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- Google Analytics. (2562). Day Active Users [www.trueplookpanya.com](http://www.trueplookpanya.com) สืบค้น จาก <https://analytics.google.com/analytics/web>
- Teerapat Piyaket. (2558). แนวคิดเว็บไซต์เพื่อการศึกษาเทคโนโลยีสารสนเทศในชีวิตประจำวัน. สืบค้นจาก <https://www.slideshare.net/TeerapatPiyaket/ss-54795185>



ภาคผนวก





ทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาเว็บไซต์เพื่อการศึกษา

---

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาของนักศึกษาศรีวิภาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาวิจัยถึงทัศนคติและความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพเว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาเว็บไซต์เพื่อการศึกษา

(www.trueplookpanya.com )

โดยแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 : ทัศนคติของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.trueplookpanya.com

ส่วนที่ 3 : ความพึงพอใจโดยรวมในใช้บริการเว็บไซต์ www.trueplookpanya.com

ส่วนที่ 4 : การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ www.trueplookpanya.com

ส่วนที่ 5 : ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านผู้ที่ได้ทำการตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ชลธิชา บุญสมาน

(นักศึกษาศรีวิภาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะบริหารธุรกิจ)

**ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล**

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงใน ( ) ให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) 15 - 19 ปี ( ) 20 - 24 ปี ( ) 25 - 29 ปี  
( ) 30 - 34 ปี ( ) 35 - 39 ปี ( ) 40 - 44 ปี  
( ) มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.  
( ) อนุปริญญา / ปวส. ( ) ปริญญาตรี  
( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ( ) พนักงานบริษัทเอกชน  
( ) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ( ) อาชีพอิสระ  
( ) เจ้าของธุรกิจ/หุ้นส่วนธุรกิจ ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ช่องทางในการเข้าถึงเว็บไซต์

( ) Google ( ) Facebook  
( ) Twitter ( ) Instagram  
( ) Line ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. เรียงลำดับ Content ที่ท่านชอบขึ้นชอบในเว็บไซต์ www.truelookpanya.com (เรียงลำดับ 1-6)

- \_\_\_ Knowledge (รวบรวมเนื้อหาการเรียน)  
 \_\_\_ Examination (คลังข้อสอบ)  
 \_\_\_ Teacher (ข้อมูลสำหรับคุณครู)  
 \_\_\_ TCAS (ข้อมูล เพื่อการเตรียมสอบ Admissions)  
 \_\_\_ Blog (คอนเท้น ข่าวสารด้านความบันเทิง)  
 \_\_\_ ธรรมะ (แหล่งความรู้ด้านพระพุทธศาสนา)

**ส่วนที่ 2** ทักษะของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ www.truelookpanya.com

คำชี้แจง : โปรดคลิกที่ช่อง  ลงในช่องระดับที่สอดคล้องตามเกณฑ์ ดังนี้

5 : เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4 : เห็นด้วย 3 : เฉย ๆ 2 : ไม่เห็นด้วย 1 : ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ทัศนคติ	ระดับทัศนคติ				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>1. ด้านเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์</b>					
1.1 เนื้อหา ข้อมูลข่าวสารมีความถูกต้อง					
1.2 เนื้อหา ข้อมูลข่าวสารมีความน่าเชื่อถือ					
1.3 เนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร มีความน่าสนใจ.					
1.4 เนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร มีความเป็นกลาง					
1.5 เนื้อหาในเว็บไซต์มีการปรับปรุงให้ทันต่อเหตุการณ์					
1.6 เนื้อหาตรงต่อความต้องการ					
<b>2. ด้านฟังก์ชันการใช้งานและระบบของเว็บไซต์</b>					
2.1 เว็บไซต์ใช้งานง่าย					
2.2 การสมัครสมาชิกมีขั้นตอนที่ง่ายไม่ซับซ้อน					
2.3 หน้าเว็บไซต์มีการแสดงผลอย่างรวดเร็ว					
2.4 เว็บไซต์มีระบบรองรับผู้ใช้งานได้จำนวนมาก					
2.5 เว็บไซต์มีความสอดคล้องเป็นแนวทางเดียวกัน					
<b>3. ด้านความเป็นมิตรมีเดียและความทันสมัย</b>					
3.1 มีภาพและเสียง สอดคล้องกับเนื้อหา					
3.2 มีกราฟฟิกและภาพเคลื่อนไหว สอดคล้องกับเนื้อหา					
3.3 เว็บไซต์มีการปรับปรุงให้ดูทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ					

**ส่วนที่ 2** ทักษะคดีของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ [www.truelookpanya.com](http://www.truelookpanya.com) (ต่อ)

ทักษะคดี	ระดับทักษะคดี				
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3.4 แบ่งหมวดหมู่ได้ชัดเจนง่ายต่อการค้นหา					
<b>4. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากเว็บไซต์</b>					
4.1 ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์					
4.2 สามารถนำเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับ ไปใช้สนทนา ร่วมกับผู้อื่น					
4.3 สามารถนำข้อมูล เนื้อหาไปใช้ในการอ้างอิงได้					
4.4 เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ที่ครบถ้วน สมบูรณ์					

**ส่วนที่ 3** ความพึงพอใจโดยรวมในใช้บริการเว็บไซต์ [www.truelookpanya.com](http://www.truelookpanya.com)

คำชี้แจง : โปรดคลิกที่ช่อง  ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ท่านมีความพึงพอใจจากการใช้บริการเว็บไซต์ [www.truelookpanya.com](http://www.truelookpanya.com) โดยรวมอยู่ในระดับ

พึงพอใจมากที่สุด : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : ไม่พึงพอใจอย่างมาก  
5            4            3            2            1

**ส่วนที่ 4** การแนะนำให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ [www.truelookpanya.com](http://www.truelookpanya.com)

คำชี้แจง : โปรดคลิกที่ช่อง  ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่าน

ท่านคิดว่าท่านจะแนะนำคนให้เข้ามาใช้บริการเว็บไซต์ [www.truelookpanya.com](http://www.truelookpanya.com) ต่อหรือไม่

แนะนำอย่างแน่นอน : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : \_\_\_\_\_ : ไม่แนะนำอย่างแน่นอน  
5            4            3            2            1

**ส่วนที่ 5** ข้อเสนอแนะ

ท่านคิดว่า เว็บไซต์ทรูปลูกปัญญาเว็บไซต์เพื่อการศึกษา ( [www.trueplookpanya.com](http://www.trueplookpanya.com) ) ควร  
มีการพัฒนา ปรับปรุงหรือแก้ไขในด้านในบ้างเพื่อตอบสนองความต้องการของท่านหรือของผู้ใช้งาน  
ที่สุด

.....

.....

.....

.....





## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาว ชลธิชา บุญสมาน  
วัน เดือน ปีเกิด 29 กันยายน 2534  
ที่อยู่ 229/283 ม.1 ต.ลำผักกูด อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี 12110  
การศึกษา ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ที่ทำงาน ฝ่ายทรูปลูกปัญญา มีเดีย บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)  
เบอร์โทรศัพท์ 090-986-0713  
อีเมล chonticha.m.b@gmail.com

