

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณ:เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน Users' Satisfaction in Knowledge Management Website of Faculty of Mass Communication Technology

กิวิทธี ศรีสัมฤทธิ์^{1*} และ นุจธิ บุรีรัตน์²^{1,2} อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ 10300

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง, แบบข้อภูมิ และแบบบังเอิญ กำหนดสัดส่วน ตามลักษณะประชากร คือ อาจารย์ นักศึกษา และเจ้าหน้าที่ภายในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 265 คน สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test One-way ANOVA และการทดสอบรายคู่ LSD ผล การศึกษา พบว่า พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ นิยมใช้งานโดยใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะที่บ้านพักอาศัยในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. เข้าอินเทอร์เน็ตเพื่อการพูดคุยสนทนาเป็นหลัก การเข้าใช้งานเว็บไซต์ของคณาฯ นาน ๆ ครั้ง น้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ นาน ๆ ครั้ง ลักษณะประชากรของกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ดังนี้ เพศ สถานภาพภายในครอบครัว อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อุปกรณ์การสื่อสารไม่มีผลต่อ ความพึงพอใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในรายด้านมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติเป็นรายคู่ คือ ด้านการออกแบบเว็บไซต์กับอายุ และด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลกับระดับการศึกษามีความ พึงพอใจแตกต่างกัน

Abstract

The objectives of the research are to study users' behavior and to compare of users' satisfaction in knowledge management website of the Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. This research is a survey-based research which uses questionnaires as research tools. The research sampling consists of purposive sampling, stratified sampling and accidental sampling of 265 lecturers, students and staffs of the Faculty of Mass Communication Technology. Statistical methods used are average, percentage, standard deviation, t-test, One-way ANOVA and LSD. The research findings show that, in terms of users' behavior, most users use desktop computer at their homes during 20.01-00.00 am. Most users use the internet mainly to chat. Use of faculty's website is rare, at less than 1-3 time/week. Use of faculty's knowledge management website is also very few. Different characteristics of the target group do not provide significant difference in satisfaction level. Demographic factors such as sex, status within the faculty, age, education, monthly income and communication devices used do not affect users' satisfaction. This finding does not correspond with the assumption. However, there are some aspects that significantly correspond with other assumptions. For example, age affects satisfaction level in website design while education affects satisfaction level in data utilization.

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ การจัดการความรู้

Keywords : Satisfaction, Knowledge Management

* ผู้ประสานงานไปรษณีย์เล็กทรอนิกส์ kawit.s@rmutp.ac.th โทร. 0 2282 9009-15 ต่อ 6864-5



1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญญา

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก เพราะทำให้วิถีชีวิตเราทันเหตุการณ์และทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีการนำเสนอข้อมูลข่าวปัจจุบัน และสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ผู้ใช้รับทราบถึงการเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน สารสนเทศที่เสนอในอินเทอร์เน็ตมีมากหลายรูปแบบเพื่อสนองความสนใจและความต้องการของผู้ใช้ทุกกลุ่ม อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งสารสนเทศสำคัญสำหรับทุกคนเพื่อสามารถค้นหาสิ่งที่ตนสนใจได้ในทันที หรือแม้แต่การรับรู้ข่าวสารทั่วโลกก็สามารถอ่านได้ในอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่าง ๆ (พิมานทร ปลูกปัญญา, 2552) ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงมีความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนเพื่อการติดต่อสื่อสารและการแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งถ้าองค์กรใดไม่สามารถใช้การติดต่อสื่อสารข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้เกิดการเสียเปรียบทางด้านการสื่อสาร และการแข่งขันทั้งภายในองค์กร และระดับประเทศ (ธนชาติ นุ่มนนท์, 2556)

องค์ความรู้จากอาจารย์และบุคลากรภายในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ยังมีปัญหาในการรวบรวมและจัดเก็บอย่างเป็นระบบ จากผลการประเมินตนเองตามองค์ประกอบ/ตัวบ่งชี้และเกณฑ์ มทร.พระนคร ปี 2555 ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน (คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 2555) ตัวชี้วัดที่ 7.2 การพัฒนาสถาบันสู่สถาบันการเรียนรู้ ข้อที่ 4 และ 5 ไม่มีการรวบรวมความรู้ตามประเด็นความรู้ที่กำหนดในข้อดัน ๆ ทั้งที่มีอยู่ในตัวบุคคลและแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ ที่เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีมาพัฒนาและจัดเก็บอย่างเป็น

ระบบโดยเผยแพร่องค์ความรู้เป็นลายลักษณ์อักษร (Explicit Knowledge) และไม่มีการนำความรู้ที่ได้จากการจัดการความรู้ในปีการศึกษาปัจจุบันหรือปีการศึกษาที่ผ่านมาที่เป็นลายลักษณ์อักษร และความรู้ทักษะของผู้มีประสบการณ์ตรง (Tacit Knowledge) ที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดีมาปรับใช้ในการปฏิบัติจริง โดยเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้สร้างมาเพื่อที่จะสามารถเรียกใช้องค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการองค์ความรู้ภายในองค์กร เป็นสิ่งที่สำคัญในการจะหลอมรวมองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นทั้งหมดมาจัดเก็บและนำมาใช้ประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุด โดยนำมาจากประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญจากความรู้ในด้านต่าง ๆ มาแลกเปลี่ยนกัน โดยในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ได้มีส่วนของหน้าเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ที่ต้องได้รับการปรับปรุงและรองรับต่อการประเมินผลมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองต่อตัวชี้วัดและการประเมินต่าง ๆ ในปัจจุบัน รวมทั้งเป็นแหล่งความรู้ที่รวมรวมภูมิความรู้จากคณาจารย์ในคณะ การทำงานและรูปแบบการทำงานในสายงานปฏิบัติต่าง ๆ ที่เหมาะสมสามารถดึงมาใช้งานได้อย่างสม่ำเสมอ และยังคงอยู่ตลอดจนเว็บไซต์เพื่อการสืบค้น และเข้าถึงองค์ความรู้เพื่อรองรับการแก้ปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จากกรณีศึกษาต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นแล้วนำมาจัดเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม ผู้ที่พบปัญหาสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์แล้วนำไปแก้ปัญหาในการทำงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตามข้อที่ 5 ของตัวชี้วัดที่ 7.2 จากการรวบรวมองค์ความรู้ในองค์กรที่ยังไม่มีจุดรวมที่ชัดเจนให้กับคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาของคณะสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง และเพื่อความเหมาะสมต่อการประเมินตามกรอบการประเมินต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงเห็น

ความสำคัญในการที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคนดาน รวมถึงเว็บไซต์อื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความพึงพอใจของผู้ใช้สูงที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของ การวิจัย

- เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคนดานเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคนดานเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

- พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์มีความแตกต่างกัน
- ลักษณะประชากรของกลุ่มเป้าหมาย มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

2. วิธีการศึกษา

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาคนดานเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนในปีการศึกษา 2555 รวมทั้งสิ้น 819 คน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัย

ประชากร	จำนวน (คน)
อาจารย์	22
เจ้าหน้าที่	30
นักศึกษา	767
รวม	819

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาภายในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ซึ่งจากประชากรอยู่ระหว่าง 800-850 คน จึงเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่างอยู่ระหว่าง 260-265 คน โดยผู้วิจัยได้เลือกค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่สูงที่สุด คือ จำนวน 265 คน (Krejcie & Morgan, 1970) โดยผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนดตามลักษณะประชากรที่ศึกษาไว้ คือ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งหมด 265 คน

2. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ผู้วิจัยสุ่มตามหน่วยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน แบ่งประชากรออกเป็นส่วนย่อยในแต่ละส่วน ซึ่งประชากรแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันทางคุณลักษณะเพื่อกระจายให้ได้ตัวอย่างที่มีโอกาสเป็นตัวแทนในทุก ๆ ชั้นกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดกับจำนวนประชากร

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนดตามลักษณะประชากรที่ศึกษาไว้ คือ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรเทียบเป็นอัตราส่วน ของมาดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ดังนี้



ตารางที่ 2 แสดงสัดส่วนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร	จำนวนประชากร (คน)	อัตราส่วนการสุ่มตัวอย่าง (%)	สัดส่วนการสุ่มตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
อาจารย์	22	2.68	7.11	7
เจ้าหน้าที่	30	3.66	9.70	10
นักศึกษา	767	93.65	248.17	248
รวม	819	100	265	265

3. ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้วิจัยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามที่กำหนดในสัดส่วนตามตารางที่ 2

2.2 สัมปทานที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ และข้อมูลขององค์ความรู้

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับ การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ข้อมูลและความเชี่ยวชาญ ขององค์ความรู้ ความพึงพอใจ ของผู้ใช้งานเว็บไซต์ การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ซึ่งผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

และอุปกรณ์การสื่อสาร ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ เป็นคำถามชนิดมาตราส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีการของ Likert จำนวน 19 ข้อ

2.4 การหาค่าความถูกต้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การหาค่าความถูกต้องของแบบสอบถาม (Validity) ทั้งความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องด้านโครงสร้าง (Structure Validity) โดยการสร้างแบบสอบถามที่มีการศึกษาเนื้อหาเฉพาะด้านของแต่ละตัวแปร และขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความสอดคล้อง และพิจารณาจากนิยามทฤษฎี เชิงปฏิบัติการ และกรอบแนวความคิดการวิจัย ที่แสดงประเด็นหลักและประเด็นย่อย ว่ามีความควบคู่กับข้อคำถามของเครื่องมือที่สร้างขึ้นครบถ้วนสมบูรณ์ ครอบคลุมเนื้อหาในตัวแปรทั้งหมดหรือไม่ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในด้านเนื้อหา การใช้ภาษา ความครอบคลุมในแต่ละข้อคำถาม

2. การหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามชุดนี้ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และปรับให้เหมาะสมแล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุง

ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกับประชากร ในการ วัยจั่นวน 30 คน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหา และข้อคำถาม และนำมารวิเคราะห์เพื่อหาความ นำเชือกอีกด้วยโปรแกรมคำนวนทางสถิติ ค่า α ที่ คำนวนได้สูงกว่า 0.85 จึงถือว่าคำถามในแบบ สอนสามารถนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้ แล้ว สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ต่อไป (วิษณุ สุวรรณเพิ่ม, 2549) จากแบบสอบถามที่ใช้ สำหรับการทดสอบ พบร่วม ค่าความน่าเชื่อถือจาก การทดสอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเท่ากับ 0.975

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในช่วงปีงบประมาณ 2555 (ตุลาคม 2554 ถึง กันยายน 2555) โดยดำเนินการแจกแบบสอบถาม ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยวิธีเก็บ แบบสอบถามแบ่งตามสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง ครบ ทั้งหมด 265 ชุด และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และอภิปรายผลต่อไป

2.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ทั้งหมด และนำมาตรวจสอบความถูกต้อง และ ครบถ้วนของข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยนำคำตอบ ที่ได้มาลงรหัส บันทึกข้อมูลและประมวลผลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ และ ได้ทำการวิเคราะห์ ดังนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบ แบบสอบถามส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของกลุ่ม ตัวอย่างตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ใช้วิธีแจกแจงความถี่

และหาค่าร้อยละ

- การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบ สอนตามส่วนที่ 2 การใช้งานเว็บไซต์ ใช้วิธีแจกแจง ความถี่ และหาค่าร้อยละ

- การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบ แบบสอบถามส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ ซึ่งใช้การ วัดแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) การ ตอบแบบสอบถามนี้มีการกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อย ที่สุด ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ ของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าเฉลี่ย (X) และส่วน เปี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของกลุ่มตัวอย่าง การ แปลความหมายค่าเฉลี่ยของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย ค่าเฉลี่ย แบ่งเป็นลักษณะทั่วไปทุก ๆ ช่วง คือ ช่วงละ 0.80 ซึ่งมีหลักในการพิจารณา ดังนี้

- 4.21-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก ที่สุด

- 3.41-4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

- 2.61-3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก ปานกลาง

- 1.81-4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

- 1.00-1.20 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย ที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบ แบบสอบถามในส่วนที่ 1, 2 และ 3 ซึ่งนำตัวแปร ในแต่ละส่วนหาความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

5. ให้คะแนนและลงรหัส (Coding) ให้ ข้อมูลอยู่ในรูปแบบของรหัสคอมพิวเตอร์เพื่อให้ คอมพิวเตอร์สามารถประมวลผลทางสถิติได้



3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบร่วม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.3 เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 93.6 อายุ 18-28 ปี คิดเป็นร้อยละ 94.3 ศึกษาสาขาเทคโนโลยีการโทรศัพท์และวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 35.1 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.2 เป็นเจ้าของอุปกรณ์ลือสาร เช่น Smartphone Tablet หรือ คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 92.1

พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณภาพเทคโนโลยีสารมวลชน พบร่วม ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับใช้งานได้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.9 ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) เป็นอุปกรณ์ในการ

เข้าเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 46.8 สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตคือบ้าน คิดเป็นร้อยละ 75.5 ช่วงเวลาใช้งานอินเทอร์เน็ตคือ 20.01-00.00 น. คิดเป็นร้อยละ 64.9 การพูดคุยสนทนาเป็นจุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 40.4 เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณภาพเทคโนโลยีสารมวลชน นาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 76.2 ความถี่การใช้งานเว็บไซต์คณภาพเทคโนโลยีสารมวลชนน้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 61.5 การใช้บริการเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณภาพเทคโนโลยีสารมวลชน นาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.8

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งวิเคราะห์จากเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณภาพเทคโนโลยีสารมวลชน สามารถแสดงผลค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจเว็บไซต์ได้ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ($n = 265$)

รายละเอียดเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านการออกแบบเว็บไซต์			
ความเหมาะสมของตัวอักษร (Font)	3.53	0.723	มาก
ความสวยงามของเว็บไซต์ (Design Template)	3.48	0.749	มาก
ดูทันสมัย	3.53	0.816	มาก
สีเหมาะสม	3.68	0.752	มาก
สวยงาม	3.66	0.747	มาก
ภาพประกอบมีความเหมาะสม	3.56	0.762	มาก
การจัดองค์ประกอบหัวข้อและเนื้อหาเว็บไซต์	3.55	0.758	มาก
ภาพเคลื่อนไหว (Animation)	3.38	0.813	ปานกลาง
ภาพวิดีโอ (Video)	3.45	0.834	มาก
การเปิดไฟล์เสียง (Sound)	3.43	0.786	มาก
ตำแหน่งของการลิงค์ไปภายในเว็บไซต์ (link)	3.49	0.803	มาก
รวมด้านการออกแบบเว็บไซต์	3.52	0.602	มาก
ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน			
ข้อมูลมีความทันสมัย (Update)	3.54	0.900	มาก
มีข้อมูลครบถ้วนในศาสตร์ของสาขาวิชา	3.52	0.840	มาก
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	3.50	0.840	มาก
รวมด้านการเข้าถึงข้อมูล	3.52	0.748	มาก
ด้านการจัดการองค์ความรู้ และง่ายต่อการใช้งาน			
ลิงค์เข้าไปยังหัวข้อต่าง ๆ ใช้งานได้ง่าย	3.53	0.817	มาก
การจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์	3.57	0.837	มาก
การง่ายต่อการเข้าใช้งานภายในเว็บไซต์	3.53	0.839	มาก
การลิงค์ข้อมูล	3.44	0.819	มาก
รวมด้านการจัดการองค์ความรู้และการใช้งาน	3.52	0.731	มาก
ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูล			
สามารถใช้ประโยชน์ได้ตรงความต้องการที่ค้นหา	3.61	0.815	มาก
รวม	3.52	0.600	มาก



ความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณฑ์เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.600) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน ด้านการจัดการองค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน และด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลอยู่ในระดับมาก

1) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสีที่ใช้สำหรับการออกแบบรองลงมาคือ ความสนับสนุน สำหรับภาพเคลื่อนไหว (Animation) มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

2) ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจข้อมูลที่มีความทันสมัย (Update) รองลงมา คือ มีข้อมูลครบถ้วนศาสตร์ของสาขาวิชา สำหรับความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3) ด้านการจัดการองค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์ รองลงมา คือ การเข้าใช้งานง่ายสำหรับลิงค์หัวข้อต่าง ๆ สำหรับการลิบคั่นข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรกับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ การจัดการองค์ความรู้คณฑ์เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน สรุปได้ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน พบว่า ในทุก ๆ ด้านมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพในขณะต่างกัน มีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณฑ์ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านความพึงพอใจ พบว่า ในด้านการออกแบบเว็บไซต์มีความพึงพอใจแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ อายุ 18-28 ปี กับ อายุ 29-39 ปี

4) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณฑ์ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านความพึงพอใจ พบร่วม พบว่า ในด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลมีความพึงพอใจแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กับ ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโทรศัพท์และวิทยุกระจายเสียง และปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กับสาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย

5) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

6) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อุปกรณ์การสื่อสารต่างกันมีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณฑ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ค่า t test, F test และค่านัยสำคัญของความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของຄณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการ องค์ความรู้ของຄณะ	เพศ		สถานภาพ ในขณะฯ		อายุ		ระดับ การศึกษา		รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน		อุปกรณ์ การสื่อสาร	
	t	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	F	Sig.	t	Sig.
ด้านการออกแบบเว็บไซต์	-0.181	0.857	1.379	0.254	3.112	0.046*	1.207	0.308	1.801	0.129	-1.276	0.203
ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน	1.173	0.242	0.239	0.787	2.427	0.090	1.092	0.361	2.058	0.087	-0.525	0.600
ด้านการจัดการองค์ความรู้และ ง่ายต่อการใช้งาน	0.042	0.967	0.018	0.982	2.365	0.096	0.863	0.486	1.270	0.282	-0.756	0.450
ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูล	0.504	0.615	0.614	0.542	1.526	0.219	2.476	0.045*	1.725	0.145	-0.067	0.946
รวมความพึงพอใจ	0.172	0.864	0.712	0.491	2.956	0.054	1.248	0.291	1.770	0.135	-1.043	0.298

* p ≤ 0.05

3.2 การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่กว่า 5,000 บาท มีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร เช่น Smartphone Tablet หรือคอมพิวเตอร์ พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้งานได้ในระดับปานกลาง โดยใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) เป็นอุปกรณ์ในการเข้าเว็บไซต์ ซึ่งเข้าอินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน นิยมเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตในเวลา 20.01-00.00 น. สอดคล้องกับข้อมูลของ ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย (2556) โดยมีสถิติแนวโน้มการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่าง ๆ ในประเทศไทยด้วยระบบปฏิบัติการ Windows 7 ถึง 40.58% เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ระบบปฏิบัติการ Windows XP 32.13% ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้บนคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและคอมพิวเตอร์ Notebook สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์

ในประเทศไทยในช่วงเวลาที่นิยมเข้าชมสูงสุดในช่วงเวลา 21.00-21.59 น. ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้ใช้งานมีความสนับสนุนและกลับเข้าสู่ที่พักอาศัยเป็นช่วงเวลาสำหรับการพักผ่อน ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานส่วนตัว แต่ไม่สอดคล้องสำหรับการเริ่มต้นโดยทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ผู้ใช้รายใหม่จะเริ่มมีการใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพา หรืออุปกรณ์พกพาที่มีขนาดเบามากขึ้น เช่น Tablet และ Ultrabook ซึ่งจะส่งให้จำนวนประชากรของเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ รวมถึง Notebook ที่มีน้ำหนักมากมีการใช้งานลดลง จึงเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อคอมพิวเตอร์และใช้งานมาในระยะเวลากว่า 1-3 ปีเป็นอย่างน้อยในการใช้คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (สปริงนิวส์, 2556) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่จะนิยมใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับเพื่อการพูดคุยสนทนาเป็นหลักจากการสนทน่าผ่านเว็บลังคอมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook, Twitter และ Line เป็นต้น ซึ่งการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ สามารถใช้งานได้ทั้งในระบบปฏิบัติคอมพิวเตอร์และในโทรศัพท์มือถือ ทำให้การสนทนาระยะไกลสามารถดำเนินการได้สะดวกและรวดเร็ว จากระดับสนทนาได้อย่างต่อเนื่อง



ชีงสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Blumler, J.G., & Katz, E., 1974) มุขย์เปิดรับ สื่อเพื่อความเพลิดเพลิน และเพื่อมนุษยสัมพันธ์ ช่วยลดปัญหาทางด้านจิตใจ ต้องการการยอมรับ ในสังคม ลดความเมื่อยหน่าย เป็นต้น การใช้บริการ เว็บไซต์คณฑ์เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนนาน ๆ ครั้ง รวมทั้งความถี่การใช้งานเว็บไซต์คณฑ์เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่น้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่งผลทำให้การใช้บริการเว็บไซต์การจัดการองค์- ความรู้คณฑ์เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนผู้ใช้เข้าไปใช้ บริการนาน ๆ ครั้งด้วย ชีงสอดคล้องกับวิรจิตร์ นาคานิเวศน์ (ม.บ.บ.) องค์ประกอบของการ ออกรอบแบบเว็บไซต์ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้อง tribun ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณฑ์เทคโนโลยีสื่อสาร มวลชนมีความถี่มากขึ้น ทั้งจากนักศึกษา อาจารย์ เจ้าหน้าที่ ใช้เป็นแหล่งค้นหาข้อมูลหลักของ องค์ความรู้ โดยอาจใช้การเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่ เกี่ยวข้องในทุกด้านนำเข้ามาเก็บเพื่อการใช้งานใน เว็บไซต์ มีการออกรอบขององค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ที่ เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เช่น การจ่ายต่อการเข้าใช้งาน ความสนับสนุนในการอัพเดทข้อมูล การออกรอบแบบ ที่ดึงดูดต่อกลุ่มเป้าหมายเรียนง่ายและความมี เอกลักษณ์ การออกรอบหน้าเว็บจัดตำแหน่งภาพ และลิงก์ที่เหมาะสมให้เชื่อมต่อไปยังเว็บการจัดการ องค์ความรู้คณฑ์เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่ชัดเจน เห็นชัด ช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าสู่เว็บไซต์ได้มากขึ้น รวม ถึงการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใช้งานจากทุกภาคส่วน อย่างต่อเนื่องสนับสนุนอีกด้วย ชีงสอดคล้องกับ งานวิจัยของวราษฎร์ วัลมาลี (2551) ที่มีข้อเสนอ แนะนำเพิ่มหน้าช่าวประชาสัมพันธ์และเพิ่มเมนู หลักเพื่อเชื่อมต่อเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องหรือมีเนื้อหา เช่นเดียวกับเว็บไซต์ที่พัฒนา

ประเด็นองค์ความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากซึ่งความรู้เป็นฐานข้อมูลที่สำคัญของเว็บไซต์ การจัดการองค์ความรู้ในการพัฒนาความรู้ที่มี อยู่แล้วมีความเหมาะสมในระดับหนึ่ง จากการ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้ที่สนใจอยู่ ในระดับมากซึ่งเป็นข้อมูลความรู้ข่าวสารที่ไว้และ ข่าวเทคโนโลยี ส่วนด้านความรู้ในคณฑ์เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนอยู่ในระดับปานกลางโดยความรู้ ที่สนใจมากเป็นข้อมูลความรู้ทางด้านศาสตร์การ เรียนทางเครื่องมือการผลิต สำหรับองค์ความรู้ ภายในฝ่ายต่าง ๆ ของคณฑ์ เช่น ความรู้ทาง วิชาการหรือมีหลักการที่ชัดเจนอาศัยการเรียนรู้ มากจะได้รับความสนใจน้อย ชีงสอดคล้องกับ การจัดการความรู้ เรื่องประเภทความรู้ (วิกิพีเดีย, 2553) ความรู้มี 2 ประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง และ ความรู้แบบผังลึก ซึ่งข้อมูลข่าวสารเป็นข้อมูล ที่สนใจอยู่ในรูปแบบที่ชัดแจ้ง รวบรวมได้ง่าย จัดระบบการถ่ายโอน การเข้ารหัสในการถ่ายทอด ได้ถ่ายก่อ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับ ผู้อื่นในการเรียนรู้ แต่ความรู้ในองค์การของฝ่าย ต่าง ๆ ความเข้าใจแค่ข้อมูลเบื้องต้นอาจไม่ลึกสุด จำเป็นต้องอาศัยความรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง ในการให้ความรู้ และทักษะในเชิงลึกยิ่งขึ้น ทำให้ การสื่อสารและการทำความเข้าใจในกระบวนการ เรียนรู้มากขึ้นตามไปด้วย

ความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์การ จัดการองค์ความรู้คณฑ์เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาเป็น รายด้าน พบว่า ด้านการออกรอบแบบเว็บไซต์ ด้านการ เข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน ด้านการจัดการ องค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน และด้านการ ใช้ประโยชน์ของข้อมูลอยู่ในระดับมาก ซึ่งถือได้ว่า เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้สามารถตอบสนอง

ต่อการใช้งานได้ในระดับเป็นที่พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐรุณิ สิตา, ชลลดา สาครวิศวะ, ณัฐพงษ์ เจนวรวัฒน์ และวรรษณ์ วัลมาลี (2550, 2548, 2546, 2551) ที่มีการประเมินการใช้งานเว็บไซต์มีความเหมาะสมและตอบสนองต่อความพึงพอใจในระดับดี จากผลการวิจัยเป็นรายด้านพบว่า ด้านการออกแบบเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจสูงที่สุด สำหรับภาพเคลื่อนไหว (Animation) มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับวีรจินต์ นาคะนิเวศน์ (ม.บ.บ.) ด้วยองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์การแสดงผลหน้าเว็บไซต์ จำเป็นต้องมีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้งานสะดวก ไม่มีการฟิกหรือตัวอักษรเคลื่อนไหวตลอดเวลา อาจทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เกิดความรำคาญในการดูข้อมูล ทำให้เสียสมาธิ ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจข้อมูลที่มีความทันสมัย (Update) รองลงมา คือ มีข้อมูลครบถ้วนศาสตร์ของสาขาวิชา สำหรับความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ด้านการจัดการองค์ความรู้และจ่ายต่อการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์ รองลงมา คือ การเข้าใช้งานง่ายสำหรับลิงค์หัวข้อต่าง ๆ สำหรับการสืบค้นข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุดซึ่งสอดคล้องกับวีรจินต์ นาคะนิเวศน์ (ม.บ.บ.) ด้วยองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์เนื้อหาที่มีประโยชน์เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมเนื้อหาให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเข้าใช้งานเว็บไซต์มีระบบเนวิเกชันให้ใช้งานง่ายเข้าใจง่ายสะดวก สำหรับการสืบค้นข้อมูลบนเว็บไซต์ยังต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาซึ่งในปัจจุบันยังไม่สามารถให้บริการค้นหาข้อมูลภายใต้เว็บไซต์ได้

4. สรุป

1. พฤติกรรมการเข้าใช้งานเว็บไซต์ ผู้ใช้งานนิยมเข้าอินเทอร์เน็ตเพื่อการพูดคุยสนทนาเป็นหลักใช้งานที่บ้านโดยคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในช่วงเวลาพักผ่อนหลังเลิกงานและการเรียน ซึ่งผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความผ่อนคลายในการใช้งานมากที่สุด

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสือได้ว่าเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คุณ化 ตอบสนองต่อการใช้งานได้อย่างเป็นที่น่าพอใจ

3. ความพึงพอใจในด้านองค์ความรู้ทางด้านศาสตร์วิชาชีพในด้านความบันเทิงเป็นสิ่งสำคัญช่วยให้เกิดความสนใจและอย่างการเรียนรู้ซึ่งเหมาะสมต่อวัยของนักศึกษาตรงตามความสนใจ เช่น การถ่ายภาพ วิดีโอ เป็นต้น สามารถเชื่อมโยงความรู้ไปสู่ความรู้ทางด้านวิชาชีพที่เหมาะสมให้สอดคล้องกัน กับความรู้ของข่าวสารทั่วไป รวมถึงข่าวสารทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

4.1 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. ความสวยงามของเว็บไซต์ (Design Template), การเปิดภาพวิดีทัศน์ (Video), การเปิดไฟล์เสียง (Sound), ตำแหน่งของการลิงค์ไปภายในเว็บไซต์ (Link) และการสืบค้นข้อมูล ระดับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมีระดับมาก แต่ค่าคะแนนใกล้เคียงกับค่าระดับปานกลาง ซึ่งเป็นข้อที่ควรปรับปรุงมากที่สุด และควรศึกษาเพื่อแก้ปัญหาในการพัฒนาเว็บไซต์ต่อไป

2. การใช้งานภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภายในเว็บไซต์มีค่าระดับความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุดของทั้งหมด ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการ



ใช้งานภาพเคลื่อนไหวที่เหมาะสม เนื่องจากเว็บไซต์ การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ มีการใช้งานในระดับน้อย ซึ่งการสร้างเว็บไซต์สอดคล้องกับหลักการออกแบบ อาจเกิดจากการใช้ภาพเคลื่อนไหวที่น้อยไป หรือไม่พอดีสำหรับเว็บไซต์

3. ครรศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น ๆ ที่มีรูปแบบที่แตกต่างจากเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ เช่น การใช้งานเว็บไซต์สถาบัน หรือองค์กร เพื่อเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

5. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการสนับสนุนทุนเพื่อการวิจัยในครั้งนี้

6. เอกสารอ้างอิง

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร. 2556. รายงานการประเมินตนเอง 2555 – คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. เอกสารออนไลน์ จาก <http://www.mct.rmutp.ac.th/qa/PDF/pakom%209.2/report%2020me%202555.pdf> [2556, กันยายน 19].

ชลลดา สาครวิศา. 2548. การพัฒนาเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ณัฐวุฒิ สิตา. 2550. การพัฒนาเว็บไซต์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริษัท โครงการเรียนรู้แบบออนไลน์แห่ง สวทช. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ทีมงานทรูปลูกปืนญา. 2556. ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต. เอกสารออนไลน์จาก http://www.trueplookpanya.com/new/cms_detail/knowledge/3056-00/ [2556, กันยายน 19].

ธนชาติ นุ่มนนท์. 2556. ขีดความสามารถแข่งขันด้าน ICT ของไทยเมื่อเทียบกับประเทศใน ASEAN. เอกสารออนไลน์จาก <http://thanachart.org/2013/01/26/> ขีดความสามารถแข่งขัน [2556, กันยายน 19].

นรรพงษ์ เจนรีวัฒน์. 2546. การพัฒนาเว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

วรเชษฐ์ วัลมาลี. 2551. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการส่งเสริมการเกษตร กรณีศึกษา : สำนักงานเกษตรอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิกิพีเดีย. n.d. การจัดการความรู้. เอกสารออนไลน์ จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/การจัดการความรู้> [2553, ธันวาคม 13].

วิชณุ สุวรรณเพิ่ม. 2549. การวิจัยเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วีรจินต์ นาคานิเวศน์. 2553. การออกแบบเว็บไซต์. เอกสารออนไลน์จาก <http://www.pm.ac.th/vrj/web/design.htm> [2553, ธันวาคม 13].

ศุนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย. 2556. สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ในประเทศไทย. เอกสาร

- ออนไลน์จาก <http://truehits.net> [2556, มิถุนายน 15].
- สปริงนิวส์. 2556. ยอดขายคอมพิวเตอร์ PC ทั่วโลก ดึงหนัก! ในรอบ 20 ปี. เอกสารออนไลน์ จาก <http://news.springnewstv.tv/27451/ยอดขายคอมพิวเตอร์-pc-ทั่วโลกดึงหนัก-ในรอบ-20-ปี> [2556, มิถุนายน 15].
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. 2553. การส่งเสริมการจัดการความรู้. เอกสารออนไลน์จาก http://www.opdc.go.th/special.php?spc_id=4&content_id=147 [2553, ธันวาคม 13].
- Best, W.J. 1974. Research in education (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Blumler, J.G., & Katz. E. 1974. The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Krejcie, R.V., and Morgan D.W. 1970. Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological measurement.