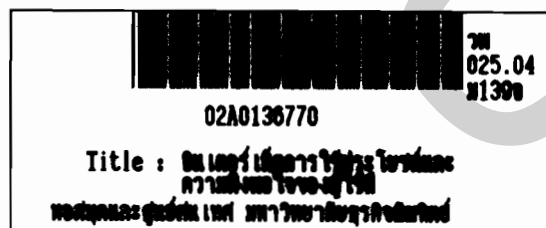




อินเทอร์เน็ต : การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็นคนไทย

นางสาวมณีวัลย์ เอมะอมร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบรจรัม

พ.ศ. 2541

ISBN 974-281-206-3

**Internet : Uses and Gratifications of Internet of Thai Users**

**Miss Maneewan Ama-amon**

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements**

**For the Degree of Master of Arts**

**Department of Business Communication Arts**

**Graduate School Dhurakijpundit University**

**1998**

**ISBN 974-281-206-3**



# ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์

อินเทอร์เน็ต : การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็นคนไทย


โดย นางสาวณัฏฐ์ เอมะอมร


สาขาวิชา นิเทศศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.พงษ์เทพ วรกิจโกศล

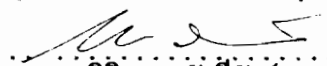
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม อาจารย์วันชัย ชันดี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


  
..... ประธานกรรมการ  
( รศ.ดร.สมควร กวียะ )

  
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
( ดร.พงษ์เทพ วรกิจโกศล )

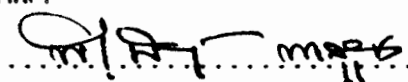
  
..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
( อาจารย์วันชัย ชันดี )

  
..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ  
( รศ.วิจิตร ภักดิ์รัตน์ )

..... กรรมการ

  
..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย  
( อาจารย์ประจวบ อินออด )

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

  
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

( ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข )

วันที่ 28 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2541

### กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนใคร่ขอบคุณอย่างสูงต่อ ดร. พงษ์เทพ วรรณโกคาทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์วันชัย ชันดี อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดี และขอขอบคุณ ดร.สมควร กวียะ ที่กรุณาให้คำแนะนำ และตรวจแปลแบบสอบถาม และกรุณาสละเวลาอันมีค่าเป็นประธาน กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ วิจิตร ภักดีรัตน์ อาจารย์ประจวบ อินอ้ออด ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้งช่วยตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง จนทำให้วิทยานิพนธ์นี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ อาจารย์ยืน ภู่วรรณ อาจารย์ชนะ โสภารักษ์ อาจารย์สมนึก ศิริโต อาจารย์นันทวัฒน์ จันทรเจริญ อาจารย์เฉลิมศักดิ์ จัตรดอกไม้ไพโร และอาจารย์สุเมธ สมภักดี เป็นอย่างสูง ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ เป็นอย่างดี ขอขอบคุณศูนย์คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ชมรมคอมพิวเตอร์ และสำนักคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมืออย่างดี และในการทำวิทยานิพนธ์นี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้เขียนขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่ คณาจารย์ หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

มณีวัลย์ เอมะอมร

มีนาคม 2541

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ผ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ถ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความสำคัญและปัญหาของการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย	5
ตัวแปรที่จะทำการศึกษา	6
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	7
<b>บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม</b>	
2.1 อินเทอร์เน็ตและผลกระทบ	9
1. ด้านสังคม	9
2. ด้านธุรกิจ	16
3. ด้านการศึกษา	22
4. ด้านการเมือง	24
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	31
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
การวิเคราะห์ข้อมูล	57
การประมวลผลข้อมูล	57

	ณ
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	58
1. คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
2. วิเคราะห์ตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง	61
3. วิเคราะห์ตามการศึกษา	100
4. วิเคราะห์ตามการเสียค่าสมาชิก	138
5. วิเคราะห์ตามอาชีพ	175
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	211
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปราย และเสนอแนะ</b>	212
สรุปผลงานวิจัย	213
อภิปรายการวิจัย	214
ข้อเสนอแนะ	218
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	223
<b>บรรณานุกรม</b>	225
<b>ภาคผนวก</b>	232
แบบสอบถาม	233
ประวัติผู้เขียน	241

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงสรุปผลวิเคราะห์คุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถาม	59
2	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและอายุ	62
3	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกเพศและการศึกษา	63
4	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกเพศและอาชีพ	64
5	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและสถานภาพสมรส	65
6	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและรายได้	66
7	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและการเสียค่าสมาชิก	67
8	แสดงแหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก การใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	68
9	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน จำแนกตามเพศ	69
10	แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	70
11	แสดงช่วงเวลาในการใช้งาน จำแนกตามเพศ	72
12	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ จำแนกตามเพศ	74
13	แสดงความรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	75
14	แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับแรก จำแนกตามเพศ	76
15	แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในอันดับที่สอง จำแนกตามเพศ	77
16	แสดงเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	79
17	แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	80
18	แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ จำแนกตามเพศ (ลำดับแรก)	81
19	แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (ลำดับสอง) สำหรับการใช้ จำแนกตามเพศ	82
20	แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	83
21	แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	84
22	แสดงความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	86
23	แสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	87
24	แสดงความสนใจมากที่สุด ต่อประเภทโปรแกรมที่มีในอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	88
25	แสดงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ และความคิดเห็นว่า มีความจำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ต ในทุกมหาวิทยาลัย	89
26	แสดงความคิดเห็นต่อการที่ ที่ทำงานทุกแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามเพศ	90

## ตารางที่

## หน้า

27	แสดงความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามเพศ	891
28	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตนเอง ในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ	92
29	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	93
30	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ จำแนกตามเพศ	94
31	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามเพศ	95
32	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล จำแนกตามเพศ	96
33	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการราคาค่างวดในการใช้ จำแนกตามเพศ	97
34	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูล จำแนกตามเพศ	98
35	แสดงการจะแนะนำให้ใช้ เมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูล ข่าวสาร จำแนกตามเพศ	99
36	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษาและอายุ	101
37	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกการศึกษาและอาชีพ	102
38	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกการศึกษาและสถานสมรส	103
39	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกการศึกษาและรายได้	104
40	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกการศึกษาและการเสียค่าสมาชิก	105
41	แสดงแหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก การใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	106
42	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน จำแนกการศึกษา	107
43	แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	108
44	แสดงช่วงเวลาในการใช้งาน จำแนกตามการศึกษา	110
45	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ จำแนกตามการศึกษา	112
46	แสดงความรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	113
47	แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับแรก จำแนกตามการศึกษา	114



## ตารางที่

## หน้า

48	แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในอันดับที่สอง จำแนกตามการศึกษา	115
49	แสดงผลในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	117
50	แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	118
51	แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ จำแนกตามการศึกษา (ลำดับแรก)	119
52	แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (ลำดับสอง) สำหรับการใช้ จำแนกตามการศึกษา	120
53	แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	121
54	แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	122
55	แสดงความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	124
56	แสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	125
57	แสดงความสนใจมากที่สุด ต่อประเภทโปรแกรมที่มีในอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	126
58	แสดงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา และความคิดเห็น ว่ามีความจำเป็นที่ต้องมีอินเทอร์เน็ต ในทุกมหาวิทยาลัย	127
59	แสดงความคิดเห็นต่อการที่ ที่ทำงานทุกแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามการศึกษา	128
60	แสดงความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามการศึกษา	129
61	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตนเอง ในปัจจุบัน จำแนกตามการศึกษา	130
62	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา	131
63	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ จำแนกตามการศึกษา	132
64	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามการศึกษา	133
65	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล จำแนกตามการศึกษา	134
66	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการราคาค่างวดในการใช้ จำแนกตามการศึกษา	135

ตารางที่

ณ

หน้า

67	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูล จำแนกตามการศึกษา	136
68	แสดงการจะแนะนำให้ใช้ เมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูล ข่าวสาร จำแนกตามการศึกษา	137
69	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิกและอายุ	139
70	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกการเสียค่าสมาชิกและอาชีพ	140
71	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกการเสียค่าสมาชิกและสถานสมรส	141
72	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกการเสียค่าสมาชิกและรายได้	142
73	แสดงแหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก การใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	143
74	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน จำแนกการเสียค่าสมาชิก	144
75	แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	145
76	แสดงช่วงเวลาในการใช้งาน จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	147
77	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	149
78	แสดงความรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	150
79	แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับแรก จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	151
80	แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในอันดับที่สอง จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	152
81	แสดงผลในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	154
82	แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	155
83	แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก (ลำดับแรก)	156
84	แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (ลำดับสอง) สำหรับการใช้ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	157
85	แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	158
86	แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	159
87	แสดงความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	161
88	แสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	162
89	แสดงความสนใจมากที่สุด ต่อประเภทโปรแกรมที่มีในอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	163

ตารางที่	ด	หน้า
90	แสดงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก และ ความคิดเห็นว่ามีความจำเป็นที่ต้องมีอินเทอร์เน็ต ในทุกมหาวิทยาลัย	164
91	แสดงความคิดเห็นต่อการที่ ที่ทำงานทุกแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	165
92	แสดงความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	166
93	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตนเอง ในปัจจุบัน จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	167
94	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	168
95	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	169
96	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	170
97	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	171
98	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการราคาค่างวดในการใช้ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	172
99	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูล จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	173
100	แสดงการจะแนะนำให้ใช้ เมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูล ข่าวสาร จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก	174
101	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพและอายุ	176
102	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกอาชีพและสถานสมรส	177
103	แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกอาชีพและรายได้	178
104	แสดงแหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก การใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	179
105	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน จำแนกอาชีพ	180
106	แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	181
107	แสดงช่วงเวลาในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ	183
108	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพ	185
109	แสดงความรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	186
110	แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับแรก จำแนกตามอาชีพ	187

ตารางที่	หน้า	
111	แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในอันดับที่สอง จำแนกตามอาชีพ	188
112	แสดงเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	190
113	แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	191
114	แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ จำแนกตามอาชีพ (ลำดับแรก)	192
115	แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (ลำดับสอง) สำหรับการใช้จำแนกตามอาชีพ	193
116	แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	194
117	แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	195
118	แสดงความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	197
119	แสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	198
120	แสดงความสนใจมากที่สุด ต่อประเภทโปรแกรมที่มีในอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	199
121	แสดงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ และความคิดเห็น ว่ามีความจำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ต ในทุกมหาวิทยาลัย	200
122	แสดงความคิดเห็นต่อการที่ ที่ทำงานทุกแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามอาชีพ	201
123	แสดงความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามอาชีพ	202
124	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตนเอง ในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ	203
125	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ	204
126	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ จำแนกตามอาชีพ	205
127	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามอาชีพ	206
128	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอาชีพ	207
129	แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการราคาค่างวดในการใช้ จำแนกตามอาชีพ	208
130	แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอาชีพ	209
131	แสดงการจะแนะนำให้ใช้ เมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูล ข่าวสาร จำแนกตามอาชีพ	210

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงหน่วยประกอบต่างๆ ของแบบจำลองสำหรับการวิจัยการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ	32
2	แสดงตัวอย่างจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของโรเซนเกรน (จากโรเซนเกรน 1974)	34
3	แสดงความคิดรวบยอดเกี่ยวกับการใช้สื่อและตัวกำหนดต่าง ๆ	38
4	แสดงความสัมพันธ์ที่เป็นไปได้ตามลักษณะระหว่างเนื้อหาของสื่อ การใช้ประโยชน์ และผลที่ปรากฏออกมา	39
5	แสดงส่วนแสดง “การใช้ประโยชน์” และ “ผลที่ปรากฏออกมา” ของแบบจำลองว่าด้วยการใช้ประโยชน์และผลโดยตรงของสื่อมวลชน	40

หัวข้อวิทยานิพนธ์	อินเทอร์เน็ต : การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็นคนไทย
ชื่อนักศึกษา	นางสาวมณีวัลย์ เอมะอมร
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อ. วันชัย ชันดี
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2540

#### บทคัดย่อ.

การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เป็นผลทำให้เกิดการติดต่อเชื่อมโยงผู้ใช้จากคนละซีกโลก ให้สามารถสื่อสารวัฒนธรรมการเรียนรู้ การเฝ้าหาความรู้ ทำให้เกิดความรู้ การแลกเปลี่ยนทัศนะ ความคิดเห็นโดยง่าย อินเทอร์เน็ตมีผลต่อการสื่อสารกว้างไกลทุกทิศ ทุกทางทั่วโลกอย่างไม่มีขอบเขต ไม่มีความเป็นเอกเทศ ไม่มีอายุ เพศ การศึกษา อาชีพและปัจจัยอื่น ๆ เป็นตัวขวางกั้น การสื่อสารเป็นไปโดยง่าย สะดวกรวดเร็ว และไม่เสียค่าใช้จ่ายสูง

ในปัจจุบัน องค์กรต่าง ๆ ได้เข้ามาเป็นตัวกลาง ทำหน้าที่ขายธุรกิจให้ช่างจรสื่อสารอย่างมากมาย ด้วยคุณลักษณะของการส่งเสริมการขายจากบริษัทธุรกิจ การใช้อินเทอร์เน็ตจึงมีมากขึ้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ต้องการจะพิจารณาว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการใช้อินเทอร์เน็ต ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ และมีอะไรที่จะพัฒนาคุณภาพให้สอดคล้องต่อความต้องการได้มากขึ้น โดยศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ต จากผู้ใช้งานจำนวน 400 คน ซึ่งผลการวิจัยพอสรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์คุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นนักศึกษา และทำงานในหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจ ที่มีอินเทอร์เน็ตใช้โดยไม่เสียค่าสมาชิก เป็นโสดและเป็นชายมากกว่าหญิงที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิกจากมหาวิทยาลัย หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเชื่อมต่อกับเนตเทค และใช้วันละไม่เกิน 1 ชั่วโมง ในระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์ช่วงบ่าย และวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ช่วงกลางคืนทุกวัน โดยมีความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ตปานกลาง และใช้เวลาดาวน์โหลด

3. วิเคราะห์การใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ใช้เพื่อรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ และใช้เพื่อความบันเทิง รองลงมาคือศึกษาและวิจัย โดย ต้องการมีเว็บเพจของตนเอง และใช้โปรแกรมร่วมโดยไม่ต้องลงทะเบียน

3. วิเคราะห์การใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้เพื่อรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ และใช้เพื่อความบันเทิง รองลงมาคือศึกษาและวิจัย โดยต้องการมีเว็บเพจของตนเอง และใช้โปรแกรมร่วมโดยไม่ต้องลงทะเบียน

4. วิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความคิดว่า ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเพียงพอสำหรับการใช้งาน มีความสนใจใช้เว็ลด์ไวด์เว็บและอี-เมลล์มากที่สุด และลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ตคือคุณภาพของข้อมูลข่าวสาร มีความคิดว่าทุกมหาวิทยาลัยควรมีอินเทอร์เน็ตและการที่ในที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้เหมาะสมแล้ว เพราะจะได้เป็นประเทศที่พัฒนาทัดเทียมกับต่างประเทศ ถ้าที่ทำงานใดไม่มีสมควรจะเชื่อมต่อกับเน็ตทศ สำหรับที่มีใช้อยู่ในที่ทำงานของตนเองในปัจจุบัน คิดว่าควรใช้ได้ดีกว่านี้

ผู้มีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าจะไม่แน่ใจเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ และการติดต่อสื่อสาร แต่ก็พอใจในการค้นหาข้อมูลข่าวสารและราคาค่างวด และจะใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารในครั้งต่อไป ถ้ามีญาติ เพื่อน และบุคคลอื่นต้องการหาข้อมูลข่าวสาร จะแนะนำให้อินเทอร์เน็ต

**Thesis Title**                    **Internet : Uses and Gratifications of Thai Users**  
**Student Name**                 **Miss Maneewan Ama-amon**  
**Thesis Advisor**               **Dr. Pongthep Vorakitpokatorn**  
**Co-Thesis Advisor**         **Mr. Wanchai Khanti**  
**Department**                  **Business Communication**  
**Academic Year**                **1997**

### **ABSTRACT**

The increase in the number of Thai Internet use has the impact of innovating the use of technology of communication. This has affected worldwide users receiving exposure to multicultural views and perception, resulting in acquiring knowledge and helping to change attitudes and opinions among the world population. Internet has impacts on worldwide communication, it has broken barriers of privacy, age, sex, education, occupation and other factors, resulting in easy rapid and low cost communication.

In the present era of social communication, various organizations have taken the opportunity to act as mediator to promote many ISP (Internet Service Provider). These ISPs, by having special promotion packages, have resulted in increasing the penetration of the Internet.

This research is the preliminary study. The purposes of are to study the uses and gratifications of Internet of Thai users, which may indicate effectively and efficiency of using the Internet so that we can develop the service quality to fulfill the needs and requirement of uses. The survey examinations have been done through the Internet. The 400 Thai users voluntarily answer questionnaires are used as samples.

The results are following :

1. **Internet Users Demographic Characteristic Analysis.** Most of Thai Internet users are students, government officers and state enterprise employees of under 25 years old. These respondents who use the Internet, are male more than female and use Internet free of charge more than paid. Their average income totally less than 20,000 Bahts.



2. **Internet Users Behavior Analysis.** Internet users, from universities, from government and state enterprise, that connect to NECTECH, mostly use the service in the afternoon from Monday to Friday, and Saturday and Sunday night. General use is up to 1 hour everyday. The most widely use application is the WWW and e-mail services.

3. **Internet Usage Analysis.** The main reason of Internet usage is to obtain new information, and for entertainment purposes, more than education and research. They use Internet to have a personal web page. Shareware software is generally used, that requires no registration from the use.

4. **Internet Gratifications Analysis.** The respondents answered that the knowledge that they received from the Internet improves the quality of their work. The greatest interests are WWW and e-mail, and best-feature of the Internet is the quality of information available. Since there are many compares that have Internet access, respondents think that it is appropriate to have Internet access in every universities. This will enable Thailand to develop its communication infrastructure, to become more like in offices that cannot have Internet access, they think that the offices should connect with NECTEC.

In using the Internet, users are totally satisfied, although they were not sure how to communicate with service officers. But users are generally specific that by searching the Internet, they can find the required information and cost of service is reasonable (low). Next time when they want to find specific information, they should use the Internet. When their relatives, friends and other people, that they want to find information, they think that will advice them to use the Internet.

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและปัญหาของการวิจัย

อินเทอร์เน็ต (Internet) คือระบบการสื่อสารที่ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่มีขนาดใหญ่มากที่เปิดโอกาสให้ใช้งานสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันได้โดยง่าย โดยเครือข่ายนี้ได้กระจายอยู่เกือบทั่วทุกมุมโลก เชื่อมโยงผู้ใช้จากคนละซีกโลกให้สื่อสารถึงกันได้โดยง่ายและสะดวกรวดเร็ว

ในยุคแห่งสังคมข่าวสารเช่นปัจจุบัน การสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทวีบทบาทและความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับเครือข่ายคอมพิวเตอร์เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันได้โดยง่ายและยิ่งขณะนี้ปัจจุบันเครือข่ายแทบทุกมุมโลกได้เชื่อมโยงกันอย่างทั่วถึงผู้ใช้ในซีกโลกหนึ่งจึงสามารถติดต่อกับผู้ใช้ในอีกซีกโลกหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว

หากกล่าวถึงเครือข่ายที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางที่สุดมีอัตราการขยายตัวเร็วที่สุด และมีสมาชิกภายในมากที่สุดก็ต้องนับว่า อินเทอร์เน็ต คือเครือข่ายที่มีคุณสมบัติดังกล่าวอย่างครบถ้วน อินเทอร์เน็ตในอีกแง่มุมหนึ่งก็คือ เครือข่ายของเครือข่าย เพราะภายใน อินเทอร์เน็ตประกอบไปด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมาก ที่กระจายตัวอยู่ทั่วโลกไม่ว่าจะในทวีปอเมริกาเหนือและอเมริกาใต้ ยุโรป เอเชีย ออสเตรเลีย แอฟริกา หรือแม้กระทั่งแอนตาร์กติก เครือข่ายย่อยเหล่านี้เชื่อมเข้าหากันภายใต้หลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

#### 1. การติดต่อสื่อสารโดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

การติดต่อสื่อสารโดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตคล้ายคลึงกับการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์หรือโทรสารคือการสื่อสารระหว่างกัน ต้องมีคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สมาชิกสามารถติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้ประมาณ 30 ล้านคน โดยกระจายอยู่ใน 150 ประเทศทั่วโลก อินเทอร์เน็ต ได้รับการพัฒนาและเติบโตมาจากเครือข่ายทางการทหารของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีชื่อว่าเครือข่าย “อาร์ปานีต” (ARPANET : Advance Research Projects Agency Network) เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายใต้ความรับผิดชอบของหน่วยงานโครงการวิจัยขั้นสูง ซึ่งเป็นโครงการร่วมมือระหว่างกระทรวงกลาโหมของประเทศสหรัฐอเมริกา (Department of Defense) กับมหาวิทยาลัยในมลรัฐแคลิฟอร์เนียเป็นเครือข่ายหลัก สำหรับการติดต่อสื่อสารก่อนที่อินเทอร์เน็ตจะก่อตัวเป็นรูปร่างจนกระทั่งถึงทุกวันนี้ ก็มีประวัติความเป็นมา และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่การกำเนิดของอาร์ปานีตในปี พ.ศ. 2512

อาร์พานีตในชั้นต้น เป็นเพียงเครือข่ายทดลอง ที่ตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนงานวิจัยด้านการทหาร และโดยเนื้อแท้แล้วอาร์พานีตเป็นผลพวงมาจากความตึงเครียดทางการเมืองของโลก ในยุคสงครามเย็นระหว่างค่ายคอมมิวนิสต์และค่ายเสรีประชาธิปไตย<sup>1</sup>

ในปี พ.ศ. 2500 เมื่อสหภาพโซเวียตได้ส่งดาวเทียมสปุตนิกขึ้นสู่วงโคจรรอบโลก ทางด้านสหรัฐฯ ก็ได้ก่อตั้งหน่วยงานอาร์พานีต เพื่อพยายามผลักดันให้เทคโนโลยีด้านการทหารสหรัฐฯ ล้ำหน้าเหนือสหภาพโซเวียต กระทรวงกลาโหมของสหรัฐฯ ได้วางโครงการสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ทวีความสามารถในการติดต่อสื่อสารถึงกันอยู่ ถึงแม้ว่าบางส่วนของเครือข่าย อาจถูกตัดขาดออกจากกันเนื่องจากการโจมตีอย่างกระทันหันด้วยอาวุธนิวเคลียร์ก็ตาม สาเหตุดังกล่าวนี้เป็นจุดกำเนิดและที่มาของอาร์พานีต

การพัฒนาอาร์พานีต ได้ดำเนินการมาเป็นลำดับ ภายใต้คณะทำงานที่ประกอบด้วย สำนักงานเทคนิคการประมวลผล (Information Processing Techniques Office) ในสังกัดของอาร์พานีต บริษัทบีบีเอ็น (Bolt Beranek and Newman, Inc.) ซึ่งได้รับการว่าจ้างจากอาร์พานีต และนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยเฉพาะจากมหาวิทยาลัย 4 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ที่ลอสแอนเจลิส สถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ที่ซานตาบาร์บารา และมหาวิทยาลัยยูทาห์ กลุ่มผู้ร่วมงานจากทั้งมหาวิทยาลัยทั้งสี่แห่งนี้ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาโท และภายหลังเป็นที่รู้จักกันในชื่อ Network Working Group (NWG)

มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกาได้ขอเข้าร่วมโครงการเครือข่ายอาร์พานีต เชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอาร์พานีตเดิมด้วยเทคนิคการโต้ตอบ หรือ“โปรโตคอล” (Protocol) แบบพิเศษที่เรียกว่า ทีซีพี/ไอพี (TCP/IP : Transmission Control Protocol/Internet Protocol) โดยที่ “ไอพี” (IP : Internet Protocol) หรือ อินเทอร์เน็ตโปรโตคอลเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงเครือข่ายอาร์พานีต นับตั้งแต่นั้นได้มีเครือข่ายย่อยของสถาบันและองค์กรต่าง ๆ ทั้งในสหรัฐอเมริกาเองและประเทศอื่นขอเชื่อมต่อเข้ากับเครือข่ายอาร์พานีต ทำให้มีจำนวนสมาชิกมากมายกระจายอยู่เกือบทั่วทุกมุมโลก โดยที่เครือข่ายเหล่านี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตประกอบด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมากกว่า 22,000 เครือข่าย เชื่อมต่อกันเข้าด้วยเทคนิคแบบ “อินเทอร์เน็ต โปรโตคอล” ดังนั้นต่อมาจึงเรียกเครือข่ายขนาดยักษ์นี้ว่า “อินเทอร์เน็ต”

ในอินเทอร์เน็ตมี web site มากมาย ซึ่งแต่ละ web site ต่างก็กีดกันแบบกัน ซึ่งสามารถจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายแก่การค้นหาว่า 100 กลุ่มที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็น web site ทางด้านศิลปะ กีฬา การท่องเที่ยวโดยเรียงตามตัวอักษรดังนี้

<sup>1</sup> สมนึก ศิริโต สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย. เปิดโลกอินเทอร์เน็ต. กรุงเทพฯ, 2538, หน้า 1-2.

1. Art & Literature จะมีเรื่อง Architecture, Classic Literature, Contemporary Literature, Fine & Graphic Arts, Musiums & Shakespeare
2. Business จะมีเรื่อง Airlines, Careers, Finance, Insurance, Referance & Resources
3. Computers จะมีเรื่อง Hardware Companies, Multimedia, Networking Companies, Search Engines, Solfware Companies, Web Authoring, Web Information & Help, Web Security, Web Utilities
4. Food & Drink จะมีเรื่อง Alcoholic Beverages, Candy, Coffee & Caffeine, Cooking, Junk Food, Pizza, Restaurants, Vegetarian & Health Food
5. Government จะมีเรื่อง International, United States–State, United States–Federal, U.S. Millitary, U.S. Politics
6. Leisure จะมีเรื่อง Auto Racing, Aviation, Cars, Cats, Charities, Clubs, & Organizations, Dogs, Fashion, Fitnesses, Fun & Games, Horses & Horses Racing, Movies, Outdoors, Photography, Wacky
7. Media จะมีเรื่อง Information Services, Magazines–Mainstream, Magazines–Other, Newspapers, Radio, Televisions Networks, Televisions Programs
8. Music จะมีเรื่อง Alternatives, Blues & Soul, Classical, Jazz, Opera, Pop & Rock
9. Science จะมีเรื่อง Aerospace, Astronomy, Biology & Genetics, Chemistry, Earth Sciences, Engineering, Health & Medicine, Oceanography, Weather
10. Shopping จะมีเรื่อง Clothing, Gifts, Online Malls & Catalogs
11. Society จะมีเรื่อง Animal Rights, Buddhism, Celebrities, Christiaity, Ecology, Feminism, Gay & Lesbian, Human Rights, Islam, Judaism, New Age and Relationships
12. Sports จะมีเรื่อง Baseball, Basketball, College Sports, Football, Golf and Miscellaneous Spots
13. Travel จะมีเรื่อง Africa, Asia, Canada, Calibbean, Europe, South America, South Pacifics & Hawaii And United States
14. Universities & Schools จะมีเรื่อง Asia & Pacific, Canada, Europe, Kids' Education, Latin America and United States

Internet Site ในประเทศไทย มี Academics and Research Organizations, Network Hubs and Internet Services Providers, Government and State Enterprises, Commercial Organizations, และ Mission Specific Services

## 2. บริการอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเหมือนกับสังคม การเชื่อมต่อเข้าเป็นอินเทอร์เน็ต อาศัยการบริหารแบบกระจายอำนาจ อินเทอร์เน็ตจึงไม่มีใครเป็นเจ้าของหรือควบคุมอย่างแท้จริง เครือข่ายแต่ละส่วนในอินเทอร์เน็ตต่างบริหารเครือข่ายของตนเองอย่างอิสระ โดยรับผิดชอบค่าใช้จ่ายติดตั้งระบบและการเช่าวงจรสื่อสารเพื่อต่อเชื่อมเข้าด้วยกัน ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทย เป็นองค์กรผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยแห่งแรก ที่เปิดให้ผู้สนใจใช้บริการได้ ทั้งแบบส่วนบุคคลและแบบองค์กร/นิติบุคคล

บริการอินเทอร์เน็ตส่วนบุคคล หมายถึงการเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ศูนย์บริการจัดให้ โดยใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวเป็นจอภาพและแป้นพิมพ์เพื่อติดต่อเข้าอินเทอร์เน็ตผ่านศูนย์บริการ

บริการแบบส่วนบุคคลจัดขึ้นเพื่อให้ใช้ในงานส่วนตัวเพื่อการศึกษาวิจัย และแบบส่วนบุคคลเพื่อให้ใช้ในงานธุรกิจ ยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งทุกคนต้องก้าวทันโลก และมีกิจกรรมที่สามารถแพร่ไปได้ทั่วโลก บริการชนิดต่าง ๆ ที่ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทยจัดขึ้น ในระดับต่าง ๆ กันนั้น จัดได้ว่ามีความสมบูรณ์ทัดเทียมกับในต่างประเทศ ภายใต้การบริหารในรูปแบบใหม่โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติร่วมกับการสื่อสารแห่งประเทศไทย และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กร หมายถึงการเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยนิติบุคคลที่เป็นสมาชิกจะจัดเตรียมอุปกรณ์บริการอินเทอร์เน็ตขึ้นเอง และเช่าวงจรสื่อสารพิเศษ (leased line) มายังศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทย

## 3. อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

สำหรับอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย มีจุดกำเนิดมาจาก เครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาและกลุ่มเครือข่ายไทยสาร ซึ่งเป็นเป็นเครือข่ายเพื่อการวิจัยและพัฒนา ประเทศไทยเชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ตแบบออนไลน์โดยสมบูรณ์ในเดือนสิงหาคมปี พ.ศ. 2535 โดยได้รับการสนับสนุนจากศูนย์เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ได้มีการเปิดบริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นโดยการร่วมทุนระหว่างศูนย์คอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทย การสื่อสารแห่งประเทศไทย และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ที่จะให้บริการระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่มีคุณภาพสูง

ประเทศไทยได้เริ่มติดต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดยเริ่มที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่เป็นแห่งแรก และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชียภายใต้โครงการร่วมมือระหว่างไทยและออสเตรเลียในช่วงเวลาต่อมา ขณะนั้นยังไม่ได้มีการเชื่อมต่อแบบออนไลน์ เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ด้วยระบบ MSHnet และ UUCP โดยทางออสเตรเลียจะโทรศัพท์เชื่อมเข้าสู่ระบบวันละ 2 ครั้ง ในปีต่อมาเนคเทค ซึ่งอยู่ภายใต้กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการพลังงาน ได้จัดสรรทุนดำเนินการ โครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของสถาบันอุดมศึกษา โดยแบ่งโครงการออกเป็น 2 ระยะ ระยะแรกเชื่อมโยง 4 หน่วยงาน ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ระยะที่สองเป็นการเชื่อมต่อสถาบันที่เหลือ คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตธนบุรี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า วิทยาเขตพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

เดือนธันวาคมปี พ.ศ. 2534 คณะทำงานของเนคเทคร่วมกับกลุ่มอาจารย์และนักวิจัยจากสถาบันอุดมศึกษาได้ก่อตั้งกลุ่ม NEWgroup (NECTEC E-mail Working Group) เพื่อประสานงานและแลกเปลี่ยนข่าวสารด้วยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยยังคงอาศัยสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย เป็นทางออกสู่อินเทอร์เน็ตผ่านทางออสเตรเลีย

อินเทอร์เน็ตในทุกวันนี้ ได้เปลี่ยนสภาพจากเครือข่ายเพื่อการวิจัยไปเป็นเครือข่าย “มวลชน” กลายเป็นเครื่องมือสื่อสารยุคใหม่ของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ และเป็นเครือข่ายที่มีขอบเขตครอบคลุมไปทั่วทุกมุมโลกจนกระทั่งกล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายการสื่อสารแห่งยุค “Globalization” ที่เชื่อมโลกเข้าเป็นหนึ่งเดียวกัน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ของผู้ใช้ชาวไทย
2. เพื่อสำรวจถึงการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์นั้น
3. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาและพัฒนาการใช้อินเทอร์เน็ตให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพสูงสุด

## ตัวแปรที่จะทำการศึกษา

ตัวแปรที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่

### 1. ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

- 1.1 เพศ
- 1.2 การจ่ายค่าสมาชิก
- 1.3 การศึกษา
- 1.4 อาชีพ

### 2. ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

2.1 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ (แหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก เวลาการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน บริษัทฯ ที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต (ช่วงเวลาในการใช้ต่อสัปดาห์) ความรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต (ลำดับแรกและลำดับสอง) เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต และวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

2.2 การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ความรู้ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต ความสนใจต่อประเภทโปรแกรมที่มีในอินเทอร์เน็ต ลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับแรกและลำดับสอง)

2.3 ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ความคิดเห็นว่ามีความจำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย ความคิดเห็นต่อการที่ทำงานหลายแห่ง มีอินเทอร์เน็ตใช้ ความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ การติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูลข่าวสาร ราคาค้างวดในการใช้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับในครั้งต่อไปเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็นจะแนะนำให้ญาติ หรือเพื่อน และบุคคลอื่นเมื่อต้องการหาข้อมูลข่าวสารใช้อินเทอร์เน็ต

## ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตในการศึกษา 4 ข้อ คือ

1. วิเคราะห์แยกตามคุณสมบัติ
2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
3. การใช้ประโยชน์ในการใช้อินเทอร์เน็ต
4. ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันที่เป็นคนไทย ทั้งชาย และหญิงที่ อี-เมลล์ ตอบกลับมาครบจำนวน 400 คน

## นิยามศัพท์

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกคำนิยามศัพท์จากเอกสารอ้างอิง และจากประสบการณ์ ในการใช้งานอินเทอร์เน็ต มาใช้ในการนิยามศัพท์ ดังนี้

### 1. อินเทอร์เน็ต (Internet)

มีความหมายที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

“อินเทอร์เน็ต” หมายถึง เครือข่ายการสื่อสารที่มีเทคโนโลยีก้าวหน้าระดับสูงที่ ประกอบด้วยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ย่อย ๆ จำนวนมากต่อเชื่อมกัน มีผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการ นักวิจัยทุกสาขา ในสถาบันการศึกษา ในหน่วยงานภาครัฐและในบริษัทเอกชน ภายในระบบ อินเทอร์เน็ตมีบริการมากมายหลายรูปแบบ อาทิ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล เป็นต้น ข่าวสารในอินเทอร์เน็ตนับเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่สุดเท่าที่มีปรากฏในปัจจุบัน

2. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต หมายถึง ชายหรือหญิงที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน ทั้งสมาชิกแบบองค์กรและแบบบุคคลที่เป็นคนไทย

3. ความพึงพอใจ หมายถึง ความชอบ ความพอใจ ความต้องการสูงสุด ซึ่งจะนำมา หรือเป็นเหตุจูงใจให้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งในการวิจัยนี้ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

4. การใช้ประโยชน์ หมายถึง การใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในการแสวงหา ข่าวสารด้วยวัตถุประสงค์ที่ตอบสนองความต้องการของตัวเอง ให้ความสนใจรับรู้และจดจำ ข่าวสาร ซึ่งข่าวสารดังกล่าวอาจสอดคล้องหรือไม่สอดคล้อง กับแนวความคิดที่มีอยู่เดิม

5. mailing list การส่งจดหมายเพียงฉบับเดียวไปยังคนทั้งกลุ่มได้ โดยตัว mail reflector จะเป็นโปรแกรมที่วิ่งบนคอมพิวเตอร์ในอินเทอร์เน็ตและกำหนดเส้นทาง (“สะท้อน” หรือ reflect) ให้เมลล์วิ่งไปยังสมาชิกทั้งหมดของ mailing list

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
2. ทราบถึงวิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ต เพราะผลกระทบที่มีต่อการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษา



3. ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา และป้องกัน ปัญหาที่เกิดขึ้นให้น้อยลงหรือหมดไป

4. ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ สำหรับ การพัฒนาการใช้อินเทอร์เน็ตให้เกิดประโยชน์สูงสุด

DPU

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

#### อินเทอร์เน็ตและผลกระทบ

อินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องน่าสนใจ และน่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง จากการทบทวนวรรณกรรม พอสรุปได้ว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งในด้านสังคม ด้านธุรกิจ ด้านการศึกษา และด้านการเมือง ดังต่อไปนี้

##### 1. ด้านสังคม

ในปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์อินเทอร์เน็ต จึงน่าจะเป็นทางเลือกที่ดี ในการติดตามข่าวสาร ทำให้เกิดวิสัยทัศน์ที่ดีในสังคม ทำการสื่อสารสะดวกเร็วและยังประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วย ทำให้มีเพื่อนต่างเพศ ต่างวัย ต่างความคิด ทางด้านการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา จะมีการใช้ทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น การโฆษณาจะเป็น Global ระบบการสื่อสารข้อมูลได้รับการพัฒนาเป็นอย่างมากก็โดยการใช้อินเทอร์เน็ต โลกทัศน์ในด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ จะเปลี่ยนแปลงไป ในการติดต่อสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงราชการ มีการใช้อินเทอร์เน็ตกันเป็นจำนวนมาก

การใช้อินเทอร์เน็ตโฟน เป็นการใช้บริการโทรศัพท์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีอุปกรณ์เพิ่มเติมเป็น sound card ลำโพง ไมโครโฟน และที่สำคัญคือต้องมีซอฟต์แวร์ที่ใช้สำหรับอินเทอร์เน็ตโฟนแต่ถ้ามีอุปกรณ์มัลติมีเดียอยู่แล้วก็ใช้ได้เลย ซอฟต์แวร์มีของบริษัทไวกัลเทคซึ่งเป็นซอฟต์แวร์มาตรฐาน และบริษัทควอเตอร์เดคซึ่งเป็นบริการเสริม เช่น เพิ่มเติมความสามารถในการประชุมทางโทรศัพท์ และแบบวิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ มีข้อดีที่สามารถโทรศัพท์ผ่าน “อินเทอร์เน็ต” ไปที่ไหนในโลกก็ได้โดยเสียค่าบริการครั้งละ 3 บาท เพิ่มจากค่าสมาชิกแต่จะต้องมีการนัดหมายกับคู่สนทนา ที่อยู่ในเครือข่ายล่วงหน้า และยังมีบริการฝากข้อความ เป็นเสียงได้ แต่องค์การโทรศัพท์ก็ออกข่าวว่าจะมีบริการที่ให้ใช้เครื่องโทรศัพท์ซึ่งสามารถนำมาใช้กับโทรศัพท์เบอร์เดียวกันที่อยู่ในรัศมีที่กำหนดได้ ซึ่งมีผลกระทบต่อวงการโทรศัพท์มือถือด้วยแต่ก็ไม่ใช่ว่าจะมีแต่แง่ดีเท่านั้น ประเด็นที่เข้ามาทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นที่กล่าวถึงในประเทศไทยนอกจากในแง่ของประโยชน์แล้ว ยังมีเรื่องการเผยแพร่ภาพโป๊ และข้อความที่ไม่เหมาะสม สำหรับประเทศไทย การลงภาพลามก การเผยแพร่ข้อมูลสกปรก ใส่ร้ายป้ายสี ใช้คำไม่สุภาพ และล่วงละเมิดผู้อื่น

ตัวอย่างก็เช่นการมีภาพชายหญิงคู่หนึ่งกำลังทำกิจกรรมทางเพศอย่างโจ่งแจ้งในอินเทอร์เน็ต บุคคลทั้งสองเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงประชาชนทั้งประเทศรู้จักดี ซึ่งภาพที่ปรากฏนั้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องจริงหรือไม่ก็ตาม ย่อมมีผลเสียต่อตัวเขาและครอบครัว ในทางส่วนตัวมีผลให้

ประชาชนมองเขาในแง่ไม่ดี จนอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ครอบครัวของเขาแตกแยก นอกจากนี้  
 ยังอาจมีผลกระทบต่อเยาวชนที่บังเอิญได้ดูภาพเหล่านี้ด้วย

ในอนาคตสังคมจะเป็นสังคมที่มีคนใช้อินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น จนทำให้ดูเหมือนว่า  
 โลกเล็กลง คนไทยจะรู้จักโลกมากขึ้น ข่าวสารข้อมูลจะมีผลกระทบน้อยลง การออกกฎหมาย  
 คุมเข้ม ทำอย่างไรจึงจะมีผลควบคุมอินเทอร์เน็ตได้ นางสาวศุภลักษณ์ อัสวลาภ ผู้จัดการฝ่าย  
 การตลาดบริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด กล่าวว่าเมื่อปลายปีที่ผ่านมาทางสหรัฐได้สำรวจ  
 มาว่าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเชิงที่ไม่เป็นประโยชน์ประมาณ 20% เท่านั้น ที่เป็นประโยชน์  
 ประมาณ 80% แต่ถ้าหากว่า 20% ที่กล่าวถึงนั้นมีผลกระทบต่อเยาวชน ก็ย่อมมีผลกระทบต่อ  
 อนาคตของชาติในกาลข้างหน้าด้วย

ในสหรัฐได้มีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลเกี่ยวกับเรื่องนี้โดยเฉพาะ เพื่อทำการ  
 ตรวจสอบผู้ที่กระทำผิด รวมทั้งกรองทิ้งข้อมูลที่จะเข้ามาในสหรัฐอเมริกา พร้อมกับเป็นสถานที่  
 รับแจ้งหากมีข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวโดยมีโทษจำคุก 2 ปี และปรับเป็นเงิน 250,000  
 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนในเยอรมนีก็มีมาตรการเข้มงวดเกี่ยวกับเรื่องเซ็กส์ เพราะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ  
 เรื่องดังกล่าวจะต้องถูกกลั่นกรองก่อนเข้าประเทศ โดยคณะกรรมการแห่งรัฐสภา สาธารณรัฐ  
 เยอรมัน ได้ออกมาเรียกร้องให้ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต ระดับนานาชาติ ออกมา  
 ปรามปรามพวกที่ชอบเผยแพร่ภาพลามกอนาจาร

น.ต. วุฒิพงศ์ พงศ์สุวรรณ รน. จากสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (เอไอที) ผู้จัดทำ  
 โปรแกรม “มรดกสยาม” เผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต เปิดเผยกับ “มติชน” ว่า<sup>1</sup> อินเทอร์เน็ต  
 เปรียบเหมือนถนนที่มีตรอก ซอก ซอย เชื่อมโยงถึงกัน แต่วันหนึ่งมีโสเภณีเกิดขึ้นในซอย จะมา  
 ปิดถนนก็คงไม่ถูกต้อง เพราะประโยชน์มีมากกว่าเช่น เป็นทางเดินไปวัด หรือเดินไปตลาด

กรณีที่ต่างชาติต่อต้านการซื้อสินค้าไทย ด้วยข้อกล่าวหาว่ามีการค้าโสเภณีและแรงงาน  
 เด็กมากนั้น ประเทศไทยไม่ควรไว้วางใจแต่ควรโต้ตอบด้วยข้อมูล คือ ถ้าไม่เป็นความจริงก็ให้  
 ข้อมูลที่เป็นความจริงตอบไปได้ แต่ถ้าไม่สามารถตอบได้ก็ควรจะขอบคุณต่างชาติที่ให้ข้อเท็จจริง  
 และหันไปแก้ปัญหาที่ต้นเหตุ จัดการกับปัญหาโสเภณีและแรงงานเด็ก และทำการเผยแพร่  
 วัฒนธรรมและประเพณีที่งดงามของไทยออกสู่สายตาชาวโลก เพื่อให้ต่างชาติหันมามองแง่มุมที่  
 งดงามของเมืองไทยที่มีอีกมากมาย

นายยงยุทธ ยุทธวงศ์ ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
 แห่งชาติ (สวทช.) ได้ให้แนวคิดว่า<sup>2</sup> “อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ ทางด่วน

<sup>1</sup> วิมล กิจวานิชจร. “ไทยดันโปรแกรมวัฒนธรรม สู้อินเทอร์เน็ตลามก.” มติชน. 10  
 มีนาคม 2539, หน้า 26.

<sup>2</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า 26.

ข้อมูลยังเป็นแค่ทางเกวียน ต้องมีขรุขระบ้างเป็นธรรมดา แต่ปัญหาที่เกิดขึ้น ถ้าจะเปรียบก็เหมือนกับรัฐกลัวโจร ควรจะไปจับโจรมากกว่ามาห้ามไม่ให้ประชาชนมาเดินตามท้องถนน”

สำหรับในจีนรัฐบาลก็ได้ออกกฎหมายให้บุคคลใด ๆ ที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ต หรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างประเทศในรูปแบบอื่น จะต้องดำเนินการจดทะเบียนกับเจ้าหน้าที่ตำรวจ หากบุคคลใดไม่ยอมปฏิบัติตามคำสั่งของรัฐบาลจะต้องได้รับโทษ โดยเฉพาะการเปิดเผยความลับของรัฐบาลและการเผยแพร่สื่อลามกอนาจารจะต้องได้รับโทษตั้งแต่จำคุกไปจนประหารชีวิต กระทรวงความมั่นคงของจีนกล่าวว่า “ถ้าหากทางการไม่จัดการ ควบคุมเครือข่ายเหล่านี้ อาจเกิดปัญหาที่กระทบต่อประเทศชาติ”

อย่างไรก็ตามการออกกฎหมายในสหรัฐอเมริกาค่อนข้างเห็นเป็นรูปธรรมที่สุด และก็ถูกคัดค้านมากที่สุดเช่นเดียวกัน เพราะได้เกิดกระแสต่อต้านจากบรรดาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึงขั้นรวมตัว ยื่นหนังสือฟ้องร้องกฎหมายห้ามส่งภาพลามกอนาจารผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะเห็นว่าค่อนข้างรุนแรงเกินไป โดยเสนอให้นำซอฟต์แวร์ควบคุมมาใช้เพื่อป้องกันแทน

จากตัวอย่างข้างต้นก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นแล้วว่า ต้นกำเนิดของเทคโนโลยีได้ลุกขึ้นมากำหนดขอบเขตของเครือข่ายสื่อสารไร้พรมแดนนี้ขึ้นแล้ว สำหรับในประเทศไทย อินเทอร์เน็ตเริ่มเป็นที่ฮือฮามาตั้งแต่ปีที่แล้วและระเบิดเป็นพลุแตกในปีนี้อเอง

ประเด็นที่เข้ามาทำให้อินเทอร์เน็ตเป็นที่กล่าวถึง ในประเทศไทย นอกจากในแง่ของประโยชน์แล้ว ยังมีในเรื่องการเผยแพร่ภาพโป๊และข้อความที่ไม่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย ซึ่งจากกรณีนี้เองทำให้รัฐบาลไทยตื่นตัวขึ้นมาศึกษาเพื่อหามาตรการควบคุมดูแล ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) กรมตำรวจ การสื่อสารแห่งประเทศไทย สภาความมั่นคงแห่งชาติ สำนักงานอัยการสูงสุด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมประชุมหัวข้อเรื่อง “นโยบายและมาตรการในการป้องกันปัญหาอันเนื่องมาจากการใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารที่ไม่เหมาะสม” ได้ข้อสรุปออกมาเป็นมาตรการ 2 ระยะคือ ระยะสั้นทางหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมมือกัน โดยเนคเทคจะเป็นผู้ประสานงานด้านเทคนิคกับเจ้าหน้าที่ตำรวจของกองบังคับการสืบสวนสอบสวนคดีเศรษฐกิจ (สศก.) ซึ่งได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานจากกรมตำรวจในขั้นตอนการสืบค้นหาผู้กระทำความผิด รวมทั้งการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ตำรวจถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ต

สำหรับขบวนการสืบค้นต้นตอ ศ.ดร.ไพรัช ธัชยพงษ์ ผู้อำนวยการศูนย์เนคเทคกล่าวว่า ในเชิงเทคนิคแล้วสามารถสืบหาต้นตอผู้ที่ประพฤติมิชอบเหล่านี้ได้ โดยต้องทราบแอดเดรสหรือที่อยู่ของแหล่งข้อมูลหรือภาพนั้นจึงจะดำเนินการสืบค้นได้ และ พล.ต.ต.ไพรัช พงษ์เจริญ รองโฆษกกรมตำรวจได้กล่าวว่าการดำเนินการกับผู้ต้องหาในระหว่างยังไม่มีการกฎหมายเฉพาะด้านนี้ใช้ประมวลกฎหมายอาญา โทษฐานหมิ่นประมาทซึ่งมีโทษจำคุก 2 ปี และปรับไม่เกิน 2,000 บาท ส่วนระยะยาวการมีกฎหมายด้านใดที่มีทั้งด้านการควบคุมการใช้งานบนเครือข่าย

และกฎหมายที่ยอมรับพิจารณาหลักฐานด้านอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมกันนี้ยังได้ระบุว่า จะนำผลการศึกษาของกฎหมายอีไอโอที่จะเสร็จภายในอีก 2 เดือนนี้มาเป็นแนวทางศึกษา เพื่อร่างกฎหมายใหม่ที่ใช้ควบคุม หรืออีกกรณี อาจใช้กฎหมายให้ครอบคลุมถึงการประพุดติมิชอบทั้งภาพลามกอนาจารและข้อมูลข่าวสารที่ทำให้ผู้อื่นเสียหาย

แหล่งข่าวระดับสูงในการสื่อสารแห่งประเทศไทย กล่าวว่า การที่จะนำมาใช้ได้สร้างซอฟต์แวร์ควบคุม ส่วนกรณีการควบคุมในชั้นเบื้องต้นระบุไว้ในสัญญาเป็นข้อห้ามอยู่แล้ว ซึ่งถ้าไม่ปฏิบัติตามก็จะถูกตัดสิทธิ์

ภาษาหลักที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกรณีไม่ว่าจะเป็นไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ข่าวสารข้อมูล เฉพาะเรื่อง จนถึงข้อมูลต่าง ๆ อย่างซอฟต์แวร์ รายชื่อและเลขหมายติดต่อศูนย์แม่ข่ายข้อมูลและห้องสมุดข้อมูล ย่อมจะต้องเป็นภาษาอังกฤษ เพราะอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นและขยายตัวเติบโตในช่วงแรก ๆ ในอเมริกา จำนวนผู้ใช้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่ในสหรัฐ คือมีมากเป็นประมาณ 2 เท่าของผู้ใช้ในภูมิภาคอื่นของโลกรวมกัน (ดูรายละเอียดในผังภูมิ) และด้วยเหตุนี้เองที่ทำให้ผู้ใช้ซึ่งใช้ภาษาอื่นต้องสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษตามผู้ใช้ส่วนใหญ่ไปด้วย ในประเทศที่เริ่มมีผู้ใช้จำนวนมากขึ้น จึงเริ่มมีการใช้ภาษาท้องถิ่นเป็นสื่อในการสื่อสาร ระหว่างผู้ใช้ที่ใช้ภาษาเดียวกันมากขึ้นเรื่อย ๆ

ในยุคสมัยของอินเทอร์เน็ต ก็ได้มีการสร้างวัฒนธรรมของชาวอินเทอร์เน็ตขึ้นในหมู่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตด้วยกัน โดยจะคิดค้นวิธีและภาษาที่จะสื่อถึงกัน ชนิดที่อาจทำให้นักภาษาศาสตร์เกรงกลัวว่าจะเป็นตัวการหนึ่งที่ทำให้ภาษาวิบัติ

ลักษณะร่วมทางภาษาที่เห็นได้ชัดอย่างหนึ่งก็คือ การใช้ตัวย่อเฉพาะในหมู่วงในของกลุ่มที่นั้น ๆ เช่น ตัวย่อประเภท FTP, PPP, IRC จะหมายถึงเทคโนโลยีและบริการ นอกจากนั้นข้อความยาว ๆ ที่ชวนให้ขี้เกียจกดแป้นพิมพ์ ก็จะถูกจับย่อลงเช่นกัน อาทิ BTW (By The Way), IRL (In Real Use) หรือ IANAL (I Am Not A Lawyer) และยังมีภาษาสัญลักษณ์แบบใหม่ที่เรียกว่า emoticon ซึ่งถูกคิดค้นขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะสื่อสารอารมณ์ความรู้สึก แต่ก็ไม้อาจสื่อได้ด้วยความจำกัดของตัวอักษร ภาษาสัญลักษณ์แบบใหม่ที่ว่านี้เป็นการพยายามใช้รูปสัญลักษณ์ที่มีอยู่บนแป้นพิมพ์สร้างเป็นภาพที่สื่ออารมณ์แทนใช้หน้าคน เช่น ;- แทนความหมายว่ากำลังหัวเราะให้ เป็นต้น

John Gilmore หนึ่งในผู้ก่อตั้ง Electronic Frontier Foundation กล่าวว่า “เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดีความคำว่า เซ็นเซอร์ ว่าหมายถึงความหายนะ และเป็นเส้นทางไปสู่ความพิงาศ” และมีผู้คัดลอกคำดังกล่าวเผยแพร่ทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบ่อยครั้งขึ้น เพื่อแสดงเจตจำนงว่าไม่ต้องการให้มีการเซ็นเซอร์จากรัฐบาล อีกทั้งยังมีความเชื่อมั่นกันว่า ข้อมูลที่ส่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะไม่มีวันถูกตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายรัฐบาลเป็นอันขาด

อินเทอร์เน็ตสื่อร็วกาเลนไหนหวานซึ่งผ่านไซเบอร์สเปซ บริการส่งจูบฟรีพร้อมแนะนำสถานที่ออกเดท นอกจากนี้ ความอัจฉริยะของเว็ลด์ วัตต์ เว็บ ยังเสนอให้ผู้ใช้ระบบเลือกรูปแบบการจูบตามลักษณะของชาติต่าง ๆ อาทิ จูบแบบฝรั่งเศส จูบแบบอิตาเลียน และจูบแบบผู้ดีอังกฤษหลังจากนั้นจึงจะทำการดาวน์โหลดเสียงและภาพที่สัมพันธ์กันลงไป ก่อนการจัดส่งเข้ารหัสคนรักเป้าหมายแต่ไอเดียในการส่งจูบผ่านอินเทอร์เน็ต ใช่ว่าจะใช้ได้ดีกับทุกคนเสมอไป เพราะบางคน ที่ได้รับการส่งจูบอาจคิดว่าเก๋สนุกดี ในขณะที่บางคนอาจคิดว่า แสบจะทะเล่และไมโรแมนติกเอาเสียเลย

หนึ่งในคู่รักที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นแม่สื่อ ได้แก่ นายเอียนพีเวอร์เยียร์ ชาวอังกฤษ ซึ่งได้พบกับหวานใจตรงสเปกจากมลรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา โดยทั้งสองเริ่มต้นจากการสนทนาเล็ก ๆ น้อย ๆ บนเครือข่าย จวบจนกระทั่งทั้งสองได้วางแผนเตรียมเข้าวิวาห์ในเร็ววันนี้ “ผมใช้เวลาเพียง 10 วัน เท่านั้นในการอ่านข้อมูลของแฟนที่จัดส่งมาทางอี-เมลล์ ซึ่งทำให้ผมตกหลุมรักเธอทันทีเช่นกัน และผมเชื่อว่า ในประเทศอังกฤษมีคู่แต่งงานอย่างน้อย 3 คู่ที่ได้พบรักกันทางอินเทอร์เน็ต” นายพีเวอร์เยียร์เผย

นางฟราน ไมเออร์ ผู้จัดการทั่วไปของบริษัทแมช คอม ซึ่งให้บริการจับคู่ทางคอมพิวเตอร์ออนไลน์ ในซานฟรานซิสโก เชื่อว่าเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีความเยี่ยมยอดสูงสุดในการประสานและเชื่อมโยง

สำหรับงานบริการจับคู่ผ่านอินเทอร์เน็ตของบริษัทแมชคอม ขณะนี้สามารถทำให้คู่รักแต่งงานกันไปแล้ว 6 คู่ ส่วนที่หมั้นหมายกันไว้ทั้งหมด 12 คู่ และที่กำลังจะให้กำเนิดทารก อีก 1 คู่

ในสหรัฐอเมริกา มีการเก็บข้อมูลรายละเอียดส่วนตัวของผู้มาเซ็นสัญญาขอใช้บริการ รวมทั้งอุปนิสัยใจคอ ทั้งทางดีและทางไม่ดีเข้าแฟ้มคอมพิวเตอร์การบริการออนไลน์ โดยสมัครเป็นสมาชิกเสียค่าบริการรายเดือน ที่ทำหน้าที่ติดต่อให้ผู้คนมีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น และจัดส่งของกำนัล นอกจากนี้ยังจะทำหน้าที่รับจัดงานปาร์ตี้ตามหัวเมืองต่าง ๆ ทั่วสหรัฐอเมริกา เพื่อเปิดทางให้ลูกคามีโอกาสพบปะและศึกษาซึ่งกันและกันนอกเครือข่ายคอมพิวเตอร์

อินเทอร์เน็ต มีทั้งผลดีและผลเสีย ผลดีคือได้ช่วยให้คู่รักหลายคู่ลงเอยด้วยการแต่งงาน แต่ใช่ว่าจะไม่มีผลลบเสียทีเดียว ยกตัวอย่าง กรณีที่มีข่าวลงในสื่อสิ่งพิมพ์อเมริกัน ซึ่งระบุถึงสามีในรัฐนิวเจอร์ซีย์รายหนึ่ง ที่ได้ยื่นฟ้องหย่าภรรยาของตนโดยอ้างว่า ภรรยาของเขาคบชู้คู่ชายอื่น ด้วยการติดต่อทางระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (อี-เมลล์)

การเป็นผู้หนึ่งที่ใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเป็นสมาชิกในจักรวาลคอมพิวเตอร์เมื่อไปดูที่หน้าจอคอมพิวเตอร์ในตอนเช้า อาจจะได้รับข้อความหวาน ๆ แสบโรแมนติกที่ส่งมาให้จากคนที่คิดไม่ถึงเพื่อให้อ่านข้อความตอบกลับด้วย ก็เป็นไปได้

Browne อัลบั้มถัดมาออกในปี 1973 ใช้ชื่อว่า Desperado ประสบความสำเร็จพอควร แต่ไม่เท่ากับชุดแรก ในปีถัดมาอัลบั้มที่สาม On the border ได้อินทรีตีตัวที่ 5 คือ Don Felder มาช่วยอีกแรง และในอัลบั้ม ชุดที่ 3 นี้เองที่เป็นที่ของพวกเขาอย่างแท้จริง On the border ประสบความสำเร็จอย่างล้นหลามในเวลาเพียงไม่กี่เดือนโดยมีเพลง Best of my love เป็นเพลงฮิตอันดับหนึ่ง สร้างชื่อเสียงแก่เหล่าอินทรีรี่ไปทั่วอเมริกา

พวกเขายังไม่หยุดเพียงแค่นั้น ในปี 1975 พวกเขาปล่อยอัลบั้มที่ 4 ใช้ชื่อว่า One of these night ข้ามไปตั้งถึงฝั่งอังกฤษ ในปีนี้เองพวกเขาก็ได้เปลี่ยนสมาชิกของวง โดยได้มือกีตาร์ Joe Walsh มาแทน Bernie Leadon ที่ออกไป Joe Walsh นั้น อดีตเป็นหัวหน้าวง The James Gang มาก่อน ส่งผลให้พวกเขามีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้นไปอีก ในปี 1976 ก็ถึงเวลาออกอัลบั้ม Greatest Hits ซึ่งถ้านับจนถึงปัจจุบัน อัลบั้มนี้ขายไปแล้วกว่า 14 ล้านชุด ถัดมาในสิ้นปีเดียวกัน ก็ถึงเวลาของอัลบั้ม Hotel California อันลือลั่น เพราะมันขายได้เกิน 9 ล้านชุด ในปี 1977

Randy Meisner ก็ลาออกไป แต่ก็ได้ Timothy B. Schmit (ทิมโมธี บีชมิทท์) แห่งวง Poco มาเล่น Bass ออกมาในปี 1979 โดยมีเพลงฮิตหลายเพลงอย่างเช่น I can't tell you why และ Heartache Tonight ถัดมาในปี 1980 พวกเขาถืออัลบั้ม แสดงสด Live album และตามด้วยการออกทัวร์แสดงสดเพื่ออำลา ถือเป็นอันสิ้นสุดตำนานของเหล่าอินทรีรี่ สร้างความเสียดายให้กับเหล่าแฟนเพลงเป็นอันมาก พวกเขาได้ออกอัลบั้ม The Eagle Live ในปี 1980 และ The Greatest Hit Volume 2 ในปี 1982

14 ปีถัดมา อัลบั้ม “Common Thread” ซึ่งเป็นอัลบั้มที่หลากหลายศิลปินคันทรี่ รวมกันเล่นเพลงของ Eagles (หรือที่เรียกกันว่า คัพเวอร์) เพื่อเป็นการสดุดีเหล่าอินทรีรี่ทั้งหลาย Travis Tritt ศิลปินผู้คัพเวอร์ Take it Easy ถูกขอให้เล่นใน Music Video เพื่อออกเป็นซิงเกิล เขาไม่ปฏิเสธ เพียงแต่มีข้อแม้ว่าสมาชิกของ Eagle ต้องมารวมกันเพื่ออัด video ด้วย ซึ่งไม่มีใครคิดเลยว่ามันจะเป็นไปได้ แต่แล้วมันก็เกิดขึ้น หลังจากถ่าย video แล้ว Glenn Frey และ Don Henley ก็ชวนคุยกันถึงเรื่องราวรวมตัวอีกครั้ง สิ่งที่เกิดขึ้นแบบไม่คาดคิดครั้งนี้ถือเป็นเหตุการณ์ที่เขย่าวงการแห่งปี 1994 เลย์ที่เดียว พวกเขาได้ออกทัวร์กันอีกครั้งใช้ชื่อได้อย่างแยบยลว่า Hell Freezes Over ซึ่งคำ ๆ นี้มาจากบรรดา Eagles เองที่เคยพูดไว้ว่า “เมื่อใดก็ตามที่นรกอันแสนร้อนนั้นเย็นจัดจนเป็นน้ำแข็งเมื่อนั้นล่ะ...พวกเขาจะกลับมารวมตัวกันอีกครั้ง” อะไรจะปานนั้น และปรากฏว่าตัวคอนเสิร์ตทั่วทั้ง 37 เมืองที่พวกเขาไปแสดงนั้น ขายหมดไม่มีเหลือแม้สักใบ (ทั้ง ๆ ที่ราคาของมันแพงกว่าตัว ซุปเปอร์โบวล์ ซะด้วยซ้ำ)

นี่ก็เป็นประวัติโดยย่อของวง Eagles แต่ที่ไฮมเพจของทางวงยังมีอะไรน่าสนใจอีกมาก เช่น เนื้อเพลง รายละเอียดของสมาชิกแต่ละคนข่าวล่าสุด เช่น การแต่งงานของมือกลอง Don Henly, Eagles Chat Zone on the Undemet IRC หรือ การดาวโหลดบางส่วนของเพลงมาฟังเล่น หรือจะให้เปิดตอนเรียกวินโดวส์ก็ยังได้ หวังว่าคงจะชอบกัน

ต่อไปเป็นเรื่องของกลุ่มศิลปินผิวสี ที่มีน้ำเสียงน่าฟังมาก เหมาะสำหรับฟังสบาย ๆ คลายเครียด พวกเขาคือ Boyz II Men นั่นเอง ข้อมูลของ Boyz II Men ได้มาจากโฮมเพจของ “โพลีแกรม” ครับ [http:// www.polygram.com/](http://www.polygram.com/) จำง่ายใช้มั้ยครับ พูดถึงนักร้องหรือศิลปินจาก โมทาวน์แล้วรับรองว่าคุณภาพคับแก้วทุกคนทีเดียว Boyz II Men ก็เช่นกัน โด่งดังขึ้นมาจก ชาร์นแทรกของภาพยนตร์เรื่อง End of the Road (นำแสดงโดยเอ็ดดี้ เมอร์ฟี) ในชื่อเพลง เดียวกันและได้รับการต้อนรับการต้อนรับจากแฟนเพลงในไทยไม่น้อยทีเดียว

ในชุดถัดมา Boyz II Men มีเพลงฮิตถึง 2 เพลงคือ I'll Make Love to You และ On Bended Knee ประสานเสียงได้ไพเราะทีเดียวตอนนี้พวกเขาออกอัลบั้มใหม่แล้วครับ ให้ชื่อว่า The Remix Collection มีทั้งหมด 11 เพลง มีทั้งเพลงใหม่บวกกับเก่าเพลงที่นำมา remix ใหม่ (never-before-released remixes) โดยเหล่ามือมิกซ์ไฟแรงชั้นแนวหน้า อาทิ Tim & Bob, Dallas Austin, Ivan Dupae, Treach, Method Man, Keith Crouch และอีกมาก มีเพลงที่น่าฟังเช่น Brokenhearted ที่ Wanya Morris's ร้องคู่กับ Brandy, เพลง Hey Lover มี LL Cool J ร่วมร้อง, เพลงใหม่เอี่ยม I'll Remember (เพลงนี้มีตัวอย่างไฟล์ WAV ให้ลองฟัง) และซิงเกิ้ลใหม่ “Vibin” (The New Flava อันนี้มีไฟล์ Avi เป็นไฟล์ภาพยนตร์ความยาว 32 วินาทีให้ชม) รวมทั้งเพลงจากชุดก่อน ๆ เช่น I'll Make Love To You Version, Water Runs Dry (Strat Mix-มีตัวอย่างไฟล์ WAV เช่นกัน) อยากรู้ว่ามีมิกซ์แล้วเป็นอย่างไรก็ไปหาซื้อมาฟังกันได้เลย หรือจะเข้าไป (login) ฟังตัวอย่างก่อนได้ในอินเทอร์เน็ต

เป็นโชคดีสำหรับคนรุ่นในยุคใหม่อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีทางเลือกที่ดีกว่าในเรื่อง การติดต่อสื่อสารทางจดหมาย เพราะวันนี้ วัฒนาการของเรื่องนี้ก้าวมาถึงการใช้จดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ นำเสียตาย ถ้าเราใช้แค่เล่นเกมใช้ Word หรือ Excel เท่านั้น เพราะปัจจุบัน เราอยู่ในยุคสารสนเทศกันแล้ว และเครื่องคอมพิวเตอร์ก็เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดของคนในยุคนี้ ทำไมเราไม่ใช้เครื่องพีซีให้คุ้มค่ามากขึ้น ให้สมกับเป็นคนรุ่นใหม่ที่ใช้ E-Mail เป็น ถ้าได้ลองใช้ สักครั้งสองครั้งแล้วจะติดใจกันทั้งนั้น เช่นบางคนบอกว่าเหมือนได้ผจญภัยไปยังสถานที่ใหม่ ๆ ได้เปิดหูเปิดตา บางคนชอบที่มีคนมาร่วมช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้ หรืออาจพบช่องทาง การทำเงินจากการใช้ E-Mail ก็ได้ใครจะรู้ อินเทอร์เน็ตนั้นยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้งานอื่น ๆ ได้อีกมากมาย ซึ่ง ขึ้นอยู่กับความคิดความสามารถของแต่ละบุคคล

เพื่อบริการข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ให้กับนักกีฬา เจ้าหน้าที่ สื่อมวลชน แขกรับเชิญ ต่าง ๆ ทั้งในต่างประเทศและต่างประเทศ สามารถสอบถามข้อมูลซีเกมส์และข่าวสารต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ โดยค่าบริการเป็นเวลา 1 เดือน



## 2. ด้านธุรกิจ

ธุรกิจการสื่อสารคมนาคม ในสภาพปัจจุบันภาคเอกชน มีความต้องการที่จะใช้บริการสื่อสารข้อมูลที่ทันสมัยและรวดเร็ว จึงได้มีการก่อตั้งบริษัทให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่ภาคเอกชน และบุคคลทั่วไปขึ้น ปัจจุบันมีบริษัทที่เปิดให้บริการแล้ว 3 บริษัทคือ บริษัทอินเทอร์เน็ตประเทศไทยจำกัด บริษัทเคเอสซีคอมเมอร์เชียลอินเทอร์เน็ตจำกัด และบริษัทลือกซ์เลย์อินฟอร์เมชันจำกัด ผู้ใช้บริการจะต้องเสียค่าธรรมเนียมเป็นรายเดือนตามรูปแบบของการใช้บริการ

คอมพิวเตอร์เป็นสินค้าที่มาพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งนับวันจะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับคนยุคใหม่ ดังจะเห็นว่าผู้ที่มีความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์ จะมีโอกาสในการทำงานมากกว่าคนที่ไม่รู้

แม้แต่ในภาครัฐราชการเอง ก็ยังมีนโยบายให้ข้าราชการระดับสูงได้รับการฝึกอบรมให้ใช้คอมพิวเตอร์เป็น เพื่อรับรองเทคโนโลยีด้านนี้ ที่มีความจำเป็นต้องนำมาใช้ในหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการแก่ประชาชน

บริษัทขายคอมพิวเตอร์หลายบริษัท ได้ตระหนักว่าในการขายคอมพิวเตอร์ ไม่เหมือนสินค้าอื่น ๆ เนื่องจากต้องมืองค์ประกอบอื่น ๆ อีกหลายอย่างมาสนับสนุนให้ผู้ซื้อตัดสินใจง่ายเข้า เช่น มีการโปรโมตเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทหนึ่ง ที่กำลังเข้าสู่ตลาดครอบครัวไทยสมัยใหม่ อยู่ในขณะนี้

ในปี พ.ศ. 2539 ได้มีบริษัทผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายใหม่อีก 7 ราย คือ

ชื่อบริษัท	ประเภทบริการ
เอ-เน็ต (A-NET) ในนามของกลุ่มบริษัทแอดวานซ์	-บริการข้อมูลข่าวสารทางด้านพยากรณ์อากาศ
รีเสิร์ช (เออาร์)	-อี-เมลล์ -ซื้อสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ -ข้อมูลหุ้น, ตลาดหลักทรัพย์ฯ
อินโฟร์นิวส์	-ฐานข้อมูลข่าว -ฐานข้อมูลสิ่งพิมพ์ (บริษัทในเครือกลุ่มวัฏจักร) -ฐานข้อมูลการพยากรณ์อากาศ -ฐานข้อมูลการศึกษา -ฐานข้อมูลการศึกษา

ชื่อบริษัท	ประเภทบริการ
สามารถ เทลคอม (บริษัทในเครือกลุ่มสามารถ)	- เชื่อมโยงเครือข่ายบริการข้อมูลผ่านดาวเทียม (วีแซท)
ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น	- เชื่อมโยงเครือข่ายบริการข้อมูลผ่านเว็ลด์ดาต้าอินเตอร์เน็ตสตรี (มหาชน)
ข้อมูล ผู้จัดการ เทลคอม โฮลดิ้ง จำกัด ลือกซ์อินโฟ (ในเครือลือกซ์เลย์)	- บริการฐานข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ - เชื่อมโยงเครือข่ายบริการข้อมูลกับ “คอมไลน์” - บริการข้อมูลภายในประเทศ - บริการข้อมูลต่างประเทศ - บริการติดตั้ง ออกแบบวางระบบ

ที่มา : จากการรวบรวมของ “ฐานเศรษฐกิจ”

บริษัทที่มีลิขสิทธิ์ เช่น เค เอส ซี คอมเมอร์เชียลอินเทอร์เน็ตจำกัด มีค่าบริการแตกต่างจากราชการเล็กน้อย

แต่ด้วยความเป็นสากลของอินเทอร์เน็ต โลกแห่งการสื่อสารจึงอิสระ และไร้ขอบเขตจำกัด อินเทอร์เน็ตถูกใช้เป็นเครื่องมือทางพาณิชย์ และการใช้ส่วนตัวในทางที่ไม่ดีของคนบางคน เช่น ใช้เป็นทางผ่านส่งภาพและวิดีโอลามก ใช้ส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของอาชญากรรมหรือวินาศกรรม แทนที่การเป็นเครื่องมือสื่อสารทางวิชาการ ในเชิงเทคโนโลยี การป้องกันการลอบดักข้อมูลสามารถทำได้โดย ใช้เทคนิคการเข้ารหัส (encryption) ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เป็นความลับซับซ้อนกว่าแค่การวางสายเคเบิลเพื่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่น่าสนใจนำมาเป็นหัวข้อในการศึกษาครั้งนี้

การใช้คู่สายโทรศัพท์เพื่อการสื่อสารข้อมูลยิ่งทวีความสำคัญยิ่งขึ้น รวมทั้งการเข้าใช้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทย (Internet Thailand Service-ITS) ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อใช้อินเทอร์เน็ต นอกจากจะใช้ในการประสานงานวิจัยแล้ว ยังเป็นประโยชน์ในด้านอื่น เช่น สามารถรับ ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงปลายทางได้ภายในไม่กี่นาที สำหรับผู้รับในต่างประเทศกว่า 150 ประเทศทั่วโลก สามารถแนบแฟ้มข้อมูลที่เป็นแฟ้มข้อความ รูปภาพ หรือกราฟต่าง ๆ เข้าไปได้รวดเร็ว ประหยัดกว่าการใช้โทรศัพท์/โทรสาร สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้คนนับล้านคนทั่วโลก โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง สามารถรับรู้เทคโนโลยีผ่านแผงข่าวประกาศ บนเครือข่าย ที่มีอยู่บนพันหัวข้อ และกลุ่ม Mailing list หลายพันกลุ่ม สามารถอ่านข่าวสาร วารสารอิเล็กทรอนิกส์แบบออนไลน์ สามารถโอนแฟ้มข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลนับพันแห่งทั่วโลกในเวลาอันสั้น แฟ้มข้อมูลมีทั้งโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่ ๆ เกมส์ ตำรา รวมทั้งโปรแกรมประเภทของฟรี (public domain software) ชิ้นเยี่ยมจากทุกมุมโลก สามารถสืบค้นข้อมูลจากห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์จากทุกมุมโลก

การเข้าสู่วงการธุรกิจกับอินเทอร์เน็ต Commerce net เชื่อมบริษัทต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยมีโดเมนชื่อเป็นตัวเลือกใช้บริการและเป็นบริษัทที่ริเริ่มการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์แบบต่าง ๆ

Digital Equipment Corp. ให้บริการตลาด การขาย และให้บริการลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์ จาก DEC ให้บริการเป็นร้านค้าเสมือน (virtual stores) ซึ่งก็คือ ประเภทช้อปปิ้งผ่านคอมพิวเตอร์นั่นเอง เป็นผู้ริเริ่มให้บริการใหม่ ๆ เช่น Meckler web, Global Network Navigator และให้คำแนะนำการใช้เครือข่ายทั่วโลก ให้คำปรึกษาสำหรับธุรกิจที่ต้องการเข้าสู่อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ DEC ยังเป็นสมาชิกของ Commerce net ด้วย Inter NIC Information Services เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารบน Internet ซึ่งก่อตั้งโดย NSF

The Internet Society ถึงแม้ว่าจะไม่ให้บริการให้คำปรึกษาหรือให้คำแนะนำแก่บริษัทต่าง ๆ แต่ก็มีข้อมูลเกี่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของวงการ Internet และเปิดรับสมาชิกซึ่งจะได้รับ Internet society news ในอัตรา 35 เหรียญสหรัฐต่อปีสำหรับบุคคล แต่จะเป็น 1,000 เหรียญสหรัฐต่อปีสำหรับบริษัทห้างร้าน การบริการ มีการบริการขั้นพื้นฐาน การวิจัยตลาด การศึกษาความเป็นไปได้ การวิจัยด้านการเมือง และการบริการในฐานะที่ปรึกษาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับแลกเปลี่ยนข้อมูลเอนกประสงค์

ในช่วง 2 ปี นักธุรกิจมากกว่า 80% นิยมใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ในประเทศไทย บริษัทอินเทอร์เน็ตไทยแลนด์ (Internet Thailand Company Limited) เป็นธุรกิจร่วมระหว่าง NECTEC.CAT และ TOT (Thaweesak Koanantakool, 1995)

ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทย เป็นองค์กรผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยแห่งแรกที่เปิดให้ผู้สนใจใช้บริการได้ทั้งแบบส่วนบุคคล และแบบองค์กร/นิติบุคคล บริการแบบส่วนบุคคลจัดขึ้นเพื่อให้ใช้งานส่วนตัวเพื่อการศึกษาวิจัย และแบบส่วนบุคคล เพื่อให้ใช้งานธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งทุกคนต้องก้าวทันโลก และมีกิจกรรมที่สามารถแพร่ไปได้ทั่วโลก บริการชนิดต่าง ๆ ที่ศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทยจัดขึ้น ในระดับต่าง ๆ กันนั้น จัดได้ว่ามีความสมบูรณ์ทัดเทียมกับในต่างประเทศ ภายใต้การบริหารในรูปแบบใหม่ โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติร่วมกับการสื่อสารแห่งประเทศไทย และองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย

บริการอินเทอร์เน็ตส่วนบุคคล คอมพิวเตอร์ที่มีศูนย์บริการจัดให้ โดยใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวของท่านเป็นจอภาพและแป้นพิมพ์เพื่อติดต่อเข้าอินเทอร์เน็ตผ่านศูนย์บริการ ๆ

บริการอินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กร หมายถึงการเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยนิติบุคคลที่เป็นสมาชิกจะจัดเตรียมอุปกรณ์บริการอินเทอร์เน็ตขึ้นเองและเช่าวงจรสื่อสารพิเศษเปลี่ยน (leasedline) มายังศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทย ทั้งนี้เสียค่าบริการดูได้จากตารางค่าบริการของ NECTEC

BBS นั้นย่อมาจาก Bulletin Board System ซึ่งคำว่า BBS นั้นจะใช้เรียกเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เปิดบริการให้ผู้อื่นสามารถต่อไปดาวน์โหลด (download) โปรแกรมต่าง ๆ ได้โดยติดต่อผ่านกันทางโมเด็มตัวอย่างของศูนย์บริการ BBS เช่น CSQBBS, Visual BBS, Greenleaf BBS หรือ @RMA เป็นต้น ถ้าต้องการที่จะใช้ WWW (World Wide Web) แน่แน่นอนมันไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย ดังนั้นถ้าจะให้ดีควรจะซื้อเครื่องใหม่สักเครื่องเลยจะดีกว่า เป็นเครื่อง 486 DX2-66 หน่วยความจำสัก 8 หรือ 16 เมกะไบต์ก็น่าจะเพียงพอ (สำหรับการเล่นแบบ กราฟิก)

อัตราส่วนระหว่างสัญญาณต่อการรบกวนความถี่ของสัญญาณ (s/n ratio) เป็นอัตราที่แสดงถึงระยะเวลาในการโต้ตอบและเวลาในการใช้งาน ซึ่งถ้าเข้า s/n ratio สูงแสดงว่าการต่อไปที่อื่น ๆ นั้นจะติดยากมาก ถ้าจะติดก็ต้องใช้เวลามาก

ถ้าไม่ต้องการที่จะ subscribe (subscribe หมายถึงการเข้าร่วมกลุ่มกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่มีความสนใจเหมือน ๆ กันและจะมีการแลกเปลี่ยนทรรศนะซึ่งกันและกัน) ลองต่อไปยังเครือข่ายข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต และต่อไปยังบอร์ดข่าวสารด้วยโปรแกรมต่าง ๆ เช่น TIN หรือ RTIN เป็นต้นจากนั้นคุณก็สามารถที่จะทำการค้นหาเรื่องที่คุณสนใจได้

โฮสต์ (host) หมายถึงคอมพิวเตอร์ซึ่งอยู่ไกลจากคุณมาก ๆ (remote computer) ซึ่งสามารถติดต่อ และโต้ตอบได้ เครื่องที่เป็นโฮสต์นั้น ย่อมมีผู้ที่มาขอใช้บริการเป็นจำนวนมาก ดังนั้นในบางครั้งที่ต่อไปแล้วปรากฏข้อความว่าไม่ว่าง แสดงว่าในขณะนั้นโฮสต์ยังไม่พร้อมที่จะให้บริการ

วิธีการ GET (หมายถึงการนำไฟล์ที่เราต้องการมายังเครื่องที่เราใช้งานอยู่ในขณะนั้น) ไฟล์ที่มีขนาดใหญ่ ๆ นั้นมีโอกาสน้อยมากที่จะได้ไฟล์นั้นมาโดยที่ต่อไปเพียงครั้งเดียว

สรุปได้ว่าการใช้งานจาก เครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีผู้ใช้หลายประเภท ประกอบด้วย ศึกษานี้วิจัย นักวิจัยและคณาจารย์ตามห้องปฏิบัติการวิจัยต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยใช้ในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร ใช้ในเรื่องการค้นหาข้อมูล ใช้อีเมล ตลอดจนการใช้ทรัพยากรจากเครื่องต่าง ๆ งานประมวลผลทางวิทยาศาสตร์ งานด้านการผลิตเอกสารโดยใช้ทรัพยากรที่มีให้ในเครือข่าย การส่งเอกสารสิ่งพิมพ์ไปยังปลายทางที่ต้องการ งานบริการห้องสมุด โดยสามารถค้นหาข้อมูลรายชื่อหนังสือผ่านเครือข่าย งานบริหาร ผู้ใช้กลุ่มนี้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลทางด้านการดำเนินการต่าง ๆ ข้อมูลการเรียนการสอน ข้อมูลการเงิน งานบริการวิชาการ ตลอดจนการใช้งานในด้านอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่น่าจะอำนวยความสะดวก การที่มีผู้ใช้ร่วมกันในระบบมาก ย่อมมีบุคคลที่อยากรู้อยากเห็นและอยากลองวิชา โดยตั้งใจหรือมีการวางแผนมาลองดูว่าระบบมีวิธีการป้องกันเพียงพอหรือไม่ การเข้าสู่ระบบมีวิธีการที่สามารถตรวจสอบและรักษาความปลอดภัยได้ แต่การติดต่อกับระบบบางครั้งยังไม่สะดวกเร็ว ค่าใช้จ่ายบางอย่างยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง รายการบางอย่างไม่เหมาะสมกับเด็ก การติดต่อชมชู้โดยผ่านระบบได้มีผู้กระทำขึ้น และส่งผลให้เกิดความคิดเห็นที่ไม่ดีต่อระบบอินเทอร์เน็ตได้

การบริการ มีการบริการขั้นพื้นฐาน การวิจัยตลาด การศึกษาความเป็นไปได้การวิจัยด้านการเมืองและการบริการ ในฐานะที่ปรึกษาเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับแลกเปลี่ยนข้อมูลเอนกประสงค์

เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายข้อมูลระดับโลก ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีว่าเป็นทางด่วนข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงบุคคลมากกว่า 30 ล้านคนทั่วโลก เครื่องคอมพิวเตอร์กว่า 3 ล้านเครื่อง และศูนย์ข้อมูลอีกนับแสนแห่งพร้อมกันนี้ยังมีบริการต่าง ๆ เช่นจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail, E-mail) ธนาคารข้อมูล ศูนย์บริการข้อมูลออนไลน์ แผงข่าวอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 3000 หัวเรื่อง กลุ่มบุคคลที่อยู่ในสังคมและห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์แบบหลายสื่อที่สามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้ทันที ด้วยภาพสีเสียง หรือภาพเคลื่อนไหว

การใช้งานของอินเทอร์เน็ตครอบคลุมไปทุกวงการ ไม่ว่าจะเป็นวงการศึกษาวิจัยหน่วยงานของรัฐ องค์กรระหว่างประเทศหรือแวดวงธุรกิจ ปัจจุบันมีบริษัทเอกชนสาขาต่าง ๆ เข้าร่วมใช้งานและดำเนินธุรกิจอยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากกว่า 50% ของผู้ใช้ทั้งหมด และนับวันจะเพิ่มมากขึ้นทุกวัน ยิ่งไปกว่านั้นยังมีผู้พัฒนาให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในยุคหน้า สามารถชมสินค้า สอบถามราคา สั่งซื้อและโอนเงินผ่านอินเทอร์เน็ตด้วย

การที่มีผู้สนใจอินเทอร์เน็ตกันมาก เนื่องจากสามารถรับ-ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงปลายทางได้ภายในเวลาไม่กี่นาที สำหรับผู้รับในประเทศกว่า 150 ประเทศที่มีบริการเช่นเดียวกัน ภายในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์สามารถแนบแฟ้มข้อมูลที่เป็นข้อความ รูปภาพ หรือกราฟต่าง ๆ เข้าไปได้ อำนวยความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อทางธุรกิจมากกว่าการใช้โทรศัพท์และโทรสาร

สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้คนนับล้านคนทั่วโลกในหลากหลายสาขาอาชีพโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง นั่นคือการติดต่อกับลูกค้า ธุรกิจ กลุ่มเป้าหมาย บริษัทในเครือหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่รวดเร็ว

สามารถรับรู้เทคโนโลยีล่าสุดพร้อม ๆ กับผู้อื่นทั่วโลก ผ่านแผงข่าวประกาศบนเครือข่ายที่มีอยู่นับพันหัวข้อและกลุ่ม mailing list หลายพันกลุ่ม

สามารถติดตามอ่านข่าวสารวารสารอิเล็กทรอนิกส์แบบออนไลน์ทางเครือข่ายได้ และยังสามารถมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นได้จากโต๊ะทำงาน ซึ่งเมื่อแสดงความคิดเห็นออกไป จะถูกกระจายให้ศูนย์ข่าวต่าง ๆ ทั่วโลกหลายหมื่นแห่งภายในวันเดียว

สามารถถ่ายโอนแฟ้มข้อมูล จากศูนย์ข้อมูลนับพันแห่งทั่วโลก ภายในเวลาอันสั้น แฟ้มข้อมูลเหล่านี้มีทั้งบทความโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่ ๆ บทความโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่ ๆ โน้ตเพลง MIDI รูปภาพ เกมส์ ดารา ทั้งนี้ยังรวมถึงโปรแกรมประเภทของฟรี (freeware หรือ public domain software) ชั้นเยี่ยมจากทุกมุมโลก (เปิดให้สมาชิกทุกประเภทยกเว้นสมาชิก

homenet) และกว่า 20,000 ล้านไบต์จากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เปิดให้สมาชิกทุกบริการใช้ได้)

สามารถค้นหาหรือซื้อข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลทางการค้า เอกสารเผยแพร่ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีต่าง ๆ ด้วยสื่อหลากหลายแบบ (hypermedia) ซึ่งมีทั้งข้อความ ภาพ ภาพเคลื่อนไหวและเสียง ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะของตัวเองไปยังแหล่งข้อมูลนับพันแห่ง และจากศูนย์ข้อมูลเหล่านั้นมายังเครื่องของท่าน (เฉพาะสมาชิกบริการ Worldnetplus และ Biznetplus)

ประโยชน์และจำนวนของผู้มีความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตที่มากขึ้น มีส่วนผลักดันเกิดแนวคิดในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการพาณิชย์ หรือที่เรียกว่า “ไอพี เพื่อการพาณิชย์” (IP Commercials) ได้เริ่มแพร่กระจายออกไป องค์กรธุรกิจต่าง ๆ เริ่มผุดขึ้นเป็นดอกเห็ดถึงเดือนมีนาคม ปี 2534 มีการก่อตั้งจุดเชื่อมโยงสำคัญที่เรียกว่า ดิกซ์ (CIX-Commercial Internet Exchange) ที่เข้ามาช่วยทำให้เกิดเป็นมาตรฐานกลาง และมีสายการสื่อสารเพื่อการเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ย่อย ๆ เพื่อการพาณิชย์ต่าง ๆ เข้าด้วยกันและเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อหลีกเลี่ยงนโยบายการใช้เครือข่ายเอ็นเอสเอฟเน็ตที่เรียกว่า เอยูพี (AUP-Acceptable Use Policy)

- โปรแกรมชื่ออาร์ชี (Archie) ถูกพัฒนาขึ้น

2534 \* การเชื่อมโยงแบบดิกซ์ (CIX-Commercial Internet Exchange) เพื่อต่อการเชื่อมระหว่างเครือข่ายธุรกิจเข้ากับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

\* บริษัททิกกิงแมชชีน พัฒนาโปรแกรมเวย์ เพื่อการค้นหาเอกสารในอินเทอร์เน็ต

- โปรแกรมโกฟเฟอร์ พัฒนาโดยมหาวิทยาลัยมินนิโซตา เป็นระบบเมนูเพื่อการเข้าถึงแหล่งบริการข้อมูลของอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกง่ายดาย

2535 \* สมาคมอินเทอร์เน็ต (ISOC-Internet Society) เริ่มก่อตั้งขึ้น

- ห้องแลป CERN ประเทศสวิตเซอร์แลนด์พัฒนาโปรแกรมเครือข่ายใยแมงมุม (WWW)
- เครือข่ายของบเอ็นเอสเอฟเน็ต เริ่มใช้สายเชื่อมโยงหลักแบบ T-3 (ความเร็ว 44.736 เมกะบิต/วินาที)
- โฮสต์ในอินเทอร์เน็ตมีจำนวนมากกว่า 1,000,000 ระบบ

2536 \* มูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติสหรัฐอเมริกา ได้จัดตั้งหน่วยงานบริการ Inter NIC ขึ้นเพื่อคอยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลในอินเทอร์เน็ต

- อินเทอร์เน็ตได้รับความสนใจและกล่าวขวัญถึงโดยสื่อมวลชน

- แม้แต่ทำเนียบขาวของสหรัฐฯ ยังเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต

2537 \* เอ็นเอสเอฟเน็ต เริ่มเปลี่ยนแนวนโยบายการใช้งานอินเทอร์เน็ต โดยการค่อย ๆ โอนการใช้เครือข่ายเข้าสู่องค์กรเชิงพาณิชย์มากขึ้น

กลางปี พ.ศ. 2537 อินเทอร์เน็ตประกอบด้วยโฮสต์คอมพิวเตอร์จำนวน 2.2 ล้านระบบ และมีผู้ใช้ทั่วโลกแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันมากกว่า 25 ล้านคน

### 3. ด้านการศึกษา

การใช้คู่สายโทรศัพท์เพื่อการสื่อสารข้อมูลยิ่งทวีความสำคัญยิ่งขึ้น รวมทั้งการเข้าใช้บริการของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตประเทศไทย (Internet Thailand Service-ITS) ประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อใช้อินเทอร์เน็ต นอกจากจะใช้ในการประสานงานวิจัยแล้วยังเป็นประโยชน์ในด้านอื่น เช่น สามารถรับ ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงปลายทางได้ภายในไม่กี่นาที สำหรับผู้รับในต่างประเทศกว่า 150 ประเทศทั่วโลก สามารถแนบเพิ่มข้อมูลที่เป็นแฟ้มข้อความ รูปภาพ หรือ กราฟต่าง ๆ เข้าไปได้รวดเร็ว ประหยัดกว่าการใช้โทรศัพท์/โทรสาร สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้คนนับล้านคนทั่วโลก โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง สามารถรับรู้เทคโนโลยี ผ่านแผงข่าวประกาศ บนเครือข่าย ที่มีอยู่บนพื้นที่หัวข้อ และกลุ่ม mailing list หลายพันกลุ่ม สามารถอ่านข่าวสาร วารสารอิเล็กทรอนิกส์แบบออนไลน์ สามารถโอนแฟ้มข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลนับพันแห่งทั่วโลกในเวลาอันสั้น แฟ้มข้อมูลมีทั้งโปรแกรมคอมพิวเตอร์ใหม่ ๆ เกมส์ ตำรา รวมทั้งโปรแกรมประเภทของฟรี (public domain software) ชิ้นเยี่ยมจากทุกมุมโลก สามารถสืบค้นข้อมูลจากห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์จากทุกมุมโลก

อนึ่งผู้ใช้ Internet ทางคอมพิวเตอร์ สามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก usenet news ใน comp. information ซึ่งหาได้จาก GIS.Faq (Frequently answer question) บทความที่รวบรวมคำถามต่าง ๆ อ่านได้เข้าใจง่ายและบอกถึงแหล่งข้อมูลโปรแกรมต่าง ๆ ของ GIS และเกี่ยวข้องกับ GIS ตามที่อ้างอิงในบทความนี้ (พ.อ.ดร.ไพโรจน์ เกรียงศิริ)<sup>3</sup>

University of North Carolina at Chapel Hill โดยมหาวิทยาลัยแห่งนี้ได้ซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ของ SMCC พร้อม ๆ กับยื่นความจำนง และแสดงความสามารถของบุคลากรและทีมงานในการเสนอตัวเองเป็นสถานที่อ้างอิงระบบคอมพิวเตอร์ของ SMCC (Reference site) ซึ่งทาง SMCC ได้ตอบตกลงและจัดตั้งศูนย์ที่เรียกว่า SUNSITE (Sun Software, Information and Technology Exchange) เป็นศูนย์บริการข้อมูลผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ภายใต้ชื่อ Sunsite.unc.edu โดยสาระในการให้บริการแบ่งเป็น 5 ส่วนหลัก ๆ

<sup>3</sup> ไพโรจน์ เกรียงศิริ. “ระบบ GIS กับวิศวกรรมทรัพยากรน้ำ”, วิศวกรรมสาร มก. สิงหาคม 2537-พฤศจิกายน 2537, หน้า 32.

ดังแสดงในรูปที่ 2 นอกจากนี้ UNC แล้ว ยังมีอีกสองแห่งคือ Science University of Tokyo (ประเทศญี่ปุ่น) และ Imperial College (สหราชอาณาจักร) สำหรับนิสิต หรือบุคคลากรภายในมหาวิทยาลัยเกษตรที่ถูกบรรจุอยู่ใน SUNSITE สามารถเชื่อมต่อโดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกัน แต่สำหรับผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับบริการและการใช้งานระบบอินเทอร์เน็ต สามารถหารายละเอียดได้ในหนังสือ “เปิดโลกอินเทอร์เน็ต” (เขมะทัต วิชาตะวานิช, 2537)<sup>4</sup>

เทคโนโลยีในปัจจุบันแตกต่างจากเทคโนโลยีในทศวรรษที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัด ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีความสำคัญทางการเรียนการสอนโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลที่สำคัญ เช่น วิทยานิพนธ์ มาตรฐานต่าง ๆ เวทีคิด เวทีข่าวในการเสนอปัญหาและแนวทางในการแก้ไข และข้อมูลในศาสตร์แขนงอื่น ๆ แน่นนอน ไม่มีหน่วยงานใดที่สามารถรับภาระเก็บ แก้ไขหรือ ปรับปรุงคุณภาพของทรัพยากรเหล่านี้ได้ทั้งหมด และก็ไม่มีผู้รู้คนใดที่รอบรู้ไปหมดทุกอย่างเช่นกัน แต่ถ้าเรารู้จักวิธีในการแบ่งเบาภาระ ช่วยกันรับผิดชอบดูแลทรัพยากรที่กล่าวถึงในข้างต้น โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานข้างเคียงและเชื่อมโยงระบบเข้าหากันในการสืบค้นข้อมูล ส่งผ่านโอนย้ายข้อมูลเป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีในปัจจุบันก็เอื้ออำนวยให้สามารถกระทำในลักษณะเช่นนี้ได้ ประกอบกับ NECTEC ทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมโยงระบบเครือข่ายภายในประเทศ เข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ระบบบนอินเทอร์เน็ตเชื่อมเข้ากับเครือข่ายโลกาภิวัตน์ได้ประโยชน์มหาศาลแก่นิสิต และบุคคลากรทุกคนภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีอยู่หลายหน่วยงานที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสามารถสร้างระบบเชื่อมโยงขึ้นมาได้ (ดูภาพการเชื่อมโยงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, ไทยศาล, นนทรี) การแบ่งปันการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ในระบบ เช่น เครื่องพิมพ์ เพลส และเกตเวย์การสื่อสารเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดระบบเทคนิคและทางเลือกสำหรับการเชื่อมโยงถึงกัน ความต้องการใช้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเสนอใน สถานที่และเวลาต่าง ๆ ตามต้องการ

ความต้องการส่วนนี้ก่อให้เกิดการคิดค้นเทคนิคต่าง ๆ ที่จะเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ ทั้งระดับแคบ (Local Area Network-LAN) ระดับเมือง (Metropolitan Area Network-MAN) และระดับกว้าง (Wide Area Network-WAN)

เครือข่ายสื่อสารรวมแบบดิจิทัล (Integrated Services Digital Network-ISDN) เป็นโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากรัฐบาลสหรัฐฯ และบริษัทข้ามชาติหลายแห่งมีเป้าหมายอยู่ที่ การเปลี่ยนระบบโทรศัพท์ที่ส่งสัญญาณแบบแอนาล็อก (analog) เป็นสัญญาณแบบดิจิทัล บริการ ISDN พบได้ในเมืองใหญ่ของอเมริกาเหนือ ยุโรป ญี่ปุ่น และประเทศไทย (กรุงเทพและจังหวัดเชียงใหม่) บริการ ISDN สามารถสนับสนุนการส่งสัญญาณด้วยความเร็ว 128 Kbps ในระยะทางหลายพันไมล์ด้วยราคาที่สมเหตุสมผล

<sup>4</sup> เขมะทัต วิชาตะวานิช. “ตามรอยสัมมนาวิชาการ SUN EDUCATION AND RESEARCH CONFERENCE.” วิศวกรรมสาร มก., สิงหาคม 2537-พฤศจิกายน 2537, หน้า 11,13.



การที่ต้องเรียนรู้เกี่ยวกับการเชื่อมโยงเครือข่าย เนื่องมาจากคอมพิวเตอร์ ได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง ทั้งในหน่วยงานและบ้านพักอาศัย คอมพิวเตอร์เหล่านี้มีแนวโน้มที่จะถูกใช้ในลักษณะเชื่อมโยงเข้าหากัน ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งตามที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้ ธรรมชาติของงานที่ดำเนินการ งบประมาณ ความเร็วของการสื่อสาร และปัจจัยอื่น ๆ

งานที่ทวีมากขึ้นในส่วนนี้ก่อให้เกิดอาชีพงานในสาขานี้มากมายหลายหน้าที่ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

Telephone Operator

Terminal Operator

Network control operator

Telecommunications administration support specialist

Telecommunications administration support specialist

Communications repair technician

Network analyst

Network designer

FPT client server which can continue transferring โดยทำแบบ resumming ได้ใน Internet โดยทำการ reget และ reput ได้ (วัชระ เจริญศรี, 1995)

#### 4. ด้านการเมือง

ในปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า การใช้เทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทต่อการปฏิบัติงานในทุก ๆ องค์กร ไม่ว่าจะเป็นในภาครัฐหรือภาคเอกชนก็ตาม ซึ่งการติดต่อสื่อสาร กันทางคอมพิวเตอร์โดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตนับได้ว่าเป็นการพลิกโฉมการติดต่อสื่อสารให้มีความทันสมัยและรวดเร็วขึ้นกว่าเดิม ดังจะเห็นได้จากการตื่นตัวในเรื่องอินเทอร์เน็ตที่มีผล ต่องานในทุก ๆ ด้าน ในส่วนของการใช้ประโยชน์และการนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมนั้นต้องขึ้น อยู่กับจุดประสงค์ของหน่วยงานและองค์กรที่จะใช้เครือข่ายนี้เป็นหลัก ซึ่งถ้าจะมองดูถึงแนวทางการ ใช้งานในส่วนใหญ่จะนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยงานทางด้านการรับส่งข้อมูลกันระหว่างผู้ใช้ที่เป็นสมาชิก ส่วนมากจะใช้การติดต่อสื่อสารกันทาง อิเล็กทรอนิกส์ หรือ (E-mail) กันภายในองค์กรหรือจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เป็นการส่งข้อมูลกันทางธุรกิจ หรือแม้กระทั่งการพูดคุยกันเองระหว่างกลุ่มผู้ใช้เครือข่ายเดียวกัน อาจจะเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารที่กำลังเป็นที่สนใจของประชาชนในขณะนั้น เช่น ข่าวทางการเมือง การพูดคุยแลกเปลี่ยนกันถึงการทำงานของหน่วยงาน ของรัฐบาล ซึ่งเรื่องเหล่านี้ถือว่าเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นอยู่บ่อย ๆ ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตช่วยให้คนที่ใช้งานได้มีการพูดคุยวิภาควิจารณ์ในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างเสรี เป็นเครื่องมือที่จะใช้แสดงออกถึงความเป็นประชาธิปไตยอย่างแท้จริงในโลกปัจจุบัน ในหลาย ๆ ประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น สหรัฐอเมริกา ได้มีผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ในงานการสื่อสารประชา สัมพันธ์ทางการเมือง เช่น การเสนอข่าวสารของตัวผู้ที่จะมาลงรับสมัครเลือกตั้งผู้ว่าการรัฐ หรือ การประกาศรายชื่อผู้ที่เข้าชิงตำแหน่งประธานาธิบดีของสหรัฐ เป็นต้น โดยการใช้อินเทอร์เน็ตในการตรวจสอบข้อมูลที่ผ่านไปมาในอินเทอร์เน็ตจากรัฐบาล ดูจะไม่ใช่ว่าเรื่องยาก ดังจะเห็นได้จากการประชุมวุฒิสภา เมื่อวันที่ 27 เมษายนที่ผ่านมา กรณีการก่อวินาศกรรมระเบิดอาคารที่ทำการของรัฐบาลในรัฐโอคลาโฮมา อันทำให้มีผู้เสียชีวิตถึง 167 คน โดยในการอภิปรายของวุฒิสมาชิก Edward Kennedy เขาได้นำเอกสารความหนา 76 หน้า ชื่อ “คู่มือก่อการร้าย” มาแสดงพร้อมการชี้แจงว่า ลูกน้องของเขาได้เอกสารดังกล่าวมาจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งในเอกสารนี้จะมีรายละเอียดวิธีผลิตระเบิดชนิดต่าง ๆ รวมทั้งระเบิดแอมโมเนียมไนเตรทที่ใช้ในการระเบิดในโอกาสใช้มาด้วย

จากจุดนี้เองที่ทำให้วุฒิสภาสหรัฐฯ ซึ่งกำลังเตรียมร่างกฎหมายปฏิรูปสื่อสารโทรคมนาคมเพื่อป้องกันและปราบปรามการเผยแพร่สื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีข้ออ้างที่สมเหตุสมผลขึ้น เพราะเมื่อเทียบระหว่างสื่อสาร ถ้าข้อมูลการก่อการร้ายที่สื่อผ่านอินเทอร์เน็ตแล้ว อย่างหลังถือว่าเป็นเรื่องสำคัญของสงครามมากกว่า วงการทางการเมืองก็เป็นสิ่งที่มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ดังจะขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบส่วนตัวของ ผู้ใช้เองด้วยว่าจะมีความรับผิดชอบต่อบ้านเมืองและสังคมส่วนรวมมากน้อยแค่ไหน ดังจะเห็นได้จากข่าวการโจมตีการทำงานของรัฐบาลหรือมีการลงประชามติหรือที่เรียกกันว่า การทำโพลล์ ทางการเมืองระหว่างผู้ใช้ที่เป่าสมาชิกเครือข่ายที่มีความเห็นในเรื่องต่าง ๆ ต่อนักการเมือง ทั้ง ที่มีการเสนอออกมาอย่างเป็นทางการและทำกันเพราะความสนุกสนานกันเองภายในกลุ่มผู้ใช้เท่านั้น การใช้อินเทอร์เน็ต สามารถนำมาเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารข้อมูลขององค์กรของรัฐบาลได้ทางหนึ่ง จะเห็นได้ว่าการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ทางการเสนอข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รัฐบาล ในสหรัฐได้มีการจัดตั้งเครือข่าย WWW (World Wide Web) ที่เปิดให้คนจากในอเมริกา ได้ติดต่อ และใช้เป็นสื่อในการพูดคุยกันระหว่าง ประธานาธิบดีสหรัฐ (บิล คลินตัน) กับประชาชน ในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งได้รับการติดต่อเข้าไปถึงประธานาธิบดีอย่างมากมาย และไม่เฉพาะในอเมริกาอย่างเดียวผู้ใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากที่อื่น ๆ ในโลกก็สามารถส่ง E-mail ไปได้

ในเอเชียเองการใช้งานอินเทอร์เน็ตอาจจะเรียกได้ว่ากำลังอยู่ในขั้นพัฒนา และมีความตื่นตัวกันอย่างมาก จากกระแสความนิยมอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในประเทศไทยเองการใช้อินเทอร์เน็ตอาจจะเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจอย่างมากโดยเฉพาะในกลุ่มของธุรกิจขนาดใหญ่ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ทางธุรกิจเป็นส่วนใหญ่แต่ทางด้านภาครัฐบาลเองก็ได้เห็นความสำคัญจากการใช้ด้วยคือ ได้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐบาลออกทางอินเทอร์เน็ตด้วย หรือบางพรรคการเมืองก็ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้สมัคร เช่น พรรคพลังธรรม เป็นต้น

โดยสรุปแล้ว อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีก้าวหน้าระดับสูง (high advance technology) ที่มีผลกระทบต่อสังคม ธุรกิจ การศึกษา และการเมือง ที่ทำให้พฤติกรรมสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปจากยุคก่อน ๆ เป็นอย่างมาก สามารถสื่อสารข้อมูลที่เป็นข้อความ รูปภาพ เสียง หรือกราฟต่าง ๆ ได้สะดวกรวดเร็ว และประหยัด สามารถโอนแฟ้มข้อมูลจากศูนย์ข้อมูล นับพันแห่งทั่วโลกในเวลาอันสั้น สามารถอ่านข่าวสารวารสารอิเล็กทรอนิกส์แบบออนไลน์ สามารถสืบค้นข้อมูลจากห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์จากทุกมุมโลก ทำให้อาจารย์สามารถแลกเปลี่ยนกับองค์ความรู้ในต่างประเทศได้ การค้นคว้าวิจัยข้อมูล update มากขึ้น กว้างขวางขึ้น สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของ authority ใน field ต่าง ๆ ได้สูงขึ้น

แต่ด้วยความเป็นสากลของอินเทอร์เน็ต โลกแห่งการสื่อสารจึงอิสระและไร้ขอบเขตจำกัด อินเทอร์เน็ตถูกใช้เป็นเครื่องมือทางพาณิชย์ และการใช้ส่วนตัวในทางที่ไม่ดีนักของคนบางคน เช่นใช้เป็นทางผ่านส่งภาพ และวิดีโอลามกใช้ส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการอาชญากรรม หรือวินาศกรรม ส่งข้อมูลข่มขู่ผู้อื่น สร้างภาพไม่ดีหรือบิดเบือนไปจากความจริงแทนการสื่อสารในทางที่ดีและเป็นประโยชน์ ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้ใช้ตลอดจนผู้กำหนดนโยบายของหน่วยงานที่มีความคิดเห็นและต้องการให้ผลลัพธ์ออกมาเป็นเช่นไร

ในต่างประเทศโดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาอินเทอร์เน็ตเป็นธุรกิจได้แน่และกำลังเฟื่องฟู แต่ในไทยธุรกิจอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องที่กำลังอยู่ในช่วงทำพิสูจน์ แตกต่างกับอเมริกาเพราะเมืองไทยมีวัฒนธรรม ระบบครอบครัว เพื่อนฝูงที่สำคัญคือ รูปแบบธุรกิจจะดำเนินไปแบบใดเมืองไทยพร้อมจะมีธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตหรือยัง บนจุดสตาร์ทบนทางด่วน สารสนเทศ เนคเทค และเอแบคกำลังทำพิสูจน์และชิงกันตอบคำถาม อีกไม่นานนักคำตอบที่ได้มาจะชี้ว่ารัฐหรือเอกชนที่เหมาะสมกับธุรกิจนี้

จากตัวเลขผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตประมาณกว่า 30 ล้านคน ใน 81 ประเทศ และเชื่อมโอนเครือข่ายอื่น รวม 150 ประเทศ ทุก ๆ 30 นาที จะมีเครือข่ายใหม่จะเข้ามาเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตอีก 1 เครือข่ายและทุก ๆ 2 นาที จะมีผู้ใช้รายใหม่เข้ามาเสมอ จนมีคำกล่าวกันว่า อินเทอร์เน็ต ถือเป็นก้าวแรกของการริเริ่มระบบทางด้านข้อมูล

ในแง่การโฆษณาขายสินค้าทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค อินเทอร์เน็ตจะมีอิทธิพลเพียงใดหรือไม่นั้นยังไม่มีข้อมูลยืนยันหรือสนับสนุน แต่ Yaron Segal ภาควิชาฟิสิกส์ ผู้มีความเชี่ยวชาญทางด้านคอมพิวเตอร์ จากมหาวิทยาลัยฮิบรู ประเทศอิสราเอล ซึ่งมาทำงานด้านถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับโครงการ AARR ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ให้ความเห็นว่า การที่เขาได้เลือกดูสินค้าจากอินเทอร์เน็ต เขายังไม่อาจตัดสินใจซื้อได้ จนกว่าเขาจะไปตามผู้อื่นหรือคนขายของนั้นเสียก่อน หรือไปดูที่ร้าน แล้วจึงจะตัดสินใจซื้อ แสดงว่า อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของได้ในระดับหนึ่ง แต่ไม่ใช่ทั้งหมด

ดร. ศรีศักดิ์ จามรมาน ประธานกลุ่มบริษัทเคเอสซีคอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต จำกัด กล่าวถึงความได้เปรียบด้านงานบริการทั้งปัจจุบันและอนาคตที่เคเอสซีให้บริการและจัดตั้งเกตเวย์เพื่อรับ-ส่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต กับลูกค้าเองตั้งแต่เริ่มต้นว่า<sup>5</sup> แม้จะมีการลงทุนค่อนข้างสูงแต่ก็ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริการเหนือคู่แข่ง เนื่องจากสามารถบริหารเกตเวย์และเพิ่มความเร็วในการส่งข้อมูลได้เองโดยไม่ต้องแชร์ข้อมูลกับโพรไวเดอร์รายอื่น ๆ ที่จะเปิดให้บริการซึ่งปัจจุบันเคเอสซีให้บริการโดยให้เช่าวงจรเฉพาะ 1 วงจร ในอัตรา 30 ล้านบาทต่อเดือน และใช้ความเร็วเพื่อรับ-ส่งข้อมูล 512 กิโลบิตต่อวินาที และอยู่ระหว่างการพัฒนาเป็น 2 เมกะบิตต่อวินาที และมีสมาชิกใช้บริการประมาณ 45,000 ราย

สำหรับเมืองไทยอินเทอร์เน็ตเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบันจีนและเวียดนามก็ใช้อินเทอร์เน็ตกันแล้ว ซึ่งภายใน 5 ปีข้างหน้าของไทย นามบัตรนักธุรกิจทุกคนจะมีเบอร์ซึ่งเป็นรหัส แสดงถึงการเป็นสมาชิกอินเทอร์เน็ต พิมพ์อยู่ด้วยเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารโต้ตอบกันระหว่างคอมพิวเตอร์

คุณเฉลิมศักดิ์ กานตานนท์ คือผู้หนึ่งที่เคยดูภาพดาราเปลือยในอินเทอร์เน็ต กล่าวว่า<sup>6</sup> “ผมรู้สึกชื่นชมฝีมือคนไทยมาก ที่สามารถตัดต่อภาพในอินเทอร์เน็ตได้ ยิ่งเคยได้ยินข่าวว่าคนไทยสามารถเจาะข้อมูลเข้าไปล้วงความลับของหน่วยงานอื่น ๆ ได้ยิ่งรู้สึกภูมิใจในความเก่งกาจ ถึงแม้จะเป็นสิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติก็ตาม”

#### สรุปการทบทวนวรรณกรรม

พบว่าอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อผู้ใช้คนไทยมากขึ้น ทั้งข้อมูลในเรื่องส่วนตัว ที่บันทึกในคอมพิวเตอร์ของสำนักบริหารการทะเบียน กระทรวงมหาดไทย ประวัติผู้ป่วยที่บันทึกในคอมพิวเตอร์ของโรงพยาบาลหลายแห่ง ประวัติการทำงานในคอมพิวเตอร์ของหน่วยงาน ประวัติการรับจ่ายเงินในคอมพิวเตอร์ของธนาคาร ประวัติการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ในบริษัทบัตรเครดิต รายงานการเดินทางเข้าออกนอกพระราชอาณาจักร ในคอมพิวเตอร์ของสำนักงานป้องกันยาเสพติดและสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง การใช้อินเทอร์เน็ตเข้ามาต่อเชื่อมโยงแฟ้มคอมพิวเตอร์เหล่านี้ คือความจริงหรือประวัติส่วนตัวที่เรามีอยู่ ซึ่งจะไม่ใช่ความสุขที่ผู้อื่นไม่ทราบ ซึ่งย่อมจะมีผลกระทบทั้งด้านดีและไม่ดีตามแต่วัตถุประสงค์ ในการดึงข้อมูลนั้นมาใช้ผลกระทบการใช้ประโยชน์อินเทอร์เน็ต และความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งได้เป็นด้านต่าง ๆ 4 ด้านดังนี้

<sup>5</sup> กสท.กินรวบอินเทอร์เน็ต ฐานเศรษฐกิจ 12 มิ.ย. 2539 :หน้า 55.

<sup>6</sup> อินเทอร์เน็ตนัด คู่แข่งธุรกิจ 6 , 269 4-10 มี.ค. :หน้า 1.

## 1. ด้านสังคม

การที่โรงงานเปลี่ยนไปใช้เครื่องมืออัตโนมัติ อันเป็นผลมาจาก การสื่อสาร อินเทอร์เน็ต ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบในเรื่องของอาชีพ และการทำงานของพนักงาน ซึ่งจะเปลี่ยนจากการเป็นคนงานออกแรงที่ทำงาน โดยไม่ต้องใช้ความคิดมาก เป็นผู้ที่ทำงานใช้ความคิดมากกว่าใช้แรงงาน เป็นที่ทำงานในภาคบริการมากกว่าการออกแรงทำงานในโรงงาน ใช้แรงงานคนจำนวนน้อยลง มีการนำโปรแกรมสำเร็จรูปมาใช้ในงานบัญชี พิมพ์งาน งานออกแบบและเขียนแบบ งานบันทึกข้อมูลในสำนักงานทำให้เกิดการปรับตัวของพนักงาน และเกิดความสะอากสบายมากขึ้น คนในสังคมที่ทำงานใช้สมอง มักจะได้รับเงินเดือนมากกว่าผู้ที่ทำงานใช้แรงงาน เท่ากับเป็นการสร้างคนชั้นกลางมากขึ้น และทำให้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างของการจับจ่ายใช้สอย

### 1.1 ผลกระทบต่อวิถีชีวิต

คนในชุมชนเปลี่ยนวิถีชีวิตที่เรียบง่ายสบาย ๆ อย่างในชนบท กลายเป็นผู้ที่มีวิถีชีวิตที่รีบเร่ง ชุมชนเมืองขยายตัวมากขึ้น ไม่รู้จักเพื่อบ้านใกล้เคียงหรือผู้ที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน ต่างคนต่างอยู่ อาจจะมีผลให้สามัคคีรยาหย่าร้างกันเร็วขึ้น และฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งต้องรับภาระเลี้ยงดูลูกหรือฝากย่าหรือยายให้ช่วยเลี้ยงดู สังคมไทยยังคงเปลี่ยนแปลงคำถึงระหว่างสังคมเกษตรมาสู่สังคมอุตสาหกรรม และมีบางส่วนเท่านั้นที่ก้าวมาสู่สังคมสารสนเทศ จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามสอบถามทางอินเทอร์เน็ต ที่เป็นเกษตรกรไม่มีเลย

### 1.2 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เทคโนโลยีที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาในเทคโนโลยีหลายแขนง และเทคโนโลยีเหล่านั้น เป็นตัวการให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมี ทั้งที่จะเป็นประโยชน์หรือเกิดโทษมหันต์ เช่นการนำข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ตมาช่วยในด้านจัดการสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น การใช้คอมพิวเตอร์ในการคำนวณหรือจำลอง แบบมวลอากาศเพื่อพยากรณ์ทางด้านอุตุนิยมวิทยา วิเคราะห์ภาพต่อดาวเทียมเพื่อตรวจสอบการบุกรุกทำลายป่า ตรวจสอบการแพร่มลพิษในน้ำหรือในอากาศ ต้องมีการศึกษา วิจัย ฝึกหัด และทดลองใช้ นำข้อมูลต่างมาเชื่อมโยงกับข้อเท็จจริง และประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ ก็จะบังเกิดเป็นผลดี

### 1.3 ผลกระทบต่อผู้พิการ

การนำเอาอินเทอร์เน็ตมาช่วย ในการนำผลิตภัณฑ์ไอทีสำหรับช่วยผู้พิการ ซึ่งมีเป็นจำนวนมาก ที่มีสติปัญญาเฉลี่ยฉลาด แต่ขาดโอกาสที่จะใช้ชีวิตให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติ ให้มีความหวังที่จะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมากขึ้น หากมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ศึกษาหาทางนำไอที และเทคโนโลยีอื่น ๆ มาใช้ให้คนพิการได้รับประโยชน์ และไม่รู้สึกถูกละทิ้ง ก็จะเป็นการลดภาระของรัฐบาล

#### 1.4. ผลกระทบต่อสุขภาพจิต

การนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ แล้ว เข้ามาใช้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยทั่วไปคนเรามากไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง จึงทำให้เกิดการวิตกกังวล ในการปรับตัวให้เรียนรู้ เทคโนโลยีใหม่ ปัญหาสำคัญคือ การนำอุปกรณ์หรือเครื่องมือไอที เข้ามาแทนแรงงาน ทำให้ ..... ทำให้เกิดการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีต่าง ๆ กัน

#### 2. ด้านธุรกิจ

ปัจจุบันความต้องการด้านเศรษฐกิจ และการค้าเป็นผลทำให้เกิดการพัฒนา ทางด้านเทคโนโลยี เช่น ความต้องการด้านเศรษฐกิจของอเมริกา ทำให้เกิดแนวคิดเรื่องทางด้าน ข้อมูล (Information Sagerhighway) และเกิดการแพร่กระจายไปทั่วโลก การใช้ระบบแลกเปลี่ยน ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bata Interchange หรือ DEI) การใช้รหัสแท่ง (Bas code) เมื่อเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาแล้ว ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นมูลเหตุให้เกิด การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจพอที่จะสรุปประเด็นในด้านผลกระทบดังต่อไปนี้

##### 2.1 ผลกระทบด้านการผลิต

มีการนำความรู้ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี เข้ามาทดแทนแรงงาน ในโรงงานอุตสาหกรรมโรงงานอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมาก (labor intrusive) กลายเป็นสิ่งที่ไม่ต้องการ (sunset industey) เนื่องจากค่าแรงของไทยสูงขึ้น เจ้าของโรงงานที่เป็น ชาวต่างประเทศ จะย้ายโรงงานไปตั้งยังประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า ส่วนโรงงานที่เจ้าของเป็นคนไทย ก็ปิดโรงงาน เว้นแต่ผู้บริหารโรงงานที่สามารถนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาปรับปรุง การดำเนินงานให้ สามารถลดต้นทุน และยังคงมีผลกำไร

##### 2.2 ผลกระทบด้านการบริโภค

เมื่อการผลิตได้มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ แปลกใหม่ มีคุณภาพดีขึ้น มีรูปร่างลักษณะดีได้มาตรฐาน ผู้บริโภคก็หันมานิยมมากขึ้น ทำให้เกิด การแข่งขันกันทางการผลิต ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกได้มากขึ้น ทำให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ

ดีและราคาถูกลง สินค้าบางอย่างมีการเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการพร้อม ๆ กับลดราคา เช่น ธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกล่าวได้ว่าเป็นผลดีของผู้บริโภคมากขึ้นกว่าแต่ก่อน

### 2.3 ผลกระทบในด้านการดำเนินธุรกิจ

เมื่อผู้บริโภคหรือลูกค้าสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ การนำเอาอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ ทำให้บริษัทสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ชาย หรือผู้ส่งสินค้าได้ถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว การนำคอมพิวเตอร์มาใช้งานด้านสำนักงานอัตโนมัติ งานบัญชี และ EDI ทำให้ผู้บริหารธุรกิจได้รับข้อมูล การดำเนินการรวดเร็วขึ้น สามารถตัดสินใจในด้านการเงิน การเลือกซื้อหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว การนำระบบเงินด่วนหรือ ATM และบัตรเครดิตของธนาคารมาใช้ ทำให้คนไทยหิบบเงินมาใช้จ่ายได้ง่ายและเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจขยายตัวเพิ่มขึ้น

สรุปในเชิงเศรษฐกิจได้ว่า เทคโนโลยีไม่ว่าจะสาขาไหน ส่วนมีผลกระทบต่อ ด้านเศรษฐกิจและการค้าอย่างมาก ในทางกลับกันเศรษฐกิจก็มีผลกระทบตอบกลับไปสู่การพัฒนา เทคโนโลยีด้วยเช่นกัน ผลกระทบในเชิงเสริมซึ่งกันและกันนี้ ทำให้เกิดแรงขับอย่างมหาศาลต่อ สังคม ในยุคปัจจุบัน (Alcon, 1986)

### 3. ด้านการศึกษา

ได้มีการนำคอมพิวเตอร์มาเป็นสื่อการเรียนการสอน CAI หรือ CAL (Computer Assisted Instruction หรือ Computer Assisted Learning ทำให้อาจารย์ลดภาระ ในการสอนซ้ำ เพิ่มประสิทธิภาพในการสอนและทำให้นักเรียนได้จำนวนมาก และจัดทำ บทเรียนเก็บไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ สามารถรับฟังและซักถามปัญหาผ่านอินเทอร์เน็ตข้าม ประเทศ เช่นอเมริกา ญี่ปุ่น ขณะนี้ใช้ CAI เป็นบทเรียนเสริม ถ้าจะผสมผสาน CAI เข้าไปกับ หลักสูตร จะต้องมีการพิจารณาว่าวิชาการต่าง ๆ จะนำส่วนใดมาสร้างเป็นบทเรียน CAI จะนำเสนอบทเรียนนั้นอย่างไร จะวัดผลอย่างไร อาจารย์จะต้องมีบทบาทอย่างไร และ เพศและ อายุของผู้เรียนกับเครื่องคอมพิวเตอร์มีความแตกต่างกันหรือไม่เพียงใด ตลอดจนการใช้ เทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia) ควรมีการพิจารณาอย่างจริงจัง

ประเด็นในเรื่องช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจน จำเป็นจะต้องหาทางแก้ไขด้วย เพราะลูกหลานคนรวยจะยิ่งได้เปรียบในการซื้อหาคอมพิวเตอร์ในการศึกษาทำให้มีโอกาส ในทางเศรษฐกิจและสังคมมากกว่ามีการจัดหาและสอนคอมพิวเตอร์ในโรงเรียน การค้นหา เอกสาร หรือความรู้จากไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) เป็นต้น

### 4. ด้านการเมือง

ประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น สหรัฐอเมริกา ใช้เครือข่าย อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทางการเมือง เช่น การเสนอข่าวสารของตน ผู้ที่จะมา ลงรับสมัครเลือกตั้งผู้ว่าการรัฐ หรือการประกาศรายชื่อผู้ที่เข้าชิงตำแหน่งประธานาธิบดีของ

สหรัฐฯ ประเทศไทยใช้ในการทำ Poll สอบถามข้อข้องใจต่าง ๆ รัฐบาล การใช้งานทางด้าน การเมือง กำลังอยู่ในงานพัฒนา ได้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์หน่วยงานรัฐบาล ออกทาง อินเทอร์เน็ตด้วย การกู้เงินจากไอเอ็มเอฟ หรือการประกาศค่าเงินบาทลอยตัว ตลอดจนการสั่งปิด 58 บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เป็นนโยบายของรัฐบาลที่สามารถศึกษา และหารายละเอียดได้จาก อินเทอร์เน็ต

### แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจ ( Uses and Gratification ) เป็นทฤษฎีว่าด้วยผู้รับสารที่แสวงหาข่าวสาร ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะตอบสนองความต้องการของ ตัวเอง กล่าวคือบุคคลย่อมให้ความสนใจ รับรู้ และจดจำข่าวสารซึ่งเป็นที่พึงพอใจสร้างความพึงพอใจสามารถตอบสนองต่อความต้องการ หรือความสนใจ ซึ่งข่าวสารดังกล่าวอาจ สอดคล้องหรือไม่สอดคล้อง กับแนวความคิดที่มีอยู่เดิมหรือไม่ก็ตาม

#### วิธีศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ<sup>7</sup>

ตามที่เราได้ชี้ให้เห็นมาแล้ว ประวัติการวิจัยการสื่อสารมวลชนส่วนใหญ่ จะว่าด้วย เรื่องผลของการสื่อสาร และอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน วลีที่นำมาอ้างอิงอยู่เสมอเกี่ยวกับ เรื่องนี้คือ “วิธีศึกษาในแง่การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ” ซึ่งวลีนี้จะเป็นตัวกำกับ ความแตกต่างอันสำคัญ ระหว่างวิธีศึกษาแนวใหม่นี้ กับวิจัยผลของการสื่อสารแบบดั้งเดิม กล่าวคือ แทนที่จะศึกษาว่าสื่อมวลชนทำอะไรกับประชาชน เราพึงศึกษาว่าประชาชนทำอะไรกับ สื่อมวลชนได้

การวิจัยตามแบบแผนใหม่นี้เน้นที่ การใช้ประโยชน์ของเนื้อหาของสื่อมวลชน เพื่อให้ ได้มาซึ่ง ความพึงพอใจ หรือเพื่อความสนองความต้องการจำเป็นให้เต็มที่ พฤติกรรมของผู้รับสาร อาจอธิบายได้โดยชัดเจนมาก เมื่อคำนึงถึงความต้องการจำเป็นและความสนใจของปัจเจกบุคคล จำเป็นต้องเน้นไว้ด้วยว่า แบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองของกระบวนการรับสารและแบบจำลองนี้ไม่ ครอบคลุมกระบวนการสื่อสารโดยตลอดทั้งกระบวนการ

แมคเคเวล (1979) ได้กล่าวถึงความต้องการที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันที่สำคัญ สองประการ อันอยู่เบื้องหลังการเกิดมีแนวการศึกษาถึง “การใช้ประโยชน์” นี้ประการแรก มีข้อโต้แย้งต่อข้อสมมติที่กำหนดไว้ตายตัวเกี่ยวกับผลของสื่อมวลชนนี้ เป็นส่วนหนึ่งของ “การค้นพบใหม่ของมนุษย์” (แดนซ์ และลาซาร์เฟลด์ 1955) ซึ่งเกิดขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในวง

<sup>7</sup> เดนิส แมคเคเวล และ สเวน วินดาหุล. แบบจำลองการสื่อสารสำหรับศึกษาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537. หน้า 125-139.



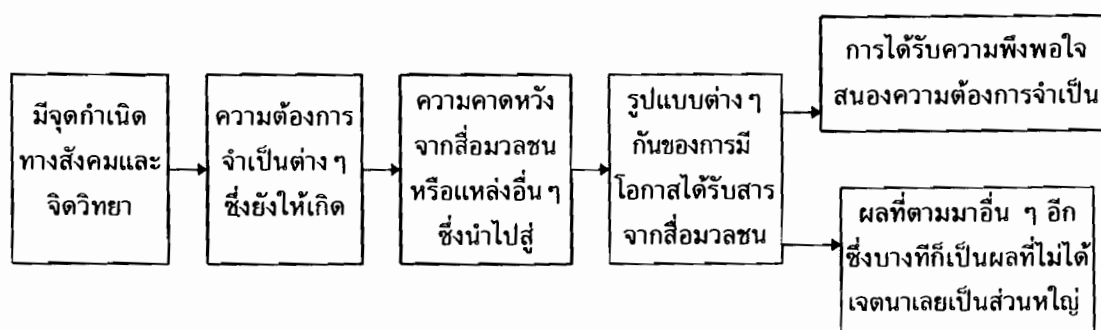
วิชาสังคมวิทยาอเมริกัน ประการที่สอง เกิดมีความปรารถนาที่จะทำให้มีการโต้แย้งซึ่งดูเหมือนจะชบเขาไปเกี่ยวกับเรื่องของรสนิยมของสื่อมวลชน ในเรื่องนี้ การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ ทำให้มีทางมองอย่างอื่นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาของสื่อ และกลุ่มผู้รับสาร และการแบ่งประเภทเนื้อหาของสื่อตาม “การหน้าที่” ยิ่งกว่าที่จะแบ่งตามระดับรสนิยม

การวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ อาจแบ่งออกได้เป็นช่วงระยะ “แบบฉบับดั้งเดิม” และช่วงระยะ “สมัยใหม่” (โฮสต์ 1979) ช่วงระยะแบบดั้งเดิมประกอบด้วยงานศึกษาเช่น งานของเซอร์ซอค (1944) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจตามที่ผู้ฟังละครวิทยุได้รับและงานของซัสแมน (1942) ซึ่งศึกษาถึงเหตุจูงใจให้มีการฟังดนตรีคลาสสิกทางวิทยุ นอกจากนี้ อาจเพิ่มงานของบีเรลสัน (1949) ซึ่งศึกษาถึงสิ่งซึ่งผู้อ่านหนังสือพิมพ์นิวยอร์กรายวันกล่าวว่าขาดหายไป ในระหว่างมีการนัดหยุดงานของหนังสือพิมพ์

ในช่วงปี ค.ศ. 1960-1980 งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจปรากฏว่าอยู่ในรูปแบบที่ประณีตมากขึ้น อันเป็นการศึกษา “สมัยใหม่” ซึ่งเราจะได้กล่าวถึงสาระสำคัญบางประการต่อไปในตอนหลัง

อาจมีผู้โต้แย้งว่า แบบจำลองว่าด้วยการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้มีเพียงแบบเดียวหรือมากกว่านั้น แต่ที่แน่นอนก็คือ มีความเห็นพ้องต้องกันในหมู่นักวิจัยเกี่ยวกับความคิดสำคัญของเรื่องนี้ แคทส์และคณะ (1974) ได้กล่าวถึงตรรกะที่อยู่เบื้องหลังการพิจารณาตรวจสอบถึงเรื่องของการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจไว้ดังนี้ “เรื่องนี้เกี่ยวกับ (1) จุดกำเนิดทางสังคมและจิตวิทยา (2) ของความต้องการจำเป็นต่าง ๆ ซึ่งยังให้เกิด (3) ความคาดหวังจาก (4) สื่อมวลชนหรือแหล่งอื่น ๆ ซึ่งนำไปสู่ (5) รูปแบบต่าง ๆ กันของการมีโอกาสได้รับสารจากสื่อมวลชน (หรือการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ) อันก่อให้เกิดผลลัพธ์คือ (6) การได้รับความพึงพอใจสนองความต้องการจำเป็นและ (7) ผลที่ตามมาอื่น ๆ อีก ซึ่งบางทีก็เป็นผลที่ไม่ได้เจตนาเลยเป็นส่วนใหญ่” เราอาจเรียบเรียงให้อยู่ในรูปแบบจำลองได้ดังรูปที่ 1

รูปที่ 1 หน่วยประกอบต่าง ๆ ของแบบจำลองสำหรับการวิจัยการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ



0136779  
ด 4

0136779

33

นอกจากหน่วยประกอบหลัก ๆ ดังได้กล่าวมาข้างต้น บรรดาแบบจำลองการวิจัย การได้รับความพึงพอใจต่าง ๆ มักจะรวมเอาเหตุจูงใจที่จะสนองความต้องการจำเป็น และ ทางเลือกเชิงการหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการจำเป็นนั้น ๆ ให้เต็มที่ สำหรับสิ่งหลังนี้ การบริโภคสื่อมวลชนบางชนิด อาจเป็นตัวอย่างของทางเลือกการหน้าที่อีกทางหนึ่ง แทนที่จะเป็น กิจกรรมทางวัฒนธรรมชนิดอื่น

ตัวอย่างของวิธีให้เหตุผลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจ โดยทั่วไปมีดังนี้ ปัจเจกบุคคลหนึ่งมีความต้องการพื้นฐานที่จะปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมกับผู้อื่น ทำนองเดียวกับมนุษย์ปุถุชนส่วนมากนั่นเอง จากประสบการณ์เขากังความหวังว่าการบริโภคหรือ การใช้สื่อมวลชนอย่างหนึ่งจะยังให้เขาสนองความต้องการจำเป็นอันนี้ได้เต็มที่ในระดับหนึ่ง สิ่งนี้ทำให้เขาเลือกรายการโทรทัศน์รายการต่าง ๆ อ่านเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในนิตยสาร ฯลฯ ในบางกรณี สิ่งที่กำลังกล่าวมานี้จะก่อให้เกิดผลลัพธ์อีกอย่างหนึ่งได้เท่า ๆ กันคือ เขาตกเป็นผู้ที่ต้อง พึ่งพาสื่อมวลชนและมีอุปนิสัยที่เปลี่ยนไป จากในกรณีตามที่กล่าวมานี้ เราอาจกล่าวได้ว่า การใช้ สื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลผู้นี้ ทำหน้าที่เป็นทางเลือกเชิงการหน้าที่แทนปฏิสัมพันธ์ที่แท้จริง

#### คำอธิบายของโรเสนเกรน

ในบรรดาแบบจำลองซึ่งอยู่ในทางวิชาการด้านนี้แบบจำลองของโรเสนเกรน (1978) น่าจะเป็นแบบจำลองที่มีผู้นำไปอ้างอิงกว้างขวางมากที่สุด แบบจำลองนี้ได้นำเอาหน่วยประกอบ ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงมาพิจารณาได้แสดงให้เห็นถึงหน่วยประกอบ ต่าง ๆ รวมลึบเอ็ดหน่วยว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร ดังแสดงในรูปที่ 2

ความต้องการจำเป็นต่าง ๆ ของปัจเจกบุคคล ประกอบกันเป็นจุดเริ่มต้นพัฒนาการ ของความต้องการจำเป็นนั้น ๆ หาได้เกิดขึ้นในความว่างเปล่าไม่ แต่เกิดในปฏิสัมพันธ์ระหว่าง หน่วยประกอบซึ่งอยู่ภายใน และอยู่โดยรอบปัจเจกบุคคล (กรอบที่สองและกรอบที่สาม) ด้วยการอ้างถึงลำดับชั้นของความจำเป็นตามที่มาสโล (1954) ได้แสดงไว้ โรเสนเกรนยืนยันว่า ระดับความต้องการที่สูงกว่า (ความต้องการพวกพ้อง ความรัก การยอมรับ และการกระทำให้ สำเร็จด้วยตนเอง) ได้แก่ความต้องการที่ตรงกันที่สุดกับแบบจำลอง ว่าด้วยการใช้ประโยชน์และ การได้รับความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบกับความต้องการในระดับที่ต่ำกว่า (ความต้องการ ความปลอดภัย และความต้องการทางจิตวิทยา)

ในกรอบที่สี่ โรเสนเกรนได้นำความความคิดรวบยอด อันว่าด้วยปัญหาซึ่งเกิดจาก ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความต้องการจำเป็นชนิดต่าง ๆ ลักษณะของปัจเจกบุคคลและสภาพแวดล้อม ทางสังคมเข้ามาพิจารณา โรเสนเกรนได้ให้ข้อสังเกตได้ว่า “ปัญหา” และ “ความต้องการจำเป็น” สองสิ่งนี้จะต้องไม่นำไปสับสนกัน ลักษณะที่เห็นได้ชัดของปัญหาเหล่านี้ จะแตกต่างกันไประหว่าง ปัจเจกบุคคลต่าง ๆ วิธีการแก้ปัญหาที่เช่นเดียวกัน ปัจเจกบุคคลแต่ละคนก็จะแลเห็นช่องทาง แตกต่างกันไป (กรอบที่ห้า)

ในระดับของปัจเจกบุคคล ปัญหาต่าง ๆ ตามที่ได้รับรู้และทางแก้ปัญหานั้น ๆ อาจทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด (กรอบที่หก) “แรงจูงใจ” นั้นอาจจะเป็นการยากที่จะแยกออกจากความต้องการจำเป็น” และ “ปัญหา” โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิจัยเชิงประจักษ์ แรงจูงใจต่าง ๆ อาจถูกนำไปสู่ขอบเขตอันกว้างขวางของเป้าหมายต่าง ๆ เป็นจำนวนมากของการได้รับความพึงพอใจ หรือวิธีการแก้ปัญหาชนิดต่าง ๆ

การวิจัยได้ให้ตัวอย่างไว้บางประการ กล่าวคือ บุคคลได้ประทับสถานการณ์ ทางสังคมต่าง ๆ ซึ่งเต็มไปด้วยความขัดแย้งและความตึงเครียด จนทำให้บุคคลนั้น ๆ ได้รับแรงจูงใจที่จะหาทางผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยการบริโภคสื่อมวลชน (แคทส์และเฟลส์ 1962) ปัจเจกบุคคลอาจจะตระหนักถึงปัญหาในสังคม และด้วยเหตุนี้จึงถูกจูงใจให้แสวงหาสารสนเทศเพื่อที่จะได้ทำความเข้าใจให้กว้างออกไปในเนื้อหาของสื่อมวลชน (เอเดเลสไตน์ 1973) บรรดาปัจเจกชนซึ่งขาดโอกาสอันเป็นไปได้อันที่จะสนองความต้องการจำเป็นของตนได้เต็มที่ ในอันที่จะปฏิสัมพันธ์ ตามธรรมชาติจึงเกิดผลตามมามีคือ ถูกจูงใจที่จะใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมวลชนบางประเภท (ตัวอย่างเช่น ละครโทรทัศน์) (โรเซนเกรน และ วินดาฮูล 1972)

รูปที่ 2 ตัวอย่างการจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของโรเซนเกรน (จากโรเซนเกรน 1974)

1. ความต้องการจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์บางประการในระดับที่ต่ำกว่าและสูงกว่า	โดยมีปฏิสัมพันธ์กัน
2. ชุดต่าง ๆ ที่ประกอบกันของลักษณะภายนอกและภายในตัวบุคคล	และยังมี
3. โครงสร้างของสังคมที่แวดล้อมรวมทั้งโครงสร้างของสื่อมวลชน	ผลลัพธ์เป็น
4. ชุดต่าง ๆ ของปัญหาแต่ละปัญหา ตามที่บุคคลได้รู้สึกรุนแรงมากหรือน้อย	และ
5. ทางแก้ปัญหเหล่านี้ตามที่ได้รับรู้	การประกอบกันของปัญหาและวิธีแก้ปัญหาคงจะทำให้เกิด
6. แรงจูงใจต่าง ๆ ในอันที่จะพยายามแสวงหาการได้รับความพึงพอใจหรือพฤติกรรมแก้ปัญห	จะมีผลลัพธ์
7. แบบรูปต่าง ๆ ของการบริโภคสื่อมวลชน	และ
8. แบบรูปต่าง ๆ ของพฤติกรรมอื่น ๆ	ทั้งสองประเภทของพฤติกรรมที่ให้
9. รูปแบบต่าง ๆ ของการได้รับความพึงพอใจหรือการไม่ได้รับความพึงพอใจ	และอาจเป็นไปได้ที่จะมีผลกระทบต่อ
10. ชุดต่าง ๆ ที่ประกอบกันของลักษณะภายนอกและภายในตัวบุคคล	และในที่สุดมีผลถึง
11. โครงสร้างสื่อมวลชนและโครงสร้างอื่น ๆ	

ดังนั้นปัญหาต่าง ๆ ซึ่งมีผลลัพธ์ตามมาเป็นแรงจูงใจนั้น จึงเป็นสาเหตุของการกระทำ ในรูปของการบริโภคสื่อมวลชน หรือมีฉะนั้นก็ในรูปของพฤติกรรมอย่างอื่น (กรอบที่เจ็ดและกรอบที่แปด) ในขณะที่ความต้องการจำเป็นปัญหาและแรงจูงใจต่าง ๆ มีลักษณะต่าง ๆ กันไป สำหรับบุคคลและกลุ่มต่าง ๆ กัน ผลลัพธ์ก็จะเป็นรูปแบบของพฤติกรรมที่ต่าง ๆ กัน บุคคลบางคนจะแสวงหาเรื่องบันเทิง บางคนก็จะสนใจต่อสารสนเทศ และบางคนก็จะไม่ใช่ประโยชน์จากเนื้อหาสื่อมวลชนแต่อย่างใดเลย

ตารางที่ 9 แสดงว่า แบบรูปที่ต่างกันของการได้รับความพึงพอใจ หรือการไม่ได้รับความพึงพอใจจะเป็นผลลัพธ์จากกระบวนการนั้น การวิจัยเชิงประจักษ์เป็นจำนวนมากปรากฏว่า ล้มเหลวเป็นอย่างมาก ในการตรวจสอบการได้รับความพึงพอใจ ส่วนมากแล้วก็ทักท้วงว่าประชาชน ได้รับความพึงพอใจตามที่เขาแสวงหา (ยกเว้นงานวิจัยของ ปาลุมกรีน และ เรย์เบิร์น 1979)

กรอบที่สิบและกรอบที่สิบเอ็ดว่าด้วยผลของกระบวนการ โโรเสนเกรนได้ให้ข้อสังเกตว่า ในขณะที่ทั้งแบบแผนของกิจการพิจารณาผลตามแบบดั้งเดิม และวิธีพิจารณาในแง่ของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ ต่างก็พิจารณาถึงผลของการสื่อสารด้วยกัน แนวแรกนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะพิจารณาถึงผลตามที่ผู้ส่งสารตั้งใจไว้ ส่วนแนวที่สองนั้นคำนึงผลตามที่ ผู้บริโภค ตั้งใจจะรับเป็นสำคัญ (เรื่องนี้จะได้กล่าวถึงในหัวข้อต่อไป) กระบวนการของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจอาจมีอิทธิพลทั้งต่อสังคมและต่อสื่อมวลชนในสังคมนั้น

#### ขอบเขตของการประยุกต์

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้เป็นแบบจำลอง ซึ่งวางขึ้นไว้ เพื่อพรรณนาถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบาย ถึงการใช้สื่อมวลชน โดยปัจเจกชนหรือกลุ่มของบุคคล แบบจำลองเหล่านี้จะวงกรอบสำหรับการศึกษา เกี่ยวกับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ จำนวนมากรวมทั้งการศึกษาต่อไปนี้

แคทส์และกูเรวิท (1977) ได้ใช้การวิจัยตามแนวของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจเพื่ออธิบายถึงความคล้ายคลึงกันและความแตกต่างกันของสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ โดยคำนึงถึงหน้าที่และลักษณะอื่น ๆ ของสื่อเหล่านั้น ๆ ทำให้ได้ผลออกมาเป็นแบบจำลองง่าย ๆ แบบหนึ่งที่เราอาจเห็นได้ว่าสื่อชนิดใดแสดงให้เห็นถึงความคล้ายคลึงกับสื่อชนิดหนึ่งมากที่สุด

บราวน์ (1975) ในการศึกษาถึงการให้ประโยชน์จากโทรทัศน์ของเด็ก ๆ ชี้ให้เห็น ความสำคัญของสื่อเหล่านั้น ในแง่ที่เป็นสื่อซึ่งมีการหน้าที่หลายอย่าง และในแง่ที่ให้ความพึงพอใจ รูปแบบต่าง ๆ แก่เด็กส่วนใหญ่ เช่น ช่วยให้เด็กรู้ว่าคุณอื่น ๆ มีชีวิตอย่างไร และให้เรื่องราว บางอย่างซึ่งเด็กอาจจำไปพูดคุยกับเพื่อน ๆ ได้ ในการศึกษาเกี่ยวกับปฏิภพของสื่อมวลชนที่เป็นแบบฉบับชั้นหนึ่ง ระหว่างที่มีการนัดหยุดงานของหนังสือพิมพ์คราวหนึ่ง ปีเรลสัน (1949) พบว่าหนังสือพิมพ์รายวัน อาจทำหน้าที่ต่อไปนี้ให้แก่ผู้อ่านได้อย่างเต็มที่ กล่าวคือให้สารสนเทศ

เกี่ยวกับกิจการสาธารณะ และตีความให้ด้วย เป็นเครื่องมือสำหรับการดำรงชีวิตประจำวัน และเป็นแหล่งให้ความพักผ่อนหย่อนใจ ให้เกียรติภูมิทางสังคม ให้การติดต่อกับสังคม และถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งของพิธีการในชีวิตประจำวัน

### วิจารณ์

แนวการศึกษาในแง่ของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนั้น ได้ตกเป็นเป้าของการวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก ข้อคัดค้านต่าง ๆ อาจสรุปลงได้ดังนี้

1. วิธีศึกษาพิจารณานี้ถูกกล่าวหาว่าเพ่งเล็ง เฉพาะปัจเจกบุคคลมากเกินไป ทั้งในแง่ระเบียบวิธีและการสร้างความคิดรวบยอด เมื่อเป็นเช่นนี้ก็ทำให้เป็นการยาก ที่จะโยงเข้ากับโครงสร้างของสังคมขนาดใหญ่

2. การวิจัยเชิงประจักษ์ อิงอาศัยรายงานที่เป็นอัตวิสัยเป็นอย่างมาก เกี่ยวกับสภาวะทางจิต และดังนั้นจึงมีลักษณะที่จะขึ้นอยู่กับจิตใจ “มากเกินไป” ยิ่งกว่านั้นหน่วยประกอบเชิงจิตวิทยาบางอย่างที่อธิบายถึงการสื่อสารมวลชน โน้มไปในทางที่จะแปรไปในทางที่เกือบจะตายตัวตามฐานะสังคมของปัจเจกบุคคล ผลที่ตามมาก็คือ แบบจำลองที่ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม การศึกษา ฯลฯ อาจอธิบายได้มากเท่ากับแบบจำลองเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการสื่อสารมวลชนและแบบจำลองการได้รับความพึงพอใจ(ให้เปรียบกับงานของเอลเลียต,1974)

3. แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจแสดงให้เห็นถึงกลุ่มผู้รับสารว่าอยู่ในลักษณะของผู้กระทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเปรียบกับกลุ่มผู้รับสารของ “แบบจำลองสังคมมวลชน” กิจกรรมของกลุ่มผู้รับสารมีอยู่ในข้อที่ว่า เป็นผู้เลือกเฟ้นเนื้อหาจากสื่อมวลชน ต่าง ๆ โดยเสรี การพิจารณากลุ่มผู้รับสารในลักษณะที่เป็นผู้กระทำเช่นนี้ อาจมองได้ว่าไม่สอดคล้องกับข้อสมมติอื่นที่อยู่ในแนวทางศึกษาพิจารณาอันเดียวกันนี้ กล่าวคือ ข้อสมมติที่ว่า แรงจูงใจต่าง ๆ ถูกกำหนดโดยความต้องการพื้นฐาน ประสบการณ์และเงื่อนไขเชิงสังคม นอกจากนี้ยังมีประจักษ์หลักฐานซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้รับสารทางโทรทัศน์ อย่างน้อยที่สุดก็เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีได้รับสารโดยเลือกเฟ้นแต่อย่างใด (กูดฮาร์ท 1975)

4. วิธีศึกษาพิจารณาแนว นี้แสดงให้เห็นถึงความไหววู่วอกน้อยมาก หรือไม่มีเลยต่อแก่นสารของเนื้อหาจากสื่อมวลชนเอง กล่าวถึงประเภททั่ว ๆ ไปของเนื้อหาเป็นสำคัญ

5. วิธีศึกษาพิจารณาแนวนี้ มีลักษณะที่เพ่งเล็งถึงการหน้าที่เป็นสำคัญ ตัวอย่าง เช่น การบริโภคสื่อมวลชนที่เป็นการหน้าที่ในบางประการของสื่อ และถือว่าเป็นการรักษาภาวะสมดุลในการสนองความต้องการจำเป็นให้เต็มที่ด้วย ข้อวิจารณ์เกี่ยวกับระบบการหน้าที่นี้จึงอาจนำไปใช้กับการวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจได้ด้วย

6. แบบแผนของแนวนี้ ถูกกล่าวหาว่ามีข้อเสียอีกบางประการ กล่าวคือถูกกล่าวหาว่ามีลักษณะอนุรักษนิยมเกินไป และรับหน้าที่เป็นข้อแก้ต่างให้แก่ “ผู้ผลิต” เนื้อหา “เลว ๆ”

ผู้ซึ่งชอบอ้างว่าทำเพื่อสนองความต้องการของบรรดาผู้รับสาร แม้จะมีข้อวิพากษ์วิจารณ์ดังกล่าว แนวศึกษานี้ก็มีผู้เป็นตัวตั้งตัวตีสันับสนุนอยู่เป็นอันมาก และดูเหมือนว่าจะยืนยงที่สุดในสหรัฐอเมริกา

### แบบจำลองการใช้ประโยชน์และผลโดยตรงของการสื่อสาร

เราได้นำเสนอมาแล้วทั้งแนวคิดดั้งเดิม เกี่ยวกับผลของการสื่อสารมวลชน และแนวศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากการสื่อสารมวลชน มีข้อสังเกตมาแล้วในทั้งสองกรณีว่า ต่างได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากทัศนะที่แตกต่างกัน แม้กระนั้นก็ดี ก็ไม่เป็นที่สงสัยเลยว่า แนวการพิจารณาแต่ละแนวนั้นต่างก็มีหน่วยประกอบที่เป็นแกนสำคัญ อันใช้ได้ในทางปฏิบัติ จุดมุ่งหมายของแบบจำลองที่จะได้อภิปรายต่อไปนี้ ก็เพื่อที่จะพิจารณาหน่วยประกอบต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ของทั้งสองแนวนั้น ส่วนสิ่งที่ไม่สู้จะมีประโยชน์นักจะละไว้ไม่นำมาพิจารณา

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และผลของการสื่อสารนี้ ตามที่วินดาฮูลได้เสนอไว้ในปี ค.ศ. 1979 ชื่อของแบบจำลองนั่นเองก็แสดงอยู่ในตัวว่า เป็นการสังเคราะห์บรรดาตัวอย่างในรูปแบบต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ และผลจากสื่อมวลชนนั่นเอง นับว่าเป็นความคิดที่ไม่แปลกใหม่อะไรนัก (พิจารณาเปรียบเทียบกับงานของ แคลปเปอร์ 1963 เป็นต้น)

### ความคิดรวบยอดว่าด้วย “การใช้ประโยชน์”

ความคิดรวบยอดว่าด้วย “การใช้ประโยชน์” ในบริบทนี้มีความสำคัญยิ่งและกล่าวได้ว่า เป็นหัวใจของแบบจำลองนี้ ความรู้ด้วยงานใช้สื่อและต้นกำเนิดของการใช้ จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้เราเข้าใจและช่วยทำนายผลต่าง ๆ ของกระบวนการสื่อสารมวลชนได้

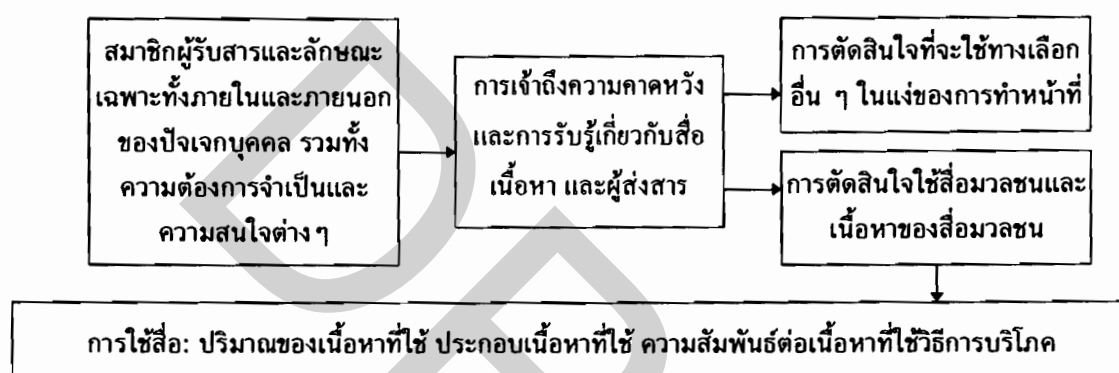
“การใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน” อาจมีความหมายได้หลายประการ อาจมีความหมายเช่นเดียวกัน “การเปิดรับสาร” ซึ่งเป็นเพียงแต่แสดงถึงอาการของการรับรู้เท่านั้น ในบริบทอื่น คำนี้อาจหมายถึงกระบวนการอันค่อนข้างสลับซับซ้อน ซึ่งเนื้อหาบางอย่างใดอย่างหนึ่ง ถูกบริโภคภายใต้สภาพเงื่อนไขอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นการทำหน้าที่บางอย่างได้เต็มที่ และเป็นกระบวนการที่ผูกพันอยู่กับความคาดหวังบางประการ ในอันที่จะได้รับความพึงพอใจ ผู้สร้างแบบจำลองนี้พบว่าความคิดรวบยอดประการหลัง มีประโยชน์มากกว่าความหมายที่กล่าวในตอนแรก การเพียงแต่ใช้ประโยชน์เท่านั้น อาจกล่าวได้ในแง่ของปริมาณ ของเนื้อหาที่ถูกใช้ ประเภทของเนื้อหาที่ใช้ประโยชน์ ความสัมพันธ์ ต่อสื่อที่ใช้ (ตัวอย่างเช่น การบ่งชี้ได้) และวิธีการใช้สื่อเหล่านั้น ๆ ตัวอย่างเช่น ใช้เป็นกิจกรรมพื้นฐานหรือกิจกรรมระดับเหนือขึ้นไป

ลักษณะต่าง ๆ ของปัจเจกบุคคล ความคาดหวัง การรับรู้เกี่ยวกับสื่อรวมทั้งอัตราของการที่จะเข้าถึงสื่อ จะนำไปสู่การตัดสินใจของปัจเจกบุคคลว่า จะใช้หรือไม่ใช้เนื้อหาของสื่อมวลชน

กิจกรรมสื่อมวลชนส่วนมากแล้ว จะมีกิจกรรมอื่นให้ป็นทางเลือกอื่นอีก ซึ่งเป็นทางเลือกที่ ทำหน้าที่อย่างเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น การมีปฏิสัมพันธ์กันจริง ๆ แทนที่จะเป็นปฏิสัมพันธ์ อย่างเทียม ๆ โดยผ่านเครื่องรับโทรทัศน์

ในแบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ การใช้สื่อมวลชนจะถูก กำหนดโดยความต้องการจำเป็นขั้นพื้นฐานของปัจเจกบุคคลเป็นสำคัญ ในแบบจำลองนี้ (รูปที่ 3) ความต้องการจำเป็น เป็นเพียงปัจจัยอันหนึ่งที่น่าไปสู่การใช้ประโยชน์

รูปที่ 3 ความคิดรวบยอดเกี่ยวกับการใช้สื่อและตัวกำหนดต่าง ๆ



ลักษณะต่าง ๆ ของปัจเจกบุคคล ความคาดหวัง การรับรู้เกี่ยวกับสื่อรวมทั้ง อัตราของการที่จะเข้าถึงสื่อ จะนำไปสู่การตัดสินใจของปัจเจกบุคคลว่า จะใช้หรือไม่ใช้เนื้อหาของสื่อมวลชน กิจกรรมสื่อมวลชนส่วนมากแล้ว จะมีกิจกรรมอื่นให้ป็นทางเลือกอื่นอีก ซึ่งเป็นทางเลือกที่ ทำหน้าที่อย่างเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น การมีปฏิสัมพันธ์กันจริง ๆ แทนที่จะเป็นปฏิสัมพันธ์อย่างเทียม ๆ โดยผ่านเครื่องรับโทรทัศน์

ผล (โดยตรง) ผลตามมา และ “ผลผสวน”

ผลที่ปรากฏออกมาของกระบวนการสื่อสารมวลชน และความสัมพันธ์ของการใช้ประโยชน์ของสื่อมวลชน ประกอบกันเป็นส่วนสำคัญส่วนที่สองของแบบจำลอง ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับผลที่ปรากฏ จะอยู่ในรูปลักษณะที่ต่าง ๆ กันไป (ในที่นี้เราจะพิจารณาเนื้อหาของสื่อด้วย) ดังนี้

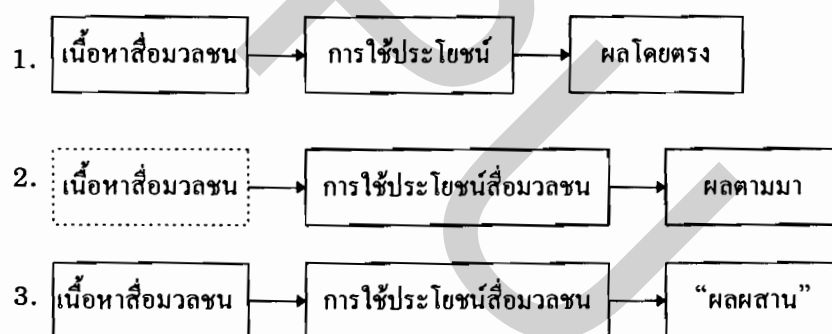
(ก) ในแบบจำลองว่าด้วยผล (โดยตรง) ส่วนมากนั้น ลักษณะเนื้อหาของสื่อจะเป็นตัวกำหนดผลที่ปรากฏออกมาเป็นส่วนใหญ่ ในกรณีเช่นนั้น การใช้ประโยชน์จากสื่ออาจเป็นที่เข้าใจได้ว่า เป็นแต่เพียงปัจจัยแทรกอันหนึ่งเท่านั้นผลที่ปรากฏออกมาของกระบวนการเช่นนั้น อาจเรียกเสียว่าเป็นผล (โดยตรง) ดังนั้น กระบวนการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจึงทำหน้าที่กลบเหลี่ยมเสริมเข้า หรือลดความรุนแรงของผล (โดยตรง) ของเนื้อหาของสื่อ

(ข) ในกระบวนการต่าง ๆ อีกเป็นอันมาก ผลที่ปรากฏออกมาเป็นผลลัพธ์ของการใช้ประโยชน์จากสื่อ ยิ่งกว่าผลลัพธ์ของลักษณะเนื้อหาการใช้ประโยชน์จากสื่อ อาจกันไม่ให้มีกิจกรรมอื่นเกิดขึ้นได้ อาจทำให้กิจกรรมอื่นหยุดลง หรือลดกิจกรรมอื่น ๆ ลง อาจมีผลที่ตามมาในทางจิตวิทยาด้วย เช่น การตกอยู่ภายใต้ของสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ เมื่อการใช้ประโยชน์เป็นสาเหตุสำคัญของผลที่ปรากฏออกมา ผลนั้นอาจเรียกชื่อว่าเป็น “ผลตามมา”

(ค) เราอาจพิจารณาถึงผลที่ปรากฏออกมา ซึ่งส่วนหนึ่งมีเนื้อหาของสื่อเป็นตัวกำหนด (มีการใช้ประโยชน์แทรกอยู่) ส่วนหนึ่งมีการใช้ประโยชน์นั่นเองเป็นกำหนด เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงมีกระบวนการสองชนิดดำเนินไปเกือบจะในเวลาเดียวกัน โดยกระบวนการทั้งสอง ยังให้เกิดผลลัพธ์ซึ่งเราอาจเรียกว่า “ผลผสม” กระบวนการทางการศึกษามักจะส่งผลลัพธ์ออกมาในรูปของ “ผลผสม” ส่วนหนึ่งของผลที่ปรากฏออกมาเนื่องจากเนื้อหาที่ส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ (ผลโดยตรง) ส่วนหนึ่งเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการที่ใช้ประโยชน์ จากสื่อนำไปสู่การแสวงหาและการรวบรวมความรู้ต่าง ๆ โดยอัตโนมัติ

การประกอบกันทั้งสามลักษณะที่กล่าวมา แสดงไว้ดังรูปที่ 4

รูปที่ 4 ความสัมพันธ์ที่เป็นไปได้ตามลักษณะระหว่างเนื้อหาของสื่อ การใช้ประโยชน์และผลที่ปรากฏออกมา



ผลที่ปรากฏออกมาเหล่านี้อาจพบได้ทั้งระดับปัจเจกบุคคล และในระดับสังคม เราจึงอาจเพิ่มส่วนต่าง ๆ ดังแสดงในรูปที่ 5 ไว้ในแบบจำลองการใช้ประโยชน์และผลโดยตรงของสื่อมวลชน

### วิจารณ์

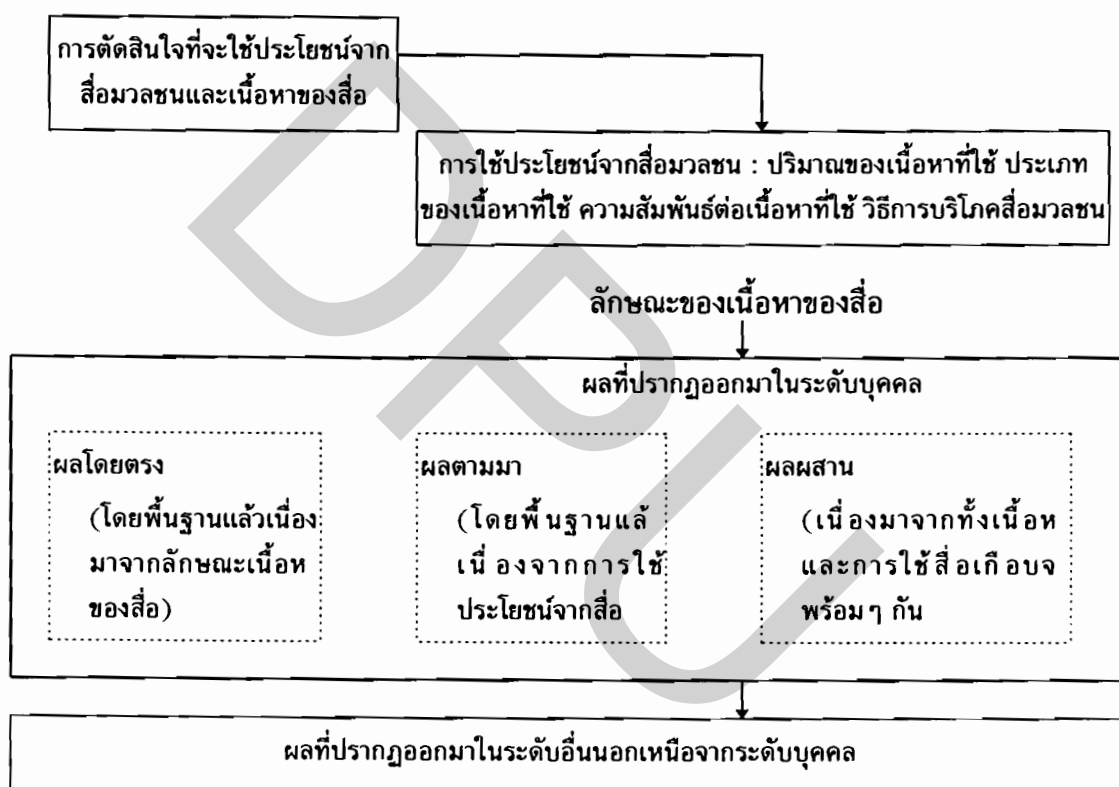
แบบจำลองนี้จึงเป็นความพยายามที่จะรวมตัวอย่างจำลอง การวิจัยที่สำคัญสองแนวทางเข้าด้วยกัน โดยพยายามที่จะหลีกเลี่ยงข้อบกพร่องของทั้งสองแบบนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแบบจำลองนี้ได้เสนอแนะวิธีที่จะรวมแนวคิดในเรื่องของการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจกับแบบจำลอง ว่าด้วยผลโดยตรงของการสื่อสารอันเป็นแบบแผนดั้งเดิมแบบจำลองนี้มีข้อดีอยู่อย่างหนึ่ง คือ ได้เสนอแนวความคิดรวบยอดในเรื่องของ “การใช้ประโยชน์” โดยได้นิยามไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้



ในอันที่จะวิเคราะห์ข้อแตกต่างของผลที่ปรากฏออกมาของการสื่อสารมวลชนในลักษณะต่าง ๆ โดยคำนึงถึงสาเหตุหรือต้นกำเนิดของผลที่ปรากฏออกมานั้น ๆ เป็นสำคัญ

ในอีกแง่หนึ่ง เราอาจชี้ให้เห็นถึงความยุ่งยากในการที่จะตัดสินว่า ผลที่ปรากฏออกมาอย่างใดอย่างหนึ่งนั้นเป็นผลโดยตรง เป็นผลตามมา หรือเป็น “ผลผสม” ส่วนใหญ่แล้ว ผลที่ปรากฏออกมาของการสื่อสารมวลชนนั้น จะไม่เด็ดขาดตายตัวดังเช่นที่กล่าวไว้ในตัวอย่างข้างต้น

รูปที่ 5 ส่วนแสดง “การใช้ประโยชน์” และ “ผลที่ปรากฏออกมา” ของแบบจำลองว่าด้วยการใช้ประโยชน์และผลโดยตรงของสื่อมวลชน



### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้มีการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พอร์รวบรวมได้ดังต่อไปนี้

“การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก”<sup>8</sup>

<sup>8</sup> อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538, บทคัดย่อ.

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ตลอดจนสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ต้องการ

ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่เด็กเปิดรับชมมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ หนูทำได้ โดเรมอน และซูเปอร์จิว ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่จะเปิดรับชมในช่วงเวลาของวันจันทร์-ศุกร์ และช่วงเวลา ของวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุด เหตุผลที่ทำให้เด็กเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุดคือ

ความพึงพอใจที่เด็กได้รับการชมรายการโทรทัศน์ สำหรับเด็กพบว่า เด็กมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยเหตุผลที่สร้างความพึงพอใจให้มากที่สุดคือ การทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลิน

ในด้านการใช้ประโยชน์พบว่า เด็กนำสิ่งที่ได้รับการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ในระดับปานกลาง โดยนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาสติปัญญาและความสามารถพื้นฐานมากที่สุด

เด็กต้องการให้รายการสำหรับเด็กมีมากที่สุด และชอบให้มีหลาย ๆ แบบ ผสมกันใน 1 รายการ ต้องการให้ฉายรายการสำหรับเด็กในวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดและต้องการให้ฉายในช่วงเวลา ของวันจันทร์-ศุกร์ และของวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุด

“ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรกองกิจการนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์”<sup>9</sup>

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ (2) เปรียบเทียบความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรจำแนกตามประเภทของบุคลากร ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ข้าราชการและลูกจ้างประจำของกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 136 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจในการทำงาน วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า (1) บุคลากรกองกิจการนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจด้านบรรยากาศในการทำงานมากที่สุด รองลงมาคือ ลักษณะงาน การกำกับดูแล การพัฒนาตนเอง ลักษณะ

<sup>9</sup> สุรพงศ์ เจริญพรรณ. ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรกองกิจการนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ. : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537, บทคัดย่อ.

ทางกายภาพของสถานที่ทำงานและน้อยที่สุดคือ ด้านค่าตอบแทนและความมั่นคงในการทำงาน (2) ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษาและประสบการณ์ในการทำงานมีความพึงพอใจในการทำงานไม่แตกต่างกัน แต่มี แนวโน้มว่า ข้าราชการมีความพึงพอใจในการทำงานมากกว่า ลูกจ้างประจำ บุคลากรกลุ่มที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการทำงานมากกว่ากลุ่มที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี มีความพึงพอใจในการทำงานมากกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 5-10 ปี และน้อยกว่า 5 ปี

“การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”<sup>10</sup>

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 360 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประชาชนที่มี เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกัน
2. ประชาชนที่มี อายุ ต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์, การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน
3. การเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

<sup>10</sup> จิรดา เกี้ยวกุล. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ. : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538, บทคัดย่อ.

“ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2538 ของเยาวชนอายุ 18-19 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร”<sup>11</sup>

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19 ปี กำลังศึกษาอยู่และส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาสูงกำลังศึกษาปริญญาตรี

ในด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างรับชมโทรทัศน์มากที่สุด ทั้ง ๆ ที่เป็นเจ้าของเครื่องรับวิทยุมากที่สุด ช่วงเวลาที่ฟังวิทยุมากที่สุดคือช่วงเช้า (05.00-09.00 น.) เช่นเดียวกับสื่อหนังสือพิมพ์ และดูโทรทัศน์มากที่สุดในช่วงค่ำ (18.00-21.00 น.) ทั้งนี้รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ และคอลัมน์หนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุดคือ ประเภทบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารการเลือกตั้ง และพึงพอใจการนำเสนอข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เพราะมีทั้งภาพและเสียง ทั้งนี้ส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารการเลือกตั้งจากสื่อมวลชนเพราะต้องการทราบความเคลื่อนไหวของพรรคการเมืองในช่วงเลือกตั้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง โดยเกินกว่าครึ่งหนึ่งคิดว่าสื่อมวลชนมีส่วนทำให้ตนตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

สำหรับความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจโฆษณาสั้น (Spot) ชักชวนเยาวชนให้ไปใช้สิทธิเลือกตั้งจากสื่อวิทยุมากที่สุด พึงพอใจข่าว เหตุการณ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับการเลือกตั้งจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด พึงพอใจการ์ตูนล้อเลียนการเมืองจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด และพึงพอใจเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ประเภทกิจกรรมของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ที่ณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง เช่น การประกวดคำขวัญ การจัดเดินรณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิ ฯลฯ มากที่สุด

“บทความนี้เขียนขึ้นอย่างกะทันหันหลังจากที่ผู้เขียนกลับมาจากการไปร่วมประชุม HIMSS'96 ของ Healthcare Information and Management Systems Society ระหว่าง 3 ถึง 7 มีนาคม 2539” ผู้เขียนไม่มีเวลาค้นคว้าเอกสารมาใช้อ้างอิงอย่างเป็นทางการเลย จึงต้องขอกภัยท่านผู้อ่านไว้ ณ ที่นี้ ที่พยายามเขียนขึ้น ก็เพื่อให้เป็นหัวข้อและแนวทางสำหรับการอภิปรายเท่านั้น<sup>12</sup>

ขอสรุปอีกสักประเด็นหนึ่งว่า ยังไม่มีนักวิจัยไทยศึกษาเรื่องเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อสังคมไทย ต่อการปฏิบัติงาน ต่อเยาวชนไทย ฯลฯ เลย ส่วนใหญ่แล้ว

<sup>11</sup> สุภาวดี เตียพิริยะกิจ. ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาข่าวสาร เกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2538 ของเยาวชนอายุ 18-19 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538, บทคัดย่อ.

<sup>12</sup> ครรชิต มัลลียงศ์. “ทัศน์ไอที.” กรุงเทพฯ, 2539, หน้า 74.

ผลกระทบที่พูดกันก็เป็นเพียงคำบอกเล่า หรือมิฉะนั้นก็เป็นการสังเกต หรือวิจัยของทางฝรั่งเท่านั้น ผู้เขียนเห็นว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญที่สมควรให้ผู้รู้มาช่วยดำเนินการวิจัยศึกษา เพื่อที่เราจะได้นำผลวิจัยนั้น มาเป็นแนวทางในการประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศ ให้เป็นประโยชน์และไม่เกิดผลข้างเคียงที่ไม่พึงปรารถนาในอนาคต”

### “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม”<sup>13</sup>

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมและพฤติกรรมการใช้สื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม พร้อมทั้งศึกษาถึงการใช้อินเทอร์เน็ตและความพึงพอใจจากสื่อมวลชนต่าง ๆ และสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ขององค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (อ.ส.ค.) รวมทั้งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคม กับการใช้อินเทอร์เน็ต และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. สื่อบุคคล เป็นสื่อที่ให้ข่าวสารความรู้มากที่สุด และรวดเร็วที่สุด
2. สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีอิทธิพลและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ให้ความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนทั่วไป
3. นิตยสาร/วารสาร เป็นสื่อที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม เชื่อถือมากที่สุด
4. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีลักษณะการเปิดรับสื่อมวลชน แตกต่าง คือ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร วิทยุ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์เรียงลำดับกันไป
5. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีการใช้อินเทอร์เน็ตจากสื่อมวลชนเฉพาะด้าน การเลี้ยงโคนม เรียงลำดับ คือ นิตยสาร/วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ โดยได้รับประโยชน์จากสื่อบุคคล ในด้านการช่วยแก้ปัญหาอุปสรรคในการเลี้ยงโคนม และปรับปรุงพัฒนาการเลี้ยงโคนมมากกว่า การช่วยลดต้นทุนการผลิตและการทำให้น้ำมันดิบมากขึ้น
6. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีความพึงพอใจจากสื่อมวลชนในด้านการเลี้ยงโคนม เรียงลำดับ ดังนี้ นิตยสาร/วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์
7. เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม มีความพึงพอใจต่อสื่อบุคคลในด้านการปรับปรุงพัฒนาการเลี้ยงโคนม เท่ากับช่วยแก้ปัญหาอุปสรรค และมีความพึงพอใจในเรื่องการทำให้เพิ่มน้ำมันดิบ และลดต้นทุนการผลิต เป็นเรื่องรองลงมา

<sup>13</sup> วรณรักษ์ วรทรัพย์. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2537, บทคัดย่อ.

“ศึกษาความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร ศึกษา”<sup>14</sup>

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร ศึกษากรณี เครือบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ณ ที่ทำการอาคารซี พี ทาวเวอร์

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ตัวแปรอิสระ (เพศ การศึกษา อายุการทำงานและตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ) กับตัวแปรตาม (ความพึงพอใจในการสื่อสารและการปฏิบัติงาน) ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นพนักงานที่มีตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบระดับบังคับบัญชา จะมี ความพึงพอใจในการสื่อสารและการปฏิบัติงานมากกว่าพนักงานระดับพนักงาน

ส่วนในรูปแบบของระบบการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งมีความสัมพันธ์และมีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการปฏิบัติงานภายในองค์กรนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบการสื่อสาร ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกัน จะมีรูปแบบที่ได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด

“การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับห้องสมุดสถาบันราชภัฏ”<sup>15</sup>

จุดประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาสถานภาพของการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการดำเนินงานห้องสมุดสถาบันราชภัฏ และเพื่อศึกษาแนวทางในการจัดตั้งระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับห้องสมุดสถาบันราชภัฏ

“ความพึงพอใจในการปลูกลงพาราของเกษตรกร ที่เข้าร่วมโครงการเร่งรัดการปลูกลงพารา เพื่อกระจายรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในจังหวัดเลย ระหว่าง พ.ศ. 2531-2535”<sup>16</sup>

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ (1) ลักษณะทั่วไปของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเร่งรัดการปลูกลงพารา เพื่อกระจายรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดเลย ระหว่าง พ.ศ. 2531-2535 (2) ระดับความพึงพอใจในการปลูกลงพาราของเกษตรกร (3) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการปลูกลงพาราของเกษตรกร ในอำเภอเมือง และอำเภอปากชม จังหวัดเลย (4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปลูกลงพาราของ

<sup>14</sup> ลดาวัลย์ วัฒนสานต์. ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร: ศึกษากรณี เครือบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ณ ที่ทำการอาคาร ซี พี ทาวเวอร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต , 2540. บทคัดย่อ.

<sup>15</sup> ฉันทนา ชาญพาณิชย์. การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งเครือข่ายคอมพิวเตอร์ สำหรับห้องสมุดสถาบันราชภัฏ. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2535-2536, บทคัดย่อ.

<sup>16</sup> ไบลี, นายสันทัต. ความพึงพอใจในการปลูกลงพาราของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเร่งรัดการปลูกลงพารา เพื่อกระจายรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดเลย ระหว่างปี พ.ศ. 2531-2535. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537, บทคัดย่อ.

(4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปลูกยางพาราของเกษตรกรฯ กับความพึงพอใจในการปลูกยางพาราของเกษตรกรฯ (5) ปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการปลูกยางพาราของเกษตรกรฯ (6) ปัญหาและข้อเสนอแนะ เพื่อนำเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการเร่งรัดการปลูกยางพารา เพื่อกระจายรายได้ในจังหวัดเลยต่อไป

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

#### งานวิจัยในประเทศ

ธิป จิตนิยม (2534) ได้ทำการศึกษา ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนลบรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการของสมาชิก IBC ที่มีต่อรายการต่าง ๆ ความสัมพันธ์ระหว่างการคาดหวังผลตอบแทน ความพึงพอใจที่จะได้รับการรับชม กับพฤติกรรมการรับชมรายการของ IBC รวมทั้งศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสำคัญ และการจัดลำดับของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรับชมรายการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ จำนวน 213 คน ผลการวิจัยพบว่าเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเป็นสมาชิก หรือติดตามรับชมรายการคือ เห็นว่ามีรายการที่น่าสนใจให้เลือกชมมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เสริมโอกาสรับข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ เบื่อโทรทัศน์ปกติ

การทดสอบสมมติฐาน พบว่าระดับการศึกษา เป็นคุณลักษณะทางประชากรและสังคมเพียงตัวแปรเดียว ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการ นั่นคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง มีแนวโน้มที่จะรับชมรายการของไอบีซีเคเบิลทีวีมากกว่าผู้มีการศึกษาในระดับต่ำกว่า การทดสอบสมมติฐานพบว่า การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการของสมาชิกไอบีซีเคเบิลทีวี และเมื่อวิเคราะห์การจัดลำดับของปัจจัยทางด้านคุณลักษณะทางประชากรและสังคมแล้วพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนปัจจัยทางด้านองค์ประกอบของการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจนั้นพบว่า ความพึงพอใจเพื่อนำข่าวสารไปสนทนากับบุคคลอื่น เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ในการทำนายพฤติกรรมการรับชมรายการของไอบีซีเคเบิลทีวี

อุษา จันทรประกาศ (2534) วิทยานิพนธ์เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเพื่อศึกษาลักษณะการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ฟัง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 301 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ คือ ฟังค่อนข้างบ่อย สาเหตุที่ฟังก็เพราะ รูปแบบรายการน่าสนใจ และผู้ฟังสนใจเนื้อหาเกษตรมากที่สุด ผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก เฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ (1) หลักการที่เป็น

รายการของประชาชน (2) ความรู้ (3) ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานอาชีพและการดำเนินชีวิตประจำวัน (4) รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน (5) วิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ (6) ข่าวสาร (7) ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น

ชนิษฐา เบญจาทิกุล (2535) งานวิจัยเรื่อง ทักษะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณีรายการหนึ่งในร้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะประชากร ทัศนคติต่อรายการและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับชมรายการ สาเหตุของการไม่ชมรายการ ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรกับทัศนคติ และ กับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ชมรายการส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการ และเห็นด้วยในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับชมรายการ และจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับชมรายการ

ภกัณิศา พันธุเสน (2536) ได้ทำศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ของนักเรียนในโรงเรียนสตรีรัตนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาลักษณะพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชน ที่สนองต่อความต้องการจำเป็นของนักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรีผู้ที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนในปริมาณที่สูง มีการเปิดรับสื่อมวลชน จำนวน 10 สื่อ สื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือการ์ตูน เทปเพลง ฯลฯ เนื้อหาที่เปิดรับ อันดับ 1 ประเภทบันเทิง อันดับ 2 คือประเภทข่าว และอันดับสุดท้ายคือ ประเภทความรู้ และในการเปิดรับสื่อมวลชนของนักเรียนได้สนองต่อความต้องการจำเป็น 4 ประการ โดยสนองความต้องการด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานอาชีพ และการดำเนินชีวิตประจำวัน 4. รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน 5. วิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ 6. ข่าวสาร 7. ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น

ชนิษฐา เบญจาทิกุล (2535) งานวิจัยเรื่อง ทักษะ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณีรายการหนึ่งในร้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะประชากร ทัศนคติต่อรายการและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสิ่งที่ได้รับชมรายการ สาเหตุของการไม่ชมรายการ ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรกับทัศนคติ และกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ชมรายการส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการ และเห็นด้วยในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับชมรายการ และจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับชมรายการ



ภทณิดา พันธุมเสน (2536) ได้ทำการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากสื่อมวลชน ของนักเรียนในโรงเรียนสตรีรัตนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ลักษณะพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชน ที่สนองต่อความต้องการจำเป็นของนักเรียน โรงเรียนสตรีรัตนบุรี ผลการวิจัยพบว่านักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรีผู้ที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนใน ปริมาณที่สูง มีการเปิดรับสื่อมวลชน จำนวน 10 สื่อ สื่อที่เปิดรับมากคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ การ์ตูน เทปเพลง ฯลฯ เนื้อหาที่เปิดรับ อันดับ 1 ประเภทบันเทิง อันดับ 2 คือ ประเภทข่าว และ อันดับสุดท้ายคือ ประเภทความรู้ และในการเปิดรับสื่อมวลชนของนักเรียน ได้สนอง ความต้องการต่อความจำเป็น 4 ประการ โดยสนองความต้องการด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ความต้องการสร้างความมั่นใจ และสถานภาพของนักเรียน อันดับ 3 คือ ความต้องการ ข่าวสารความรู้ อันดับ 4 คือความต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ซึ่งความต้องการ ทั้ง 4 ข้อนี้ เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมของนักเรียน

อรพินท์ คักดีเยี่ยม (2537) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ที่เด็กได้รับ จากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับชม รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการ โทรทัศน์สำหรับเด็ก รวมทั้งสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ต้องการ ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่เปิดรับชมมาก 3 อันดับแรก คือ รายการประเภท การ์ตูน เหตุผลที่ทำให้เด็กเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุด คือทำให้เกิด ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก พบว่า เด็กมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เหตุผลที่สร้างความพึงพอใจมากที่สุดคือทำให้เกิด ความรู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลิน ส่วนด้านการใช้ประโยชน์พบว่า เด็กนำสิ่งที่ได้จากการชมรายการ โทรทัศน์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ในระดับปานกลาง โดยนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา สติปัญญา และความสามารถพื้นฐานมากที่สุด

ชูศักดิ์ รongสวัสดิ์ (2537) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างรูปแบบเนื้อหา ของรายการ มองต่างมุม กับทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมชมรายการ มองต่างมุม จะมีพฤติกรรมเจาะจงในการแสวงหาข่าวสาร และการใช้สื่อตามความพอใจ และ ความต้องการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการ ในการรับรู้เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของ ข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งต้องการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการเสริมความคิด และตัดสินใจในข้อมูล ข่าวสารที่สนใจ นั้น ๆ สำหรับทัศนคติต่อรายการมองต่างมุม พบว่าคุณลักษณะของประชาชนไม่มี ความสัมพันธ์กับทัศนคติ ที่มีต่อรายการมองต่างมุม ยกเว้น เพศ และอาชีพ

### งานวิจัยต่างประเทศ

เลวี (Leverly, 1983) ได้ทำการศึกษาถึงสาเหตุ การชมข่าวโทรทัศน์ พบว่า 75% ของผู้ตอบคำถามให้เหตุผลในการชมข่าวโทรทัศน์ว่า

- ต้องการติดตามเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
- เพื่อเป็นข้อมูลในการสนับสนุนความคิดของตน
- เพื่อความตื่นเต้น
- เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย

เนื้อหาของข่าวที่ผู้ชมให้ความสนใจ คือ ข่าวเศรษฐกิจ และวิธีการของผู้บริโภคที่ชาญฉลาด เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด เช่นข่าวอาชญากรรม อุบัติเหตุ (อ้างแล้วในกมลวรรณ โลหีสิวานนท์, 2534)

ปาล์มกรีน เวนเนอร์ และเรย์เบิร์น (Palmgreen, Wenner and Rayburn, 1981) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์ โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้ชมในเมืองเล็กซิงตัน รัฐเคนตักกี มาจำนวน 327 คน ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังจะได้รับประโยชน์ เพื่อความบันเทิง เพื่อการติดต่อระหว่างบุคคล และปฏิกิริยาจากสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ดังกล่าว

รูบิน (Rubin, 1981) ทำการวิจัยเกี่ยวกับ จากใช้สื่อโทรทัศน์ของผู้ชมซึ่งเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งพบว่า การดูรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความตั้งใจที่จะได้รับประโยชน์ในแง่ต่าง ๆ จากโทรทัศน์ เช่น ผู้ที่มีความตั้งใจจะติดตามข่าวสารการเมือง จะเลือกดูรายการที่เสนอสาระต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และยังพบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างผู้ที่มีความตั้งใจจะใช้สื่อฆ่าเวลากับการดูรายการข่าวทางโทรทัศน์ด้วย

ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1979) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการสุ่มตัวอย่าง 526 คน ผลการวิจัย พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูงและมีความสัมพันธ์กันในเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง ความพึงพอใจก็จะต่ำ หรือถ้าความคาดหวังต่ำ ความพึงพอใจก็จะสูง

เวนเนอร์ (Wenner, 1982) ทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แสวงหารายการโทรทัศน์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์จากเมืองไอโอวา รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการชมโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ (เช่น ได้ความรู้ ความบันเทิง ความสัมพันธ์กับ

ครอบครัว) จะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

บลูเมอร์ และแม็คควอล (Blumler and McQuail, 1969) ได้ใช้วิธีการ Uses and Gratifications Approach ในการวิจัยเพื่อหาคำตอบในการรณรงค์ หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปในอังกฤษ เมื่อ ปี ค.ศ. 1964 ว่า “ทำไมคนจึงดูรายการทีวีเกี่ยวกับการหาเสียงทางการเมือง” และ “รายการทางการเมืองในลักษณะไหนที่ผู้ชมต้องการ” หลังจากสัมภาษณ์ผู้ชมกลุ่มหนึ่งก็ได้ คำตอบ เช่น เพื่อดูว่าพรรคการเมืองนั้น ๆ จะทำอะไรบ้าง หากได้เป็นรัฐบาลเพื่อติดตามข้อปัญหาที่ถกเถียงกันในแต่ละวัน เพื่อดูว่าหัวหน้าพรรคแต่ละพรรคเป็นอย่างไร เป็นต้น (อ้างแล้วในพีระ จิโรโสภณ, 2527)

คอมเปสซี (Compesi, 1980) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Gratifications of Daytime Tv Serial Viewers กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้ รับจากผู้ชมทั้งหมด 52 อย่าง เพื่อจัดรวมเป็น 7 กลุ่มใหญ่ ๆ และตีความหาความสำคัญแต่ละกลุ่ม รวมทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หากค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม รวมทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หากค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม ปัจจัยบนฐานของค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมดได้ผลคือ กลุ่มปัจจัยที่จัดแบ่งได้เป็น 7 กลุ่มใหญ่ คือ ผู้ชมที่ชมเพื่อ

1. ได้รับความบันเทิง
2. ชมเพราะเป็นนิสัย เป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน
3. ดูเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกที่จะดู
4. ดูเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางสังคม ในการติดต่อกับคนอื่นรวมทั้งการดูกับเพื่อน และการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย
5. ดูเพื่อเป็นการพักผ่อน หรือหลีกเลี่ยงปัญหา เพื่อลดความตึงเครียด
6. หลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ดูเพราะเบื่อหรือไม่มีอะไรทำหรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น

7. ดูเพื่อค้นหาความจริงใหม่ ๆ หรือเพื่อหาคำแนะนำ เพื่อช่วยแก้ปัญหาในชีวิตของผู้ดู หรือใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็นบุคคล ช่วยให้ผู้ดูเข้าใจชีวิตของตนเองและชีวิตของคนอื่น ๆ หรือใช้สะท้อนความเป็นจริงทางสังคม กลุ่มของความพึงพอใจต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยเป็นตัวกลางที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์นั้นชมรายการเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้านใดบ้าง

จัสซี่ เมลคาส ผู้อำนวยกาณ์สำนักงานสถิติฟินแลนด์ได้ทำการศึกษาพบว่า<sup>17</sup> ในการคัดเลือกเนื้อหาจากหน้าอินเทอร์เน็ต ของสำนักงานสถิติฟินแลนด์ โดยความคิดพื้นฐาน

<sup>17</sup> Melkas, Jussi. “The Principle of selecting material for the internet at Statistics Finland.” Statistical Journal of The United Nations. 14, 2. 1997. p. 183.

แล้ว อินเทอร์เน็ตไม่ได้ลดปริมาณงานลง ในแต่ละโอกาสได้ให้งานเพิ่มขึ้น อินเทอร์เน็ตมีความต้องการเป็นอย่างมากในกระบวนการผลิตทั้งหมดของฝ่ายบริการสถิติ ถ้าสามารถสนองความต้องการนั้นได้ก็จะทำให้เกิดผลน่าพอใจอย่างยิ่ง

ฮอฟแมน, ดอนนา แอล, คาลสบีค, วิลเลียม ดี. และ โนวาค, ทอมมัส พี. ได้ทำการวิจัยพบว่า<sup>18</sup> ประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงดูเหมือนจะแสดงให้เห็นผลที่แตกต่างกันจนทำให้ยากที่จะสรุปได้ จากการศึกษาอย่างใกล้ชิดได้แสดงให้เห็นว่า ถ้าไม่คำนึงถึงวิธีการศึกษาที่ผิดพลาดหรือความลำเอียงในการในการสำรวจ ความแตกต่างพอจะสรุปได้ว่า อย่างน้อยที่สุด ในส่วนที่ความเข้าใจความหมายในการใช้อินเทอร์เน็ต การประมาณค่าที่ถูกต้องที่สุดในการใช้อินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกาของประชากรอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป จากการสำรวจตัวอย่างในเดือนสิงหาคม 1995 แสดง 28.8 ล้านคนในสหรัฐอเมริกาที่มีอายุตั้งแต่ 16 ปีและมากกว่า 16 ปีขึ้นไปได้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 16.4 ล้านคน 11.5 ล้านคนใช้เว็บ และ 1.51 ล้านคน ใช้เว็บเพื่อซื้อสินค้า มีผลการศึกษาหลายข้อที่สำคัญได้ถูกนำมาถกเถียงกันว่า ข้อมูลข่าวสารที่ได้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้เพียงใด การวิจัยได้แสดงถึงการเป็นตัวแทนที่ก้าวหน้าไปถึงการสร้างสรรค์การวิจัยพื้นฐาน ที่จำเป็นในการพัฒนาประสิทธิภาพทางการตลาดและการผลิต การเสนอแนะที่เป็นมาตรฐานสำหรับการวิจัยเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตในอนาคต

เจน ฮอดจ์ ได้แสดงความคิดเห็นว่า<sup>19</sup> จากข้อมูลที่ได้จาก แอดแลบ การให้บริการจากรายงานของ คอมเพดดิทีฟ มีเดีย พบว่า Apple, Netscape, Internet Shopping Network และ Oracle เป็นที่นิยมสูงสุด ของผู้ว่าจ้างโฆษณาทางเว็บไซต์วารสารสิ่งพิมพ์ จากการก่อตั้งกลุ่มวิจัยข้อมูลอินเทอร์เน็ตของสหรัฐอเมริกา นิวยอร์ก โดยทำการติดตามผลเป็นเวลา 1 ปี พบว่า แอดแลบเป็นความพยายามประการแรก ที่จะขยายการวัดการให้บริการที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายของ CMR`S เกี่ยวกับโลกของการสื่อสารโต้ตอบโดยทันที แอดแลบได้จัดอันดับผู้ประกาศ บนฐานตรรกษีที่จำนวนผู้โฆษณาที่โฆษณาบนวารสารทาวอินเทอร์เน็ต ตัวเลข rating ได้แสดงให้เห็นว่า เมื่อขนาดของการโฆษณาและจำนวน active links ก็จะมีมากขึ้น และเมื่อน้อยก็จะน้อยลงตามกัน

<sup>18</sup> Hoffman, Donna L, Kalsbeek, William D. and Novak, Thomas P. "Internet and Web use in the US." *Communications of the ACM.* 39, 12. Dec 1996. p 36-46.

<sup>19</sup> Hodge .Jane. "CMR takes ad tracking service to the Internet." *Advertising Age.* 67, 10. Mar 4, 1996. p. 24.

ไมคอล์ม แมคคอนเนลล์ ได้เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับการสัมภาษณ์ ซูซาน ฮิคส์ ที่โรงพยาบาลในเมืองวานตา ฟินแลนด์ ว่า<sup>20</sup> ในบ่ายวันจันทร์ ของวันที่ 14 เมษายน 1997 ซูซาน ฮิคส์ นักศึกษาอายุ 20 ปี ซึ่งกำลังใช้คอมพิวเตอร์จนตึก ได้เกิดป่วยกระทันหัน และไม่สามารถลุกจากเก้าอี้ได้ ในขณะที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์อยู่ที่ชั้นที่สามของห้องสมุดมหาวิทยาลัย ในเครราวา ใกล้เมืองเฮลซิงกิ ในฟินแลนด์ และได้ส่งอินเทอร์เน็ตไปขอความช่วยเหลือ ในขณะที่ฌอน เรดเดน เด็กอายุ 12 ปี ที่กำลังเล่นอินเทอร์เน็ตอยู่ที่เมืองเดนตัน รัฐเท็กซัส ซึ่งอยู่ห่างกันถึง 7000 ไมล์ ได้เห็นข้อความนั้นและได้ติดต่อเจ้าหน้าที่หน่วยกู้ภัยให้ช่วยเหลือจนปลอดภัยในที่สุด

---

<sup>20</sup> McConnell, Mai colm. "Cry for Help on the Internet." **Reader's Digest**. 35.

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้กำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการศึกษาคุณสมบัติของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชากร ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงได้วางระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

#### ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่เป็นคนไทยทุกคน โดยผ่านเครือข่ายของเนตเทค และเครือข่ายอื่น ๆ จากสถิติและข้อมูลที่มีอยู่ คนที่เป็นสมาชิกอินเทอร์เน็ต มีจำนวนประมาณ 100,000 คน ในการสุ่มตัวอย่างได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางสุ่มตัวอย่างของยามาเนใช้ความเชื่อมั่น  $95\% \pm 5\%$  ได้กำหนดจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน การสุ่มตัวอย่างได้ทำจดหมายขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยใช้คำสั่งพร้อมกับส่งแบบสอบถามทางอี-เมล ไปถึงไว้ที่ เมล์-บ็อก (mial box) ของแต่ละคน โดยในบรรทัด "TO" ให้พิมพ์อีเมลแอดเดรสที่จะให้ผู้รับตอบจดหมาย เช่น To:Somchai@zdnnet.com ในบรรทัด "From" ให้พิมพ์อีเมลแอดเดรสให้ผู้ตอบจดหมาย เช่น from: @camb.com ใช้คำสั่งโดยมีข้อจำกัดอยู่ที่ว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นที่จะกลุ่มตัวอย่างประชากรที่จะศึกษา สมาชิกและตอบแบบสอบถามทางอี-เมล ในช่วงเวลาที่กำหนดและเมื่อครบ 400 คน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นจะหยุดรับคำตอบโดยสุ่มตัวอย่างจาก

มหาวิทยาลัย(E - mail host 8 แห่ง)	4	แห่ง
บริษัทให้บริการการใช้อินเทอร์เน็ต	2	แห่ง
รัฐวิสาหกิจ	1	แห่ง

ใช้วิธี Stratified random sampling และกำหนดเลือกตัวอย่างเฉพาะผู้ที่ตอบก่อนจนครบจำนวนที่กำหนด เท่านั้น

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดเวลาทั้งสิ้น 1 ปี ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. เตรียมงาน 2 เดือน (มค. - กพ. 2540)  
เตรียมข้อทดสอบและแบบสอบถาม  
ติดต่อดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง  
ทดสอบแบบสอบถาม  
จัดพิมพ์แบบสอบถาม
2. เก็บข้อมูล 4 เดือน (มีค. - มิย. 2540)  
ข้อมูลปฐมภูมิ  
ข้อมูลทุติยภูมิ  
ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล
3. วิเคราะห์ข้อมูล 2 เดือน (กค. - สค. 2540)  
วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด
4. เขียนรายงาน 4 เดือน (กย. - ธค. 2540)

ตารางระยะเวลาดำเนินการ

การดำเนินงาน	เวลา (เดือน)											
	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
1 เตรียมงาน												
2 เก็บข้อมูล												
3 วิเคราะห์ข้อมูล												
4 เขียนรายงาน												

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมี 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง

ในเรื่องเพศ การศึกษา การจ่ายค่าสมาชิก อาชีพ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต

## 2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

2.1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร วารสาร หนังสือและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต

2.2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น แบบเลือกตอบ (Check List) เพื่อสอบถามเกี่ยวกับเพศ การศึกษา

การจ่าย/ไม่จ่ายค่าสมาชิก อาชีพ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

แหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก เวลาในการใช้ต่อวัน บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ใช้ในแต่ละวัน การใช้ต่อสัปดาห์ การใช้บริการหรือเครื่องมือต่าง ๆ ของอินเทอร์เน็ตให้มากที่สุด เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต ความรู้ที่ได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ต การใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับความสนใจมากที่สุดในการใช้บริการหรือเครื่องมือในอินเทอร์เน็ต ลักษณะที่ดีที่สุด ลำดับแรกและลำดับที่สอง

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย

- ความคิดเห็นจากการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน

- ความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

- ความพึงพอใจเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ

- การติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูลข่าวสาร

- ราคาช่วงในการใช้

- ความคิดเห็นเกี่ยวกับในครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสารและการจะแนะนำให้ญาติหรือเพื่อน และบุคคลอื่นใช้ เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร



### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

1. ค้นคว้าจากเอกสาร และสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง
2. การสำรวจ โดยส่งแบบสอบถามด้วยวิธีส่งผ่านระบบอี-เมล ทั้งสมาชิกส่วนบุคคล และสมาชิกแบบองค์การ เมื่อผู้ตอบกลับมาครบ 400 คน ก็จะปิดรับคำตอบ
3. แบบสอบถามที่ใช้ โดยมีการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามด้วยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่ง ที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มประชากร จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้อง และเหมาะสมยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถาม โดยส่ง อี-เมล ไปยังทุกคน อีกทั้งให้อีเมล์แก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่จะส่งกลับมายังผู้วิจัย และให้ถือเป็นความลับและมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

ผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม โดยในแต่ละข้อความจะมี 5 คำตอบให้เลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และในการกำหนดน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อ โดยให้น้ำหนักหรือค่าของคะแนนของคำถามในแบบสอบถามเชิงบวกจะมีค่าคะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

เกณฑ์ดังกล่าวใช้กับตอนที่ 4 ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และจัดระดับค่าของคะแนนเฉลี่ย ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตรวม 5 ข้อ โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00-1.50 ระดับต่ำมากหรือมีความพึงพอใจน้อยมาก

คะแนนระหว่าง 1.51-2.50 ระดับต่ำหรือมีความพึงพอใจน้อย

คะแนนระหว่าง 2.51-3.50 ระดับปานกลางหรือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.51-4.50 ระดับสูงหรือมีความพึงพอใจระดับสูง

คะแนนระหว่าง 4.51-5.00 ระดับสูงมากหรือมีความพึงพอใจในระดับสูงมาก

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ใช้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ทั้งสถิติพรรณนาและสถิติอ้างอิงดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา\* เป็นการอธิบายลักษณะข้อมูลตามลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลส่วนตัวในด้านเพศ อายุ การศึกษา การเสียค่าสมาชิกและอาชีพโดยคิดค่าร้อยละ และคะแนนเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติ

นำข้อมูลที่ได้รับตอบกลับมาทางอี-เมลทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยเสนอค่าร้อยละและทำเป็น crosstab เปรียบเทียบค่าตัวแปรอิสระ คือ เพศ การศึกษา อาชีพ และการจ่าย/ไม่จ่ายค่าสมาชิก กับคำถามต่าง ๆ ที่เฉพาะกิจลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยสรุปผลเป็นหัวข้อดังนี้

1. คุณสมบัตของผู้ตอบกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
3. การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต
4. ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต

### การประมวลผลข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทำการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social & Sciences/Personal Computer)

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทที่ 4 นี้ จะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากการสำรวจผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต จำนวน 400 คน โดยได้แบ่งการนำเสนอ ดังนี้

1. คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง
2. วิเคราะห์ตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง
  - 2.1. วิเคราะห์แยกตามคุณสมบัติ
  - 2.2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
  - 2.3. การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต
  - 2.4. ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต
3. วิเคราะห์ตามการศึกษา
  - 3.1. วิเคราะห์แยกตามคุณสมบัติ
  - 3.2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
  - 3.3. การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต
  - 3.4. ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต
4. วิเคราะห์ตามการเสียค่าสมาชิก
  - 4.1. วิเคราะห์แยกตามคุณสมบัติ
  - 4.2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
  - 4.3. การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต
  - 4.4. ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต
5. วิเคราะห์ตามอาชีพ
  - 5.1. วิเคราะห์แยกตามคุณสมบัติ
  - 5.2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
  - 5.3. การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต
  - 5.4. ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต

### 1. คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนนั้น ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 64.0) เป็นชาย มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 51.3) รองลงมาเป็นระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 29.8) ทั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุ 25 ปี หรือน้อยกว่า (ร้อยละ 66.0) รองลงไปอายุ 26 ถึง 36 (ร้อยละ 24.8) โดยผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา (ร้อยละ 59.8) รองลงไปเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 93.5) ไม่ได้จ่ายค่าสมาชิก อนึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ราย ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งที่จ่ายค่าสมาชิกและไม่จ่ายค่าสมาชิก

อนึ่ง เพื่อให้เข้าใจในคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้ง 400 คน มากขึ้น ในการวิเคราะห์ตามเพศ การจ่ายค่าสมาชิก การศึกษา อาชีพ วิเคราะห์จำแนก ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยต่างๆ (cross tab) ตามแยกตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1  
แสดงสรุปผลวิเคราะห์คุณสมบัติผู้ตอบแบบสอบถาม

วิเคราะห์คุณสมบัติจำแนกตาม	จำนวน	ร้อยละ	หมายเหตุ
<b>เพศ</b>			
ชาย	256	64.0	
หญิง	144	36.0	
<b>การศึกษา</b>			
ต่ำกว่าระดับการศึกษา	8	2.0	
อุดมศึกษา	119	29.8	
ปริญญาตรี	205	51.3	
ปริญญาโท	59	14.8	
สูงกว่าปริญญาโท	6	1.3	
อื่นๆ	3	0.8	
<b>อายุ</b>			
25 ปี หรือน้อยกว่า	264	66.0	
25-35 ปี	99	24.8	
36-45 ปี	32	8.0	
46-60 ปี	5	1.3	

วิเคราะห์คุณสมบัติจำแนกตาม	จำนวน	ร้อยละ	หมายเหตุ
<b>อาชีพ</b>			
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	120	30.0	
พนักงานบริษัท	33	8.3	
นักศึกษา/นักเรียน	236	59.8	
ธุรกิจส่วนตัว	4	1.0	
พนักงานสื่อสาร	4	1.0	
เกษตรกร	0	0.0	
อื่นๆ	2	0.3	
<b>การเสียค่าสมาชิก</b>			
ไม่เสียค่าสมาชิก	374	93.5	มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
เสียค่าสมาชิก	32	8.0	ทั้งเสียค่าสมาชิกและ ไม่เสียค่าสมาชิก 6 คน

## 2. วิเคราะห์ตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

### 2.1 วิเคราะห์แยกตามคุณสมบัติ

D  
P  
U

ตารางที่ 2  
แสดงคุณสมบัติของใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและอายุ

อายุ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
25 ปี หรือน้อยกว่า	169	42.8	95	23.8	264	66.0
26 - 35 ปี	63	18.8	36	9.0	99	24.8
36 - 45 ปี	22	5.5	10	2.5	32	8.0
46 - 65 ปี	2	0.5	3	0.8	5	1.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิงส่วนใหญ่จะมีอายุ 25 ปี หรือน้อยกว่า รองลงไป คือ 26-35 ปี หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเพศและอายุของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 3

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและการศึกษา

การศึกษา	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา	5	1.3	3	0.8	8	2.0
2. อุดมศึกษา	74	18.5	45	11.3	119	29.8
3. ปริญญาตรี	127	31.8	78	19.5	205	51.3
4. ปริญญาโท	44	11.0	15	3.8	59	14.8
5. สูงกว่าปริญญาโท	4	1.0	2	0.5	6	1.3
6. อื่นๆ	2	0.5	1	0.3	3	0.8
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าไม่ผู้ชายหรือหญิงส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงไปคือปริญญาโท หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเพศและการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความแตกต่างกัน



ตารางที่ 4

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและอาชีพ

อาชีพ	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	17.5	50	12.5	120	30.0
2. พนักงานบริษัท	27	6.8	6	1.5	33	8.3
3. นักศึกษา	153	38.3	86	21.5	236	59.8
4. ธุรกิจส่วนตัว	2	0.5	2	0.5	4	1.0
5. พนักงานสื่อสาร	3	0.8	1	0.3	4	1.0
6. เกษตรกร	0	0.0	0	0.0	0	0.0
7. อื่นๆ	1	0.3	1	0.3	2	0.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าไม่พวชายหรือหญิงส่วนใหญจะเป็นนักศึกษา รองลงไปคือข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเพศและอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 5  
แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. โสด	222	55.5	127	31.8	349	87.3
2. สมรส	32	8.0	16	4.0	48	12.0
3. หย่า/แยกกันอยู่	2	0.5	0	0.0	2	0.5
4. อื่นๆ	0	0.0	1	0.3	1	0.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าไม่ว่าชายหรือหญิงส่วนใหญ่จะมีสถานภาพโสด รองลงไปคือสถานภาพสมรส หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเพศและสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 6

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. 0-20,000 บาท	222	55.5	127	31.8	349	87.3
2. 20,001-30,000 บาท	32	8.0	16	4.0	48	12.0
3. 30,001-40,000 บาท	2	0.5	0	0.0	2	0.5
4. มากกว่า 40,000 บาท	0	0.0	1	0.3	1	0.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าไม่ผู้ชายหรือหญิงส่วนใหญ่จะมีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท รองลงไปคือ 20,001-30,000 บาท หรือจากกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเพศและรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 7

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศและการเสียค่าสมาชิก

การเสียค่าสมาชิก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ไม่เสียค่าสมาชิก	237	59.3	137	34.3	374	93.5
2. เสียค่าสมาชิก	24	6.0	8	2.0	32	8.0
รวม	261	65.3	145	36.6	406	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าไม่ว่าชายหรือหญิงส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าสมาชิก หรือ อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเพศและการเสียค่าสมาชิกของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 8

แสดงแหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิกใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

แหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ธุรกิจคอมพิวเตอร์	8	2.0	1	0.3	9	2.3
2. ราชการ	26	6.3	18	4.5	44	11.0
3. รัฐวิสาหกิจ	26	6.3	18	4.5	44	11.0
4. บริษัท	25	6.3	9	2.3	34	8.5
5. มหาวิทยาลัย/โรงเรียน	175	43.8	99	24.8	274	68.5
6. อื่น ๆ	1.0	0.3	0.0	0.0	1.0	0.3
รวม	261	65.0	145	36.0	406	100.0

จากตารางที่ 8 จะพบว่าชายหรือหญิงของกลุ่มตัวอย่างนั้น จะมีการใช้อินเทอร์เน็ตในสถานที่ที่ไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่ยังใช้อินเทอร์เน็ตที่มหาวิทยาลัยเป็นหลัก รองลงไปคือส่วนราชการและรัฐวิสาหกิจ และบริษัท

ตารางที่ 9  
แสดงการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน (ชั่วโมง)	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. 0-1.0	97	24.3	58	14.5	155	38.8
2. 1.1-2.0	62	15.5	42	10.6	104	25.11
3. 2.1-3.0	50	12.6	22	5.6	72	18.0
4. 3.1-6.0	38	9.5	16	4.0	54	13.5
5. 6.1-9.0	3	0.8	5	1.3	8	2.0
6. 9.1-12.0	5	1.3	1	0.3	6	1.5
7. 12.1-15.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าไม่ผู้ชายหรือหญิงส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ต วันละไม่เกิน 1.0 ชั่วโมง รองลงไป 1.1-2.0 ชั่วโมง หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเพศและเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 10

แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำนวนตามเพศ

บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. บจก. ลอกซ์เลย์ (มหาชน)	10	2.5	6	1.5	16	4.0
2. บจก. วัฏจักร (มหาชน)	2	0.5	0	0	2	0.5
3. บจก. สามารทเทลคอม (มหาชน)	4	1.0	5	1.3	9	2.3
4. บจก. แอดวานซ์ รีเสิร์ช (บจก. เอเน็ต)	2	2.5	0	0	2	2.5
5. บจก. เดอะ เอ็ม กรุป	0	0	0	0	0	0
6. บจก. ศูนย์บริการวิทยุการอินเทอร์เน็ต (เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต)-อินเทล	9	2.3	5	1.3	14	3.5
7. เนคเทค (บจก. อินเทอร์เน็ตประเทศไทย)	229	57.3	130	32.5	359	89.8
8. บจก. เทเลคอมโฮมดิง (บจก. เอเชียอินโฟเอร์เน็ท)	0	0	0	0	35	0
9. บจก. เดอะ ไอเดีย	0	0	0	0	0	0
10. บจก. ดาต้าแมท (บจก. ดาต้า ลายไทย)	0	0	0	0	0	0
11. บจก. ยูคอม (บจก. เวิร์ลเน็ต แอนด์ เซอร์วิส)	8	2.0	10	2.5	18	4.5
12. บจก. ตะวัน ฟาร์อีสต์ เทเลคอม (บจก. ฟาร์อีสต์ อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย)	0	0	0	0	0	0

ตารางที่ 10 (ต่อ)  
แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต	ชาย		เพศ	
	จำนวน	%	จำนวน	หญิง
13. บจก. สยาม ทีวี แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น (บจก. สยาม โกลบริล แอคเซส)	0	0	0	0
14. บจก. ชำมะนันท์ กรุ๊ป	0	0	0	0
15. บจก. ซี.เอส. คอมมิวนิเคชั่น จก.	0	0	0	0
16. บจก. คอมพิวเตอร์ ไมโครซิสเต็มส์ (บจก. เบลด้า อินเทอร์เน็ต)	2	0.5	0	0
รวม	256	64.0	144	36.0

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าไม่ชายและหญิงส่วนใหญ่จะใช้บริการอินเทอร์เน็ตของ บจก.ยูคอม หจก. ลีอค์เลย์ (มหาชน) และ เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต หรือกล่าวอีกนัย บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความแตกต่างกัน



ตารางที่ 11  
แสดงช่วงเวลาในการใช้ จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
A วันจันทร์-วันศุกร์	252	63.0	139	34.8	391	100.0
1. เช้า (05.00-12.00)	68	17.0	41	10.3	109	27.3
2. ป่าย (12.01-19.00)	136	34.0	94	23.5	230	57.5
3. กลางวัน (19.01-05.00)	97	24.3	25	6.3	122	30.5
B วันเสาร์-วันอาทิตย์	171	42.8	89	22.3	260	65.0
1. เช้า (05.00-12.00)	37	9.3	29	7.3	66	16.5
2. ป่าย (12.01-19.00)	70	17.5	33	8.3	103	25.8
3. กลางวัน (19.01-05.00)	100	25.1	34	8.5	134	33.6

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าไม่ว่าชายหรือหญิงส่วนใหญ่ จะใช้อินเทอร์เน็ตในวันจันทร์หรือวันศุกร์มากที่สุด รองลงไปที่คือช่วงวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ และเมื่อวิเคราะห์ถึงช่วงเวลาการใช้ในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ หรือวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ จะมีการใช้แตกต่างกันเล็กน้อย หรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าถ้าพิจารณาวันที่ใช้ อาจไม่แตกต่างกัน แต่ช่วงเวลาที่ใช้ มีความแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย

## 2.1 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

DRPU

ตารางที่ 12

แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ จำแนกตามเพศ

การใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ทุกวัน	79	19.7	31	7.8	110	27.5
2. 5-6 วันต่อสัปดาห์	45	11.2	21	5.3	66	16.5
3. 4-5 วันต่อสัปดาห์	41	10.3	19	4.7	60	15.0
4. 3-4 วันต่อสัปดาห์	41	10.3	39	9.7	80	20.0
5. 1-2 วันต่อสัปดาห์	42	10.5	25	6.2	67	16.7
6. ไม่ค่อยได้ใช้	8	2.0	9	2.3	17	4.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าผู้ชายหรือหญิงส่วนใหญ่จะมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย กล่าวคือชายจะมีแนวโน้มการใช้มาก (ทุกวัน ร้อยละ 19.7, 5-6 วัน ร้อยละ 11.2) ในขณะที่หญิงมีแนวโน้มการใช้ต่อสัปดาห์น้อยกว่า (3-4 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 9.7 รองลงไปทุกวัน ร้อยละ 7.8)

ตารางที่ 13  
แสดงความรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

ความรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. มาก	53	13.3	13	3.3	66	16.5
2. ปานกลาง	108	27.0	50	12.5	158	39.5
3. น้อย	81	20.3	64	16.0	145	36.3
4. น้อยมาก	14	3.5	17	4.3	31	7.8
รวม	256	64.1	144	36.1	400	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าเพศชายตอบว่า มีความรู้ในเรื่องวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต ในระดับปานกลาง สูงที่สุด (ร้อยละ 27.0) รองลงไปที่มีความรู้ต่ำ (ร้อยละ 20.3) ในขณะที่เพศหญิงคิดว่า มีความรู้ต่ำ (ร้อยละ 16.0) รองลงไปที่ระดับปานกลาง (ร้อยละ 12.5) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ชายและหญิงมีความรู้ต่อการใช้ อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเล็กน้อย

ตารางที่ 14

แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับแรก จำแนกตามเพศ

การใช้อินเทอร์เน็ต มากที่สุด (อันดับแรก)	ชาย				เพศ			
	ชาย		หญิง		ชาย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวิลด์ไวด์เว็บ	181	38.6	78	16.6	256	55.2		
2. อี-เมลล์	58	12.4	53	11.3	111	23.7		
3. กลุ่มข่าว	1	0.2	6	1.3	7	1.5		
4. ไออาร์ซี	5	1.1	3	0.6	8	1.7		
5. เทลเน็ต	38	8.1	24	5.1	62	13.2		
6. เอฟทีพี	14	3.0	5	1.1	19	4.1		
7. โทเฟออร์	0	0.0	1	0.2	1	0.2		
8. อื่นๆ	1	0.2	1	0.2	2	0.4		
รวม	298	63.3	171	36.5	469	100.0		

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าไม่ว่าชายหรือหญิงใช้ประเภทของอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับแรกไม่แตกต่างกัน ส่วนมากจะใช้เวิลด์ไวด์เว็บ (ร้อยละ 55.2) รองลงมาใช้ อี-เมลล์ (ร้อยละ 23.7) และเทลเน็ต (ร้อยละ 13.2) ตามลำดับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ต (อันดับแรก) ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 15  
แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับที่สอง จำแนกตามเพศ

ใช้มากที่สุดเป็น (อันดับสอง) ในการใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวิลด์ไวด์เว็บ	58	12.9	47	10.4	105	23.3
2. อี-เมล	58	12.4	53	11.3	111	23.7
3. กลุ่มข่าว	116	25.7	59	13.1	175	38.8
4. ไอ อาร์ ซี	8	1.8	7	1.6	15	3.3
5. เทลเน็ต	11	2.4	4	0.9	15	3.3
6. เอฟทีพี	46	10.2	25	5.5	71	15.7
7. โทเฟอร์	2	0.4	5	1.1	7	1.6
8. อื่น ๆ	9	2	4	0.9	13	2.9
รวม	288	63.9	163	36.1	451	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิงใช้ประเภทของอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับสองไม่แตกต่างกัน ส่วนมากจะใช้กลุ่มข่าว (ร้อยละ 38.8) รองลงมาใช้ อีเมล (ร้อยละ 23.7) และเวิลด์ไวด์เว็บ (ร้อยละ 23.3) ตามลำดับ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและประเภทการใช้อินเทอร์เน็ต (อันดับสอง) ไม่แตกต่างกัน

### 2.3 การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

DRPU

ตารางที่ 16

แสดงเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน	90	10.0	34	3.8	124	13.8
2. รับข้อมูลข่าวสาร	159	17.7	85	9.4	244	27.1
3. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ต	104	11.6	52	5.8	156	17.3
4. เป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่	109	12.1	52	5.8	161	17.9
5. เป็นแหล่งรายได้ที่ดี	22	2.4	11	1.2	33	3.7
6. เพื่อสนองความต้องการส่วนตัว	70	7.8	50	5.6	120	13.3
7. เพื่อเป็นคนที่ทันสมัย	30	3.3	16	1.8	46	5.1
8. อื่น ๆ	6	0.7	10	1.1	16	1.8
รวม	590	65.6	310	34.4	900	100.0

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าชายและหญิงมีเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ส่วนมากใช้ด้วยเหตุผลเพื่อได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ (ร้อยละ 27.1) รองลงมาใช้เนื่องจากเป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่ (ร้อยละ 17.9) และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตซอฟต์แวร์ (ร้อยละ 17.3)



ตารางที่ 17  
แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

การใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เพื่อทำการวิจัย	49	8.4	23	4.0	72	12.4
2. เพื่อความบันเทิง	116	19.9	65	11.2	181	31.1
3. เพื่อติดต่อสื่อสารส่วนตัว	67	11.5	55	9.5	122	21.0
4. เพื่อติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ	18	3.1	11	1.9	29	5.0
5. เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ/การตลาด	12	2.1	6	1.0	18	3.1
6. เพื่อการศึกษา	106	18.2	46	7.9	152	26.1
7. อื่น ๆ	7	1.2	1	0.2	8	1.4
รวม	375	64.4	207	35.6	582	100.0

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ชายและหญิงมีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย ชายใช้เพื่อความบันเทิงมากที่สุด เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 19.9) เพื่อการศึกษา เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 18.2) หญิงใช้เพื่อความบันเทิง เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 11.2) เพื่อติดต่อสื่อสารส่วนตัว เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 9.5)

ตารางที่ 18

แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ จำแนกตามเพศ (ลำดับแรก)

ลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับแรก)	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ขนาดของเครือข่าย	50	12.5	38	7.5	80	20.0
2. คุณภาพข้อมูลข่าวสาร	83	20.8	55	13.8	138	34.5
3. วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก	57	14.3	41	10.3	98	24.5
4. ลักษณะการเรียงลำดับและเรื่องราวที่ ถูกต้องประยุกต์ใช้ได้	6	1.5	1	0.3	7	1.8
5. ไม่ต้องมีกฎระเบียบมาก	2	0.5	1	0.3	3	0.8
6. ความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร	64	16.0	25	6.3	89	22.3
7. ราคาต่ำงวดในการใช้	4	6.0	8	2.0	32	8.0
8. อื่น ๆ	1	0.3	36	10.0	1	0.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ชายและหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ชายคิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 20.8) ความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 16.0) หญิงคิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 13.8) วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 10.3)

ตารางที่ 19

แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (ลำดับสอง) สำหรับการใช้จำแนกตามเพศ

ลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับสอง)	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ขนาดของเครือข่าย	49	12.3	27	6.8	76	19.0
2. คุณภาพข้อมูลข่าวสาร	78	19.2	39	9.8	117	29.3
3. วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก	47	11.8	53	13.3	100	25.0
4. ลักษณะการเรียนรู้ลำดับและเรื่องราวที่ ถูกค่าจะประยุกต์ใช้ได้	16	4.0	5	1.3	21	5.3
5. ไม่ต้องมีกฎระเบียบมาก	4	1.0	2	0.5	6	1.5
6. ความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร	46	11.5	16	4.0	62	15.5
7. ราคาคุ้มค่าในการใช้	22	5.5	6	2.0	30	7.5
8. อื่น ๆ	0	0.0	1	0.3	1	0.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ชายและหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับสอง) แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ชายคิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 19.5) ขนาดของเครือข่าย เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 12.3) หญิงคิดว่าวัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 13.3) คุณภาพข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 9.8)

ตารางที่ 20

แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เขียน/สร้าง เว็บไซต์	50	9.8	26	5.1	76	15.0
2. มีเว็บไซต์ส่วนตัว	72	14.2	47	9.3	116	23.4
3. การส่งเสริมการขายของธุรกิจ	19	3.7	9	1.8	28	5.5
4. ถอดรหัสสภาพระบบสองในกลุ่มข่าว	4	0.8	2	0.4	6	1.2
5. เปิดรับ/ถอดรหัสสภาพเกี่ยวกับทางเพศ	57	11.2	22	4.3	79	15.6
6. รับ/ส่ง วีดีโอ	14	2.8	7	1.4	21	4.1
7. พัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์	56	11.0	22	4.3	78	15.4
8. ใช้งานอินเทอร์เน็ต	36	7.1	21	4.1	57	11.2
9. ประสานงานกับกลุ่มข่าว	12	2.4	12	2.4	24	4.7
10. อื่น ๆ	12	2.4	8	1.6	20	3.9
รวม	332	65.4	176	34.6	508	100.0

ตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิงส่วนมากจะใช้อินเทอร์เน็ตโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมีเว็บไซต์ส่วนตัว รองลงมาคือเปิดรับ/ถอดรหัสสภาพเกี่ยวกับทางเพศ และพัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์ ตามลำดับ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21

แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ใช้ อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต	52	10.7	28	5.8	80	16.5
2. ลงทะเบียนใช้โปรแกรมรวม	37	7.6	17	3.5	54	11.1
3. ใช้โปรแกรมรวม/ไม่ลงทะเบียน	99	20.4	26	5.3	125	25.7
4. ซื้อสินค้าที่โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	10	2.1	11	2.3	21	4.3
5. ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	9	1.6	9	1.9	18	3.7
6. เรียกรายการที่เกี่ยวข้องในเรื่องเพศที่ ส่งเสริมการขายทางอินเทอร์เน็ต	10	2.1	10	2.1	20	4.1
7. นัดพบคนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต	19	3.9	19	3.9	38	7.8
8. เปิดรับรายการเตือน	50	10.3	30	6.2	80	16.5
9. พยายามขโมยข้อมูลระบบอื่น	3	0.6	3	0.6	6	1.2
10. อื่น ๆ	24	4.9	20	4.1	44	9.1
รวม	313	64.4	173	35.6	486	100.0

ตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิงมีลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ชายใช้โปรแกรมรวม/ไม่ลงทะเบียน มากที่สุดเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 20.4) รองลงมาคือลงทะเบียนใช้โปรแกรมรวม (ร้อยละ 10.7) ส่วนหญิงใช้เปิดรับรายการเตือน มากเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 6.2) รองลงมาคือ รับผิดชอบต่อผู้อื่นที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 5.8)

## 2.4 ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

DPU

ตารางที่ 22  
แสดงความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

ความรู้ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ไม่เพียงพอในการทำงาน	58	14.5	32	8.0	90	22.5
2. เพียงพอในการทำงาน	113	28.3	45	11.3	158	39.5
3. ไม่แน่ใจ	85	21.3	67	16.8	152	38.0
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิงจะได้รับความรู้จากการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ชายส่วนมากจะได้รับความรู้เพียงพอในการทำงาน (ร้อยละ 28.3) ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 21.3) หญิงส่วนมากตอบว่า ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 16.8) รองลงมาเพียงพอในการทำงาน (ร้อยละ 11.3)

ตารางที่ 23

แสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นที่จะใช้ข้อมูลข่าวสาร ภายหลังจากได้รับจากอินเทอร์เน็ต	การเสียค่าสมาชิก					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เพื่อรู้ไว้เท่านั้น	144	31.9	90	20.0	234	51.9
2. เพื่อหางานใหม่	20	4.4	12	2.7	32	7.1
3. เพื่อใช้ในการทำงาน	115	25.6	50	11.1	165	36.6
4. อื่น ๆ	10	2.2	10	2.2	20	4.4
รวม	289	64.1	162	35.9	451	100.0

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิงภายหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสาร คิดว่าเพื่อรู้ไว้เท่านั้นมากที่สุด รองลงมาใช้เพื่อในการทำงาน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 24

แสดงความสนใจมากที่สุดต่อประเภทโปรแกรมที่มีอินเทอร์เน็ต จำนวนตามเพศ

ความสนใจมากที่สุดในการใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวิลด์ไวด์เว็บ	218	42.2	115	22.2	333	64.4
2. อี-เมลล์	43	8.3	36	7.0	79	15.3
3. กลุ่มข่าว	8	1.5	8	1.5	16	3.1
4. ไออาร์ซี	21	4.1	14	2.7	35	6.8
5. เทลเน็ต	16	3.1	8	1.5	24	4.6
6. เอฟทีพี	4	0.8	3	0.6	7	1.4
7. โทเฟอร์	4	0.8	3	0.6	7	1.4
8. อื่น ๆ	6	1.2	1	0.2	7	1.4
รวม	374	64.4	173	35.6	486	100.0

ตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ชายและหญิงมีความสนใจการใช้ประเภทโปรแกรมที่มีอินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน อันดับแรกสนใจใช้เวิลด์ไวด์เว็บ มากที่สุด รองลงมาเป็น อี-เมลล์ และ เทลเน็ต หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25

แสดงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ และความคิดเห็นว่า

มีความจำเป็นต่อมัลแวร์เน็ต ในทุกมหาวิทยาลัย

ความคิดเห็นว่ามีความจำเป็นที่ต้อง มีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. จำเป็นต้องมี	228	57.0	133	33.3	361	90.3
2. ไม่จำเป็นต้องมี	11	2.8	3	0.8	14	3.5
3. ไม่มีความคิดเห็น	17	4.3	8	2.0	25	6.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิง มีความเห็นว่ามีความจำเป็นที่ต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัยมากที่สุด รองลงมา ไม่มีความคิดเห็น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและความคิดเห็นว่า ความจำเป็นที่ต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26  
แสดงความคิดเห็นต่อการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นจากการทำงาน หลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รู้สึกเสียใจที่อินเทอร์เน็ตไม่ได้ใช้เต็มตามศักยภาพ	63	15.3	36	8.7	99	24.0
2. คิดว่าเงินที่เสียไปในการใช้อินเทอร์เน็ตน่าจะใช้ประโยชน์ได้มากกว่าสำหรับการใช้อุปกรณ์อื่น	28	6.8	21	5.1	49	11.9
3. คิดว่าเหมาะสมแล้ว เพราะหมายถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาทัดเทียมกับต่างประเทศ	160	38.7	81	19.6	241	58.4
4. รู้สึกว่าคุ้มค่ากับเงินที่เสียไปในการใช้อินเทอร์เน็ต	14	3.4	10	2.4	24	5.8
รวม	265	64.2	148	35.8	413	100.0

ตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิงส่วนมากมีความคิดเห็นว่าเหมาะสมแล้ว เพราะหมายถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาทัดเทียมกับต่างประเทศ รองลงไปได้ว่า รู้สึกเสียใจที่อินเทอร์เน็ตไม่ได้ใช้เต็มตามศักยภาพ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและความคิดเห็นต่อการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 27

แสดงความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่ง ไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ครัวเชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัย	47	11.4	18	4.4	65	15.7
2. ครัวมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับ มหาวิทยาลัย	59	14.3	58	14.0	117	28.3
3. ครัวเชื่อมต่อกับบนเคเทค	89	21.5	49	11.9	138	33.4
4. ครัวเช่าจากบริษัทให้เช่าวงจรสื่อสารอินเทอร์เน็ต	61	14.8	23	5.6	84	20.3
5. อื่น ๆ	6	1.5	3	0.7	9	2.2
รวม	262	63.4	151	36.6	413	100.0

ตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าชายและหญิงมีความคิดเห็นว่า ถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ชายคิดว่า ครัวเชื่อมต่อกับบนเคเทค เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 21.5) ครัวเช่าจากบริษัทให้เช่าวงจรสื่อสารอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 14.8) หญิงคิดว่าครัวมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัย เป็นอันดับ 1(ร้อยละ 14.0) ครัว เชื่อมต่อกับบนเคเทค เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 11.9)

ตารางที่ 28

แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต ในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้	96	24.0	64	16.0	160	40.0
2. ไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่จะใช้อินเทอร์เน็ต	79	19.8	34	8.5	113	28.3
3. เหมาะสมแล้ว	77	19.3	42	10.5	119	29.8
4. อื่น ๆ	4	1.0	4	1.0	8	2.0
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าชายและหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย ชายคิดว่า ควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้ เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 24.0) ไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่จะใช้อินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 16.0) หญิงคิดว่าควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้ เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 16.0) เหมาะสมแล้ว เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 10.5)

ตารางที่ 29

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	22	5.5	13	3.3	35	8.8
2. พอใจ	119	29.8	60	15.0	179	44.8
3. ไม่แน่ใจ	65	16.3	44	11.0	109	27.3
4. ไม่พอใจ	47	11.8	24	6.0	71	17.8
5. ไม่พอใจมาก	3	0.8	3	0.8	6	1.5
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิง มีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ ไม่แน่ใจหรือกลัวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ จำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	14	3.5	7	1.8	21	5.3
2. พอใจ	71	17.8	43	10.8	114	28.5
3. ไม่แน่ใจ	104	26.0	58	14.5	162	40.5
4. ไม่พอใจ	56	14.0	32	8.0	88	22.0
5. ไม่พอใจมาก	11	2.8	4	1.0	15	3.8
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิง มีความไม่แน่ใจ ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา พอใจ หรือกลัวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและความพอใจเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 31  
แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามเพศ

	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต						
เกี่ยวกับ การติดต่อสื่อสาร						
1. พอใจมาก	17	4.3	10	2.5	27	6.8
2. พอใจ	87	21.8	58	14.5	145	36.3
3. ไม่แน่ใจ	90	22.5	41	10.3	131	32.8
4. ไม่พอใจ	50	12.5	34	8.5	84	21.0
5. ไม่พอใจมาก	12	3.0	1	0.3	13	3.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิง มีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาคือ ไม่แน่ใจหรือกลัวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 32

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	15	3.8	10	2.5	25	6.3
2. พอใจ	95	23.8	49	12.3	144	36.0
3. ไม่แน่ใจ	86	21.5	50	12.5	136	34.0
4. ไม่พอใจ	47	11.8	31	7.8	78	19.5
5. ไม่พอใจมาก	13	3.3	4	1.0	17	4.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิง รู้สึกไม่พอใจ ในการใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมา ไม่แน่ใจ หรือกลัวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและความพอใจเกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 33

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับราคาค่าวดในการใช้ จำนวนตามเพศ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับราคาค่าวดในการใช้	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	90	22.5	47	11.8	137	34.3
2. พอใจ	91	22.8	49	12.3	140	35.0
3. ไม่แน่ใจ	36	9.0	19	4.8	55	13.8
4. ไม่พอใจ	22	5.5	13	3.3	35	8.8
5. ไม่พอใจมาก	17	4.3	16	4.0	33	8.3
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิง รู้สึกพอใจ เกี่ยวกับราคาค่าวดในการใช้อินเทอร์เน็ต มากที่สุด รองลงมาพอใจมาก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและความพอใจเกี่ยวกับราคาค่าวดในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 34

แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูล จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับในครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ใช้อินเทอร์เน็ต	205	51.3	122	28.0	317	79.0
2. ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	11	2.8	1	0.3	12	3.0
3. ไม่แน่ใจ	40	10.0	31	7.8	71	17.8
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิง มีความคิดว่าในครั้งต่อไปเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จะใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาอีกยี่หนึ่งว่า เพศและความคิดในการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลครั้งต่อไป ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 35

แสดงการจะแนะนำให้ใช้ เมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ความคิดจะแนะนำให้ใช้ เมื่อญาติหรือเพื่อน และบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูลข่าวสาร	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. แนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต	207	51.8	122	30.5	329	82.3
2. ไม่แนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต	10	2.5	3	0.8	13	3.3
3. ไม่แน่ใจ	39	9.8	19	4.8	58	14.5
รวม	256	64.0	144	36.0	400	100.0

ตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าชายหรือหญิง จะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อต้องการข้อมูลข่าวสารมากที่สุด รองลงมา ไม่แน่ใจ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เพศและความคิดที่จะแนะนำให้ญาติหรือเพื่อน และบุคคลอื่นที่ต้องการหาข้อมูลข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน

### 3. การวิเคราะห์ตามการศึกษา

#### 3.1 วิเคราะห์แยกตามการคุณสมบัติ

D  
P  
U

ตารางที่ 36

คุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา และอายุ

อายุ	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
25 ปี หรือน้อยกว่า	4	1.0	117	29.3	134	33.5	6	1.5	0	0.0	3	0.8	264	66.0
26 - 35 ปี	1	0.3	2	0.5	55	13.8	37	9.3	4	1.0	0	0.0	99	24.8
36 - 45 ปี	2	0.5	0	0.0	13	3.3	16	4.0	1	0.3	0	0.0	32	8.0
46 - 60 ปี	1	0.3	0	0.0	3	0.8	0	0.0	1	0.3	0	0.0	5	1.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับอุดมศึกษา ส่วนมากมีอายุ 25 ปี หรือน้อยกว่า รองลงมาในช่วงอายุ 26-35 ปี ระดับปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท ส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี รองลงมา มีอายุอยู่ในช่วง 25 ปีหรือน้อยกว่า ส่วนระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา ส่วนมากมีอายุ 25 ปีหรือน้อยกว่า รองลงมา มีอายุอยู่ในช่วง 36-45 ปี หรือจากล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การศึกษาและอายุของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันเล็กน้อย

ตารางที่ 37

คุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา และอาชีพ

อาชีพ	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.0	0	0.0	72	18.0	37	9.3	3	0.8	0	0.0	120	30.0
2. พนักงานบริษัท	0	0.0	2	0.5	13	3.3	17	4.3	1	0.3	0	0.0	33	8.3
3. นักศึกษา	0	0.0	117	29.3	115	28.8	4	1.0	0	0.0	3	0.8	239	59.8
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0	0.0	0	0.0	3	0.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	4	1.0
5. ทำงานอิสระ	0	0.0	0	0.0	2	0.5	1	0.3	1	0.3	0	0.0	4	1.0
6. เกษตรกร	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
7. อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	0	0.0	2	0.5
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตาราง 36 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีการศึกษาและอาชีพแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย การศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นนักศึกษา อันดับ 1 (ร้อยละ 29.3) พนักงานบริษัท เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 0.5) ระดับปริญญาตรี เป็นนักศึกษา อันดับ 1 (ร้อยละ 28.8) ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 18.0) ระดับปริญญาโท เป็นข้าราชการและพนักงานบริษัท เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 9.3) พนักงานบริษัท เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 4.3) สูงกว่าปริญญาโท เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 0.8) พนักงานบริษัท ทำงานอิสระและอื่น ๆ เท่ากัน (ร้อยละ 0.3) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษาเป็นข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจอย่างเดียว (ร้อยละ 2.0)

ตารางที่ 38

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา และสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	อุดมศึกษา		%		%		%		%		%		%	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. โสด	5	1.3	119	29.8	179	44.8	39	9.8	4	1.0	3	0.8	349	87.3
2. สมรส	3	0.8	0	0.0	25	6.3	19	4.8	1	0.3	0	0.0	48	12.0
3. หย่า/แยกกันอยู่	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	1	0.3	0	0.0	2	0.5
4. อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตาราง 38 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ได้มีการศึกษาระดับใดส่วนใหญ่อิสถานภาพโสด รองลงมา มีสถานภาพสมรส หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การศึกษาและสถานภาพสมรส ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 39

คุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา และรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า		อื่น ๆ		รวม	
	อุดมศึกษา						ปริญญาโท		ปริญญาโท					
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. น้อยกว่า 20,000 บาท	5	1.3	116	29.0	168	42.0	25	6.3	1	0.3	3	0.8	318	79.5
2. 20,001 - 30,000 บาท	2	0.5	2	0.5	25	6.3	16	4.0	1	0.3	0	0.0	46	11.5
3. 30,001 - 40,000 บาท	0	0.0	0	0.0	8	2.0	7	1.8	4	1.0	0	0.0	19	4.8
4. มากกว่า 40,000 บาท	1	0.3	1	0.3	4	1.0	11	2.8	0	0.0	0	0.0	17	4.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ระดับปริญญาโท ปริญญาตรี อุดมศึกษาและระดับต่ำกว่า อุดมศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท และน้อยกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน)

ตารางที่ 40

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษาและการเสียค่าสมาชิก

การเสียค่าสมาชิก	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ไม่เสียค่าสมาชิก	13	3.3	231	57.8	363	90.8	72	18.0	7	1.8	6	1.5	692	173.0
2. เสียค่าสมาชิก	2	0.5	6	1.5	35	8.8	28	7.0	1	0.3	0	0.0	72	18.0
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา และการเสียค่าสมาชิก ไม่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าสมาชิก

ตารางที่ 41

แสดงแหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก การใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

แหล่งที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยไม่เสียค่าสมาชิก	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ธุรกิจคอมพิวเตอร์	0	0.0	1	0.3	2	0.5	5	1.3	0	0.0	1	0.3	9	2.3
2. ราชการ	2	0.5	1	0.3	21	5.3	19	4.8	1	0.3	0	0.0	44	11.0
3. รัฐวิสาหกิจ	2	0.5	0	0.0	29	7.3	13	3.3	0	0.0	0	0.0	44	11.0
4. บริษัทที่ใช้ทำงาน	0	0.0	0	0.0	21	5.3	11	2.8	2	0.5	0	0.0	34	8.5
5. มหาวิทยาลัย	4	1.0	117	29.3	134	33.5	13	3.3	3	0.8	3	0.8	274	68.5
6. อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	1	1.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่าใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษามีแหล่งที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยไม่เสียค่าสมาชิก แตกต่างกันเล็กน้อย ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 33.5) รองลงมาคือรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 7.5) ระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 29.3) รองลงมา ราชการ และธุรกิจคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 4.8) รองลงมา มหาวิทยาลัยและรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 3.3 เท่ากัน) ระดับสูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 0.8) รองลงมา บริษัทที่ใช้เพื่อทำงาน (ร้อยละ 0.5) ระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 1.0) รองลงมาราชการและรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน)

ตารางที่ 42

แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน จำแนกตามการศึกษา

เวลาที่อินเทอร์เน็ตต่อวัน	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. 0 - 1.0 ชม.	3	0.8	49	12.3	73	18.3	28	7.0	2	0.5	0	0.0	155	38.8
2. 1.1 - 2.0 ชม.	2	0.5	35	8.8	54	13.5	12	3.0	0	0.0	1	0.3	104	26.0
3. 2.1 - 3.0 ชม.	0	0.0	23	5.8	36	9.0	11	2.8	0	0.0	2	0.5	72	18.0
4. 3.1 - 6.0 ชม.	1	0.3	9	2.3	33	8.3	7	1.8	4	1.0	0	0.0	54	13.5
5. 6.1 - 9.0 ชม.	0	0.0	2	0.5	6	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	2.0
6. 9.1 - 12.0 ชม.	1	0.3	1	0.3	3	0.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	6	1.5
7. 12.1 - 15.0 ชม.	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	0.5

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย ระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ใช้ 0-1.0 ชม. (ร้อยละ 7.0) ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 8.3) ระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 12.3) รองลงมาใช้ 1.1-2.0 ชม. ระดับปริญญาโท (ร้อยละ 3.0) ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 13.5) ระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 8.8)

ตารางที่ 43  
แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. บจก. ลอจส์เลย์ (มหาชน)	0	0.0	1	0.3	1	3.0	12	3.0	2	0.5	0	0.0	16	4.0
2. บจก. วัฏจักร (มหาชน)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	2	0.5
3. บจก. สามารถเทลคอม (มหาชน)	0	0.0	4	1.0	4	1.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	9	2.3
4. บจก. แอดวานซ์ รีเสิร์ช (บจก.เอเน็ต)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5
5. บจก. เดอะ เอ็ม กรุ๊ป	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
6. บจก. ศูนย์บริการวิทยุการอินเทอร์เน็ต (เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต) - อินเทล	0	0.0	2	0.5	8	2.0	4	1.0	0	0.0	0	0.0	14	3.5
7. เนคเทค (บจก. อินเทอร์เน็ตประเทศไทย)	8	2.0	118	29.5	193	48.3	34	8.5	3	0.8	3	0.8	359	89.8
8. บจก. เทลคอมโฮลดิ้ง (บจก.เอเชียอินโฟร์เน็ต)	0	0.0	0	0.0	7	1.8	5	1.3	2	0.5	0	0.0	14	3.5
9. บจก. เดอะ ไอเดีย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
10. บจก. ดาต้าแมท (บจก. ดาต้า ลายไทย)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
11. บจก. ยูคอม (บจก.เวียร์เน็ต แอนด์ เซอร์วิส)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	16	4.0	2	0.5	0	0.0	18	4.5

ตารางที่ 43 (ต่อ)

แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำนวนตามการศึกษา

บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
12. บจก.ตะวัน ฟาร์อีสต์ เทคโนโลยี (บจก.ฟาร์อีสต์ อีเตอร์เน็ต ประเทศไทย)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
13. บจก. สยาม ทวี แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น (บจก. สยาม โกลบอล แอคเซส)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
14. บจก. ชำมะนันท์ กรุ๊ป	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
15. บจก. ซี.เอส. คอมมิวนิเคชั่น จก.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
16. บจก. คอมพิวเตอร์ โมโครซิสเต็มส์ (บจก. เบคต้า อินเทอร์เน็ต)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	2	0.5
<b>รวม</b>	<b>8</b>	<b>2.0</b>	<b>119</b>	<b>29.8</b>	<b>205</b>	<b>51.3</b>	<b>59</b>	<b>14.8</b>	<b>6</b>	<b>1.5</b>	<b>3</b>	<b>0.8</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง 43 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้บริการบริษัทที่ให้เข้าจอร์เน็ตที่แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ส่วนใหญ่ทุกระดับการศึกษาใช้ของเนต (บจก. อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย) มากที่สุด ระดับสูงกว่าปริญญาโท (ร้อยละ 0.8) ปริญญาโท (ร้อยละ 8.5) ปริญญาตรี (ร้อยละ 48.3) อุดมศึกษา (ร้อยละ 29.5) ต่ำกว่าอุดมศึกษา (ร้อยละ 2.0) และรองลงมา ระดับสูงกว่าปริญญาโท ใช้ บจก. ลอกซ์เลย์ (มหาชน) และบจก. เทคโนโลยีเอสดี (บจก.เอเซียอินโฟเน็ต) (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน) ระดับปริญญาโท ใช้บจก. ลอกซ์เลย์ (มหาชน) (ร้อยละ 3.0) ระดับปริญญาตรีใช้ บจก. ลอกซ์เลย์ (มหาชน) ร้อยละ 3.0) ระดับอุดมศึกษาใช้ บจก. สามารถเทลคอม (มหาชน) (ร้อยละ 1.0)

ตารางที่ 44

แสดงช่วงเวลาในการใช้งาน จำแนกตามการศึกษา

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
A วันจันทร์ - วันศุกร์	8	2.0	114	28.5	201	50.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	391	97.8
1. เช้า ( 05.00 - 12.00 )	5	1.3	19	4.8	55	13.8	26	6.5	3	0.8	1	0.3	109	27.3
2. บ่าย ( 12.01 - 19.00 )	5	1.3	61	15.3	132	33.0	28	7.0	4	1.0	0	0.0	230	57.5
3. กลางคืน ( 19.01 - 05.00 )	3	0.8	44	11.0	57	14.3	14	3.5	2	0.5	2	0.5	122	30.5
B วันเสาร์ - วันอาทิตย์	5	1.3	86	21.5	121	30.3	39	9.8	6	1.5	3	0.8	260	65.0
1. เช้า ( 05.00 - 12.00 )	2	0.5	11	2.8	30	7.5	18	4.5	3	0.8	2	0.5	66	16.5
2. บ่าย ( 12.01 - 19.00 )	3	0.8	36	9.0	49	12.3	11	2.8	4	1.0	0	0.0	103	25.8
3. กลางคืน ( 19.01 - 05.00 )	4	1.0	49	12.3	60	15.0	18	4.5	2	0.5	1	0.3	134	33.6

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละวันในช่วงเวลาแตกต่างกันเล็กน้อย ทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ใช้ช่วงบ่ายของวันจันทร์-วันศุกร์ (12.01-19.00) สูงกว่าปริญญาโท ใช้ช่วงเช้า (05.00-12.00) และช่วงบ่าย (12.01-19.00) ของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ร้อยละ 1.0 เท่ากัน) ปริญญาโท ใช้ช่วงเช้าของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ร้อยละ 7.0) ปริญญาตรี (ร้อยละ 33.0) อุดมศึกษา (ร้อยละ 15.3) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษาใช้ช่วงเช้า (05.00-12.00) และช่วงบ่าย (12.01-19.00) ของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ร้อยละ 0.8 เท่ากัน) ปริญญาโท ใช้ช่วงเช้าของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ร้อยละ 1.3 เท่ากัน) รองลงมา สูงกว่าปริญญาโทใช้ช่วงเช้าของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (05.00-12.00) และช่วงบ่ายของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (05.00-12.00) (ร้อยละ 6.5) ปริญญาตรี ใช้ช่วงเย็นของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (19.01-05.00) (ร้อยละ 14.3) อุดมศึกษา ใช้ช่วงเย็นของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (19.01-05.00) (ร้อยละ 14.3) อุดมศึกษาใช้ช่วงเย็นของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (19.01-05.00) (ร้อยละ 11.0) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ใช้ช่วงเย็นของวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ (19.01-05.00) (ร้อยละ 1.0) ส่วนอื่น ๆ ส่วนใหญ่ใช้ช่วงเย็นของวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และช่วงเย็นของวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ (19.01-05.00) (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน) รองลงมาใช้ช่วงเช้าวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (05.00-12.00) และช่วงเย็นของวันเสาร์และวันอาทิตย์ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน)

### 3.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามการศึกษา

DRPU



ตารางที่ 45

แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ จำแนกตามการศึกษา

ความบ่อยในการใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ทุกวัน	2	0.5	24	6.0	55	13.8	24	6.0	4	1.0	1	0.3	110	27.5
2. 5-6 วัน ต่อสัปดาห์	3	0.8	19	4.8	38	9.5	5	1.3	1	0.3	0	0.0	66	16.5
3. 4-5 วัน ต่อสัปดาห์	1	0.3	19	4.8	31	7.8	7	1.8	0	0.0	2	0.5	60	15.0
4. 3-4 วัน ต่อสัปดาห์	1	0.3	22	5.5	45	11.3	11	2.8	1	0.3	0	0.0	80	20.0
5. 1-2 วัน ต่อสัปดาห์	1	0.3	25	6.3	30	7.5	11	2.8	0	0.0	0	0.0	67	16.8
6. ไม่ค่อยได้ใช้	0	0.0	10	2.5	6	1.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	17	4.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่าทุกระดับการศึกษา มีการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ แตกต่างกันเล็กน้อย ระดับสูงกว่าปริญญาโท ปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้ ทุกวัน (ร้อยละ 1.0, 6.0, 13.8) ตามลำดับ รองลงมา ระดับสูงกว่าปริญญาโท ใช้ 5-6 วัน ต่อสัปดาห์ และ 3-4 วัน ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ปริญญาโท ใช้ 3-4 วันต่อสัปดาห์ และ 1-2 วัน ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 2.8 เท่ากัน) ปริญญาตรีใช้ 3-4 วัน ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 11.3) สำหรับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน (ร้อยละ 6.0) รองลงมาใช้ 1-2 วัน ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 6.3) ระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ใช้ 5-6 วัน ต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 0.8) รองลงมาใช้ทุกวัน (ร้อยละ 0.5) และอื่น ๆ ส่วนใหญ่ใช้ 4-5 วันต่อสัปดาห์(ร้อยละ 0.5) รองลงมาใช้ทุกวัน (ร้อยละ 0.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 46

แสดงความรู้อของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

ความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. มาก	2	0.5	8	2.0	32	8.0	20	5.0	3	0.8	1	0.3	66	16.5
2. ปานกลาง	4	1.0	30	7.5	98	24.5	23	5.8	1	0.3	2	0.5	158	39.5
3. น้อย	1	0.3	62	15.5	65	16.3	16	4.0	1	0.3	0	0.0	145	36.3
4. น้อยมาก	1	0.3	19	4.8	10	2.5	0	0.0	1	0.3	0	0.0	31	7.8
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีความรู้ในวิธีการใช้แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโทส่วนมากมีความรู้มาก (ร้อยละ 0.8) รองลงมาปานกลางน้อย และน้อยมาก (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ปริญญาโท ส่วนมากมีความรู้ปานกลาง (ร้อยละ 5.8) รองลงมาที่มีความรู้มาก (ร้อยละ 5.0) ปริญญาตรี มีความรู้ปานกลาง (ร้อยละ 24.5) รองลงมา มีความรู้น้อย (ร้อยละ 16.3) อุดมศึกษา ส่วนมากมีความรู้น้อย (ร้อยละ 15.5) รองลงมาที่มีความรู้ปานกลาง (ร้อยละ 7.5) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนมากมีความรู้ปานกลาง (ร้อยละ 1.0) รองลงมาที่มีความรู้มาก (ร้อยละ 0.5) และอื่น ๆ ส่วนมากมีความรู้ปานกลาง (ร้อยละ 0.5) และอื่น ๆ ส่วนมากมีความรู้ปานกลาง (ร้อยละ 0.5) รองลงมาที่มีความรู้มาก (ร้อยละ 0.3)

ตารางที่ 47  
แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับแรก จำแนกตามการศึกษา

การใช้อย่างน้อยที่สุดในการใช้อินเทอร์เน็ต (อันดับแรก)	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เว็บไซต์	3	0.8	36	9.0	51	21.8	13	3.3	1	0.3	1	0.3	105	64.8
2. อี - เมล์	3	0.8	39	9.8	95	23.8	35	8.8	3	0.8	0	0.0	175	27.8
3. กลุ่มข่าว	0	0.0	4	1.0	10	2.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	15	1.8
4. ไอ อาร์ ซี	0	0.0	3	0.8	10	2.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	15	2.0
5. เทลเน็ต	3	0.8	25	6.3	34	8.5	5	1.3	2	0.5	2	0.5	62	15.5
6. เอฟทีพี	1	0.3	12	3.0	32	8.0	5	1.3	0	0.0	0	0.0	19	4.8
7. โทเฟออร์	1	0.3	1	0.3	3	0.8	1	0.3	1	0.3	0	0.0	1	0.3
8. อื่น ๆ	0	0.0	6	1.5	6	1.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	2	0.5
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้ประเภทโปรแกรมของการใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโท ส่วนมากใช้ อี-เมล์ (ร้อยละ 0.8) รองลงมาใช้เทลเน็ต (ร้อยละ 0.5) ปริญญาโท ปริญญาตรี และอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ใช้อี-เมล์ (ร้อยละ 8.8, 23.8, 9.8) ตามลำดับ รองลงมาใช้เว็บไซต์เว็บ (ร้อยละ 3.3, 21.8 และ 8.0) ตามลำดับต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เว็บ อี-เมล์ และไอ อาร์ ซี (ร้อยละ 0.8 เท่ากัน) รองลงมาใช้เอฟทีพีและโทเฟออร์ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) และอื่น ๆ ส่วนใหญ่ใช้เทลเน็ต (ร้อยละ 0.5) รองลงมาใช้เว็บไซต์เว็บ (ร้อยละ 0.3)

ตารางที่ 48

แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดเป็นอันดับที่สอง จำแนกตามการศึกษา

การใช้บ่อยที่สุดเป็นอันดับสอง ในการใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวลต์ไวด์เว็บ	4	1.0	66	16.5	138	34.5	45	11.3	5	1.3	1	0.3	259	64.8
2. อี - เมลล์	3	0.8	27	6.8	64	16.0	14	3.5	2	0.5	1	0.3	111	27.8
3. กลุ่มข่าว	1	0.3	2	0.5	1	0.3	3	0.8	0	0.0	0	0.0	7	1.8
4. ไอ อาร์ ซี	0	0.0	3	0.8	5	1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	2.0
5. เทลเน็ต	1	0.3	33	8.3	28	7.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	62	15.5
6. เอฟทีพี	0	0.0	6	1.5	10	2.5	2	0.5	0	0.0	1	0.3	19	4.8
7. โทเฟอร์	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
8. อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา ใช้ประเภทโปรแกรมของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดเป็นอันดับที่สอง แตกต่างกันไปเล็กน้อย ทุกระดับการศึกษาส่วนใหญ่ใช้เวลต์ไวด์เว็บ สูงกว่าปริญญาโท (ร้อยละ 1.3) ปริญญาโท (ร้อยละ 11.3) ปริญญาตรี (ร้อยละ 34.5) อุดมศึกษา (ร้อยละ 16.5) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 1.0) รองลงมาใช้อี-เมลล์ สูงกว่าปริญญาโท (ร้อยละ 0.5) ปริญญาโท (ร้อยละ 3.5) ปริญญาตรี (ร้อยละ 16.0) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 0.8) ยกเว้นอุดมศึกษา รองลงมาใช้เทลเน็ต (ร้อยละ 8.3) สำหรับอื่น ๆ ใช้เว็บริวไวด์เว็บ อี-เมลล์ และเอฟทีพี เท่ากัน (ร้อยละ 0.3)

### 3.3 การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามการศึกษา

D  
P  
U

ตารางที่ 49  
แสดงเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน	4	1.0	22	5.5	69	17.3	26	6.5	1	0.3	2	0.5	124	31.0
2. รับข้อมูลข่าวสาร	5	1.3	64	16.0	123	30.8	45	11.3	5	1.3	2	0.5	244	61.0
3. เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ต	1	0.3	47	11.8	77	19.3	26	6.5	3	0.8	2	0.5	156	39.0
4. เป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่	2	0.5	42	10.5	84	21.0	29	7.3	3	0.8	1	0.3	161	40.3
5. เป็นแหล่งรายได้ที่ดี	0	0.0	6	1.5	20	5.0	6	1.5	0	0.0	1	0.3	33	8.3
6. เพื่อสนองความต้องการส่วนตัว	2	0.5	47	11.8	60	15.0	10	2.5	0	0.0	1	0.3	120	30.0
7. เพื่อเป็นคนที่ทันสมัย	0	0.0	17	4.3	26	6.5	2	0.5	0	0.0	1	0.3	46	11.5
8. อื่น ๆ	0	0.0	4	1.0	10	2.5	1	0.3	0	0.0	1	0.3	16	4.0
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต แต่ละระดับการศึกษาใช้เหตุผลในการใช้แตกต่างกันเล็กน้อย ทุกระดับการศึกษาส่วนมากใช้รับข้อมูลข่าวสาร สูงกว่าปริญญาโท (ร้อยละ 1.3) ปริญญาโท (ร้อยละ 11.3) ปริญญาตรี (ร้อยละ 30.8) อุดมศึกษา (ร้อยละ 16.0) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 5.5) รองลงมา สูงกว่าปริญญาโท ใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ต และเป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่ (ร้อยละ 0.8 เท่ากัน) ปริญญาโทและปริญญาตรี ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่ (ร้อยละ 7.3 และ 21.0) อุดมศึกษาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 11.8) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน (ร้อยละ 1.0) และอื่น ๆ ใช้เป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน รับข้อมูลข่าวสาร และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน) และ เป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่ เป็นแหล่งรายได้ที่ดี เพื่อสนองความต้องการส่วนตัวเพื่อเป็นคนที่ทันสมัย และอื่น ๆ เท่ากัน (ร้อยละ 0.3)

ตารางที่ 50

แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

การใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. วิจัย	3	0.8	13	3.3	45	11.3	9	2.3	1	0.3	1	0.3	72	18.0
2. บันทึกลง	2	0.5	68	17.0	93	23.3	16	4.0	0	0.0	2	0.5	181	45.3
3. ติดต่อสื่อสารส่วนบุคคล	4	1.0	31	7.8	68	17.0	17	4.3	2	0.5	0	0.0	122	30.5
4. ธุรกิจสื่อสาร	1	0.3	2	0.5	14	3.5	11	2.8	1	0.3	0	0.0	29	7.3
5. ธุรกิจ/การตลาด	0	0.0	1	0.3	6	1.5	11	2.8	0	0.0	0	0.0	18	4.5
6. การศึกษา	2	0.5	41	10.3	85	21.3	21	5.3	1	0.3	2	0.5	152	38.0
7. อื่น ๆ	0	0.0	2	0.5	4	1.0	1	0.3	1	0.3	0	0.0	8	2.0
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่าทุกระดับการศึกษา มีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่ใช้ติดต่อสื่อสารส่วนบุคคล (ร้อยละ 0.5) ปริญญาโท ใช้เพื่อการศึกษา (ร้อยละ 5.3) ปริญญาตรี ใช้เพื่อบันเทิง (ร้อยละ 23.5) อุดมศึกษา ใช้เพื่อความบันเทิง (ร้อยละ 17.0) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารส่วนบุคคล (ร้อยละ 1.0) อื่น ๆ ใช้เพื่อบันเทิง และเพื่อการศึกษา (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน) รองลงมาสูงกว่าปริญญาโท ใช้เพื่อวิจัย เพื่อธุรกิจสื่อสาร เพื่อการศึกษา และอื่น ๆ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ปริญญาโท ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารส่วนบุคคล (ร้อยละ 4.3) ปริญญาตรีและอุดมศึกษา ใช้เพื่อการศึกษา (ร้อยละ 21.3 และ 10.3) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา และอื่น ๆ ใช้เพื่อวิจัย (ร้อยละ 0.8 และ 0.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 51

แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ จำนวนตามการศึกษา (ลำดับแรก)

ลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับแรก)	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ขนาดของเครือข่าย	1	0.3	26	6.5	44	11.0	8	2.0	1	0.3	0	0.0	80	20.0
2. คุณภาพข้อมูลข่าวสาร	1	0.3	35	8.8	75	18.8	22	5.5	4	1.0	1	0.3	138	34.5
3. วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก	2	0.5	29	7.3	46	11.5	19	4.8	0	0.0	2	0.5	98	24.5
4. ขอบเขตของเรื่องราวที่ลึกค้ำจะประยุกต์ใช้ได้	0	0.0	1	0.3	5	1.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	7	1.8
5. ไม่ต้องมีกฎระเบียบมาก	0	0.0	0	0.0	1	0.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	3	0.8
6. ความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร	4	1.0	25	6.3	46	11.5	13	3.3	1	0.3	0	0.0	89	22.3
7. ราคาค้างงวดในการใช้	0	0.0	5	1.3	22	5.5	5	1.3	0	0.0	0	0.0	32	8.0
8. อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความคิดเกี่ยวกับลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (ลำดับแรก) สำหรับการใช้ แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย อันดับแรกคือคุณภาพข้อมูล ข่าวสาร (ร้อยละ 1.0, 5.5, 18.8 และ 8.8) ตามลำดับ รองลงมา สูงกว่าปริญญาโท คิดว่าขนาดของเครือข่าย และความรวดเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ปริญญาโท คิดว่าวัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก (ร้อยละ 4.8) ปริญญาตรี คิดว่าวัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลกและความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร (ร้อยละ 11.5 เท่ากัน) อุดมศึกษา คิดว่าวัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก (ร้อยละ 7.3) สำหรับต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่คิดว่าความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร (ร้อยละ 1.2) รองลงมาคือวัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก (ร้อยละ 0.5) และอื่น ๆ ส่วนใหญ่คือวัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก (ร้อยละ 0.5) และรองลงมา คิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 0.3)



ตารางที่ 52

แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (ลำดับสอง) สำหรับการใช้จำแนกตามการศึกษา

ลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับสอง)	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ขนาดของเครือข่าย	0	0.0	16	4.0	31	7.8	27	6.8	2	0.5	0	0.0	76	19.0
2. คุณภาพข้อมูลข่าวสาร	3	0.8	34	8.5	62	15.5	15	3.8	2	0.5	1	0.3	117	29.3
3. วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก	4	1.0	33	8.3	53	13.3	9	2.3	0	0.0	1	0.3	100	25.0
4. ขอบเขตของเรื่องราวที่ลูกค้าจะประยุกต์ใช้ได้	0	0.0	8	2.0	9	2.3	2	0.5	2	0.5	0	0.0	21	5.3
5. ไม่ต้องมีกฎระเบียบมาก	0	0.0	2	0.5	2	0.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	6	1.5
6. ความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร	0	0.0	19	4.8	37	9.3	5	1.3	0	0.0	1	0.3	62	15.5
7. ราคาต่ำวดโนการใช้	3	0.8	7	1.8	17	4.3	3	0.8	0	0.0	0	0.0	30	7.5
8. อื่น ๆ	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความคิดเกี่ยวกับลักษณะที่ดีที่สุด (ลำดับสอง) สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันอย่างน้อย  
สูงกว่าปริญญาตรี คิดว่าขนาดของเครือข่าย คุณภาพข้อมูลข่าวสาร และขอบเขตของเรื่องราวที่ลูกค้าจะประยุกต์ใช้ได้ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ปริญญาโท ส่วนใหญ่คิดว่า  
ขนาดของเครือข่าย (ร้อยละ 6.8) รองลงคือคุณภาพข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 3.8) ปริญญาตรีและอุดมศึกษา ส่วนใหญ่คิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสาร (ร้อยละ 15.5 และ 8.5)  
รองลงมาคิดว่าวัฒนธรรมหลากหลาย-หลาย/ทั่วโลก (ร้อยละ 13.3 และ 8.3) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่คิดว่าวัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก (ร้อยละ 1.0) รองลงมาคิดว่า  
คุณภาพข้อมูลข่าวสาร และราคาต่ำวดโนการใช้ (ร้อยละ 0.8 เท่ากัน)

ตารางที่ 53

แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา										รวม			
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
1. เขียน/สร้าง เว็บไซต์	2	0.5	21	5.3	40	10.0	10	2.5	1	0.3	2	0.5	76	19.0
2. มีเว็บไซต์ส่วนตัว	2	0.5	39	9.8	66	16.5	9	2.3	1	0.3	2	0.5	119	29.8
3. การส่งเสริมการขายของธุรกิจ	0	0.0	3	0.8	15	3.8	10	2.5	0	0.0	0	0.0	28	7.0
4. ถอดรหัสภาพระบบสองในกลุ่มข่าว	0	0.0	3	0.8	2	0.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	6	1.5
5. เปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ	1	0.3	25	6.3	38	9.5	12	3.0	2	0.5	1	0.3	79	19.8
6. รับ/ส่ง วิดีโอ	0	0.0	8	2.0	8	2.0	4	1.0	0	0.0	1	0.3	21	5.3
7. พัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์	0	0.0	20	5.0	45	11.3	12	3.0	0	0.0	1	0.3	78	19.5
8. ใช้งานอินเทอร์เน็ต	5	1.3	19	4.8	23	5.8	8	2.0	1	0.3	1	0.3	57	14.3
9. ประสานงานกับกลุ่มข่าว	0	0.0	10	2.5	14	3.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	24	6.0
10. อื่น ๆ	0	0.0	3	0.8	11	2.8	5	1.3	1	0.3	0	0.0	20	5.0
<b>รวม</b>	<b>8</b>	<b>2.0</b>	<b>119</b>	<b>29.8</b>	<b>205</b>	<b>51.3</b>	<b>59</b>	<b>14.8</b>	<b>6</b>	<b>1.5</b>	<b>3</b>	<b>0.8</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีวัตถุประสงค์แตกต่างกันเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโทส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ (ร้อยละ 0.5) รองลงมาเขียน/สร้าง เว็บไซต์ และมีเว็บไซต์ส่วนตัว (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ปริญญาโท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ และพัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์ (ร้อยละ 3.0) รองลงมาเขียน/สร้าง เว็บไซต์ และการส่งเสริมการขายของธุรกิจ (ร้อยละ 2.5) ปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มีเว็บไซต์ส่วนตัว (ร้อยละ 16.5) รองลงมาเพื่อพัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์ (ร้อยละ 11.3) อุดมศึกษาส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์มีเว็บไซต์ส่วนตัว (ร้อยละ 9.8) รองลงมาเปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ (ร้อยละ 6.3) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใช้งานอินเทอร์เน็ต รองลงมาเพื่อเขียน/สร้างเวบเพจและมีเว็บไซต์ส่วนตัว (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน) รองลงมาเปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ รับ/ส่ง วิดีโอ พัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์ และใช้งานอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน)

ลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จำนวนตามการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต	1	0.3	24	0.6	43	10.8	9	2.3	2	0.5	1	0.3	80	20.0
2. ลงทะเบียนใช้โปรแกรมรวม	0	0.0	12	3.0	34	8.5	4	1.0	3	0.8	1	0.3	54	13.5
3. ใช้โปรแกรมรวมโดยไม่ลงทะเบียน	3	0.8	39	9.8	60	15.0	20	5.0	2	0.5	1	0.3	125	31.3
4. ซื้อสินค้าที่โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	0	0.0	4	1.0	9	2.3	8	2.0	0	0.0	0	0.0	21	5.3
5. ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	1	0.3	5	1.3	9	2.3	2	0.5	1	0.3	0	0.0	18	4.5
6. ดูกิจกรรมผิดกฎหมายที่เสนอ/ส่งเสริมการขายทางอินเทอร์เน็ต	1	0.3	7	1.8	6	1.5	6	1.5	0	0.0	0	0.0	20	5.0
7. นัดพบคนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต	0	0.0	16	4.0	20	5.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	38	9.5
8. เปิดรับรายการเดือน	1	0.0	24	6.0	45	11.3	8	2.0	1	0.3	1	0.3	80	20.0
9. พยายามขโมยข้อมูลในระบบอื่น	1	0.3	2	0.5	3	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	1.5
10. อื่น ๆ	2	0.5	11	2.8	21	5.3	8	2.0	1	0.3	1	0.3	44	11.0
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมรวมโดยไม่ลงทะเบียน  
 ปริญญาโท (ร้อยละ 0.5) ปริญญาตรี (ร้อยละ 15.0) อุดมศึกษา (ร้อยละ 9.8) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 0.8) รองลงมาใช้รับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 2.3)  
 ปริญญาตรี และอุดมศึกษา ใช้เปิดรับรายการเดือน (ร้อยละ 11.3 และ 6.0) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ใช้ประโยชน์อื่น ๆ (ร้อยละ 0.5) สำหรับสูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่ลงทะเบียน  
 ใช้โปรแกรมรวม (ร้อยละ 0.8) รองลงมาใช้รับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต และใช้โปรแกรมรวมโดยไม่ลงทะเบียน (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน) และอื่น ๆ ใช้รับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามา  
 ใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ลงทะเบียนใช้โปรแกรมรวม ใช้โปรแกรมรวมโดยไม่ลงทะเบียน เปิดรับรายการเดือน และอื่น ๆ

### 3.4 ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามการศึกษา

DRPU

ตารางที่ 55

แสดงความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

ความรู้ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ไม่เพียงพอสำหรับการทำงาน	2	0.5	23	5.8	37	9.3	25	6.3	2	0.5	1	0.3	90	22.5
2. เพียงพอสำหรับทำงาน	4	1.0	41	10.3	87	21.8	22	5.5	3	0.8	1	0.3	158	39.5
3. ไม่แน่ใจ	2	0.5	55	13.8	81	20.3	12	3.0	1	0.3	1	0.3	152	38.0
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา ได้รับความรู้จากใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโท ปริญญาโท และต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ได้รับความรู้เพียงพอสำหรับทำงาน (ร้อยละ 0.8, 21.8 และ 1.0) ตามลำดับ รองลงมา สูงกว่าปริญญาโทได้รับความรู้เพียงพอสำหรับทำงาน (ร้อยละ 0.5) ปริญญาตรี ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 20.3) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ได้รับความรู้ไม่เพียงพอสำหรับการทำงาน และไม่แน่ใจ (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน) ปริญญาโท ส่วนใหญ่ได้รับความรู้ไม่เพียงพอสำหรับการทำงาน (ร้อยละ 6.3) รองลงมาเพียงพอสำหรับทำงาน (ร้อยละ 5.5) อุดมศึกษา ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 13.8) รองลงมาเพียงพอสำหรับทำงาน (ร้อยละ 10.3) และอื่น ๆ ได้รับความรู้ไม่เพียงพอสำหรับการทำงาน เพียงพอสำหรับการทำงาน และไม่แน่ใจ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน)

ตารางที่ 56

แสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

ภายหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสาร จากอินเทอร์เน็ต คิดว่าจะนำไปใช้เพื่อ	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. แคร่ไว้เท่านั้น	11	2.8	72	18.0	119	29.8	28	7.0	1	0.3	3	0.8	234	58.5
2. เพื่อหาใหม่	4	1.0	5	1.3	17	4.3	5	1.3	1	0.3	0	0.0	32	8.0
3. เพื่อใช้ในการทำงาน	3	0.8	39	9.8	92	23.0	28	7.0	3	0.8	0	0.0	165	41.3
4. อื่น ๆ	0	0.0	10	2.5	8	2.0	1	0.3	1	0.3	0	0.0	20	5.0
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 56 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา คิดว่าจะนำข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตไปใช้ประโยชน์ แตกต่างกันเล็กน้อย ระดับสูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่จะนำไปใช้ในการทำงาน (ร้อยละ 0.8) รองลงมา แคร่ไว้เท่านั้น เพื่อหาใหม่ และอื่น ๆ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ปริญญาโท ส่วนใหญ่จะนำไปใช้ในการทำงาน และแคร่ไว้เท่านั้น (ร้อยละ 7.0 เท่ากัน) รองลงมาเพื่อหาใหม่ (ร้อยละ 1.3) ปริญญาตรี อุดมศึกษา และต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา แคร่ไว้เท่านั้น (ร้อยละ 29.8, 18.0 และ 2.8) ตามลำดับ รองลงมา ปริญญาตรีและอุดมศึกษา จะนำไปใช้ในการทำงาน (ร้อยละ 23.0 และ 9.8) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา จะนำไปใช้เพื่อหาใหม่ (ร้อยละ 1.0) และอื่น ๆ ส่วนใหญ่แคร่ไว้เท่านั้น (ร้อยละ 0.8)

ตารางที่ 57

แสดงความสนใจมากที่สุดต่อประเภทโปรแกรมที่มีอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

ความสนใจมากที่สุด ในการใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เว็บไซต์ได้เว็บ	4	1.0	99	24.8	172	43.0	49	12.3	6	1.5	3	0.8	333	83.3
2. อี - เมล์	2	0.5	19	4.8	45	11.3	10	2.5	1	0.3	2	0.5	79	19.8
3. กลุ่มข่าว	1	0.3	2	0.5	11	2.8	2	0.5	0	0.0	0	0.0	16	4.0
4. ไออาร์ซี	1	0.3	2	0.5	12	3.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	16	4.0
5. เทลเน็ต	1	0.3	11	2.8	20	5.0	1	0.3	0	0.0	2	0.5	35	8.8
6. เอฟทีพี	0	0.0	2	0.5	18	4.5	2	0.5	1	0.3	1	0.3	24	6.0
7. โทเฟออร์	1	0.3	0	0.0	4	1.0	0	0.0	1	0.3	1	0.3	7	1.8
8. อื่น ๆ	0	0.0	2	0.5	4	1.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	7	1.8
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 57 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา สนใจต่อประเภทโปรแกรมที่มีอินเทอร์เน็ต แตกต่างกันเล็กน้อย ส่วนมากทุกระดับการศึกษาสนใจเว็บไซต์ได้เว็บ สูงกว่าปริญญาโท (ร้อยละ 1.5) ปริญญาโท (ร้อยละ 12.3) ปริญญาตรี (ร้อยละ 43.0) อุดมศึกษา (ร้อยละ 24.8) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 1.0) และอื่น ๆ (ร้อยละ 0.8) รองลงมาสนใจอี-เมล์ ปริญญาโท (ร้อยละ 2.5) ปริญญาตรี (ร้อยละ 11.3) อุดมศึกษา (ร้อยละ 4.8) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 0.5) ส่วนสูงกว่าปริญญาโท สนใจอี-เมล์ เอฟทีพี และโทเฟออร์ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) และอื่น ๆ สนใจอี-เมล และเทลเน็ต (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน)

ตารางที่ 58

แสดงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษาและความคิดเห็นว่า

มีความจำเป็นที่ต้องมีอินเทอร์เน็ต ในทุกมหาวิทยาลัย

ความคิดว่ามีความจำเป็นที่ต้องมี อินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ควรมี	7	1.8	108	27.0	187	46.8	50	12.5	6	1.5	3	0.8	361	90.3
2. ไม่ควรมี	0	0.0	3	0.8	5	1.3	6	1.5	0	0.0	0	0.0	14	3.5
3. ไม่มีความคิดเห็น	1	0.3	8	2.0	13	3.3	3	0.8	0	0.0	0	0.0	25	6.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 58 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความคิดเกี่ยวกับความจำเป็น ที่ต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ส่วนใหญ่คิดว่าควรมี สูงกว่าปริญญาโท (ร้อยละ 1.5) ปริญญาตรี (ร้อยละ 12.5) ปริญญาตรี (ร้อยละ 46.8) อุดมศึกษา (ร้อยละ 27.0) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 1.8 อื่น ๆ (ร้อยละ 0.8) รองลงมา ปริญญาโทคิดว่าควรมี (ร้อยละ 1.5) ปริญญาตรี อุดมศึกษา และต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา คิดว่าไม่มีความคิดเห็น (ร้อยละ 3.3, 2.0 และ 0.3)



ตารางที่ 59

แสดงความคิดเห็นต่อการที่ทำงานทุกแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ จำแนกตามการศึกษา

ความคิดเห็นจากกาการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รู้สึกเสียใจที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตตามศักยภาพ	5	1.3	23	5.8	49	12.3	18	4.5	3	0.8	1	0.3	99	24.8
2. คิดว่าเงินที่เสียไปในการใช้อินเทอร์เน็ต น่าจะใช้ประโยชน์ได้มากกว่าสำหรับ การใช้อุปกรณ์อื่น	0	0.0	13	3.3	25	6.3	10	2.5	1	0.3	0	0.0	49	12.3
3. คิดว่าเหมาะสมแล้วเพราะหมายถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาที่ติดเทียมกับต่างประเทศ	3	0.8	79	19.8	128	32.0	28	7.0	1	0.3	2	0.5	241	60.3
4. รู้สึกว่าคุ้มค่าเงินในการใช้อินเทอร์เน็ต	0	0.0	5	1.3	13	3.3	5	1.3	1	0.3	0	0.0	24	6.0
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 59 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความคิดเห็นต่อการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ แตกต่างกันเล็กน้อย ปริญญาโท ปริญญาตรี อุดมศึกษา และอื่น ๆ ส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมแล้ว เพราะหมายถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาที่ติดเทียมกับต่างประเทศ (ร้อยละ 7.0, 32.0 และ 19.8) รองลงมาคือ รู้สึกเสียใจที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตตามศักยภาพ (ร้อยละ 4.5, 12.3, 5.8 และ 0.3) สูงกว่าปริญญาโทและต่ำกว่าระดับอุดมศึกษาคิดว่ารู้สึกเสียใจที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตตามศักยภาพ (ร้อยละ 0.8 และ 1.3) รองลงมา สูงกว่าปริญญาโทคิดว่า คิดว่าเงินที่เสียไปในการใช้อินเทอร์เน็ต น่าจะใช้ประโยชน์ได้มากกว่าสำหรับ การใช้อุปกรณ์อื่น คิดว่าเหมาะสมแล้วเพราะหมายถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาที่ติดเทียมกับต่างประเทศ และรู้สึกว่าคุณค่าเงินในการใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) และต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา คิดว่าคิดว่า เหมาะสมแล้วเพราะหมายถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาที่ติดเทียมกับประเทศไทย (ร้อยละ 0.8)

ตารางที่ 60

แสดงความคิดเห็นว่า ถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามการศึกษา

ความคิดเห็นว่า ถ้าที่ทำงานทุกแห่ง ไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ควรเชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัย	1	0.3	24	6.0	31	7.8	8	2.0	1	0.3	0	0.0	65	16.3
2. ควรมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อ ระหว่างมหาวิทยาลัย	3	0.8	37	9.3	60	15.0	14	3.5	2	0.5	1	0.3	117	29.3
3. การเชื่อมต่อกับแคตค	1	0.3	42	10.5	73	18.3	20	5.0	0	0.0	2	0.5	138	34.5
4. ควรเข้าจากบริษัท	3	0.8	15	3.8	44	11.0	18	4.5	3	0.8	1	0.3	84	21.0
5. อื่น ๆ	0	0.0	2	0.5	7	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	2.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 60 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ แตกต่างกันไปเล็กน้อย ปริญญาโท ปริญญาตรี อุดมศึกษา และอื่น ๆ ส่วนใหญ่คิดว่าควรมีการเชื่อมต่อกับแคตค (ร้อยละ 5.0, 18.3, 10.5 และ 0.5) ปริญญาตรีและอุดม คิดว่าควรเชื่อมต่อระหว่างมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 15.0 และ 9.3) ปริญญาโทคิดว่าควรเข้าจากบริษัท (ร้อยละ 4.5) และอื่น ๆ รองลงมา คิดว่าควรมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อระหว่างมหาวิทยาลัย และควรเข้าจากบริษัท (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) สูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่คิดว่าควรเข้าจากบริษัท (ร้อยละ 0.8) รองลงมา คิดว่าควรมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อระหว่างมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 0.5) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่คิดว่าควรมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อระหว่างมหาวิทยาลัย และควรเข้าจากบริษัท (ร้อยละ 0.8 เท่ากัน) รองลงมาคิดว่าควรเชื่อมต่อกับแคตค (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน)

ตารางที่ 61

แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต ในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน จำแนกตามการศึกษา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกรใช้อินเทอร์เน็ต ในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้	5	1.3	43	10.8	91	22.8	16	4.0	3	0.8	2	0.5	160	40.0
2. ไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่จะเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต	1	0.3	36	9.0	55	13.8	20	5.0	0	0.0	1	0.3	113	28.3
3. เหมาะสมแล้ว	2	0.5	38	9.5	57	14.3	19	4.8	3	0.8	0	0.0	119	29.8
4. อื่น ๆ	0	0.0	2	0.5	2	0.5	4	1.0	0	0.0	0	0.0	8	2.0
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 61 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย  
 ปริญญาตรี อุดมศึกษา ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา และอื่น ๆ ส่วนใหญ่คิดว่าควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้ (ร้อยละ 22.8, 10.8, 1.3 และ 0.5) ตามลำดับ รองลงมาคิดว่า  
 เหมาะสมแล้ว (ร้อยละ 14.3, 9.5 และ 0.5) ส่วนอื่น ๆ คิดว่าไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่จะเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 0.3) สำหรับการศึกษาปริญญาโท ส่วนใหญ่คิดว่าไม่มี  
 อุปกรณ์เพียงพอที่จะเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 0.5) รองลงมาคิดว่าเหมาะสมแล้ว (ร้อยละ 4.8) และสูงกว่าปริญญาโท คิดว่าควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้ และเหมาะสม  
 แล้ว (ร้อยละ 0.8 เท่ากัน)

ตารางที่ 62

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการศึกษา

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	1	0.3	7	1.8	13	3.3	12	3.0	2	0.5	0	0.0	35	8.8
2. พอใจ	1	0.3	53	13.3	92	23.0	31	7.8	2	0.5	0	0.0	179	44.8
3. ไม่แน่ใจ	1	0.3	42	10.5	53	13.3	13	3.3	0	0.0	0	0.0	109	27.3
4. ไม่พอใจ	4	1.0	16	4.0	43	10.8	3	0.8	2	0.5	3	0.8	71	17.8
5. ไม่พอใจมาก	1	0.3	1	0.3	4	1.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	1.5
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 62 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันเล็กน้อย ปริญญาโท ปริญญาตรี อุดมศึกษา ส่วนใหญ่พอใจมาก (ร้อยละ 7.8, 23.0 และ 11.3) รองลงมาไม่แน่ใจ (ร้อยละ 3.3, 13.3 และ 10.5) สูงกว่าปริญญาโท พอใจ และไม่พอใจ (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนมากไม่พอใจ (ร้อยละ 1.0) รองลงมาพอใจมาก (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) อื่น ๆ ไม่พอใจ (ร้อยละ 0.8)

ตารางที่ 63

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ จำแนกตามการศึกษา

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	1	0.3	3	0.8	8	2.0	8	2.0	0	0.0	1	0.3	21	5.3
2. พอใจ	1	0.3	24	6.0	71	17.8	17	4.3	1	0.3	0	0.0	114	28.5
3. ไม่แน่ใจ	1	0.3	69	17.3	68	17.0	21	5.3	2	0.5	1	0.3	162	40.5
4. ไม่พอใจ	4	1.0	17	4.3	52	13.0	11	2.8	3	0.8	1	0.3	88	22.0
5. ไม่พอใจมาก	1	0.3	6	1.5	6	1.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	15	3.8
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 63 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ แตกต่างกันเล็กน้อย ปริญญาโท อุดมศึกษา ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 5.3 และ 17.3) รองลงมาพอใจ (ร้อยละ 4.3 และ 6.0) สูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่ไม่พอใจ (ร้อยละ 0.8) รองลงมาไม่แน่ใจ (ร้อยละ 0.5) ปริญญาตรี ส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 17.8) รองลงมาไม่แน่ใจ (ร้อยละ 17.0)

ตารางที่ 64

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามการศึกษา

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	0	0.0	4	1.0	16	4.0	5	1.3	1	0.3	1	0.3	27	6.8
2. พอใจ	5	1.3	47	11.8	68	17.0	24	6.0	1	0.3	0	0.0	145	36.3
3. ไม่แน่ใจ	0	0.0	45	11.3	63	15.8	20	5.0	3	0.8	0	0.0	131	32.8
4. ไม่พอใจ	3	0.8	17	4.3	53	13.3	8	2.0	1	0.3	2	0.5	84	21.0
5. ไม่พอใจมาก	0	0.0	6	1.5	5	1.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	13	3.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 64 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร แตกต่างกันเล็กน้อย ปริญญาโท ปริญญาตรี อุดมศึกษา และต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 6.0, 17.0, 11.8 และ 1.3) รองลงมา ปริญญาโท ปริญญาตรี อุดมศึกษา ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 5.0, 15.8 และ 11.3) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ไม่พอใจ (ร้อยละ 0.8) สูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 0.8) รองลงมาพอใจมาก พอใจ และไม่พอใจ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) และอื่น ๆ ส่วนใหญ่ไม่พอใจ (ร้อยละ 0.5) รองลงมาพอใจมาก (ร้อยละ 0.3)

ตารางที่ 65

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามการศึกษา

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	1	0.3	5	1.3	12	3.0	7	1.8	0	0.0	0	0.0	25	6.3
2. พอใจ	1	0.3	53	13.3	59	14.8	27	6.8	4	1.0	0	0.0	144	13.0
3. ไม่แน่ใจ	4	1.0	37	9.3	76	19.0	17	4.3	1	0.3	1	0.3	136	34.0
4. ไม่พอใจ	0	0.0	20	5.0	51	12.8	5	1.3	1	0.3	1	0.3	78	19.5
5. ไม่พอใจมาก	2	0.5	4	1.0	7	1.8	3	0.8	0	0.0	1	0.3	17	4.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 65 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโท และอุดมศึกษา ส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 1.0 และ 13.3) รองลงมาอุดมศึกษา ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 9.3) สูงกว่าปริญญาโท ไม่แน่ใจและไม่พอใจ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) ปริญญาตรี และต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 19.0 และ 1.0) รองลงมา ปริญญาตรีไม่พอใจ (ร้อยละ 14.8) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ไม่พอใจมาก (ร้อยละ 0.5) และอื่น ๆ ไม่แน่ใจ ไม่พอใจ และไม่พอใจมาก (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน)

ตารางที่ 66

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับราคาค่าวงดในการใช้ จำแนกตามการศึกษา

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับราคาค่าวงดในการใช้	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	2	0.5	63	15.8	45	11.3	21	5.3	4	1.0	2	0.5	137	34.3
2. พอใจ	3	0.8	35	8.8	85	21.3	16	4.0	1	0.3	0	0.0	140	35.0
3. ไม่แน่ใจ	1	0.3	9	2.3	31	7.8	13	3.3	0	0.0	1	0.3	55	13.8
4. ไม่พอใจ	0	0.0	6	1.5	21	5.3	7	1.8	1	0.3	0	0.0	35	8.8
5. ไม่พอใจมาก	2	0.5	6	1.5	23	5.8	2	0.5	0	0.0	0	0.0	33	8.3
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 66 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจเกี่ยวกับราคาค่าวงดในการใช้ แตกต่างกันเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโท ปริญญาโท อุดมศึกษา และอื่น ๆ พอใจมาก (ร้อยละ 1.0, 5.3 และ 0.5) รองลงมาปริญญาโท และอุดมศึกษา พอใจ (ร้อยละ 4.0 และ 8.8) สูงกว่าปริญญาโท พอใจและไม่พอใจ (ร้อยละ 0.3 เท่ากัน) อื่น ๆ ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 0.3) ปริญญาตรีและต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 21.3 และ 0.8) รองลงมาปริญญาตรี พอใจมาก (ร้อยละ 11.3) ระดับต่ำกว่าอุดมศึกษา พอใจมากและไม่พอใจมาก (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน)



ตารางที่ 67

แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไปเมื่อต้องการหาข้อมูล จำแนกตามการศึกษา

ความคิดเกี่ยวกับในครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ใช้อินเทอร์เน็ต	7	1.8	85	21.3	169	42.3	49	12.3	4	1.0	3	0.8	317	79.3
2. ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	0	0.0	4	1.0	2	0.5	4	1.0	2	0.5	0	0.0	12	3.0
3. ไม่แน่ใจ	1	0.3	30	7.5	34	8.5	6	1.5	0	0.0	0	0.0	71	17.8
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 67 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความคิดเกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสารครั้งต่อไป แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโท ปริญญาโท ปริญญาตรี อุดมศึกษา ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา และอื่น ๆ ใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 1.0, 12.3, 42.3, 21.3, 1.8 และ 0.8) รองลงมาไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ปริญญาโท (ร้อยละ 1.5) ปริญญาตรี (ร้อยละ 8.5) อุดมศึกษา (ร้อยละ 7.5) ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา (ร้อยละ 0.3) และสูงกว่าปริญญาโท ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 0.5)

ตารางที่ 68

แสดงการแนะนำให้ใช้เมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามการศึกษา

ความคิดเห็นแนะนำให้ใช้เมื่อญาติหรือเพื่อน และบุคคลอื่น ต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	การศึกษา													
	ต่ำกว่าระดับ อุดมศึกษา		อุดมศึกษา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่า ปริญญาโท		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. แนะนำ	6	1.5	91	22.8	174	43.5	51	12.8	4	1.0	3	0.8	329	82.3
2. ไม่แนะนำ	0	0.0	2	0.5	3	0.8	6	1.5	2	0.5	0	0.0	13	3.3
3. ไม่แน่ใจ	2	0.5	26	6.5	28	7.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	58	14.5
รวม	8	2.0	119	29.8	205	51.3	59	14.8	6	1.5	3	0.8	400	100.0

จากตารางที่ 68 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกระดับการศึกษา มีความคิดจะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อญาติหรือเพื่อน และบุคคลอื่นต้องการหาข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันเล็กน้อย สูงกว่าปริญญาโท ปริญญาโท ปริญญาตรี อุดมศึกษา ต่ำกว่าระดับอุดมศึกษา และอื่น ๆ แนะนำ (ร้อยละ 1.0, 12.8, 43.5, 22.8, 1.5 และ 0.8) ตามลำดับ รองลงมาปริญญาตรี อุดมศึกษา และไม่แน่ใจ (ร้อยละ 7.0, 6.5 และ 0.5) สูงกว่าปริญญาโทและปริญญาโทไม่แนะนำ (ร้อยละ 0.5 และ 1.5)

#### 4. การวิเคราะห์ตามการเสียดำสมาชิก

##### 4.1 วิเคราะห์แยกตามคุณสมบัติ

D  
P  
U

ตารางที่ 69

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก และอายุ

อายุ	การใช้อินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
25 ปี หรือน้อยกว่า	254	63.5	15	3.8	264	66.0
26-35 ปี	90	22.5	10	2.5	99	24.8
36-45	26	6.5	6	1.5	32	8.0
46-55	4	1.0	1	0.3	5	1.3
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 69 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งเสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 1-25 ปี (ร้อยละ 63.5) รองลงมาคืออายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี (ร้อยละ 22.5) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าอายุและการเสียค่าสมาชิกไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 70

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก และอาชีพ

อาชีพ	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	113	28.3	8	8	121	30.0
2. พนักงานบริษัท	23	5.8	10	10	33	8.3
3. นักศึกษา/นักเรียน	232	58.0	7	7	239	59.8
4. ธุรกิจส่วนตัว	3	0.8	1	1	4	1.0
5. พนักงานสื่อสาร	4	1.0	0	0.0	4	1.0
6. เกษตรกร	0	0.0	0	0.0	0	0.0
7. อื่นๆ	1	0.3	1	0.3	2	0.3
รวม	376	93.2	27	6.9	403	100.0

จากตารางที่ 70 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งเสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก มีอาชีพต่างกันเล็กน้อย สำหรับผู้ใช้ที่ไม่เสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา/นักเรียน (ร้อยละ 58.0) รองลงมาเป็นการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 28.3) ผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 2.5) รองลงมาเป็นการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 2.0)

ตารางที่ 71  
แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก และสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. โสด	328	82.0	27	6.8	349	87.3
2. สมรส	43	10.8	5	1.3	48	12.0
3. หย่า/แยกกันอยู่	2	0.5	0	0.0	2	0.5
4. อื่นๆ	1	0.3	0	0.0	1	0.3
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 71 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาคือสถานภาพสมรส หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า สถานภาพสมรสและการเสียค่าสมาชิกไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 72

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก และรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. 0-20,000 บาท	307	76.8	17	4.3	318	79.5
2. 20,001-30,000 บาท	37	9.3	9	2.3	46	11.5
3. 30,001-40,000 บาท	17	4.3	2	0.5	19	4.8
4. มากกว่า 40,000 บาท	13	3.3	4	1.0	17	4.3
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 72 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ใช้ที่ไม่เสียค่าสมาชิก ส่วนใหญ่มีรายได้ 0-20,000 บาท (ร้อยละ 76.8) รองลงมารายได้ 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 9.3) ส่วนผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิก 0-20,000 บาท (ร้อยละ 4.3) รองลงมารายได้ 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 2.3)

ตารางที่ 73

แสดงแหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิกใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

แหล่งที่ใช้บริการ โดยไม่เสียค่าสมาชิก	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ธุรกิจคอมพิวเตอร์	4	1.0	5	1.3	9	2.3
2. ราชการ	42	10.5	3	0.8	44	11.0
3. รัฐวิสาหกิจ	41	10.3	3	0.8	44	11.0
4. บริษัท	33	8.3	1	0.3	34	8.5
5. มหาวิทยาลัย/โรงเรียน	259	64.8	20	5.0	274	68.5
6. อื่นๆ	1	0.3	0	0.0	1	0.3
รวม	374	93.5	32	8.1	406	100.0

จากตารางที่ 73 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิกใช้แหล่งบริการโดยไม่ต้องเสียค่าสมาชิกแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ไม่เสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่ใช้ มหาวิทยาลัย/โรงเรียน (ร้อยละ 64.8) รองลงมา ราชการ (ร้อยละ 10.5) เสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่ใช้ของมหาวิทยาลัย/โรงเรียน (ร้อยละ 5.0) รองลงมาใช้ของธุรกิจคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 1.3)



ตารางที่ 74

แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

เวลาการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. 0-1.0 ชั่วโมง	146	36.5	9	2.3	155	38.8
2. 1.1-2.0 ชั่วโมง	98	24.5	6	1.5	144	26.0
3. 2.1-3.0 ชั่วโมง	67	16.8	5	1.3	72	18.0
4. 3.1-6.0 ชั่วโมง	51	12.8	5	1.3	54	13.5
5. 6.1-9.0 ชั่วโมง	5	1.3	3	0.8	8	2.0
6. 9.1-12.0 ชั่วโมง	6	1.5	0	0.0	6	1.5
7. 12.1-15.0 ชั่วโมง	1	0.3	0	0.0	1	0.3
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 74 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งเสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ส่วนใหญ่ใช้ไม่เกินวันละ 1.0 ชั่วโมง รองลงมา 1.1-2.0 ชั่วโมง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิก ใช้เวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 75  
 แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำนวนตามการเสียค่าสมาชิก

บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต	การให้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. บจก. ลอกซ์เลย์ (มหาชน)	12	3.0	5	1.3	16	4.0
2. บจก. วัฏจักร (มหาชน)	2	.5	0	.0	2	.5
3. บจก. สามารถเทคโนโลยี (มหาชน)	6	1.5	5	1.3	9	2.3
4. บจก. แอดวานซ์ รีเสิร์ช (บจก. เอเน็ต)	2	.5	0	.0	2	.5
5. บจก. เดอะ เอ็ม กรุ๊ป	0	0	0	0	0	0
6. บจก. ศูนย์บริการวิทยุการอินเทอร์เน็ต (เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต)-อินเทล	12	3.0	5	1.3	14	3.5
7. เนคเทค (บจก. อินเทอร์เน็ตประเทศไทย)	346	86.5	19	4.8	359	89.8
8. บจก. เทคโนโลยีสมติง (บจก. เอเชียอินโฟเเน็ต)	7	1.8	7	1.8	14	3.5
9. บจก. เดอะ ไอเดีย	0	0	0	0	0	0
10. บจก. ดาต้าแมท (บจก. ดาต้า ลายไทย)	0	0	0	0	0	0
11. บจก. ยูคอม (บจก. เวิลด์เน็ต แลนด์ เซลวิส)	18	4.5	0	.0	18	4.5
12. บจก. ตะวัน ฟาร์อีสต์ เทคโนโลยี (บจก. ฟาร์อีสต์ อินเทอร์เน็ต ประเทศไทย)	0	0	0	0	0	0

ตารางที่ 75 (ต่อ)

แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
13. บจก. สยาม ทวี แอนต์ คอมมิวนิเคชั่น (บจก. สยาม โกลบริล แอคเซส)	0	0	0	0	0	0
14. บจก. ชำมะนันท์ กรุ๊ป	0	0	0	0	0	0
15. บจก. ซี.เอส. คอมมิวนิเคชั่น จก.	0	0	0	0	0	0
16. บจก. คอมพิวเตอร์ ไมโครซิสเต็มส์ (บจก. เบลต้า อินเทอร์เน็ต)	0	.0	2	.5	2	.5
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 75 แสดงให้เห็นว่าไม่พบผู้ใช้บริการจะเสียค่าสมาชิกหรือไม่ ส่วนใหญ่จะใช้บริการอินเทอร์เน็ตของเนคเทค รองลงมาคือ หจก.ยูคอม หจก. สือคซ์เลย์ (มหาชน) และ เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการใช้บริการอินเทอร์เน็ต และบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 76

แสดงช่วงเวลาในการใช้งาน จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ก. วันจันทร์-วันศุกร์	365	93.4	32	8.2	391	100.0
1. เช้า (05.00-12.00)	104	95	6	5.5	109	100.0
2. บ่าย (12.01-19.00)	220	95.7	13	5.7	230	100.0
3. กลางคืน (19.01-05.00)	109	89.3	15	12.3	122	100.0
ข. วันเสาร์-กลางคืน	241	92.7	23	8.8	260	100.0
1. เช้า (05.00-12.00)	60	90.9	8	12.1	66	100.0
2. บ่าย (12.01-19.00)	97	94.2	7	6.8	103	100.0
3. กลางคืน (19.01-05.00)	123	91.8	12	9.0	134	100.0

จากตารางที่ 76 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งเสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก มีช่วงเวลาการใช้แตกต่างกันเล็กน้อย ใช้โดยไม่เสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่ใช้เวลาช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ บ่ายเวลา 12.01-19.00 น. มากที่สุด (ร้อยละ 95.7) รองมาเป็นช่วง วันจันทร์ถึงวันศุกร์ ตอนเช้า เวลา 05.00 น. ถึง 12.00 น. (ร้อยละ 95.4) ใช้แบบเสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่ช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์กลางคืน 19.01 น. ถึง 05.00 น. (ร้อยละ 12.3) รองลงมาช่วงวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ เช้า 05.00-12.00 น. (ร้อยละ 12.1)

#### 4.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามการเสียค่าสมาชิก

DRPU

ตารางที่ 77

แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

การใช้อินเทอร์เน็ต	เพศ					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ทุกวัน	98	24.5	15	3.8	110	27.5
2. 5-6 วันต่อสัปดาห์	63	15.8	3	0.8	66	16.5
3. 4-5 วันต่อสัปดาห์	57	14.3	4	1.0	60	15.0
4. 3-4 วันต่อสัปดาห์	79	19.8	1	0.3	80	20.0
5. 1-2 วันต่อสัปดาห์	60	15.0	9	2.3	67	16.8
6. ไม่ค่อยได้ใช้	17	4.3	0	0.0	17	4.3
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 77 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งเสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก มีการใช้ อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์แตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ที่ไม่เสียค่าสมาชิก ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน (ร้อยละ 24.5) รองลงมาใช้ 3-4 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 19.8) ผู้ที่เสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน (ร้อยละ 3.8) รองลงมาใช้ 1-2 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 2.3)

ตารางที่ 78

แสดงความรู้อของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

แสดงความรู้อของผู้ใช้ที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ต	การใช้อินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. มาก	58	14.5	10	2.5	66	16.5
2. ปานกลาง	146	36.5	15	3.8	158	39.5
3. น้อย	139	34.8	7	1.8	145	36.3
4. น้อยมาก	31	7.8	0	0.0	31	7.8
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 78 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งเสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ตอบว่ามีความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ใช้ที่ไม่เสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่ตอบว่า มีความรู้ต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต ระดับปานกลาง (ร้อยละ 36.5) รองลงมา มีความรู้น้อย (ร้อยละ 34.8) ส่วนผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิกส่วนใหญ่ตอบว่ามีความรู้ปานกลาง (ร้อยละ 3.8) รองลงมา มีความรู้มาก (ร้อยละ 2.5)

ตารางที่ 79  
แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับแรก จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

การใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด (อันดับแรก)	การเสียค่าสมาชิก					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวิลด์ไวด์เว็บ	240	60.0	23	5.8	259	64.8
2. อี-เมล	105	26.3	9	2.3	111	27.6
3. กลุ่มข่าว	6	1.3	2	0.5	7	1.8
4. ไออาร์ซี	8	2.0	1	0.3	8	2.0
5. เทลเน็ต	58	14.5	5	1.3	62	15.5
6. เอฟทีพี	16	4.0	3	0.8	19	4.8
7. โทเฟอร์	1	0.3	0	0.0	1	0.3
8. อื่นๆ	2	0.5	0	0.0	2	0.5
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 79 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ส่วนใหญ่สนใจใช้เว็ลด์ไวด์เว็บมากที่สุด รองลงมาใช้อี-เมล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการเสียค่าสมาชิกและความสนใจต่อประเภทโปรแกรมที่มีอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน



ตารางที่ 80

แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับที่สอง จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

การใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับที่สอง	การเสียค่าสมาชิก					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เว็บไซต์	98	24.5	8	2.0	105	26.3
2. อี-เมลล์	158	39.5	19	4.8	175	43.8
3. กลุ่มข่าว	14	3.5	1	0.3	15	3.8
4. ไออาร์ซี	14	3.5	2	0.5	15	3.8
5. เพลเน็ต	70	17.5	4	1.0	71	17.8
6. เอฟทีพี	48	12.0	4	1.0	50	12.5
7. โทเฟออร์	7	1.8	0	0.0	7	1.8
8. อื่นๆ	11	2.8	2	0.5	13	3.3
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 80 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ส่วนใหญ่ใช้อีเมลล์มากที่สุด ในอันดับที่สอง (ร้อยละ 39.5) รองลงมาใช้เว็บไซต์เว็บ (ร้อยละ 24.5 และ 2.0) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการเสียค่าสมาชิก และประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดในอันดับที่สองไม่แตกต่างกัน

#### 4.3 การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามการเสียค่าสมาชิก

DRPU

ตารางที่ 81

แสดงเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต	การเสียค่าสมาชิก					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน	115	28.8	12	3.0	124	31.0
2. รับข้อมูลข่าวสาร	226	56.5	23	5.8	244	61.0
3. เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการใช้ ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ต	141	35.3	19	4.8	156	39.0
4. เป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่	146	37.0	15	3.8	161	40.3
5. เป็นแหล่งรายได้ที่ดี	27	6.8	6	1.5	33	8.3
6. เพื่อสนองความต้องการส่วนตัว	116	29.0	6	1.5	120	30.0
7. เพื่อเป็นคนที่ทันสมัย	45	11.3	1	0.3	46	11.5
8. อื่น ๆ	15	3.8	1	0.3	16	4.0
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 81 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก มีเหตุผลในการใช้แตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ที่ไม่เสียค่าสมาชิกเพื่อรับข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 56.5) ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 37.0) ผู้ที่เสียค่าสมาชิกใช้เพื่อรับข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 5.8) และเพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการใช้ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 4.8)

ตารางที่ 82  
แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

การใช้อินเทอร์เน็ต	การเสียค่าสมาชิก					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. วิจัย	67	16.8	7	1.8	72	18.0
2. บันทึกลง	172	43.0	13	3.3	181	45.3
3. ติดต่อสื่อสารส่วนบุคคล	116	29.0	9	2.3	122	30.5
4. ธุรกิจสื่อสาร	26	6.5	5	1.3	29	7.3
5. ธุรกิจ/การตลาด	16	4.0	2	0.5	18	4.5
6. การศึกษา	141	35.3	15	3.8	152	38.0
7. อื่นๆ	8	2.0	0	0.0	8	2.0
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 82 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก มีวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ที่ไม่เสียค่าสมาชิกใช้เพื่อความบันเทิงเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 43.0) การศึกษาเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 35.3) ผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิกใช้เพื่อการศึกษาเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 3.8) และความบันเทิงเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 3.3)

ตารางที่ 83

แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ จำแนกตามการเสียดำสมาชิก (อันดับแรก)

ลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (อันดับแรก)	การเสียดำสมาชิก					
	ไม่เสียดำสมาชิก		เสียดำสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ขนาดของเครือข่าย	75	18.8	6	1.5	80	20.0
2. คุณภาพของข้อมูลข่าวสาร	131	32.8	10	2.5	138	34.5
3. วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก	92	23.0	7	1.8	98	24.5
4. ลักษณะการเรียงลำดับและเรื่องราว ที่ลูกค้าที่จะประยุกต์ใช้ได้	7	1.8	0	0.0	7	1.8
5. ไม่ต้องมีกฎระเบียบมาก	3	0.8	0	0.0	3	0.8
6. ความเร็วและประสิทธิภาพของ การสื่อสาร	82	20.5	9	2.3	89	22.3
7. ราคาต่างเวตในการใช้	29	7.3	4	1.0	32	8.0
8. อื่นๆ	1	0.3	0	0.0	1	0.3
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 83 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เสียดำสมาชิกและไม่เสียดำสมาชิก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับแรก) แตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ที่ไม่เสียดำสมาชิกคิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 32.8) ความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสารเป็นอันดับสอง (ร้อยละ 20.5) ผู้ที่เสียดำสมาชิกคิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 2.5) วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลกเป็นอันดับสอง (ร้อยละ 1.8)

ตารางที่ 84

แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (อันดับสอง) สำหรับกาใช้ จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับสอง)	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ขนาดของเครือข่าย	69	17.3	8	2.0	76	19.0
2. คุณภาพข้อมูลข่าวสาร	108	27.0	10	2.5	117	29.3
3. วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก	97	24.3	7	1.8	100	25.0
4. ลักษณะการเรียงลำดับและเรื่องราว ที่ลูกค้าจะประยุกต์ใช้ได้	18	4.5	3	.8	21	5.3
5. ไม่ต้องมีกฎระเบียบมาก	5	1.3	1	.3	6	1.5
6. ความเร็วและประสิทธิภาพของการ สื่อสาร	60	15.0	2	.5	62	15.5
7. ราคาต่างว่ในการใช้	28	7.0	2	.5	30	7.5
8. อื่น ๆ .....	1	.3	0	.0	1	.3
<b>รวม</b>	<b>374</b>	<b>93.5</b>	<b>32</b>	<b>8.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 84 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ลักษณะที่ดีที่สุดเป็นอันดับสองของอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ใช้ที่ไม่เสียค่าอินเทอร์เน็ต คิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 27.0) วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 24.3) ผู้เสียค่าสมาชิก คิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 25.5) และขนาดของเครือข่ายเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.0)

ตารางที่ 85

แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	การเสียค่าสมาชิก					
	ไม่เสียค่าสมาชิก			เสียค่าสมาชิก		
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เขียน/สร้างเว็บเพจ	71	17.8	6	1.5	76	19.0
2. มีเว็บเพจส่วนตัว	113	28.3	9	2.3	119	29.8
3. การส่งเสริมการขายของธุรกิจ	26	6.5	5	1.3	28	7.0
4. ถอดรหัสภาพระบบสองในกลุ่มข่าว (แปลงจากระบบเลขฐานสองมาเป็นภาพและตัวอักษรในกลุ่มข่าว)	5	1.3	1	0.3	1	0.3
5. เปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ	72	18.0	8	2.0	79	19.8
6. รับ/ส่ง วิดีโอ	18	4.5	3	0.8	21	5.3
7. พัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์	74	18.5	6	1.5	78	19.5
8. ใช้งานอินเทอร์เน็ต	51	12.8	6	1.5	57	14.3
9. ประสานงานกับกลุ่มข่าว	23	5.8	3	0.8	24	6.0
10. อื่นๆ	18	4.5	2	0.5	20	5.0
รวม	374	93.5	32	8.1	400	100.0

จากตารางที่ 85 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก มีวัตถุประสงค์แตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ใช้ไม่ต้องเสียค่าสมาชิกมีวัตถุประสงค์ เขียน/สร้างเว็บเพจ (ร้อยละ 28.3) เป็นอันดับ 1 พัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 18.5) ผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิกมีวัตถุประสงค์มีเว็บเพจส่วนตัว เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 2.3) เปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.0)

ตารางที่ 86

แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสม

ลักษณะการใช้ประโยชน์จาก อินเทอร์เน็ต	ไม่เสียค่าสมาชิก		การเสียค่าสมาชิก	
	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต	71	17.8	6	1.5
2. ลงทะเบียนใช้โปรแกรมร่วม	113	28.3	9	2.3
3. ใช้โปรแกรมร่วมโดยไม่ลงทะเบียน	26	6.5	5	1.3
4. ซื้อสินค้าที่โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	5	1.3	1	0.3
5. ซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	72	18.1	8	2.0
6. ดูกิจกรรมผิดกฎหมายที่เสนอ/ส่งเสริม การขายทางอินเทอร์เน็ต	18	4.5	3	0.6
7. นัดพบคนรู้จักทางอินเทอร์เน็ต	74	18.5	6	1.5
8. เปิดรับรายการเดือน	51	12.8	6	1.5
9. พยายามขอข้อมูลระบบอื่น	23	5.8	3	0.8
10. อื่น ๆ	18	4.5	2	0.5
รวม	374	93.5	32	8.1

จากตารางที่ 86 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิกมี  
อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเล็กน้อยแต่ส่วนใหญ่ใช้โปรแกรมร่วมมากที่สุด รองลงมา  
อินเทอร์เน็ต



#### 4.4 ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามการเสียค่าสมาชิก

DPU

ตารางที่ 87

แสดงความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนตามการเสียค่าสมาชิก

ความรู้ที่ได้รับอินเทอร์เน็ต	การใช้อินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ไม่เพียงพอในการทำงาน	84	21.0	10	2.5	90	22.5
2. เพียงพอในการทำงาน	152	38.0	8	2.0	158	39.5
3. ไม่แน่ใจ	138	34.5	14	3.5	152	38.0
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 85 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิกได้รับความรู้จากการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ที่ไม่เสียค่าสมาชิกตอบว่าเพียงพอในการทำงานเป็นอันดับที่ 1 (ร้อยละ 38.0) ไม่แน่ใจเป็นอันดับที่ 2 (ร้อยละ 34.5) ผู้เสียค่าสมาชิกตอบว่าไม่แน่ใจ เป็นอันดับที่ 1 (ร้อยละ 3.5) ใช้ไม่เพียงพอเป็นอันดับที่ 2 (ร้อยละ 2.5)

ตารางที่ 88

แสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ความคิดเห็นที่จะใช้ข้อมูลข่าวสาร ภายหลังจากได้รับจากอินเทอร์เน็ต	การเสียค่าสมาชิก					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เพื่อรู้ไว้เท่านั้น	217	54.3	21	5.3	234	58.5
2. เพื่อหางานใหม่	31	7.8	3	0.8	32	8.0
3. เพื่อใช้ในการทำงาน	156	39.0	14	3.5	165	41.3
4. อื่นๆ	19	4.8	1	0.3	20	5.0
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 88 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ภายหลังจากได้รับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตแล้ว คิดว่าเพื่อรู้ไว้เท่านั้นมากที่สุด รองลงมาเพื่อใช้ในการทำงาน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการเสียค่าสมาชิกและข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 89

แสดงความสนใจมากที่สุด ต่อประเภทโปรแกรมที่มีอินเทอร์เน็ต จำนวนตามการเสียดำสมาชิก

ความสนใจมากที่สุดในการใช้อินเทอร์เน็ต	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียดำสมาชิก		เสียดำสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวิลด์ไวด์เว็บ	311	77.8	28	7.0	333	83.3
2. อี-เมล	73	18.3	8	2.0	79	19.8
3. กลุ่มข่าว	16	4.0	0	.0	16	4.0
4. ไออาร์ซี	16	4.0	2	.5	16	4.0
5. เทลเน็ต	31	7.8	6	1.5	35	8.8
6. เอฟทีพี	24	6.0	2	.5	24	6.0
7. โทเฟอร์	7	1.8	0	.0	7	1.8
8. อื่น ๆ	7	1.8	0	.0	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>374</b>	<b>93.5</b>	<b>32</b>	<b>8.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 89 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียดำสมาชิกและไม่เสียดำสมาชิกส่วนใหญ่ใช้เวิลด์ไวด์เว็บ รองลงมาใช้อี-เมล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการเสียดำสมาชิกและความสนใจมากที่สุดต่อประเภทโปรแกรมที่มีในอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 90

แสดงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก และความคิดเห็นว่ามีความจำเป็นต่อมีอินเทอร์เน็ต ในทุกมหาวิทยาลัย

ความคิดเห็นว่ามีความจำเป็นที่ ต้องมีอินเทอร์เน็ตทุกมหาวิทยาลัย	การเสียค่าสมาชิก					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. จำเป็นต้องมี	388	84.5	28	7.0	361	90.3
2. ไม่จำเป็นต้องมี	13	3.3	1	0.3	14	3.5
3. ไม่มีความคิดเห็น	23	5.8	3	0.8	25	6.3
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 90 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ตใช้ในทุกมหาวิทยาลัย รองลงมาไม่มีความคิดเห็น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการเสียค่าสมาชิกและความคิดเห็นว่ามีความจำเป็นที่ต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 91

แสดงความความคิดเห็นต่อการที่ทำงานทุกแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้  
จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ความคิดเห็นจากการทำงาน หลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รู้สึกเสียใจที่อินเทอร์เน็ตไม่ได้ใช้ เต็มตามศักยภาพ	89	22.3	11	2.8	99	24.8
2. คิดว่าเงินที่เสียไปในการใช้อินเทอร์เน็ตน่าจะ ใช้ประโยชน์ได้มากกว่า สำหรับการใช้อุปกรณ์อื่น	44	11.0	6	1.5	49	12.3
3. คิดว่าเหมาะสมแล้ว เพราะหมายถึง ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนา ทัดเทียมกับต่างประเทศ	231	57.8	14	3.5	241	60.3
4. รู้สึกว่าคุ้มค่ากับเงินที่เสียไปในการ ใช้อินเทอร์เน็ต	22	5.5	2	0.5	24	6.0
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 91 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนมากรู้สึกเสียใจมากที่อินเทอร์เน็ตไม่ได้ใช้เต็มตามศักยภาพ  
รองลงมาคิดว่าเหมาะสมแล้ว เพราะหมายถึงประเทศไทย เป็นประเทศที่พัฒนาทัดเทียมกับต่างประเทศ หรือกล่าว  
อีกนัยหนึ่งว่าการเสียค่าสมาชิก และความคิดเห็นจากการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ไม่ได้แตกต่างกัน

ตารางที่ 92

แสดงความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้  
จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่ง ไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ความเชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัย	57	14.3	11	2.8	65	16.3
2. ครรมีสตูดย์บริการอินเทอร์เน็ตที่ เชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัย	109	27.3	10	2.5	117	29.3
3. ควรเชื่อมต่อกับเน็ตเดค	134	33.5	5	1.3	138	34.5
4. ควรเช่าจากบริษัทอินเทอร์เน็ต	79	19.8	5	1.3	84	21.0
5. อื่น ๆ .....	8	2.0	1	.3	9	2.3
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 92 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ  
การที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้แตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ที่ไม่เสียค่าสมาชิกคิดว่า ควรเชื่อมต่อกับเน็ตเดค  
(ร้อยละ 33.5) เป็นอันดับ 1 ครรมีสตูดย์บริการอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 27.3) เป็นอันดับ 2  
ผู้เสียค่าสมาชิกคิดว่า ควรเชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัยเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 2.8) ครรมีสตูดย์บริการ อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อ  
กับมหาวิทยาลัย เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.5)

ตารางที่ 93

แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานตนเองในปัจจุบัน

จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานตนเอง ในปัจจุบัน	การใช้อินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้	148	37.0	16	4.0	160	40.0
2. ไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่จะใช้อินเทอร์เน็ต	104	26.0	11	2.8	113	28.3
3. เหมาะสมแล้ว	116	29.0	3	0.8	119	29.8
4. อื่น ๆ .....	6	1.5	2	0.5	8	2.0
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 93 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิก มีความเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานตนเองในปัจจุบันแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ไม่เสียค่าสมาชิกคิดว่าควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 37.0) เหมาะสมแล้ว เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 29.0) ผู้เสียค่าสมาชิกคิดว่า ควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้ เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 4.0) ไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่จะใช้อินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.8)



ตารางที่ 94

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนตามการเสียค่าสมาชิก

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	30	7.5	5	1.3	35	8.8
2. พอใจ	169	42.3	14	3.5	179	44.8
3. ไม่แน่ใจ	104	26.0	6	1.5	109	27.3
4. ไม่พอใจ	65	16.3	7	1.8	71	17.8
5. ไม่พอใจมาก	6	1.5	0	0.0	6	1.5
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 94 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิกมีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ไม่เสียค่าสมาชิกพอใจเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 45.3) ไม่แน่ใจเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 26.0) ผู้เสียค่าสมาชิกพอใจเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 3.5) และไม่พอใจ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 1.8)

ตารางที่ 95  
แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ  
จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	20	5.0	2	0.5	21	5.3
2. พอใจ	107	26.8	7	1.8	114	28.5
3. ไม่แน่ใจ	152	38.0	13	3.3	162	40.5
4. ไม่พอใจ	81	20.3	9	2.3	88	22.0
5. ไม่พอใจมาก	14	3.5	1	0.3	15	3.8
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 95 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ทั้งที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิกมีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ผู้ไม่เสียค่าสมาชิกไม่แน่ใจ (ร้อยละ 38.0) เป็นอันดับ 1 และพอใจเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 26.8) ผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิกไม่แน่ใจเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 3.3) และไม่พอใจเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.3)

ตารางที่ 96

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร

จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร	ไม่เสียค่าสมาชิก		การใช้บริการอินเทอร์เน็ต		รวม	
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	25	6.3	2	0.5	27	6.8
2. พอใจ	134	33.5	13	3.3	145	36.3
3. ไม่แน่ใจ	127	31.8	7	1.8	131	32.8
4. ไม่พอใจ	77	19.3	8	2.0	84	21.0
5. ไม่พอใจมาก	11	2.8	2	0.5	13	3.3
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 96 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิก มีความพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ใช้ที่ไม่เสียค่าสมาชิกพอใจเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 33.5) ไม่แน่ใจเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 31.8) ผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิกพอใจเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 3.3) และไม่พอใจเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.0)

**ตารางที่ 97**  
**แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล**  
**จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก**

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	การใช้อินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	21	5.3	4	1.0	25	6.3
2. พอใจ	135	33.8	11	2.8	144	36.0
3. ไม่แน่ใจ	129	32.3	9	2.3	136	34.0
4. ไม่พอใจ	74	18.5	6	1.5	78	19.5
5. ไม่พอใจมาก	15	3.8	2	.5	17	4.3
<b>รวม</b>	<b>374</b>	<b>93.5</b>	<b>32</b>	<b>8.0</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 97 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก พอใจเป็นอันดับ 1 ไม่แน่นอนเป็นอันดับ 2 ผู้ใช้เสียค่าสมาชิกไม่พอใจมาก เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 2.8) และไม่แน่ใจ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.3) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิกมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 98

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับราคาค่าคงตัวในการใช้  
 จำแนกตามการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับราคาค่าคงตัวในการใช้	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	131	32.8	7	1.8	137	34.3
2. พอใจ	132	33.0	10	2.5	140	35.0
3. ไม่แน่ใจ	50	12.5	7	1.8	55	13.8
4. ไม่พอใจ	31	7.8	4	1.0	35	8.8
5. ไม่พอใจมาก	30	7.5	4	1.0	33	8.3
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 98 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก พอใจเป็นอันดับ 1 ไม่แน่ใจ  
 เป็นอันดับ 2 ผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิก ไม่พอใจมาก เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 2.8) และไม่แน่ใจ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.3)  
 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิกมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล  
 ข่าวสารไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 99**  
**แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป เมื่อต้องการหาข้อมูล**  
**จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก**

ความคิดเห็นเกี่ยวกับในครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ใช้อินเทอร์เน็ต	296	74.0	26	6.5	317	79.3
2. ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	11	2.8	1	.3	12	3.0
3. ไม่แน่ใจ	67	16.8	5	1.3	71	17.8
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 99 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิกส่วนมากมีความคิดว่าเป็นครั้งต่อไปเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสาร จะใช้อินเทอร์เน็ต รองลงมาไม่แน่ใจ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การเสียค่าสมาชิกและความคิดเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในครั้งต่อไปเมื่อต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 100

แสดงการจะแนะนำให้ใช้เมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่นต้องการหาข้อมูลข่าวสาร  
จำแนกตามการเสียค่าสมาชิก

ความคิดเห็นจะแนะนำให้ใช้กับเมื่อ ญาติหรือ เพื่อน และบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูลข่าวสาร	การใช้บริการอินเทอร์เน็ต					
	ไม่เสียค่าสมาชิก		เสียค่าสมาชิก		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ใช้อินเทอร์เน็ต	306	76.5	28	7.0	329	82.3
2. ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	11	2.8	2	.5	13	3.3
3. ไม่แน่ใจ	57	14.3	2	.5	58	14.5
รวม	374	93.5	32	8.0	400	100.0

จากตารางที่ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งไม่เสียค่าสมาชิกและเสียค่าสมาชิกมีความคิดว่าจะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันเล็กน้อย ผู้ไม่เสียค่าสมาชิกจะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 76.5) ไม่แน่ใจ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 14.3) ผู้ใช้ที่เสียค่าสมาชิก จะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 7.0) ไม่แนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ตและไม่แน่ใจเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 0.5 เท่ากัน)

## 5. วิเคราะห์ตามอาชีพ

### 5.1 วิเคราะห์แยกตามคุณสมบัติ

D  
P  
U



ตารางที่ 101

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการอาชีพ และอายุ

อายุ	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
25 ปี หรือน้อยกว่า	19	4.8	10	2.5	234	58.5	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	264	66.0
26-35 ปี	73	18.3	17	4.3	4	1.0	3	0.8	2	0.5	0	0.0	0	0.3	99	24.8
36-45 ปี	25	6.3	6	1.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	32	8.0
46-60 ปี	3	0.8	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	1	0.3	5	1.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 101 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละอาชีพ มีอายุอยู่ในช่วงแตกต่างกัน นักศึกษาส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 25 ปี หรือน้อยกว่า (ร้อยละ 58.5) ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 18.3) พนักงานบริษัท(ร้อยละ 4.3) และประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 0.8) ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี

ตารางที่ 102

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ และสถานภาพสมรส

สถานภาพการสมรส	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. โสด	81	20.3	26	6.5	236	59.0	3	0.8	3	0.8	0	0.0	1	0.3	349	87.3
2. สมรส	37	9.3	7	1.8	2	0.5	1	0.3	1	0.3	0	0.0	1	0.3	48	12.0
3. หย่า/แยกกันอยู่	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5
4. อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 102 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ว่างชีพได้ ส่วนใหญ่จะมีสถานภาพโสด รองลงไปได้ สถานภาพสมรส หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพและสถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 103

แสดงคุณสมบัติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามการอาชีพ และรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. น้อยกว่า 20,000 บาท	71	17.8	11	2.8	235	58.8	1	0.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	318	79.5
2. 20,001 -30,000 บาท	29	7.3	10	2.5	2	0.5	2	0.5	1	0.3	0	0.0	2	0.5	46	11.5
3. 30,001 -40,000 บาท	14	3.5	3	0.8	0	0.0	1	0.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	19	4.8
4. มากกว่า 40,000 บาท	6	1.5	9	2.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	17	4.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 103 แสดงให้เห็นว่าไม่อาชีพใด ส่วนใหญ่จะมีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท รองลงไปคือ รายได้ 20,001 -30,000 บาท หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าอาชีพและรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 104

แสดงแหล่งที่ใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิก การใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

แหล่งที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยไม่เสียค่าสมาชิก	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. บริษัทคอมพิวเตอร์	2	0.5	4	1.0	3	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	2.3
2. ราชการ	37	9.3	3	0.8	3	0.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	44	11.0
3. รัฐวิสาหกิจ	41	10.3	0	0.0	3	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	44	11.0
4. บริษัทให้ใช้ทำงาน	12	3.0	17	4.3	3	0.8	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	34	8.5
5. มหาวิทยาลัย	30	7.5	10	2.5	229	57.3	3	0.8	2	0.5	0	0.0	2	0.5	274	68.5
6. อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	122	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 104 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีแหล่งที่ใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการวิสาหกิจส่วนใหญ่ ของรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 10.3) และ  
หน่วยราชการ (ร้อยละ 9.3) พนักงานบริษัทส่วนใหญ่จะใช้บริษัทให้ใช้ทำงาน (ร้อยละ 4.3) นักศึกษา/นักเรียนส่วนใหญ่จะใช้ของมหาวิทยาลัย/โรงเรียน (ร้อยละ 57.3)

ตารางที่ 105  
แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน จำแนกตามอาชีพ

เวลาที่อินเทอร์เน็ตต่อวัน	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. 0 - 1.0 ชม.	53	13.3	15	3.8	84	21.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	1	0.3	155	38.8
2. 1.1-2.0 ชม.	24	6.0	5	1.3	74	18.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	104	26.0
3. 2.1-3.0 ชม.	17	4.3	6	1.5	47	11.8	1	0.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	72	18.0
4. 3.1 - 6.0 ชม.	20	5.0	3	0.8	27	6.8	0	0.0	3	0.8	0	0.0	1	0.3	54	13.5
5. 6.1 - 9.0 ชม.	1	0.3	4	1.0	3	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	2.0
6. 9.1 - 12.0 ชม.	4	1.0	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	1.5
7. 12.1 - 15.0 ชม.	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	120	30.0	33	8.3	237	59.8	4	1.1	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 105 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ว่าอาชีพใด ส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตวันละไม่เกิน 1.0 ชั่วโมง รองลงมาใช้ 1.1-2.0 ชั่วโมง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพและเวลาในการใช้เน็ตต่อวันไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 106  
แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำนวนตามอาชีพ

บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานก่อสร้าง		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. บจก. ลอกซ์เลย์ (มหาชน)	2	0.0	8	2.0	2	0.5	0	0.0	4	1.0	0	0.0	0	0.0	16	4.0
2. บจก. วัฏจักร (มหาชน)	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5
3. บจก. สามารทเทคโนโลยี (มหาชน)	1	0.0	1	0.3	6	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	9	2.3
4. บจก. แอดวานซ์ รีเสิร์ช (บจก.เอเน็ท)	2	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5
5. บจก. เดอะ เอ็ม กรุ๊ป	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
6. บจก. ศูนย์บริการวิทยุการอินเทอร์เน็ต (เคเอสซี คอมเมอร์เชียล อินเทอร์เน็ต) - อิมเทล	6	0.0	1	0.3	7	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	14	3.5
7. เนคเทค (บจก. อินเทอร์เน็ตประเทศไทย)	102	2.0	19	4.8	233	58.3	3	0.5	2	0.5	0	0.0	2	0.5	359	89.8
8. บจก. เทคโนโลยีลิงค์ (บจก.เอเซียอินโฟร์เน็ต)	3	0.0	9	2.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	14	3.5
9. บจก. เดอะ ไอเดีย	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
10. บจก. ดาต้าแมท (บจก. ดาต้า ลายไทย)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
11. บจก. ยูคอม (บจก.เว็อร์ลด์เน็ต แอนด์ เซอร์วิส)	18	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	18	4.5

ตารางที่ 106 (ต่อ)  
แสดงบริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

บริษัทที่ให้บริการสมาชิกอินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
12. บจก. ตะวัน ฟาร์อีสต์ เทเลคอม (บจก. ฟาร์อีสต์ อีเตอร์เน็ต ประเทศไทย)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
13. บจก. สยาม ทรี แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น (บจก. สยาม โกลบอล แอคเซส)	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
14. บจก. ชำมะนันท์ กรุ๊ป	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
15. บจก. ซี.เอส. คอมมิวนิเคชั่น จก.	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
16. บจก. คอมพิวเตอร์ ไมโครซิสเต็มส์ (บจก. เบลต้า อินเทอร์เน็ต)	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตาราง 106 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตแต่ละอาชีพใช้บริการของบริษัทอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ส่วนใหญ่ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 25.5) พนักงานบริษัท (ร้อยละ 4.8) นักศึกษา/นักเรียน (ร้อยละ 58.3) ใช้ของนอกเขต รองลงมาข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจใช้ของ หจก. ยูคอม (ร้อยละ 4.5) พนักงานบริษัทใช้ของ บจก. เอเชียอินเทอร์เน็ต นักศึกษา/นักเรียนใช้ของเคเอสซี คอมเมอริเชี่ยล อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 107  
แสดงช่วงเวลาในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานก่อสร้าง		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
A วันจันทร์ - วันศุกร์	118	30.2	33	8.4	232	59.3	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	391	100.0
1. เช้า ( 05.00 - 12.00 )	59	54.1	10	9.2	38	34.6	1	0.9	2	1.8	0	0.0	1	0.9	109	100.0
2. บ่าย ( 12.01 - 19.00 )	72	31.3	20	8.7	133	57.8	2	0.9	2	0.9	0	0.0	1	0.4	230	100.0
3. กลางคืน ( 19.01 - 05.00 )	27	22.1	12	9.8	80	65.6	1	0.8	0	0.0	0	0.0	2	1.6	122	100.0
B วันเสาร์ - วันอาทิตย์	61	23.5	24	9.2	166	63.8	3	1.2	4	1.5	0	0.0	2	0.8	260	100.0
1. เช้า ( 05.00 - 12.00 )	24	36.4	6	9.1	33	50.0	0	0.0	2	3.0	0	0.0	1	1.5	66	100.0
2. บ่าย ( 12.01 - 19.00 )	24	23.3	7	6.8	67	65.0	2	1.9	2	1.9	0	0.0	1	1.0	103	100.0
3. กลางคืน ( 19.01 - 05.00 )	29	21.6	14	10.4	88	65.7	1	0.7	0	0.0	0	0.0	2	1.5	134	100.0

จากตารางที่ 107 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตและวันแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่ใช้ในเช้า (05.00-12.00) วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ร้อยละ 54.1) รองลงมาใช้วันเสาร์-วันอาทิตย์ ช่วงเช้า (ร้อยละ 36.4) พนักงานบริษัทส่วนใหญ่ใช้กลางวัน (19.01-05.00) วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ร้อยละ 9.8) รองลงมาใช้ช่วงเช้าวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (ร้อยละ 9.2) นักศึกษา/นักเรียนส่วนใหญ่ใช้ ช่วงกลางวันศุกร์ (ร้อยละ 65.6) รองลงมาใช้ช่วงบ่าย วันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ (ร้อยละ 65.0)



## 5.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามอาชีพ

DRPU

ตารางที่ 108  
 แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพ

ความบ่อยในการใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ทุกวัน	43	10.8	12	3.0	50	12.5	1	0.3	4	1.0	0	0.0	1	0.3	110	27.5
2. 5-6 วัน ต่อสัปดาห์	16	4.0	5	1.3	44	11.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	66	16.5
3. 4-5 วัน ต่อสัปดาห์	14	3.5	5	1.3	41	10.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	60	15.0
4. 3-4 วัน ต่อสัปดาห์	23	5.8	7	1.8	49	12.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	80	20.0
5. 1-2 วัน ต่อสัปดาห์	20	5.0	4	1.0	43	10.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	67	16.8
6. ไม่ค่อยได้ใช้	4	1.0	0	0.0	12	3.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	17	4.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 108 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน รองลงมาใช้ 3-4 วันต่อสัปดาห์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพและความบ่อยครั้งในการใช้อินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 109

แสดงความรูของผู้ใช้ที่มีต่อวิธีการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

ความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		งานอิสระ		อื่น ๆ		รวม			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
															จำนวน	%
1. มาก	33	8.3	10	2.5	20	5.0	1	0.3	1	0.3	0	0.0	1	0.3	66	16.5
2. ปานกลาง	53	13.3	15	3.8	85	21.3	1	0.3	3	0.8	0	0.0	1	0.3	158	39.5
3. น้อย	31	7.8	7	1.8	107	26.8	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	145	36.3
4. น้อยมาก	3	0.8	1	0.3	27	6.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	31	7.8
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 109 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่อาชีพใด มีความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ส่วนใหญ่ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท คิดว่าได้รับความรู้จากการใช้อินเทอร์เน็ตปานกลาง (ร้อยละ 13.3, 13.8) รองลงมาข้าราชการ และพนักงานบริษัท คิดว่าได้รับความรู้มาก (ร้อยละ 8.3, 2.5) นักศึกษาและนักเรียน และผู้ประกอบการส่วนตัว ส่วนมากคิดว่าความรู้ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตเล็กน้อย รองมาคือระดับปานกลาง (ร้อยละ 21.3, 0.3)

ตารางที่ 110  
แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ในอันดับแรก จำแนกตามอาชีพ

การใช้อินเทอร์เน็ตในการใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานก่อสร้าง		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวิลด์ไวด์เว็บ	92	23.0	31	7.8	132	33.0	2	0.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	259	64.8
2. อี - เมล์	31	7.8	9	2.3	69	17.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	2	0.5	111	27.8
3. กลุ่มข่าว	3	0.8	1	0.3	3	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	7	1.8
4. ไออาร์ซี	0	0.0	2	0.5	6	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	2.0
5. เทลเน็ต	5	1.3	0	0.0	55	13.8	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	62	15.5
6. เอฟทีพี	5	1.3	2	0.5	12	3.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	19	4.8
7. โทเฟอร์	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
8. อื่น ๆ	1	0.3	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 110 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ว่าอาชีพใด มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้เวิลด์ไวด์เว็บ บ่อยที่สุด รองลงมาใช้อี-เมล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพและการใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 111  
แสดงประเภทของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดเป็นอันดับที่สอง จำแนกตามอาชีพ

การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นอันดับสอง ในการใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวิร์ลไวด์เว็บ	25	6.3	2	0.5	76	19.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	2	0.5	105	26.3
2. อี-เมล	66	16.5	22	5.5	84	21.0	1	0.3	3	0.8	0	0.0	0	0.0	175	43.8
3. กลุ่มข่าว	6	1.5	1	0.3	7	1.8	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	15	3.8
4. ไออาร์ซี	1	0.3	1	0.3	13	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	15	3.8
5. เทลเน็ต	17	4.3	4	1.0	49	12.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	71	17.8
6. เอฟทีพี	22	5.5	6	1.5	22	5.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	50	12.5
7. โทเฟอร์	5	1.3	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	7	1.8
8. อื่น ๆ	0	0.0	2	0.5	10	2.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	13	3.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 111 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ใช้อินเทอร์เน็ต มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด เป็นอันดับ 2 ส่วนใหญ่ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้อี-เมล เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 16.5) และใช้เวิลด์ไวด์เว็บ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 6.3) แต่ผู้ทำงานสื่อสารใช้ อี-เมล เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 0.8) และกลุ่มข่าว เป็นอันดับ (ร้อยละ 0.3) พนักงานบริษัทใช้เอฟทีพี เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 1.5) นักศึกษา/นักเรียนใช้เวิลด์ไวด์เว็บ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 19.0)

### 5.3 การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามอาชีพ

DRPU

ตารางที่ 112

แสดงเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เป็นส่วนหนึ่งในการทำงาน	57	14.3	17	4.3	50	12.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	124	31.0
2. รับข้อมูลข่าวสาร	85	21.3	24	6.0	130	32.5	3	0.8	1	0.3	0	0.0	1	0.3	244	61.0
3. เพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ต	38	9.5	18	4.5	98	24.5	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	156	39.0
4. เป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่	58	14.5	14	3.5	87	21.8	0	0.0	2	0.5	0	0.0	1	0.3	161	40.3
5. เป็นแหล่งรายได้ที่ดี	14	3.5	5	1.3	13	3.3	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	33	8.3
6. เพื่อสนองความต้องการส่วนตัว	20	5.0	7	1.8	90	22.5	2	0.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	120	30.0
7. เพื่อเฝ้าติดตามสมัย	7	1.8	0	0.0	39	9.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	46	11.5
8. อื่น ๆ	3	0.8	0	0.0	13	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	16	4.0
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 112 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ใช่ว่าอาชีพใด มีเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ต แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท นักศึกษา ส่วนใหญ่ใช้เพื่อรับข้อมูลข่าวสารเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 21.3, 6.0, 32.5) รองลงมาข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับเทคโนโลยีใหม่ (ร้อยละ 14.5) พนักงานบริษัทใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 4.5, 24.5)

ตารางที่ 113  
แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. วิจัย	27	6.8	8	2.0	36	9.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	72	18.0
2. บันทึกลง	36	9.0	14	3.5	129	32.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	181	45.3
3. ติดต่อสื่อสารส่วนบุคคล	35	8.8	8	2.0	76	19.0	2	0.5	2	0.5	0	0.0	1	0.3	122	30.5
4. ธุรกิจสื่อสาร	15	3.8	6	1.5	7	1.8	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	29	7.3
5. ธุรกิจ/การตลาด	8	2.0	7	1.8	2	0.5	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	18	4.5
6. การศึกษา	47	11.8	13	3.3	90	22.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	152	38.0
7. อื่น ๆ	5	1.3	1	0.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	2.0
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 113 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ใช่ว่าอาชีพใด มีเหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท และนักศึกษา ใช้เพื่อความบันเทิง (ร้อยละ 9.0, 3.5, 32.3) รองลงมา ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้เพื่อติดต่อสื่อสารส่วนบุคคล (ร้อยละ 8.8) พนักงานบริษัท และนักศึกษาหรือนักเรียน ใช้เพื่อการศึกษา (ร้อยละ 3.3, 22.5)



ตารางที่ 114

แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดสำหรับการใช้ จำนวนตามอาชีพ (ลำดับแรก)

ลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ขนาดของเครือข่าย	23	5.8	10	2.5	46	11.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	80	20.0
2. คุณภาพข้อมูลข่าวสาร	49	12.3	13	3.3	74	18.5	0	0.0	2	0.5	0	0.0	1	0.3	138	34.5
3. วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก	28	7.0	9	2.3	61	15.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	98	24.5
4. ขอบเขตของเรื่องราวที่ลูกค้าจะประยุกต์ใช้ได้	3	0.8	2	0.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	7	1.8
5. ไม่ต้องมีกฎระเบียบมาก	3	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	0.8
6. ความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร	26	6.5	7	1.8	52	13.0	2	0.5	3	0.8	0	0.0	0	0.0	89	22.3
7. ราคาต่ำสุดในการใช้	10	2.5	2	0.5	19	4.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	1	0.3	32	8.0
8. อื่น ๆ	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 114 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ใช้อาชีพใด คิดว่าลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท นักศึกษาและนักเรียนคิดว่าคุณภาพของข้อมูลข่าวสารมากที่สุดเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 12.3, 3.3, 18.5) สำหรับข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ นักศึกษาและนักเรียนคิดว่าวัฒนธรรมหลากหลายทั่วโลก เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 7.0, 15.3) สำหรับพนักงานบริษัท คิดว่าขนาดของเครือข่ายเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.5)

ตารางที่ 115

แสดงลักษณะอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุด (อันดับสอง) สำหรับการใช้ จำแนกตามอาชีพ

ลักษณะที่ดีที่สุดเป็นอันดับสอง ของอินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ขนาดของเครือข่าย	30	7.5	12	3.0	31	7.8	1	0.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	76	19.0
2. คุณภาพข้อมูลข่าวสาร	32	8.0	5	1.3	76	19.0	2	0.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	117	29.3
3. วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลก	27	6.8	7	1.8	67	16.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	100	25.0
4. ขอบเขตของเรื่องราวที่ลูกค้าจะประยุกต์ใช้ได้	6	1.5	1	0.3	13	3.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	21	5.3
5. ไม่ต้องมีกฎระเบียบมาก	2	0.5	1	0.3	3	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	1.5
6. ความเร็วและประสิทธิภาพของการสื่อสาร	15	3.8	4	1.0	42	10.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	62	15.5
7. ราคาต่ำวงในกาไรใช้	15	3.8	3	0.8	12	3.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	30	7.5
8. อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 115 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ว่าอาชีพใด คิดว่าลักษณะที่ดีที่สุดเป็นอันดับสองของอินเทอร์เน็ต แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ นักศึกษาและนักเรียน คิดว่าคุณภาพข้อมูลข่าวสาร เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 8.0, 19.0) พนักงานบริษัท คิดว่าขนาดของเครือข่ายเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 3.0) ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจคิดว่าขนาดของเครือข่าย (ร้อยละ 7.5) นักศึกษาและนักเรียน พนักงานบริษัท คิดว่าวัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลกเป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 16.8, 1.8)

ตารางที่ 116  
แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เขียน/สร้าง เว็บไซต์	29	7.3	3	0.8	45	11.3	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	76	19.0
2. มีเว็บไซต์ส่วนตัว	24	6.0	6	1.5	88	22.0	1	0.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	119	29.8
3. การส่งเสริมการขายของธุรกิจ	14	3.5	3	0.8	9	2.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	1	0.3	28	7.0
4. ถอดรหัสภาพระบบสองในกลุ่มข่าว	2	0.5	0	0.0	4	1.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	6	1.5
5. เปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ	18	4.5	9	2.3	51	12.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	79	19.8
6. รับ/ส่ง วีดีโอ	4	1.0	3	0.8	13	3.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	21	5.3
7. พัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์	27	6.8	5	1.3	46	11.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	78	19.5
8. ใช้งานอินเทอร์เน็ต	16	4.0	5	1.3	34	8.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	57	14.3
9. ประสานงานกับกลุ่มข่าว	3	0.8	0	0.0	20	5.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	24	6.0
10. อื่น ๆ	6	1.5	5	1.3	7	1.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	20	5.0
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 116 แสดงให้เห็นว่าไม่ใช่อาชีพใด ๆ ใช้อินเทอร์เน็ตมีวัตถุประสงค์ในการใช้แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้เขียนและสร้างเว็บไซต์ส่วนตัวมากที่สุด เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 7.3) ใช้พัฒนาซอฟต์แวร์และการประยุกต์ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 6.8) พนักงานบริษัท ใช้เพื่อเปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ มากที่สุด เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 2.3) เพื่อมีเว็บไซต์ส่วนตัว เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 22.0) เพื่อเปิดรับ/ถอดรหัสภาพเกี่ยวกับทางเพศ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 12.8)

ตารางที่ 117

แสดงลักษณะการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ต	23	5.8	7	1.8	48	12.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5	80	20.0
2. ลงทะเบียนใช้โปรแกรมร่วม	21	5.3	3	0.8	29	7.3	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	54	13.5
3. ใช้โปรแกรมร่วมโดยไม่ลงทะเบียน	40	10.0	12	3.0	70	17.5	1	0.3	1	0.3	0	0.0	1	0.3	125	31.3
4. ซื่อสัตย์ที่โฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	10	2.5	1	0.3	8	2.0	0	0.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	21	5.3
5. ซื่อสัตย์ค่าทางอินเทอร์เน็ต	6	1.5	0	0.0	11	2.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	1	0.3	18	4.5
6. ดูกิจกรรมผิดกฎหมายที่เสนอ/ส่งเสริมทางอินเทอร์เน็ต	8	2.0	2	0.5	9	2.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	20	5.0
7. นัดพบคนที่รู้จักทางอินเทอร์เน็ต	4	1.0	3	0.8	30	7.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	38	9.5
8. เปิดรับรายการเตือน	19	4.8	7	1.8	54	13.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	80	20.0
9. พยายามขโมยข้อมูลในระบบอื่น	1	0.3	0	0.0	5	1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	1.5
10. อื่น ๆ	9	2.3	5	1.3	28	7.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	1	0.3	44	11.0
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 117 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีเหตุผลในการใช้แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท นักศึกษาและนักเรียนส่วนใหญ่ใช้เพื่อสามารถที่ใช้โปรแกรมร่วมโดยไม่ลงทะเบียน (ร้อยละ 10.0, 3.0, 17.5) ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้เพื่อรับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาในอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 5.8) พนักงานบริษัท ใช้เพื่อรับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาในอินเทอร์เน็ต และเปิดรับรายการเตือน เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 1.8) เท่ากัน นักศึกษาและนักเรียน ใช้เพื่อเปิดรับรายการเตือน (ร้อยละ 13.5)

#### 5.4 ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต วิเคราะห์ตามอาชีพ

DRPU

ตารางที่ 118

แสดงความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		งานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ไม่เพียงพอสำหรับการทำงาน	32	8.0	10	2.5	48	12.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	90	22.5
2. เพียงพอสำหรับทำงาน	52	13.0	13	3.3	89	22.3	2	0.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	158	39.5
3. ไม่แน่ใจ	36	9.0	10	2.5	102	25.5	2	0.5	1	0.3	0	0.0	1	0.3	152	38.0
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 118 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ใช่ว่าอาชีพใด ส่วนใหญ่คิดว่าความรู้ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เพียงพอสำหรับทำงาน รองลงมา ไม่แน่ใจ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพและความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 119

แสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต จำนวนตามอาชีพ

เหตุผลที่ใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		งานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. แคร่ไว้เท่านั้น	65	16.3	18	4.5	149	37.3	3	0.8	0	0.0	0	0.0	1	0.3	234	58.5
2. เพื่อหางานใหม่	12	3.0	0	0.0	16	4.0	0	0.0	4	1.0	0	0.0	0	0.0	32	8.0
3. เพื่อใช้ในการทำงาน	61	15.3	18	4.5	85	21.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	165	41.3
4. อื่น ๆ	1	0.3	1	0.3	17	4.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	20	5.0
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 119 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ใช้อาชีพใด คิดว่าภายหลังข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต คิดว่าแคร่ไว้เท่านั้น รองลงมา เพื่อใช้ในการทำงาน หรือ กล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพและการใช้ประโยชน์ภายหลังข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 120

แสดงความสนใจมากที่สุด ต่อประเภทโปรแกรมที่มีอินเทอร์เน็ต จำนวนตามอาชีพ

ความสนใจมากที่สุด ในการใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เวิลด์ไวด์เว็บ	100	25.0	28	7.0	199	49.8	3	0.8	2	0.5	0	0.0	2	0.5	333	83.3
2. อี - บล	23	5.8	5	1.3	49	12.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	2	0.5	79	19.8
3. กลุ่มข่าว	6	1.5	1	0.3	8	2.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	16	4.0
4. ไออาร์ซี	2	0.5	0	0.0	14	3.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	16	4.0
5. เทลเน็ต	5	1.3	2	0.5	27	6.8	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	35	8.8
6. เอฟทีพี	8	2.0	0	0.0	15	3.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	24	6.0
7. โทเฟอร์	1	0.3	0	0.0	5	1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.3	7	1.8
8. อื่น ๆ	1	0.3	1	0.3	5	1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	7	1.8
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 120 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่อาชีพใด มีความสนใจใช้เวิลด์ไวด์เว็บมากที่สุด รองลงมาใช้ อี-เมล หรือกล่าวยืนยันว่า อาชีพและความสนใจมากที่สุดในการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 121

แสดงการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนตามอาชีพ  
และความคิดเห็นว่ามีความจำเป็นที่ต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย

ความคิดเห็นว่ามีความจำเป็นที่ต้องมี อินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ครรมี	111	27.8	29	7.3	218	54.5	3	0.8	1	0.3	0	0.0	1	0.3	361	90.3
2. ไม่ครมี	5	1.3	3	0.8	5	1.3	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	14	3.5
3. ไม่มีครมคิดเห็น	4	1.0	1	0.3	16	4.0	1	0.3	2	0.5	0	0.0	1	0.3	25	6.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 121 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ว่าอาชีพใด มีความคิดว่า มีความจำเป็นที่ต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการ และ  
พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท นักศึกษาและนักเรียน คิดว่าควรมีมากที่สุดเป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 27.8, 7.3, 54.5) ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดว่าไม่ครมี เป็นอันดับ 2  
(ร้อยละ 1.3, 0.8) นักศึกษา (ร้อยละ 1.3, 0.8) นักศึกษาและนักเรียน ไม่มีครมคิดเห็น เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 4.0)

ตารางที่ 122

แสดงความคิดเห็นต่อการที่ทำงานทุกแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นจากการทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. รู้สึกเสียใจที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตตามศักยภาพ	33	8.3	13	3.3	48	12.0	1	0.3	2	0.5	0	0.0	2	0.5	99	24.8
2. คิดว่าเงินที่เสียไปในการใช้อินเทอร์เน็ต น่าจะใช่ประโยชน์ได้มากกว่าสำหรับ การใช้อุปกรณ์อื่น	18	4.5	2	0.5	29	7.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	49	12.3
3. คิดว่าเหมาะสมแล้วเพราะหมายถึงประเทศไทย เป็นประเทศที่พัฒนาที่เทียบกับต่างประเทศ	62	15.5	19	4.8	157	39.3	3	0.8	2	0.5	0	0.0	0	0.0	241	60.3
4. รู้สึกว่าคุ้มค่าเงินในการใช้อินเทอร์เน็ต	11	2.8	1	0.3	12	3.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	24	6.0
	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 122 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ใช้อินเทอร์เน็ต คิดว่าการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ ส่วนใหญ่คิดว่าเหมาะสมแล้ว เพราะหมายถึงประเทศไทย เป็นประเทศที่พัฒนาที่เทียบกับต่างประเทศ รองลงมา รู้สึกเสียใจที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตเต็มตามศักยภาพ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าอาชีพ และความคิดเห็นจากการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 123

แสดงความคิดเห็นว่าถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นว่า ถ้าที่ทำงานทุกแห่ง ไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		งานก่อสร้าง		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ควรเชื่อมต่อกับมหาวิทยาลัย	11	2.8	6	1.5	46	11.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	1	0.3	65	16.3
2. ควรมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อ ระหว่างมหาวิทยาลัย	21	5.3	9	2.3	83	20.8	0	0.0	4	1.0	0	0.0	1	0.3	117	29.3
3. การเชื่อมต่อกับประเทศ	51	12.8	8	2.0	79	19.8	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	138	34.5
4. ควรเข้าจากบริษัทอินเทอร์เน็ต	39	9.8	10	2.5	33	8.3	1	0.3	2	0.5	0	0.0	0	0.0	84	21.0
5. อื่น ๆ	3	0.8	0	0.0	5	1.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	2.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 123 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่อาจทำได้ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกรณีที่ทำงานหลายแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ แตกต่างกันไปเล็กน้อย ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดว่าควรเชื่อมต่อกับประเทศ เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 12.8) ควรเข้าจากบริษัทอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 9.8) พนักงานบริษัท คิดว่าควรเข้าจาก บริษัทอินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 2.5) ควรมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต เพื่อเชื่อมต่อระหว่างมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 2.3) นักศึกษาและนักเรียน คิดว่าควรมีศูนย์บริการอินเทอร์เน็ต เพื่อเชื่อมต่อ ระหว่างมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 20.8) เป็นอันดับ 1 ควรเชื่อมต่อกับประเทศ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 19.8)

ตารางที่ 124

แสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับกรใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานตนเองในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกรใช้อินเทอร์เน็ต อยู่ในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้	44	11.0	9	2.3	105	26.3	1	0.3	1	0.3	0	0.0	1	0.3	160	40.0
2. ไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่จะเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต	32	8.0	8	2.0	70	17.5	2	0.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	113	28.3
3. เหมาะสมแล้ว	42	10.5	13	3.3	62	15.5	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	119	29.8
4. อื่น ๆ	2	0.5	3	0.8	2	0.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	8	2.0
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 124 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ว่าอาชีพใด มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต ในที่ทำงานตนเองในปัจจุบัน คิดว่าแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ นักศึกษาและนักเรียน คิดว่าการใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้ เป็นอันดับ 1 (ร้อยละ 11.0, 26.3) ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดว่าเหมาะสมแล้ว เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 10.6) นักศึกษาและนักเรียนคิดว่าไม่มีอุปกรณ์เพียงพอที่จะเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 17.5) พนักงานบริษัท คิดว่าเหมาะสมแล้ว (ร้อยละ 3.3) เป็นอันดับ 1 คิดว่า ควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้ เป็นอันดับ 2 (ร้อยละ 2.3)

ตารางที่ 125  
แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	14	3.5	5	1.3	15	3.8	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	35	8.8
2. พอใจ	71	17.8	17	4.3	91	22.8	1	0.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	179	44.8
3. ไม่แน่ใจ	24	6.0	5	1.3	75	18.8	3	0.8	2	0.5	0	0.0	0	0.0	109	27.3
4. ไม่พอใจ	10	2.5	6	1.5	53	13.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.5	71	17.8
5. ไม่พอใจมาก	1	0.3	0	0.0	5	1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	1.5
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 125 แสดงให้เห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตไม่ว่าอาชีพใด มีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต รองลงมาไม่แน่ใจ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพและระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 126

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการจำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการอินเทอร์เน็ต	อาชีพ																	
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
1. พอใจมาก	8	2.0	7	1.8	6	1.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	21	5.3
2. พอใจ	44	11.0	8	2.0	59	14.8	2	0.5	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	114	28.5
3. ไม่แน่ใจ	38	9.5	10	2.5	112	28.0	2	0.5	0	0.0	0	0.0	1	0.3	1	0.3	162	40.5
4. ไม่พอใจ	24	6.0	8	2.0	53	13.3	0	0.0	2	0.5	0	0.0	1	0.3	1	0.3	88	22.0
5. ไม่พอใจมาก	6	1.5	0	0.0	9	2.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	15	3.8
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 126 แสดงให้เห็นการใช้อินเทอร์เน็ต ไม่ว่าอาชีพใด แสดงความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 11.0) รองลงมาไม่แน่ใจ (ร้อยละ 9.5) พนักงานบริษัท นักศึกษาและนักเรียน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 2.5, 28.0) รองลงมา นักศึกษา และนักเรียน พอใจ (ร้อยละ 14.8) พนักงานบริษัท พอใจและไม่พอใจ (ร้อยละ 2.0) เท่ากัน

ตารางที่ 127

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร จำนวนตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานสื่อสาร		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	9	2.3	6	1.5	11	2.8	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	27	6.8
2. พอใจ	53	13.3	10	2.5	82	20.5	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	145	36.3
3. ไม่แน่ใจ	35	8.8	10	2.5	83	20.8	2	0.5	0	0.0	0	0.0	1	0.3	131	32.8
4. ไม่พอใจ	21	5.3	5	1.3	55	13.8	2	0.5	1	0.3	0	0.0	1	0.3	84	21.0
5. ไม่พอใจมาก	2	0.5	2	0.5	8	2.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	13	3.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 127 แสดงให้เห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร แตกต่างกับบ้างเล็กน้อย ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 13.3) รองลงมาไม่แน่ใจ (ร้อยละ 8.8) พนักงานบริษัท พอใจและไม่แน่ใจ (ร้อยละ 2.5) เท่ากัน นักศึกษาและนักเรียนส่วนใหญ่ไม่พอใจ (ร้อยละ 20.8) รองลงมาพอใจ (ร้อยละ 20.5)

ตารางที่ 128

แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		งานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	9	2.3	7	1.8	10	2.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	25	6.3
2. พอใจ	47	11.8	17	4.3	76	19.0	4	1.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	144	36.0
3. ไม่แน่ใจ	38	9.5	3	0.8	94	23.5	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	136	34.0
4. ไม่พอใจ	21	5.3	4	1.0	51	12.8	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	78	19.5
5. ไม่พอใจมาก	5	1.3	2	0.5	8	2.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	17	4.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	1.0	400	100.0

จากตารางที่ 128 แสดงให้เห็นว่าการใช้อินเทอร์เน็ตไม่ชาวอาชีพใด มีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างเล็กน้อย ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 11.8) รองลงมาไม่พอใจ (ร้อยละ 9.5) พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 4.3) รองลงมาพอใจมาก (ร้อยละ 1.8) นักศึกษา และนักเรียน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ (ร้อยละ 23.5) รองลงมาพอใจ (ร้อยละ 19.0)



ตารางที่ 129  
แสดงความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับราคาค่าวงดในการใช้ จำนวนตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับราคาค่าวงดในการใช้	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานก่อสร้าง		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. พอใจมาก	39	9.8	12	3.0	84	21.0	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	137	34.3
2. พอใจ	47	11.8	7	1.8	84	21.0	2	0.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	140	35.0
3. ไม่แน่ใจ	19	4.8	7	1.8	27	6.8	1	0.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	55	13.8
4. ไม่พอใจ	6	1.5	6	1.5	22	5.5	0	0.0	1	0.3	0	0.0	1	0.3	35	8.8
5. ไม่พอใจมาก	9	2.3	1	0.3	22	5.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	33	8.3
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 129 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่พอใจใด มีความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับค่าวงดในการใช้ แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ข้าราชการ และ พนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่พอใจ (ร้อยละ 11.8) รองลงมาพอใจมาก (ร้อยละ 9.8) พนักงานบริษัท ส่วนใหญ่พอใจมาก (ร้อยละ 3.0) รองลงมาพอใจและไม่แน่ใจ (ร้อยละ 1.8) เท่ากัน นักศึกษาและนักเรียน ส่วนใหญ่พอใจและพอใจมาก (ร้อยละ 21.0) เท่ากัน

ตารางที่ 130

แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตครั้งต่อไป เมื่อต้องการค้นหาข้อมูล จำแนกตามอาชีพ

ในครั้งต่อไปเมื่อท่านต้องการ หาข้อมูลข่าวสาร	อาชีพ															
	ข้าราชการและ พนักงานรัฐวิสาหกิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว		ทำงานอิสระ		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ใช้อินเทอร์เน็ต	110	27.5	26	6.5	175	43.8	2	0.5	3	0.8	0	0.0	2	0.5	317	79.3
2. ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต	3	0.8	3	0.8	5	1.3	0	0.0	1	0.3	0	0.0	0	0.0	12	3.0
3. ไม่แน่ใจ	7	1.8	4	1.0	59	14.8	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	71	17.8
รวม	12	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	1.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 130 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ว่าอาชีพใด ส่วนใหญ่ตอบว่าในครั้งต่อไปเมื่อต้องการหาข้อมูลข่าวสาร จะใช้อินเทอร์เน็ต รองลงมาตอบว่าไม่แน่ใจ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพและความคิดในการที่จะใช้อินเทอร์เน็ต เมื่อต้องการหาข้อมูลข่าวสารในครั้งต่อไป ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 131

แสดงการจะแนะนำให้ใช้ เมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการหาข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามอาชีพ

เมื่อญาติ เพื่อนและบุคคลอื่นต้องการหาข้อมูลข่าวสาร คิดว่าจะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต	อาชีพ															
	ข้าราชการและพนักงานรัฐสภากิจ		พนักงานบริษัท		นักศึกษา		ประกอบธุรกิจส่วนตัว		ทำงานก่อสร้าง		เกษตรกร		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. แนะนำ	106	26.5	29	7.3	188	47.0	2	0.5	4	1.0	0	0.0	2	0.5	329	82.3
2. ไม่แนะนำ	6	1.5	1	0.3	5	1.3	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	13	33.0
3. ไม่แน่ใจ	8	2.0	3	0.8	46	11.5	1	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	58	14.5
รวม	120	30.0	33	8.3	239	59.8	4	1.0	4	0.0	0	0.0	2	0.5	400	100.0

จากตารางที่ 131 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ใช้อาชีพใด ส่วนใหญ่คิดว่าจะแนะนำให้ญาติ เพื่อนและบุคคลอื่น ที่ต้องการหาข้อมูลข่าวสาร ใช้อินเทอร์เน็ต รองลงมาไม่แน่ใจว่าจะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อาชีพ และความคิดที่จะแนะนำให้ญาติ เพื่อนและบุคคลอื่น ที่ต้องการหาข้อมูลข่าวสาร ใช้อินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

## สรุป

จากการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้ พอจะสรุปได้ว่า พฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้บริการโดยไม่เสียค่าสมาชิกคือจะใช้ที่มหาวิทยาลัยหรือโรงเรียน โดยอาจเสียเงินตอนลงทะเบียนและส่วนใหญ่ใช้ต่ำกว่าวันละ 1.0 ชั่วโมง โดยใช้บริการของเนตเทคเป็นหลัก ส่วนใหญ่นิยมใช้ระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์ช่วงบ่าย (12.01-19.00 น.) และใช้ทุกวัน ผู้ใช้มีความรู้วิธีการใช้อินเทอร์เน็ตระดับปานกลาง ใช้เว็ลต์ไวต์เว็บมากที่สุดในระดับแรก และใช้กลุ่มข่าวในระดับสอง ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้เพื่อรับข้อมูลข่าวสารและใช้เพื่อความบันเทิง รองลงมาคือการศึกษาวิจัย มีวัตถุประสงค์ต้องการมีเว็บเพจส่วนตัว

ในการศึกษาวิเคราะห์ถึงการใช้ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต ได้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ใช้โปรแกรมรวมแบบไม่ลงทะเบียน รองลงไปรับผิดชอบผู้อื่นที่เข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตและเปิดรับรายการเดือน เรื่องความรู้ที่ได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ได้รับความรู้เพียงพอในการทำงาน และเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารนั้นแล้ว ใช้ความรู้ที่เพียงพอเพื่อระดับตัวเองมากกว่าจะนำไปใช้งาน และใช้เว็ลต์ไวต์เว็บเป็นหลัก

เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ได้พบว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับแรก) ก็คือคุณภาพของข้อมูลข่าวสาร และจำเป็นต้องมีอินเทอร์เน็ตในทุกมหาวิทยาลัย และจากการที่ทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ คิดว่าเหมาะสมแล้ว เพราะหมายถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาทัดเทียมกับต่างประเทศ แต่ถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ คิดว่าควรเชื่อมต่อกับเนตเทค ความคิดเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในทำงานของตนเองในปัจจุบัน คิดว่าควรใช้ได้ดีกว่านี้ และพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าจะไม่แน่ใจเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการแต่ก็พอใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร การค้นหาข้อมูลข่าวสารและราคาค่างวดในการใช้ และในครั้งต่อไปเมื่อต้องการจะ ค้นหาข้อมูลข่าวสารจะใช้อินเทอร์เน็ต และเมื่อญาติ เพื่อน และบุคคลอื่น ต้องการจะหาข้อมูลข่าวสารคิดว่าจะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต

เมื่อวิเคราะห์ตามตัวแปรต่าง ๆ อันได้แก่ เพศ การศึกษา การเสียค่าสมาชิกและอาชีพแล้ว พบว่าไม่มีความแตกต่างกันตามลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้อินเทอร์เน็ต หากจะมีการแตกต่างกันบ้างก็มีเพียงเล็กน้อย

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย และเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องอินเทอร์เน็ต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ คือ ศึกษาวิจัยการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของคนไทย ที่มีต่อนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

โดยการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey study) ที่ได้สอบถามโดยผ่านระบบ E-mail จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นได้พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีจำนวนมากกว่า 1 แสนคน จำแนกได้เป็นสมาชิกส่วนบุคคลและสมาชิกแบบองค์กร

ความเป็นจริงนั้น ได้พบสมาชิกแบบองค์กรโดยเฉพาะสถาบันการศึกษานั้น จะมีผู้ใช้จำนวนมาก (ขึ้นอยู่กับความใหญ่ของสถาบันการศึกษานั้น ๆ) ดังนั้นในการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไม่จำกัดเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา โดยต้องเป็นผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นคนไทย มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต พร้อมทั้งยินดีให้ความร่วมมือในการตอบข้อคำถามด้วย (voluntary)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ และนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลทาง E-mail

เมื่อได้ข้อมูลตอบผ่านกลับมาทาง E-mail ของผู้วิจัยแล้ว ได้นำข้อมูลทั้งหมดเข้าไปวิเคราะห์ข้อมูล ได้มีการเสนอค่าร้อยละ และทำเป็น crosstab เปลี่ยนเทียบค่าตัวแปรอิสระ คือ เพศ การศึกษา อาชีพ และการจ่าย/ไม่จ่ายค่าสมาชิก กับคำถามต่าง ๆ ที่เฉพาะกิจลักษณะการใช้

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งผลงานของการวิเคราะห์พอสรุปได้ดังนี้

1. คุณสมบัติของผู้ตอบกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
3. การใช้ประโยชน์จากการใช้อินเทอร์เน็ต
4. ความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต

## สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. คุณสมบัติของผู้ตอบ

บาท และเป็นชายมากกว่าหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.5 และ 31.8 ตามลำดับ

### 2. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ใช้โดยไม่เสียค่าสมาชิก จากมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียน (ร้อยละ 68.5) รองลงมาเป็นหน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ ใช้เชื่อมต่อกับเนตเทค ร้อยละ 89.8 โดยใช้วันละไม่เกิน 1 ชั่วโมง ในระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ช่วงบ่าย(12.01-19. ก) ร้อยละ 57.5 และรองลงมาคือวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ ช่วงกลางคืน (19.01-05.00) ร้อยละ 33.6 โดยใช้ทุกวัน ร้อยละ 27.5

ในเรื่องเกี่ยวกับความรู้ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีความรู้ในเรื่องอินเทอร์เน็ตปานกลาง ร้อยละ 39.5 ขณะที่ส่วนใหญ่ชายคิดว่ามีความรู้ระดับปานกลาง แต่หญิงคิดว่ามีความรู้น้อย และใช้เวลาดาวน์โหลดมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 55.2 และรองลงมาใช้มากที่สุดเป็นอันดับสอง คือ กลุ่มข่าว ร้อยละ 38.8 โดยใช้เพื่อรับข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 21.1 ต้องการมีเว็บเพจส่วนตัวร้อยละ 23.4 ส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิง ร้อยละ 31.1

### 3. การใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้อินเทอร์เน็ตตอบว่า ความรู้ที่ได้จากการใช้อินเทอร์เน็ตเพียงพอในการทำงาน ร้อยละ 39.5 ไม่แน่ใจ ร้อยละ 38.0 โดยที่ชายตอบว่า เพียงพอในการทำงาน มากที่สุด ร้อยละ 28.3 ส่วนหญิงตอบว่าไม่แน่ใจมากที่สุด ร้อยละ 16.8 การใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินเทอร์เน็ต เพียงเพื่อไว้ประดับความรู้มากที่สุด ร้อยละ 51.9 รองลงมาเพื่อใช้ในการทำงาน ทั้งชายและหญิงตอบเหมือนกัน

เกี่ยวกับความสนใจมากที่สุดต่อประเภทโปรแกรมที่มีในอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่สนใจใช้เวลาดาวน์โหลด ร้อยละ 64.4 และลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต(ลำดับแรก) คือคุณภาพของข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 34.5 ชายและหญิงตอบเหมือนกัน ส่วนลักษณะที่ดีที่สุดของอินเทอร์เน็ต (ลำดับสอง) สำหรับการ ใช้ ชายตอบว่า คุณภาพข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 19.3 แต่หญิงตอบว่า วัฒนธรรมหลากหลาย/ทั่วโลกมากที่สุด ร้อยละ 13.3

#### 4. ความพึงพอใจของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทุกมหาวิทยาลัย ควรมีอินเทอร์เน็ตใช้ ร้อยละ 90.3 และคิดว่าการทำงานหลายแห่งมีอินเทอร์เน็ตใช้ส่วนใหญ่คิดว่าเป็นการเหมาะสมแล้ว เพราะหมายถึงประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาทัดเทียมกับต่างประเทศ ร้อยละ 58.4 และถ้าที่ทำงานทุกแห่งไม่สามารถมีอินเทอร์เน็ตใช้ได้ ส่วนใหญ่คิดว่าควรเชื่อมต่อกับเนตเทค ร้อยละ 33.4

สำหรับความคิดในการใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงานที่ตนเองทำอยู่ในปัจจุบัน คิดว่าควรใช้อินเทอร์เน็ตได้ดีกว่านี้ ร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจ ร้อยละ 44.8

อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้พึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 44.8 ถึงแม้ว่าจะไม่แน่ใจเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ ร้อยละ 40.5 แต่ก็พอใจเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 36.3 การค้นหาข้อมูลข่าวสาร ร้อยละ 36.0 และราคาค่างวดในการใช้ร้อยละ 35.0 ถ้าหากต้องการจะค้นหาข้อมูลข่าวสารในครั้งต่อไปส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 79.0 และเมื่อญาติหรือเพื่อนและบุคคลอื่น ต้องการข้อมูลข่าวสาร จะแนะนำให้ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 82.3

#### อภิปรายการวิจัย

อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก มีระบบการสื่อสารที่ไร้พรมแดนไม่มีขอบเขตจำกัด มีอัตราการเจริญเติบโตสูงสุดเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ ถึง 113.1 เปอร์เซ็นต์<sup>1</sup> (1954 - 1994) มีสารสนเทศให้ค้นหาและเรียกใช้จำนวนมากและเกือบทั่วโลก จึงมีหน่วยงานกลางเพื่อควบคุมดูแล คล้ายการควบคุมวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ มี ITU (International Telecommunication Union) ทำหน้าที่ควบคุมดูแล สำหรับในประเทศไทย ควรมีหน่วยงานกลางคล้ายกับกกช.<sup>2</sup> (คณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ) ตลอดจนมีสมาคมด้านนี้ เพื่อช่วยควบคุมดูแล อย่างไรก็ตาม การควบคุมที่จะได้ผลเพียงใด ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการต้องให้ความร่วมมือเป็นผู้ตรวจสอบสารสนเทศที่ส่งออกไปหรือรับเข้ามา เช่นเดียวกับประเทศสิงคโปร์ได้ให้บริษัทสิงคโปร์เทลคอม จำกัด เป็นผู้ควบคุมดูแล สามารถเรียกสารสนเทศของลูกค้มาตรวจสอบได้ ประเทศไทยจะมีการควบคุมมากหรือน้อยเพียงใดต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ หากควบคุมเข้มเกินไปจะกลายเป็น “จำกัดสิทธิในการสื่อสาร” หรือก้าวล่วงสิทธิ

<sup>1</sup> กาญจนา แก้วเทพ. 2539. “โลกของสื่อ” กรุงเทพฯ. 2538. หน้า 127 - 133.

มนุษย์ชนหรือหากรัฐออกกฎหมายมาบังคับใช้เพื่อประโยชน์ของรัฐเองอาจเป็นการผูกขาดเรื่องการสื่อสารได้

การที่ตลาดอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีอัตราการเจริญเติบโตสูงมากขึ้น จึงทำให้เกิดผลเสียต่อวัฒนธรรมและสังคมไทย จึงเห็นสมควรออกกฎหมายที่ทันสมัย มาควบคุมดูแลอินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต อี - เมล์ และอื่น ๆ ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามข้อตกลงร่วมกันระหว่างประเทศ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารระหว่างประเทศซึ่งไม่สามารถที่จะล่วงรู้ได้ว่าประเทศใดใส่สารสนเทศอะไรลงไปบนอินเทอร์เน็ตบ้าง ในอนาคตจำเป็นต้องมีองค์กระบวนานาชาติ ระดับภูมิภาค และระดับประเทศทำหน้าที่จัดระเบียบและควบคุมให้ได้ผลดี โดยจัดแบ่งภาระหน้าที่การควบคุมในแต่ละระดับให้เหมาะสม

การดำเนินเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระบบ WWW. (World Wide Web) เป็นเครือข่ายใยแมงมุมเพื่อเชื่อมโยงรายการ สารความรู้ ความบันเทิงไปยังจุดต่าง ๆ ทั่วโลก ผู้ใช้เพียงแต่เรียกให้ถูกต้องก็จะได้รับข้อความ ภาพ หรือคำพูดจากแหล่งต่าง ๆ นำไปใช้งานได้ โดยไร้ขีดตามมาตรฐานสากล ปัจจุบันนอกจากข้อความที่เป็นตัวอักษรแล้วจะสื่อสารในลักษณะ “ภาพ” และ “เสียง” และอาจเป็นสื่อที่สวยงามในระบบ อี-เมล์ และวิดีโอ การสื่อสารอินเทอร์เน็ตเทียบได้กับใยแมงมุม ที่มีจุดเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์หลายเครื่องหลาย ๆ แห่งเข้าด้วยกัน โดยไม่มีคอมพิวเตอร์กลางคือ ไม่ใช่คอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายก็ได้ ในทางปฏิบัติจะใช้เชื่อมต่อกับโครงข่ายโทรศัพท์ ใช้สายใยแก้วนำแสงและสื่อสารผ่านดาวเทียม เพื่อการสื่อสารสารสนเทศจำนวนมหาศาลและครอบคลุมทั่วโลก (Interactive media) ผู้ใช้สามารถใช้ได้ทั้งภาพ ข้อความและเสียงตลอดจนซอฟต์แวร์อื่น ๆ ได้อีกด้วย สารสนเทศบนเว็บ (Web) จะสนองกับความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างดียิ่ง ใช้ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด เปิดสำหรับคนทั่วไป เป็นการสื่อสารไม่มีขอบเขต ระบบอินเทอร์เน็ตจึงแพร่หลายและมีอิทธิพลต่อประชาชนทั่วโลก

การก้าวเข้าสู่การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา เป็นผลเนื่องมาจากสังคมโลกเริ่มเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมข่าวสาร มีการเริ่มใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสารข้อมูลผ่านทางเครือข่ายอย่างแพร่หลายขึ้น

การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เริ่มถูกวิพากษ์วิจารณ์โดยนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน โดยได้อธิบายปรากฏการณ์การใช้การสื่อสารข้อมูลผ่านทางเครือข่ายว่าเป็นเสมือนนวัตกรรมใหม่อย่างหนึ่งที่เข้ามาช่วยพัฒนาสังคมได้อย่างดี และยังวิเคราะห์ไปถึงพฤติกรรมการรับสื่ออื่น ๆ อีก กล่าวคือ จะมีการรับสื่อนี้ผ่านกลุ่มบุคคลมากกว่าการใช้สื่อสารมวลชน รวมถึงกลุ่มผู้รับสื่อจะเป็นกลุ่มบุคคลที่ค่อนข้างมีการศึกษา มีความรู้ และมีฐานะ เพราะกลุ่มดังกล่าวเข้าใจถึงประโยชน์ของนวัตกรรมได้อย่างง่ายดายและรวดเร็ว<sup>2</sup>

<sup>2</sup> กาญจนา แก้วเทพ. 2539. “โลกของสื่อ” กรุงเทพฯ. 2538. หน้า 127 - 133.



โดยผลการวิจัยได้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการทางด้านการสื่อสาร กล่าวคือ

(1) **ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต** จากงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นผู้ที่มีความรู้มีการศึกษา หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญ อาจเรียกกลุ่มดังกล่าวกลุ่มพวกชอบของใหม่ (innovator) และพวกปรับเร็วส่วนแรก(early adaptor) งานวิจัยได้ชี้ว่า กลุ่มผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มคนที่ค่อนข้างสนใจเรื่องคอมพิวเตอร์และมีความชำนาญด้านคอมพิวเตอร์เป็นพิเศษ และยอมรับการสื่อสารเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ต ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 51.3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มคนที่เข้าถึงและยอมรับนวัตกรรมเป็นกลุ่มแรกและเป็นบุคคลที่สนใจสิ่งใหม่ ๆ และมีการศึกษามากกว่าบุคคลโดยทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่งานวิจัยได้รับตอบแบบสอบถามทางอีเมล 400 คนแรก เป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนิสิตนักศึกษาที่ใช้อินเทอร์เน็ตจากมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 58.0) ดังนั้นรายได้ของกลุ่มบุคคลดังกล่าวจึงมีค่อนข้างน้อย เนื่องจากส่วนมากยังไม่ได้ทำงาน

(2) **พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร** ผลการวิจัยพบว่าสื่อบุคคลจะเป็นแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการนำเสนอเรื่องราวของนวัตกรรมได้ดีกว่าสื่อสารมวลชน สื่อบุคคลมีผลต่อการยอมรับอินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ โดยงานวิจัยนี้ได้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเป็นประจำทุกวัน และผู้ใช้จำนวนมากใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประดับความรู้

นอกจากนี้งานวิจัยยังค้นพบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า การใช้บริการการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายส่วนใหญ่เป็นการใช้งานในโปรแกรม WWW E-mail Telnet และ IRC เพื่อค้นหาข้อมูลและคุยสนทนากับเพื่อน ซึ่งแม้ว่าการใช้อินเทอร์เน็ตจะเป็นการสื่อสารแบบใหม่ล่าสุด แต่ทว่าผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่ยังคงคำนึงถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลที่อิงอยู่กับรูปแบบของการพูดคุยอยู่ด้วย

(3) **การใช้ประโยชน์ของ อินเทอร์เน็ต** จากงานวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการคำนึงถึงประโยชน์ด้านต่าง ๆ ที่ได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ต เช่น มีความสะดวกรวดเร็ว ได้รับความรู้ต่าง ๆ ไม่มีความยุ่งยากซับซ้อน สามารถนำไปใช้ได้ดี กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเพราะเห็นความสำคัญของอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้บริการประเภทดาวน์โหลดโปรแกรมต่าง ๆ จากเครือข่าย เป็นคุณลักษณะที่โดดเด่นของอินเทอร์เน็ตซึ่งได้เปรียบการสื่อสารอื่น ๆ (relative advantage) ประโยชน์ที่ได้รับ ความเหมาะสมสอดคล้องกับการงาน (compatibility) และความทันสมัย (modernity) ส่งผลให้เกิดการยอมรับ การเห็นความสำคัญ ความเหมาะสมในการเผยแพร่สู่สังคมไทย ความจำเป็นในการสื่อสาร และความต้องการใช้ในอนาคต การคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้ โดยการเข้าใช้งานในระบบเกือบทุกวัน อย่างไรก็ตามถึงแม้กลุ่มตัวอย่างเห็นประโยชน์ของการใช้บริการจากแต่ทว่างานวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ลักษณะการใช้งานเครือข่ายของ

ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่ไม่มีการพัฒนา กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือมีการใช้ใช้อินเทอร์เน็ต แต่บางโปรแกรมเท่านั้น เช่น ใช้แต่เฉพาะโปรแกรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โปรแกรมการพูดคุย(talk)และการดาวน์โหลด (download) โปรแกรมต่าง ๆ เท่านั้น ซึ่งผู้ให้บริการกล่าวว่าเป็นการใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายอย่างไม่ครบถ้วนและไม่คุ้มค่า สำหรับการทำงานประเภทอื่น ๆ เช่น การค้นคว้าหนังสือห้องสมุด หรือการค้นคว้าเพื่อเพิ่มเติมความรู้ต่าง ๆ จากที่เคยรู้เคยใช้ของผู้ให้บริการ ค่อนข้างมีน้อย นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่จะใช้เฉพาะบางโปรแกรม และทำงานเฉพาะในส่วนที่อาจารย์สั่งงานเพียงเท่านั้น

นอกจากนั้นจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการสื่อสารเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ตคือเรื่องความทันสมัยของบุคคล (modern man) อย่างไรก็ตามผลการวิจัยโดยรวมอาจจะกล่าวได้ว่า ในขณะที่การสื่อสารสมัยใหม่เช่น อินเทอร์เน็ตนั้นมีลักษณะที่มุ่งใช้งาน(Task-oriented) เช่น การนำมาปรับปรุงการทำงานหรือการประกอบวิชาชีพให้ดีขึ้น หากทว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้นยังใช้งานในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือด้านผ่อนคลายอารมณ์ความรู้สึก(Emotional-oriented) ที่กำลังกับด้านการทำงาน

(4) ความพึงพอใจในการใช้งานการสื่อสารผ่านเครือข่าย ผู้ใช้งานและผู้ให้บริการไม่ได้มีปัญหาด้านความยุ่งยากของการใช้งาน เนื่องจากการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายเป็นระบบการทำงานที่ค่อนข้างง่ายไม่ค่อยสลับซับซ้อน และเนื่องจากผู้ที่ใช้งานโดยรวมเป็นผู้ที่มีความรู้ความสนใจทางด้านคอมพิวเตอร์และโปรแกรมต่าง ๆ ทั้งจากการเรียนการสอนทางมหาวิทยาลัย การฝึกอบรม และที่สำคัญก็คือ การสอบถามจากกลุ่มเพื่อน

แต่ปัญหาสำคัญเกี่ยวข้องกับปัญหาเรื่องระบบ ทั้งทางด้าน การติดต่อเข้าสู่ระบบที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากการทำงานการสื่อสารผ่านทางเครือข่าย นอกจากการเข้าไปใช้งานที่สถาบันหรือศูนย์ให้บริการซึ่งเป็นรูปแบบของการนั่งทำงานอยู่ที่บ้านหรือที่ทำงานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์และทางโมเด็ม ที่จะแปลงสัญญาณจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเองไปยังศูนย์ที่ให้บริการผ่านสายโทรศัพท์ ดังนั้นจึงเกิดปัญหาคู่สายสัญญาณที่ต่อโทรศัพท์เข้าไปไม่เพียงพอ ยิ่งกว่านั้นก็คือปัญหาสายหลุดระหว่างการติดต่อสื่อสาร อันเป็นผลจากระบบโทรศัพท์ สิ่งเหล่านี้กลายเป็นปัญหาสำคัญของผู้ใช้บริการ และมีปัญหาเกี่ยวกับการติดต่อตัวผู้ให้บริการบ้าง

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยพยายามอธิบายถึงลักษณะ สภาพการณ์ พัฒนาการ และประเด็นสำคัญคือ การศึกษาถึงความคิด ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่คนในสังคมที่มีฐานะอยู่ในส่วนของกลุ่มผู้นำในสังคม และผู้มีการศึกษาได้เล็งเห็นประโยชน์ของนวัตกรรมนี้และนำมาใช้ในด้านต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านของความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว การนำมาใช้งานเข้ากับการงานของตน รวมทั้งการนำมาใช้เพื่อการสื่อสารส่วนตัวด้วย

ดังนั้นผลการวิจัยจึงช่วยให้เราได้เข้าใจสภาพการณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้อินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ ยังไม่สามารถให้รายละเอียดลงลึกถึงพฤติกรรมการใช้งานการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายหรือลักษณะของการสื่อสารผ่านทางเครือข่ายได้อย่างเด่นชัด เนื่องจากเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และอาจกล่าวได้ว่าเป็นงานวิจัยนำร่อง (pilot study) ซึ่งในปัจจุบันมีการพัฒนาการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างมากมาย

การศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตจึงยังคงสามารถ ทำการศึกษาต่อไปได้ในรายละเอียดต่างๆ เช่น การใช้เครือข่าย เวิลด์ ไรด์ เวบ (world wide web) ส่วนของผู้ใช้บริการและผู้ส่งสารที่ผ่านทางเครือข่าย และการศึกษาพฤติกรรมในแนวลึกของการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ เช่น การที่คนที่ไม่เคยเห็นหน้าค่าตากัน แต่สามารถทำความรู้จักกันได้ และสามารถชี้แนะทางการศึกษาอื่น ๆ อีก ที่จะทำให้เข้าใจถึงการใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างชัดเจน

#### ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย สิ่งที่เกี่ยวข้องน่าจะต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือการบริการในการใช้อินเทอร์เน็ต เนื่องจากส่วนใหญ่มีความไม่แน่ใจ รองลงมาคือราคาค่างวดในการใช้เพราะถึงแม้ว่าจะตอบว่าพอใจก็อาจมองได้ 2 แง่ คือ ผู้ตอบส่วนใหญ่ที่เป็นนักศึกษา/นักเรียน และไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือคิดว่ายุติธรรมเพราะได้รับประโยชน์คุ้มค่า ส่วนที่น่าจะพิจารณาแก้ไขในอันดับรองลงไป คือ การติดต่อสื่อสารซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี และเครื่องมือที่ใช้กับการใช้อินเทอร์เน็ต

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการแสดงหาความรู้ เป็นชุมทรัพย์ทางปัญญาอันยิ่งใหญ่ เป็นเวทีสำหรับแสดงความคิดเห็น ถกเถียง แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งมีการใช้ในมหาวิทยาลัย โรงเรียน ร้อยละ 18.5 นักเรียน นักศึกษาอาจารย์ บุคลากร รวมทั้งผู้บริการการมีเสรีภาพในการรับรู้และการแสดงออกได้อย่างเสรี ไม่ควรมีการปิดกั้นการรับรู้ ผู้เสนอต้องมี ความรับผิดชอบตามกฎหมายควรต้องการมี ตกลงเป็นคดีการเอาไว้อีกก่อน แล้วควบคุมกันเอง การลงโทษหรือแทรกแซงจากฝ่ายบริการ ควรกระทำเมื่อมีการกระทำความผิดอย่างร้ายแรงเท่านั้น ข้อมูลที่ไปสู่ผู้รับต้องไม่ถูกปิดกั้น ผู้ใช้ต้องมีเสรีภาพในการเรียนรู้ การแสดงความคิดเห็นควรทำได้อย่างเสรีและสร้างสรรค์ ด้วยคำสุภาพไม่ใช่ คำหยาบ ไม่ใส่ร้ายป้ายสี ไม่ละเมิดสิทธิ์และความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น หรือทำในลักษณะที่ก่อให้เกิดความรุนแรงในสังคม ควรเสนอความคิดเห็นในทางสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดพัฒนาการทางความคิดของสังคม

2. จากการศึกษาวิจัยมีข้อสังเกตว่าคนส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิงมากกว่าเพื่อการศึกษา ซึ่งในสังคมปัจจุบันน่าจะสนใจข้อมูลข่าวสารและการศึกษามากกว่าความบันเทิง เพื่อจะได้นำข่าวสารและความรู้มาใช้ในชีวิตประจำวัน แต่เราไม่สามารถควบคุมได้ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่

ไม่ต้องมีระเบียบกฎเกณฑ์มาก (lack of regulation) อิสระ (freedom) ซึ่งเป็นข้อดีที่ไม่มี การควบคุมในเรื่องเนื้อหา การจัดรายการต่าง ๆ แต่ก็มีข้อเสียที่ควบคุมไม่ได้ จึงควรมีการให้ ความรู้และข้อมูลข่าวสารตามความต้องการของคนในสังคม ซึ่งมีจิตวิทยาแตกต่างกัน และ ควรมีการให้การศึกษาในโรงเรียนในมหาวิทยาลัย ให้เป็นความสำคัญของข่าวสารให้มาก

สำหรับเรื่องราคาค่างวดในการใช้อินเตอร์เน็ต ส่วนใหญ่ตอบว่าพอใจ ร้อยละ 35.0 อาจจะพิจารณาได้น่าจะเนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีแปลกใหม่ ที่มีการนำเข้ามาใช้ ประเทศไทย ซึ่งยังไม่มีมาตรฐานในเรื่องราคา สำหรับผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวหรือความรู้ เพียงพอ ได้รับบริการที่ดีถึงแม้ว่าจะจ่ายแพงก็ไม่ว่าอะไร เพราะว่ายุติธรรมดีแล้ว ถึงแม้ว่า ความจริงแล้วต้นทุนและขบวนการต่าง ๆ ในการใช้อินเทอร์เน็ต น่าจะถูกกว่านี้เพราะเป็น การลงทุนที่แพงในครั้งแรกครั้งเดียว หรืออีกแง่หนึ่งน่าจะเป็เพราะเมื่อพิจารณาจากผู้ตอบ ส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นนักศึกษา ร้อยละ 59.8 ใช้ อินเทอร์เน็ตโดยไม่เสียค่าสมาชิก ร้อยละ 93.5 ซึ่งใช้หรืออาจใช้โดยเสียค่าใช้จ่ายในอัตรานักศึกษา ซึ่งมีราคาถูกกว่า จึงน่าจะได้มีการวิจัยใน แนวลึกเพื่อให้ได้คำตอบว่าพอใจหรือไม่ ซึ่งอาจจะได้รับคำตอบในท้ายที่สุดว่าหน่วยงานใหญ่ อาจจะพอใจสูงกว่าหน่วยงานย่อย หรือตัวบุคคลก็เป็นได้

การพิจารณาแบบสอบถาม ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักศึกษา เนื่องจากในความเป็นจริง นั้น สมาชิกแบบองค์กร มีผู้ใช้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีผู้ที่เห็นแบบสอบถามจำนวนมากว่า เพราะการกระจายไปยังสมาชิกทุกคนขององค์กร กลุ่มนักศึกษาอยู่ในวัยเรียน ซึ่งเป็นวันที่ยาก แสดงการมีความคิดตอบสนอง (response) และกระตือรือร้น (active) มากกว่า เมื่อได้จำนวน ตัวอย่างครบ 400 คน ตามที่ตัวเป้าหมายไว้ ซึ่งอาจมีผู้ตอบกลับมาอีกแต่ก็หยุดรับ ทำให้ตัวอย่าง ส่วนใหญ่ตกอยู่ในกลุ่ม นักศึกษาเป็นจำนวนมาก

การใช้อินเทอร์เน็ตของโปรแกรม เช่น อี-เมล ร้อยละ 23.7 ยังเป็นปัญหาอยู่ว่า ควรจะ ถือว่าเป็นสื่อระหว่างบุคคลเช่นเดียวกับจดหมายหรือโทรศัพท์หรือไม่ ถ้าถือว่าเป็นสื่อระหว่าง บุคคลรัฐบาลจะใช้แง่มุมของกฎหมายเข้ามาแทรกแซงก็ย่อมไม่ได้ แต่ถ้าถือว่าเป็นสื่อมวลชนที่เป็น อิเลคทรอนิกส์ รัฐย่อมมีสิทธิ์เข้ามาตรวจสอบได้ระดับหนึ่ง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายแก่ สังคมหรือสาธารณะชน

3. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่บุคคลทั่วไปให้ความสนใจกันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นสื่อที่สำคัญที่จำเป็น และจำเป็นต่อการดำรงชีวิตอย่างมาก สามารถทำให้โลกทุกวันนี้ เปรียบเหมือนโลกที่ไร้พรมแดน ประชาชนในทั่วทุกมุมโลกสามารถทราบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทั่วโลก และติดต่อเชื่อมโยงถึงกันได้โดยใช้เวลาเพียงไม่กี่นาที ถ้าสื่ออินเทอร์เน็ตไปใช้ใน ทางสร้างสรรค์ ย่อมจะเป็นผลให้เกิดความเจริญก้าวหน้าแก่คนไทย แก่สังคมและประเทศชาติ แต่ถ้านำไปใช้ในทางที่ไม่ดี เช่น สื่อเกี่ยวกับภาพลามกหรือยั่วยุเสียดความก้าวร้าวให้กับเยาวชน หรือ

ใช้เป็นสื่อสารทางการตลาดในทางที่ไม่สมควร หรือเป็นสื่อให้ยอมรับเอาวัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตแบบตะวันตกที่ไม่ดีมาเป็นแบบอย่างก็เป็นผลให้เกิดความหายนะได้

อีกประการหนึ่ง คือ ข้อมูลในการสื่อสารแบบอินเทอร์เน็ต อยู่ในรูปภาพ เสียง ตัวอักษร ฯลฯ ข้อมูลเหล่านั้น อยู่ภายใต้การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ภายใต้กฎหมายลิขสิทธิ์หรือเครื่องหมายการค้าหรือไม่ การนำเสนอมูล (upload) ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ลิขสิทธิ์แล้วลงในอินเทอร์เน็ต โดยที่ยังไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ แม้จะถูกเก็บไว้ในรูปของภาษาคอมพิวเตอร์ ก็ถือว่าเกิดทำซ้ำขึ้นแล้ว ซึ่งในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2538 ซึ่งระบุไว้ว่าผู้ละเมิดจะต้อง รับผิดชอบทั้งทางแพ่งละอาญา และการดึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตออกมาใช้ (download) ก็เช่นเดียวกัน จึงควรสังเกตว่างานเหล่านั้นมีเครื่องหมาย © (copyright notice) หรือข้อความอื่นที่แสดงให้เห็นว่างานนั้นได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ยกเว้นแต่เป็นการใช้ตามสมควร และเป็นการใช้เพื่อประโยชน์ทางสังคม โดยไม่ใช่เป็นการดำเนินงานเพื่อแสวงหาผลกำไร และเจ้าของลิขสิทธิ์ต้องไม่เสียหายหรือได้ประโยชน์จากงานนั้น โดยผู้ใช้จะต้องพิสูจน์ได้ จึงจะไม่มีผิด

เราสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อได้เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ และยังมี ข้อเด่นที่เป็นสื่อที่สามารถโต้ตอบ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้ทั่วโลก นอกจากนี้ยังสามารถสืบ ค้นข้อมูลได้ด้วย เมื่อเราต้องการค้นข้อมูลเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็เข้าไปค้นหาได้ การตั้งคอมพิวเตอร์เพื่อให้บริการข้อมูลทำได้ง่าย และลงทุนไม่สูงเหมือนสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งในการพัฒนาความรู้และสติปัญญาของเยาวชน ควรจะได้รับจากสื่อที่มีเสรีภาพ ในการเสนอข้อมูล ที่มีขอบเขตและไม่ละเมิดสิทธิ์ของผู้อื่น

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตนับเป็นสิ่งแปลกใหม่น่าจะมีการให้โอกาสในการเรียนรู้ หรือการใช้งานอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยกับ คนจน ซึ่งรัฐควรเข้ามามีส่วน กำหนดนโยบายการเรียนการสอนภาษาอังกฤษและการใช้คอมพิวเตอร์

4. การแพร่ภาพลามกบนอินเทอร์เน็ต ภาพลามก หรือสารสนเทศลามก (Pornography) ตลอดจนข้อความหมิ่นประมาทต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่อยู่บนอินเทอร์เน็ต สามารถเรียกดูได้ทั่วโลกจากผลการสำรวจมีการใช้เพื่อเปิดรับภาพเกี่ยวกับทางเพศ ร้อยละ 19.8 ซึ่งในการควบคุมค่อนข้างเป็นเรื่องยากจะต้องอาศัยเทคโนโลยีระดับสูง หากจะมีการออกกฎหมายขึ้นมาควบคุม กฎหมายก็ไม่ใช่ว่าจะแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ทั้งหมด เนื่องจากศูนย์บริการสารสนเทศ มีหลายแห่งและมีผู้ใช้บริการทั่วโลกและมีจำนวนมาก จึงไม่อาจพิจารณาได้แน่ชัดว่าภาพเหล่านั้น เป็นภาพลามกหรือไม่ เพราะบางประเทศไม่ถือว่าภาพต่าง ๆ เหล่านี้ลามก สำหรับการตรวจสอบ ก็เป็นเรื่องยากเนื่องจากมีภาพต่าง ๆ รวมปะปนกันจำนวนมาก การควบคุมจึงต้องสืบสวน จากชื่อ ที่อยู่ของผู้ให้บริการและผู้เรียกใช้บริการโดยจัดให้มีการจดทะเบียน หมายเลขประจำตัว ทำทะเบียนเกี่ยวกับผู้ขอใช้และส่งคืนไว้อย่างเป็นระเบียบเพื่อง่ายต่อการตรวจสอบ ในต่างประเทศ

บางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกาใช้คำว่า “อนาจาร” โดยให้ความหมายนี้เมื่อปี 2500 คือ การนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับเพศทางสื่อสารมวลชน เมื่อพิจารณาแล้วจึงไม่ผิดตามกฎหมายลามก แต่การแพร่ภาพบนอินเทอร์เน็ตดังกล่าวไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทย แม้ว่าประเทศไทยได้มีพระราชบัญญัติปรามการทำให้แพร่หลายและการค้าวัตถุอันลามก พุทธศักราช 2471 ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 3 เกี่ยวกับผู้ใช้สื่อลามก มีความผิดต้องระวางโทษตามมาตรา 4 ระบุเกี่ยวกับการช่วยทำให้แพร่หลายหรือช่วยในการค้าวัตถุหรือสิ่งอันลามก โดยการโฆษณาหรือทำให้ทราบกันทั่วไปว่ามีบุคคลทำให้แพร่หลาย หรือทำการค้าขาย ซึ่งวัตถุเช่นนี้ก็เป็นดีหรือประกาศโฆษณาหรือทำให้ทราบกันไปโดยตรง หรือโดยทางอ้อมก็ดีว่าบุคคลอาจหาวัตถุลามกดังกล่าวนั้นได้โดยวิธีใด ฉะนั้นท่านว่ามีส่วนผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือนหรือปรับไม่เกินหนึ่งพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ในเรื่องสิ่งลามกบนอินเทอร์เน็ต ถ้าผิดตามกฎหมายไทยโทษที่ได้รับค่อนข้างต่ำ และหากการกระทำอย่างหนึ่งเกิดขึ้นเกิดขึ้นในประเทศซึ่งไม่ถือว่าการกระทำนั้นเป็นความผิด แต่ผลของการกระทำนั้นก่อให้เกิดความเสียหายแก่อีกประเทศหนึ่ง ซึ่งมีกฎหมายกำหนดไว้ว่าในประเทศสหรัฐอเมริกา เจ้าพนักงานจะสามารถดำเนินคดีกับบุคคลที่อยู่ในต่างประเทศนั้นได้หรือไม่ หรืออาจจะต้องทำข้อตกลงระหว่างประเทศ และในการควบคุมดูแลการให้บริการผู้ใช้หรือการเข้าถึงสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ตต้องเปิดกว้าง มีสถาบันกลางที่หน้าที่ควบคุมอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นองค์กรกลางนานาชาติ โดยออกกฎหมายหรือระเบียบมาควบคุมเป็นมาตรฐานสากลและเป็นการตกลงร่วมกันของประเทศเช่นเดียวกับลักษณะการควบคุมทรัพย์สินทางปัญญา เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสากลดำเนินการต่อเชื่อมกันทั่วโลก และไม่มีหน่วยคอมพิวเตอร์กลางดำเนินงาน จึงไม่ทราบได้แน่ชัดว่าประเทศใดใส่สารสนเทศอะไรลงไปบนอินเทอร์เน็ตบ้าง ที่เป็นอยู่ขณะนี้จึงถือว่าขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับกฎหมายและระเบียบที่ทันสมัย เพื่อทำหน้าที่ควบคุมหรือกำกับดูแลระบบโทรคมนาคมที่ทันสมัยนี้ กฎหมายและระเบียบที่หลายประเทศบังคับใช้อยู่ขณะนี้ยังล้าสมัยไม่ครอบคลุมการสื่อสารอินเทอร์เน็ต และก่อนการดำเนินการควรมีการสำรวจกฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องของทุกประเทศ ทั้งกฎหมายด้านโทรคมนาคม กฎหมายที่ออกมาบังคับใช้ต้องมีการยืดหยุ่น สามารถปรับใช้กับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี เข้ากับบรรยากาศของโลก เกื้อกูลต่อการลงทุนและเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันกันโดยเสรี จัดให้มีมาตรการการควบคุมที่เป็นพื้นฐานสากล ทั้งด้านผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ รวมทั้งต้องควบคุมให้ทันสมัย พร้อมทั้งมีสถาบันที่ควบคุมในแต่ภูมิภาคหรือแต่ละประเทศ และสิ่งสำคัญประการหนึ่งก็ต้องควบคุมด้านจริยธรรมของผู้เกี่ยวข้องกับสื่อประเภทนี้ด้วย มีบทลงโทษผู้ฝ่าฝืนอย่างเป็นทางการและเป็นธรรมและสากล

## 5. ในการวิจัยได้ผลเป็นข้อเสนอแนะแก่กลุ่มต่าง ๆ กันดังนี้

### 5.1 ผู้ใช้บริการ

#### 5.2 บริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต

#### 5.3 ผู้ให้บริการโทรคมนาคม

#### 5.4 รัฐบาล

5.1 ผู้ใช้บริการ แบ่งเป็นผู้ใช้บริการส่วนบุคคล และบริษัทที่ทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในส่วนผู้ให้บริการส่วนบุคคลนั้น ผลการวิจัยนี้พบว่ามีผู้นิยมใช้อินเทอร์เน็ตกันมาก ในช่วงเวลาบ่ายวันจันทร์ถึงวันศุกร์ (12.01-19.00น.) และเวลาช่วงกลางวันวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ (19.01-05.00น.) ซึ่งถ้ามีผู้ใช้พร้อม ๆ กันเป็นจำนวนมาก กลุ่มผู้ให้บริการทั่วไป อาจไม่ได้รับการบริการที่ดีพอ กล่าวคือความเร็วในการสื่อสารอาจต่ำ การโทรศัพท์ไปยังผู้ให้บริการอาจโทรติดยาก ดังนั้นถ้าผู้ใช้เปลี่ยนไปใช้เวลาอื่นบ้างก็จะทำให้ได้รับความสะดวกมากขึ้น และจะลดความแออัดในการใช้อินเทอร์เน็ตลงได้ ส่วนผู้ใช้บริษัทที่ทำหน้าที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์นั้น ก็ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งผลจากการวิจัยนี้พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อยู่ในวัยเรียนและผู้ที่มีการศึกษา ดังนั้นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จึงพุ่งเป้าหมายไปยังกลุ่มนี้ ซึ่งพบว่าส่วนมากใช้เพื่อการบันเทิง การโฆษณาก็ให้เกี่ยวข้องกับการบันเทิง ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ดนตรี ก็จะถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี สำหรับการศึกษานในประเทศสหรัฐอเมริกา มีผู้วิจัยพบว่าผู้ชมโทรทัศน์มีจำนวนลดลง เนื่องจากผู้ชมแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไปในการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งจะมีผลต่อการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ทำให้ผู้ชมโทรทัศน์ลดลง สำหรับเรื่องนี้ ยังไม่มีการศึกษาในประเทศไทยว่าจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ลดลงหรือไม่ ซึ่งน่าจะได้ทำการศึกษาต่อไป อย่างไรก็ตาม การโฆษณาสามารถทำให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น หรือโฆษณาในช่วงที่ไม่ตรงกันกับเวลาที่กลุ่มเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ต ทำเนื้อหาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายเช่นถ้าจะโฆษณาปุ๋ยย้อมไม้ได้ประโยชน์เพราะไม่ได้ใช้ ดังนั้นจึงควรโฆษณาสินค้าวัยรุ่น สถาบันการศึกษา และวิชาการ จะได้ผลดีกว่า

5.2 บริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้พอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร ข้อมูลข่าวสาร ราคาคุ้มค่า แต่ไม่แน่ใจเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่บริการ แต่เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ ศึกษาลงไปในเรื่องละเอียดว่า การไม่พอใจเกี่ยวกับพนักงานบริการนั้นเป็นเพราะสาเหตุใด ควรจะได้ทำการศึกษาในแนวลึกต่อไป

5.3 ผู้ให้บริการโทรคมนาคม อาจมีผลกระทบคือทำให้การใช้โทรศัพท์ทางไกลไปต่างประเทศอาจน้อยลง หรืออาจแย่งส่วนแบ่งของการตลาดโทรศัพท์ทางไกลไปต่างประเทศลงบ้าง หรือลดจำนวนไปรษณีย์กระดาษลง โดยหันไปใช้ E-mail หรือ Internet phone แทน อีกประการหนึ่งคือการใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน ถ้ามีผู้ใช้เป็นเวลานาน จะส่งผลให้ผู้ใช้โทรศัพท์ทั่วไปโทรติดต่อได้ยากขึ้น เนื่องจากสายไม่ว่าง โดยเฉพาะชุมสายที่มีผู้ใช้ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต

เป็นจำนวนมาก คู่สายระหว่างชุมสาย กับชุมสายที่เชื่อมโยงไปยังผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต อาจไม่เพียงพอ ซึ่งผู้ให้บริการการใช้โทรศัพท์ควรปรับปรุง เนื่องจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมากใช้ pager ในการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นบริษัทที่ให้บริการในการรับส่ง pager จึงควรให้ความสำคัญกับการส่ง pager ทาง Internet ซึ่งจะเป็นการให้บริการแก่ผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตเอง และลดภาระงานของพนักงานรับฝากข้อความทางโทรศัพท์ออกไปได้ส่วนหนึ่ง

5.4 รัฐบาล จากการวิจัยพบว่าคนในวัยเรียนใช้กันมาก แต่การให้บริการอินเทอร์เน็ตยังไม่ทั่วถึง เฉพาะอย่างยิ่งในต่างจังหวัด\* ดังนั้นรัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมการใช้ อินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างจังหวัดเพื่อสร้างโอกาสให้ทัดเทียมกัน ไม่เฉพาะแต่ ในโรงเรียนเท่านั้น

ในการวิจัยยังได้พบว่ามีการใช้เพื่อการบันเทิง และมีการใช้ในการดูภาพลามก ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากสื่ออื่น ๆ มีการปิดกั้น ในขณะที่สื่ออินเทอร์เน็ตยังเปิดอยู่ ถึงแม้จะต้องมีการเสียเงินแต่คนก็หันมาใช้สื่อนี้แทน เป็นเรื่องที่รัฐบาลควรพิจารณากำหนดนโยบายเพื่อ ส่งเสริมศีลธรรม อารยธรรมอันดีให้มาก ถึงแม้จะไม่ออกเป็นกฎหมายบังคับ แต่ก็ต้องการมี มาตรการที่รองรับไว้บ้าง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

#### 1. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ควรศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับฐานะทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ตลอดจนศึกษา เปรียบเทียบผู้ใช้ที่อยู่ในท้องถิ่นกับในกรุงเทพฯ เพื่อศึกษาความพึงพอใจในบริการและการใช้ อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น

1.2 การวิจัยในครั้งต่อไป ควรลดจำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่นำมา ศึกษาลงบ้าง เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ในแนวลึกได้มากกว่าการมองแบบภาพรวม เช่น การศึกษาถึงปัจจัยหรือปัญหาและอุปสรรคในการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อค้นพบ หรือ องค์ความรู้ที่มีประโยชน์ในการปรับปรุงการใช้อินเทอร์เน็ตได้

2. ควรให้ทำ แบบสอบถามโดยทำโฮมเพจ (home page) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของการวิจัยหลายวิธี ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

3. ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้ โดยเน้นกลุ่มที่สำคัญและสมควรใช้ ซึ่งจะมีประโยชน์ แก่การพัฒนาประเทศ เช่น กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การเกษตร และการศึกษา



4. คว้าศึกษาวิจัยทดลอง (experimental research design) โดยเปรียบเทียบตัวแปรสำคัญในกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม เช่นการใช้ประโยชน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และจำนวนสมาชิกใช้อินเทอร์เน็ต

5. แบบสอบถามควรมีแบบสอบถามภาษาไทยด้วย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถาม

- เป็นคนไทย จะเข้าใจภาษาอังกฤษอย่างลึกซึ้งน้อยกว่าภาษาไทย จึงตอบแบบแสดงความคิดเห็นได้จำกัด ในอนาคต เมื่อทุกคนมีซอฟต์แวร์ใช้อ่านภาษาไทยได้ น่าจะมีแบบสอบถามที่เป็นภาษาไทยควบคู่กันไปด้วย ซึ่งจะทำได้ข้อคิดเห็นกว้างขวางมากขึ้น

6. การตอบแบบสอบถามบางเรื่อง อาจไม่ได้คำตอบตามความเป็นจริง เนื่องจากผู้ตอบคิดว่าอาจมีความผิดได้ ควรมีการแก้ไขคำถาม เพื่อให้ได้คำตอบที่เหมาะสมตามต้องการยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

#### หนังสือ

- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. พลศาสตร์ ของการสื่อสาร. หน่วยที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
ธรรมาธิราช, 2532.
- นิภา ศรีไพโรจน์. หลักการวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ศึกษาพร จำกัด, 2526.
- นันทวัน สุชาติ. เอกสารประกอบการเรียน จิตวิทยา. กรุงเทพฯ : 2538.
- ประมะ สดเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- พรสิทธิ์ พัฒนนานุรักษ์. การสื่อสาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.
- พัชรี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : เยโล่การพิมพ์, 2529.
- พีระ จิโรโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : สุโขทัยธรรมาธิราช, 2529.
- เมตตา กฤตวิทย์ และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : เจริญผล, 2530.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัทวิสิทธิ์พัฒนา, 2538.
- เสรี วงศ์มณฑา. กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2534.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- อรรรรณ ปิลันท์โอวาท. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- อรุณีประภา หอมเศรษฐี. สื่อสารมวลชนเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : รามคำแหง, 2531.

#### วิทยานิพนธ์

- ลดาวรรณ วัฒนสานต์. ความพึงพอใจของพนักงานต่อการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษา  
เครือข่ายบริษัทเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ณ ที่ทำการอาคาร ซี. พี.ทาวเวอร์. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2540.
- วรรณรักษ์ วรทรัพย์. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,  
2540.

- วียดา เกียวกุล. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สุภาวดี เตียพิริยะกิจ. ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2538 ของเยาวชนอายุ 18-19 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- สุรพงศ์ เจริญพรรณ. ความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรกองกิจการนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาจิตวิทยา การศึกษาและแนะแนว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2537.
- สันทัต ไบลี. ความพึงพอใจในการปลูกยางพาราของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเร่งรัดการปลูกยางพาราเพื่อกระจายรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในจังหวัดเลยระหว่าง พ.ศ. 2531-2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2537.
- อรพินธ์ ศักดิ์เอี่ยม. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

## ภาษาอังกฤษ

## Book

- Atkinson, Rita L., Atkinson Richard C., and Hilgard, Ernest R. **Introduction to Psychology**. San Francisco : Harcourt Brace Jovanovich Inc., 1953.
- Best, John B. **Cognitive Psychology**. St. Paul : West Publishing Company, 1986.
- Buck, Ross. "Emotional Education and Mass Media:A new View of the Global Village in Hawkins". Robert P., Weimann, John M., and Pingree, Suzanne (eds.) **Advancing Communication Science**. Pp. 44-76. Newbury Park: Sage Publications, 1988.
- Cedeno, N. **The Internet tool kit**. San Francisco : Sybex Inc., 1995.
- Chandler, Daniel. **The Active Reader**. Lecture Notes of UWA Education Department December 1995.
- Dippold, R. **Internet-mail:overview**. In:Wired magazine.ed. The Internet.Indianapolis : Sams Publishing, 1994.
- Ellsworth, J.H. **Education on the Internet**. Indianapolis : Sams Publishing, 1994.
- Finberg, Hoard I., and Itule, Bruce D. **Visual Editing**. Belmont : Wadworth Publication Company, 1990.
- Gibson, Martin L., **Editing in the Electronic Era**. Iowa:Iowa State University, 1991.
- Gilster, P. **The Internet navigator**. New York:John Wiley and Sons, 1994.
- Glossbrenner, A. **Internet 101: a college students' guide**. New York : McGraw-Hill, 1995.
- Gregory, K. and Estrabrook, N. **Using use net newsgroup: the user-friendly reference**. Indianapolis : Que Corp., 1995.
- Hahn, H. **Open computing unix unbound**. New York : McGraw-Hill, 1994.
- Harrison, P.J. **The Internet direct connect kit**. Indianapolis : IDG Books Worldwide Inc., 1994.
- Hawkins, Robert P. and Daly, John. **Cognition and Communication in Hawkins**, Robert P.,Wiemann, John M. and Pingree.

- Just, Marcel Adam, and Carpenter, Patricia A. **Cognitive Process in Comprehension**. New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1977.
- Kent, P. **The complete idiot's next step with the Internet**. Indianapolis : Alpha books, 1994.
- Kent, P. **The complete idiot's guide to the Internet**. Indianapolis : Alpha books, 1994.
- Lemay, Laura. **Teach Yourself Web Publishing with HTML in a week**. Indianapolis:Sams Publishing,1995.
- Levine, J.R. and Baroudi C. **The Internet for dummies**. Boston : IDG Books Worldwide Inc., 1993.
- Maleske, Robert Thomas. **Foundations for Gathering and Interpreting Behavioral Data**. Pacific Grove:Brooks/Cole Publishing Company, 1995.
- Monge, Peter R.,ed. **Computer-Mediated Communication Systems**. Human Communication Research Series. New York; Academic Press,Inc.,1982.
- Pfaffenberger, B. **World wide web bible**. New York : MIS-Press, 1995.
- Randall, N. **The world wide web unleashed**. Indianapolis : Sams Publishing, 1994.
- Refaeli,S. **If the Computer is the Medium, What is the Message(I):Explicating Interactivity**. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association. Honolulu. 1985.
- Refaeli, Sheizat. **Interactivity:From New Media to Communication in Hawkins**. Robert P., Wiemann,John M.,and Pingree.
- Savetz, K.M. **Your Intrenet Consultant:The FAQs of life online**. Indianapolis : Sams Publishing, 1994.
- Slovall, James G., Self, Charles C., and Mullins, L. Edwards. **On-Line Editing**. New Jersey:Prentice-Hall,Inc.,1984.
- Suzanne(eds.) **Advancing Communication Science**. Pp/ 44-76. Newbury Park:Sage Publications, 1988.
- Wanta,Wayne and Roark, Virginia. **Cognitive and Affective Response to Newspaper Photographs**. Paper presented to the Visual Communication Division at the

Association for Education in Journalism and Mass Communication annual conference Kansas City, August 1993.

Wiggins, R.W. **The Internet for everyone: a guide for users and providers**. New York : McGraw-Hill Inc., 1995.

Willis, Jim. **The Age of Multimedia and Turbonews**. Westport: Green Publishing Group, Inc., 1994.

### Journal

Beauvillain, Cecille and Beauvillain, Pierre. "Calibration of an Eye-Movement System for Use in Reading". **Behavior Research Methods, Instruments & Computers**. 27. 1995

Bennett, Ellen M., Swenson, Jill Dianne and Wilkinson, Jeff S. "Is the Medium the Message?. An Experimental Test with Morbid News". **Journalism Quarterly**. 69. 1992.

Benyon, D. and Murray, Dianne. "Experience with Adaptive Interfaces". **The Computer Journal**. 31. 1988.

Bergsma, F. "New values foreign affairs on Dutch television". **Gazette**. 24. 1978

Bohle, Robert H. and Garcia, Mario R. "Reader Response to Color Halftones and Spot Color in Newspaper Design". **Journalism Quarterly**. 64. 1987.

Burgoon, Judee K., Burgoon, Michael. and Buller, David B. "Newspaper Image: Dimensions and Relation to Demographics. Satisfaction", **Journalism Quarterly**. 63. 1986.

Dillin, A., McKnight, C. and Richardson, J. "Reading from Paper versus Reading from Screen". **The Computer Journal**. 31. 1988.

Drew, Dan. And Weaver, David. "Media Attention. Media Exposure and Media Effects". **Journalism Quarterly**. 67. 1990.

Galtung, J. and Ruge, M.H. "The structure of foreign news". **Journal of Peace Research**. 2. 1965

- Gilbert, Kathy and Schleuder, Joan. "Effects of Colors and Complexity in Still Photographs on Mental Effort and Memory". **Journalism Quarterly**. 67. 1990.
- Hofstetter, C.R. and Dozier, D.M. "Useful News. Sensational News:Quality Sensationalism and Local TV News". **Journalism Quarterly**. 63. 1986.
- Jagodzinski, A.P. and Clarke, D.D. "Multidimensional Approach to the Measurement of Human Computer Performance". **The Computer Journal**. 31. 1988.
- Kartz, John. "Online or Not. Newspaper Suck". **Wired**. 50. 1994.
- Kiesler, S., Siegal, S., and McGuire, T.W. "Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication". **American Psychologist**. 39. 1984.
- Lindley, William R. "From Hot Type to Video Screens:Editors Evaluate New Technology". **Journalism Quarterly**. 65. 1988.
- McAdams, Melinda. "Inventing an Online Newspaper". **Interpersonal Computing and Technology:An Electronic Journal for the 21st Century**. 3. July.
- Meyriwitz, Joshua. "Image of Media:Hidden Ferment-and Harmony in the Field". **Journalism of Communication**. 43. 1993.
- O'Keefe, Daniel J., and Sypher, Howard E. "Cognitive Complexity Measures and the Relationship of Cognitive Complexity to Communication". **Human Computer Research**. 8. 1981.
- Oliver, Ron. "Proof-Reading on Paper and Screen:The Influence of Practice and Experience on Performance". **Journal of Computer-Based Instruction**. 20.1994.
- Reagan, Joey. "New Technologies and News Use:Adopters vs. Nonadopters". **Journalism Quarterly**. 66. 1989.
- Reese, Stephen D., Shoemaker, Pamela J., and Danielson, Wayne A. "Social Correlates of Public Attitudes Toward New Communication Technologies". **Journalism Quarterly** 63(1986):675-682.
- Rice, Ronald E. "Computer-Mediated Communication and Organization Innovation". **Journal of Communication**. 37. 1987.
- Richie, I. "HYPERTEXT. Moving Towards Large Volumes". **The Computer Journal** 32. 1989.

- Rosengren, K.E. "International news:methods, data, theory". **Journal of Peace Research**. 11. 1974
- Sande, O. "The perception of foreign news". **Journal of Peace Research**. 8. 1971.
- Sensales, Gilda. "Attitudes toward Computers. Science and Technology:A Cross-Cultural Comparison Between Studies in Rome and Los Angeles". **Journal of Cross-Cultural Psychology**. 26. May.
- Smith, R.F. "On the structure of foreign news : a comparison of the New York Times and the Indian White Papers". **Journal of Peace Research**. 6. 1969
- Smith, Edward J., and Hajash, "Donna J. Informational Graphics in 30 Daily Newspapers". **Journalism Quarterly**. 65. 1988.
- Sommermuth, William P. "How Does the Medium Effects the Message?". **Journalism Quarterly**. 51. 1974.
- "Strategies : Reinterpretation Assessment in Second-Guessing". **Human Communication Research**. 16. 1989.
- Wicks, Robert H. "Remembering the News:Effects of Medium and Message Discrepancy on News Recall over Time". **Journalism Quarterly**. 72. 1995.
- Zerbinos, Eugenenia. "Information Seeking and Information Processing : Newspaer Versus Videotext". **Journalism Quarterly**. 67. 1990.



Draft

ภาคผนวก

## THESIS QUESTIONNAIRE

PLEASE HELP !

Internet : Uses And Gratification of Thai Users

Internet Survey #1

This questionnaire is a part of the thesis of Masters Degree in Communication Arts, Dhurakijpundit University. Please kindly answer the questionnaire and e-mail to me. My e-mail address is Thoama@asianet.co.th, thank you for you kind cooperation.

### Part 1 General information

for analysts

#### 1. Sex

1 (    ) *Male*

2 (    ) *Female*

#### 2. Age Group

.....years




#### 3. Educational Background

1 (    ) *Lower than High school*

2 (    ) *High school*

3 (    ) *Bachelors degree*

4 (    ) *Masters Degree*

5 (    ) *Higher than Maters Degree*

6 (    ) *Other.....*

#### 4. Occupational Status/classification of respondent

1 (    ) *Government Official / State enterprises employee*

2 (    ) *Business employee*

3 (    ) *Student*

4 (    ) *Private Business*

5 (    ) *Communication Sector*

6 (    ) *Farmer*

7 (    ) *Other.....*

#### 5. Married Status

1 (    ) *Single*

2 (    ) *Married*

3 (    ) *Divorce/separated*

4 (    ) *Other.....*

6. Average income per month 

- 1 ( ) *Less than 20,000*  
 2 ( ) *20,001-30,000*  
 3 ( ) *30,001-40,000*  
 4 ( ) *More than 40,000*

7. Do you have *Internet* free services? 

- 1 ( ) *Free*  
 2 ( ) *Paid*

8. You have *Internet* free service from 

- 1 ( ) *Promotion from computer business*  
 2 ( ) *Government service*  
 3 ( ) *State enterprise service*  
 4 ( ) *Company service for work related purposes*  
 5 ( ) *University*  
 6 ( ) *Other.....*

9. How long do you use *Internet* per day? 

.....hours.....minutes

10. What is you *Internet* service company ? 

- 1 ( ) *Loxley Co., Ltd. (Public Co.)*  
 2 ( ) *Wathajak Co., Ltd. (Public Co.)*  
 3 ( ) *Samart Telecom Co., Ltd. (Public Co.)*  
 4 ( ) *Advance research Co., Ltd. (A net Co., Ltd.)*  
 5 ( ) *The M. Group*  
 6 ( ) *Withayagam Internet Service Center Co., Ltd. (KSC Commercial Internet)-Intel*  
 7 ( ) *NECTEC (Internet Thailand Co., Ltd.)*  
 8 ( ) *Telecom Holding Co., Ltd. (Asia Infornet co., Ltd.)*  
 9 ( ) *The Idea Co., Ltd.*  
 10 ( ) *Datamat Co., Ltd. (Data Lai Thai Co., Ltd.)*  
 11 ( ) *UCOM Co., Ltd. (Worldnet and Services Co., Ltd.)*  
 12 ( ) *Tawan Far East Telecom Co., Ltd. (Far East Internet Thailand Co.)*  
 13 ( ) *Siam TV and Communication Co., Ltd. (Siam Global Access Co.,Ltd.)*  
 14 ( ) *Chamanuntana Group Co., Ltd.*

15 ( ) *C.S. Communications Co., Ltd.*

16 ( ) *Computech Micro System Co., Ltd. (Belta Internet Co., Ltd.)*

11. What time of the day do you use the Internet ?

A. MONDAY - FRIDAY

1 ( ) *AM (05.00-12.00)*

2 ( ) *PM (12.01-19.00)*

3 ( ) *night 19.01-05.00*

B. SATURDAY - SUNDAY

1 ( ) *AM (05.00-12.00)*

2 ( ) *PM (12.01-19.00)*

3 ( ) *night (19.01-05.00)*

**Part 2 Internet Using**

12. How often do you use the Internet ?

1 ( ) *Every day*

2 ( ) *5-6 days per week*

3 ( ) *4-5 days per week*

4 ( ) *3-4 days per week*

5 ( ) *1-2 days per week*

6 ( ) *rarely use*

13. How much do you know about the Internet ?

1 ( ) *A lot*

2 ( ) *Average*

3 ( ) *A little*

4 ( ) *Very little*

14. Most-use Internet application

1 ( ) *WWW*

2 ( ) *e-mail*

3 ( ) *Newsgroups*

4 ( ) *IRC*

5 ( ) *Telnet*

6 ( ) *Ftp*

7 ( ) *Gopher*

8 ( ) *Other.....*

**15. Second most-use Internet application**

1 ( ) *WWW*

2 ( ) *e-mail*

3 ( ) *Newsgroups*

4 ( ) *IRC*

5 ( ) *Telnet*

6 ( ) *Ftp*

7 ( ) *Gopher*

8 ( ) *Other.....*

**Part 3 Uses of the Internet**

**16. Reason of Internet using**

1 ( ) *A part of your work*

2 ( ) *To obtain new information*

3 ( ) *To gain experience Internet software*

4 ( ) *It is a tool for new technology*

5 ( ) *It is a good source of income*

6 ( ) *To meet personal inquiry*

7 ( ) *To be a modern man*

8 ( ) *Other.....*

**17. Primary use of the Internet**

1 ( ) *Research*

2 ( ) *Entertainment*

3 ( ) *Personal communication*

4 ( ) *Business communication*

5 ( ) *Business / marketing purposes*

6 ( ) *Education*

7 ( ) *Other.....*

**18 . Best feature of the Internet**

- 1 ( ) *Size of the network*
- 2 ( ) *Quality of information*
- 3 ( ) *Multi-cultural/worldwide*
- 4 ( ) *Array of features/client applications*
- 5 ( ) *Lack of regulation*
- 6 ( ) *Communication speed/performance*
- 7 ( ) *Cost to use*

**19. Second-best feature of the Internet**

- 1 ( ) *Size of the network*
- 2 ( ) *Quality of information*
- 3 ( ) *Multi-cultural/worldwide*
- 4 ( ) *Array of features/client applications*
- 5 ( ) *Lack of regulation*
- 6 ( ) *Communication speed/performance*
- 7 ( ) *Cost to use*

**20. Respondents use Internet to:**

- 1 ( ) *Write/setup web pages*
- 2 ( ) *Have a personal web page*
- 3 ( ) *Promote a business*
- 4 ( ) *Decode binary images in newsgroup*
- 5 ( ) *Download/decode erotic imagery*
- 6 ( ) *Send/Receive Video*
- 7 ( ) *Developed softwares / applications*
- 8 ( ) *Run a network*
- 9 ( ) *Moderate a newsgroup*

**21. Respondent has :**

- 1 ( ) *Been responsible for others getting on the Internet*
- 2 ( ) *Registered a Shareware program*
- 3 ( ) *Used a Shareware program/not registered*
- 4 ( ) *Bought a product advertised online*
- 5 ( ) *Purchased a product online*
- 6 ( ) *Seen illegal activity conducted/promoted online*

- 7 ( ) *Dated somebody you met online*
- 8 ( ) *Download a pirated program*
- 9 ( ) *Tried to hack another system*

#### Part 4 Gratification of Internet users

22. The knowledge you received from the *Internet* is :

- 1 ( ) *Not enough to work*
- 2 ( ) *Enough to work*
- 3 ( ) *Not sure*

23. After you get information from the *Internet*, do you think that you will use that information: :

- 1 ( ) *Just to know*
- 2 ( ) *To find new job*
- 3 ( ) *To use in your work*
- 4 ( ) *Other.....*

24. In using *Internet*, your greatest interests are:

- 1 ( ) *WWW*
- 2 ( ) *e-mail*
- 3 ( ) *Newsgroups*
- 4 ( ) *IRC*
- 5 ( ) *Telnet*
- 6 ( ) *Ftp*
- 7 ( ) *Gopher*
- 8 ( ) *Other*

25. Do you Think that it is necessary to have Internet access in every university

- 1 ( ) *yes*
- 2 ( ) *no*
- 3 ( ) *no idea*

26. Since There are many offices that have *Internet* access, do you :

- 1 ( ) *Regret that the Internet is not used to it's full potential*  
 2 ( ) *Think that the money spent on the Internet could be better utilized for other equipment*  
 3 ( ) *Think that it is appropriate because it means that Thailand can be a developing country like foreign countries*  
 4 ( ) *feel that you have receive you money's worth from the Internet*

27. If every office cannot have *Internet* access do you think that the offices

- 1 ( ) *Should connect with the universities*  
 2 ( ) *Should have an Internet service center to connect between the universities*  
 3 ( ) *Should connect with NECTEC*  
 4 ( ) *Leases from Internet companies*  
 5 ( ) *Other.....*

28. What do you think about yours present office *Internet* usage ?

- 1 ( ) *could use the Internet better*  
 2 ( ) *not enough equipment to access the Internet*  
 3 ( ) *appropriate*  
 4 ( ) *other.....*

29. In using *Internet*, please rate your gratification by using these levels of satisfaction.

- 1 ( ) *Very satisfied*  
 2 ( ) *Satisfied*  
 3 ( ) *Not sure*  
 4 ( ) *Unsatisfied*  
 5 ( ) *Very unsatisfied*

Your *Internet* gratification

30. ( ) *Service officers*  
 31. ( ) *communication*  
 32. ( ) *search the required information*  
 33. ( ) *cost of services*

Levels of satisfaction				
1	2	3	4	5



34. Next time when you want to find the information, you will :

1 ( ) *Use the Internet*

2 ( ) *Not use the Internet*

3 ( ) *Not sure*

35. when your relatives, friends and other people want to find information, do you think that you will advise them to use Internet

1 ( ) *Yes*

2 ( ) *No*

3 ( ) *Not sure*

There are also *User Specified Comments* available on this survey

*Questions, comments, suggestions? Please contact us.*

### ประวัติผู้เขียน

นางสาวมณีวัลย์ เอมะอมร เกิดวันที่ 9 มกราคม 2487 ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จบการศึกษาคณะกสิกรรมและสัตวบาลบัณฑิต สาขาเกษตรวิศวกรรม จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อ พ.ศ. 2510 หลังจากนั้นได้เข้าศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ ที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เมื่อ พ.ศ. 2537 และสำเร็จการศึกษาในปี พ.ศ. 2540

ปัจจุบันทำงานที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานปลัดกระทรวง