

ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน Users' Satisfaction in Knowledge Management Website of Faculty of Mass Communication Technology

กวิทธิ ศรีสัมฤทธิ์^{1*} และ นุจรี บุรรัตน์²

^{1,2} อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ 10300

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง, แบบชั้นภูมิ และแบบบังเอิญ กำหนดสัดส่วนตามลักษณะประชากร คือ อาจารย์ นักศึกษา และเจ้าหน้าที่ภายในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 265 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test Oneway ANOVA และการทดสอบรายคู่ LSD ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ นิยมใช้งานโดยใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะที่บ้านพักอาศัยในช่วงเวลา 20.01-00.00 น. เข้าอินเทอร์เน็ตเพื่อการพูดคุยสนทนาเป็นหลัก การเข้าใช้งานเว็บไซต์ของคณะฯ นาน ๆ ครั้ง น้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ นาน ๆ ครั้ง ลักษณะประชากรของกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ดังนี้ เพศ สถานภาพภายในคณะ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อุปกรณ์การสื่อสารไม่มีผลต่อความพึงพอใจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในรายด้านมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นรายคู่ คือ ด้านการออกแบบเว็บไซต์กับอายุ และด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลกับระดับการศึกษามีความพึงพอใจแตกต่างกัน

Abstract

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

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ การจัดการความรู้

Keywords : Satisfaction, Knowledge Management

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

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก เพราะทำให้วิถีชีวิตเราทันเหตุการณ์และทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารปัจจุบัน และสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ผู้ใช้รับทราบถึงการเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน สารสนเทศที่เสนอในอินเทอร์เน็ตมีมากมายหลายรูปแบบเพื่อสนองความสนใจและความต้องการของผู้ใช้ทุกกลุ่ม อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งสารสนเทศสำคัญสำหรับทุกคนเพราะสามารถค้นหาสิ่งที่น่าสนใจได้ในทันที หรือแม้แต่การรับรู้ข่าวสารทั่วโลกก็สามารถอ่านได้ในอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่าง ๆ (ทิฆมนทรูปัญญา, 2552) ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงมีความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนเพื่อการติดต่อสื่อสารและการแสวงหาความรู้ ซึ่งถ้าองค์กรใดไม่สามารถใช้การติดต่อสื่อสารข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้เกิดการเสียเปรียบทางด้าน การสื่อสาร และการแข่งขันทั้งภายในองค์กร และระดับประเทศ (ธนชาติ นุ่มนนท์, 2556)

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

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

ความสำคัญในการที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ รวมถึงเว็บไซต์อื่น ๆ ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้ใช้สูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์มีความแตกต่างกัน
2. ลักษณะประชากรของกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

2. วิธีการศึกษา

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนในปีการศึกษา 2555 รวมทั้งสิ้น 819 คน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัย

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

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

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

2. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ผู้วิจัยสุ่มตามหน่วยของกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน แบ่งประชากรออกเป็นส่วยย่อยในแต่ละส่วย ซึ่งประชากรแต่ละส่วยมีความแตกต่างกันทางคุณลักษณะเพื่อกระจายให้ได้ตัวอย่างที่มีโอกาสเป็นตัวแทนในทุก ๆ ชั้นกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดกับจำนวนประชากร

ผู้วิจัยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนดตามลักษณะประชากรที่ศึกษาวิจัย คือ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรเทียบเป็นอัตราส่วนออกมาดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงสัดส่วนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร	จำนวน	อัตราส่วน	สัดส่วน	จำนวน
	ประชากร (คน)	การสุ่ม ตัวอย่าง (%)	การสุ่ม ตัวอย่าง	กลุ่ม ตัวอย่าง (คน)
อาจารย์	22	2.68	7.11	7
เจ้าหน้าที่	30	3.66	9.70	10
นักศึกษา	767	93.65	248.17	248
รวม	819	100	265	265

3. ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ผู้วิจัยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมตามที่กำหนดในสัดส่วนตามตารางที่ 2

2.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ และข้อมูลขององค์ความรู้

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ข้อมูลและความเชี่ยวชาญขององค์ความรู้ ความพึงพอใจ ของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ซึ่งผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับ การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ข้อมูลและความเชี่ยวชาญขององค์ความรู้ ความพึงพอใจ ของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ซึ่งผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

และอุปกรณ์การสื่อสาร ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 8 ข้อ

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

2.4 การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การหาค่าความถูกต้องของแบบสอบถาม (Validity) ทั้งความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องด้านโครงสร้าง (Structure Validity) โดยการสร้างแบบสอบถามที่มีการศึกษาเนื้อหาเฉพาะด้านของแต่ละตัวแปร และขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความสอดคล้อง และพิจารณาจากนิยามทฤษฎีเชิงปฏิบัติการ และกรอบแนวความคิดการวิจัยที่แสดงประเด็นหลักและประเด็นย่อย ว่ามีความควบคู่กับข้อคำถามของเครื่องมือที่สร้างขึ้นครบถ้วนสมบูรณ์ ครอบคลุมเนื้อหาในตัวแปรทั้งหมดหรือไม่ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในด้านเนื้อหา การใช้ภาษา ความครอบคลุมในแต่ละข้อคำถาม

2. การหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามชุดนี้ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และปรับให้เหมาะสมแล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุง

ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกับประชากร ในการวิจัยจำนวน 30 คน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหา และข้อคำถาม และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรมคำนวณทางสถิติ ค่า α ที่คำนวณได้สูงกว่า 0.85 จึงถือว่าคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้แล้ว สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ต่อไป (วิษณุ สุวรรณเพิ่ม, 2549) จากแบบสอบถามที่ใช้สำหรับการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าเชื่อถือจากการทดสอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเท่ากับ 0.975

2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงปีงบประมาณ 2555 (ตุลาคม 2554 ถึงกันยายน 2555) ได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยวิธีเก็บแบบสอบถามแบ่งตามสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง ครบทั้งหมด 265 ชุด และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลและอภิปรายผลต่อไป

2.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด และนำมาตรวจสอบความถูกต้อง และครบถ้วนของข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยนำคำตอบที่ได้มาลงรหัส บันทึกข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ และได้ทำการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ใช้วิธีแจกแจงความถี่

และหาค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 การใช้งานเว็บไซต์ ใช้วิธีแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความพึงพอใจ ซึ่งใช้การวัดแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) การตอบแบบสอบถามนี้มีการกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของกลุ่มตัวอย่าง การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายค่าเฉลี่ย แบ่งเป็นสัดส่วนเท่ากันทุก ๆ ช่วง คือ ช่วงละ 0.80 ซึ่งมีหลักในการพิจารณา ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

2.61-3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจมากปานกลาง

1.81-2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00-1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 1, 2 และ 3 ซึ่งนำตัวแปรในแต่ละส่วนหาความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

5. ให้คะแนนและลงรหัส (Coding) ให้ข้อมูลอยู่ในรูปแบบของรหัสคอมพิวเตอร์ เพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถประมวลผลทางสถิติได้

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

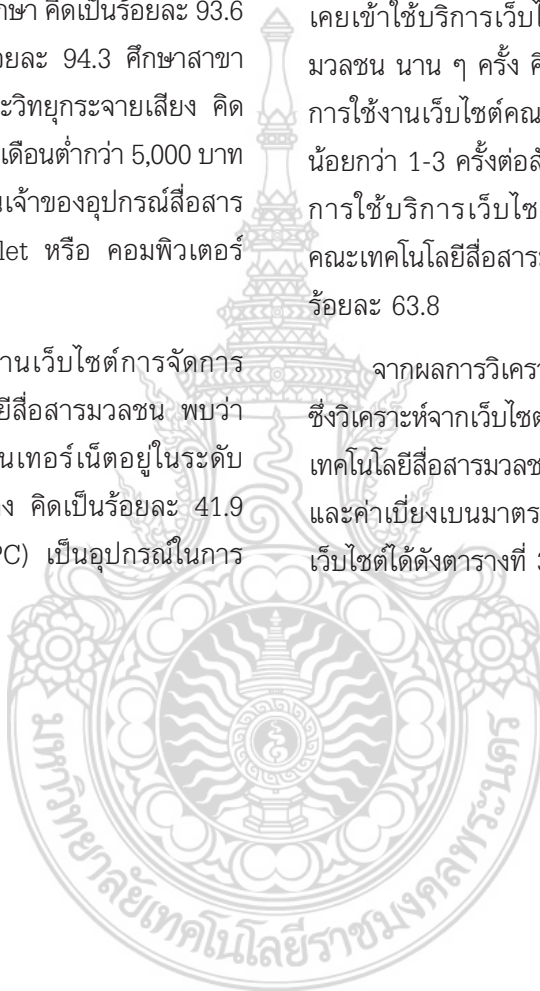
3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.3 เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 93.6 อายุ 18-28 ปี คิดเป็นร้อยละ 94.3 ศึกษาศาขาทคโนโลยีการโทรทัศนและวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 35.1 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.2 เป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร เช่น Smartphone Tablet หรือ คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 92.1

พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับใช้งานได้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.9 ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) เป็นอุปกรณ์ในการ

เข้าเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 46.8 สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตคือบ้าน คิดเป็นร้อยละ 75.5 ช่วงเวลาใช้งานอินเทอร์เน็ตคือ 20.01-00.00 น. คิดเป็นร้อยละ 64.9 การพูดคุยสนทนาเป็นจุดประสงค์หลักในการใช้อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 40.4 เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน นาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 76.2 ความสำเร็จการใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน นาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 61.5 การใช้บริการเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน นาน ๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.8

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งวิเคราะห์จากเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถแสดงผลค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจเว็บไซต์ได้ดังตารางที่ 3 ดังนี้



ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยี
สื่อสารมวลชน (n = 265)

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

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

1) ด้านการออกแบบเว็บไซต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจวิธีที่ใช้สำหรับการออกแบบ รองลงมาคือ ความสบายตา สำหรับภาพเคลื่อนไหว (Animation) มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

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

3) ด้านการจัดการองค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์ รองลงมา คือ การใช้งานง่ายสำหรับลิงค์หัวข้อต่าง ๆ สำหรับการสืบค้นข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรกับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สรุปลได้ ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน พบว่า ในทุก ๆ ด้านมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพในคณะต่างกัน มีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ ไม่แตกต่างกัน

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

4) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านความพึงพอใจ พบว่า ในด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลมีความพึงพอใจแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กับ ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง และปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กับสาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย

5) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ ไม่แตกต่างกัน

6) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อุปกรณ์การสื่อสารต่างกันมีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ค่า t test, F test และค่านัยสำคัญของความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยี
สื่อสารมวลชน

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

* $p \leq 0.05$

3.2 การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่สามารถอภิปราย
ผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่
เป็นเพศหญิง และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000
บาท มีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร เช่น
Smartphone Tablet หรือคอมพิวเตอร์ พฤติกรรม
การใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะ
เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ประสบการณ์ใน
การใช้อินเทอร์เน็ตผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้งานได้
ในระดับปานกลาง โดยใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)
เป็นอุปกรณ์ในการเข้าเว็บไซต์ ซึ่งใช้อินเทอร์เน็ต
จากที่บ้าน นิยมเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตในเวลา
20.01-00.00 น. สอดคล้องกับข้อมูลของ ศูนย์วิจัย
นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย (2556) โดยมีสถิติ
แนวโน้มการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่าง ๆ ใน
ประเทศไทยด้วยระบบปฏิบัติการ Windows 7
ถึง 40.58% เป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ระบบ
ปฏิบัติการ Windows XP 32.13% ซึ่งเป็นระบบ
ปฏิบัติการที่นิยมใช้บนคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและ
คอมพิวเตอร์ Notebook สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์

ในประเทศไทยในช่วงเวลาที่นิยมเข้าชมสูงสุดใน
ช่วงเวลา 21.00-21.59 น. ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้ใช้งาน
มีความสบายใจและกลับเข้าสู่ที่พักอาศัยเป็นช่วง
เวลาสำหรับการพักผ่อน ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จึงมี
คอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานส่วนตัว แต่ไม่สอดคล้อง
สำหรับการเจริญเติบโตทางเทคโนโลยีที่ในปัจจุบัน
ผู้ใช้งานใหม่จะเริ่มมีการใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพา
หรืออุปกรณ์พกพาที่มีขนาดเบามากขึ้น เช่น Tablet
และ Ultrabook ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนประชากรของ
เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ รวมถึง Notebook ที่มี
น้ำหนักมากมีการใช้งานลดลง จึงเป็นไปได้ที่กลุ่ม
ตัวอย่างใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และใช้งานมาในระยะ
มากกว่า 1-3 ปีเป็นอย่างมากน้อยในการใช้คอมพิวเตอร์
แบบตั้งโต๊ะ (สปริงนิวส์, 2556) จากกลุ่มตัวอย่างที่
เป็นเพศหญิงและเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่จะนิยมใช้
อินเทอร์เน็ตสำหรับการพูดคุยสนทนาเป็นหลัก
จากการสนทนาผ่านเว็บสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น
Facebook, Twitter และ Line เป็นต้น ซึ่งการ
ทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ สามารถใช้งาน
ได้ทั้งในระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์และโน้ตบุ๊ก
มือถือ ทำให้การสนทนาสามารถติดตามและพูดคุย
เรื่องราวต่าง ๆ จากกระดานสนทนาได้อย่างต่อเนื่อง

ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Blumler, J.G., & Katz., E., 1974) มนุษย์เปิดรับสื่อเพื่อความเพลิดเพลิน และเพื่อมีมนุษยสัมพันธ์ ช่วยลดปัญหาทางด้านจิตใจ ต้องการการยอมรับในสังคม ลดความเบื่อหน่าย เป็นต้น การใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนนาน ๆ ครั้ง รวมทั้งความถี่การใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่น้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่งผลทำให้การใช้บริการเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนผู้ใช้เข้าไปใช้บริการนาน ๆ ครั้งด้วย ซึ่งสอดคล้องกับวีรจินต์ นาคะนิเวศน์ (ม.ป.ป.) องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตระหนักในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความถี่มากขึ้น ทั้งจากนักศึกษา อาจารย์ เจ้าหน้าที่ ใช้เป็นแหล่งค้นหาข้อมูลหลักขององค์ความรู้ โดยอาจใช้การเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องในทุกด้านนำเข้ามาเก็บเพื่อการใช้งานในเว็บไซต์ มีการออกแบบองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เช่น การง่ายต่อการเข้าใช้งาน ความสม่ำเสมอในการอัปเดตข้อมูล การออกแบบที่ดึงดูดต่อกลุ่มเป้าหมายเรียบง่ายและมีความมีเอกลักษณ์ การออกแบบหน้าเว็บจัดตำแหน่งภาพและลิงค์ที่เหมาะสมให้เชื่อมต่อไปยังเว็บการจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่ชัดเจนเห็นชัด ช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าสู่เว็บไซต์ได้มากขึ้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใช้งานจากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมออีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรัชญา วัลมาลี (2551) ที่มีข้อเสนอแนะควรเพิ่มหน้าข่าวประชาสัมพันธ์และเพิ่มเมนูหลักเพื่อเชื่อมต่อเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องหรือมีเนื้อหาเช่นเดียวกับเว็บไซต์ที่พัฒนา

ประเด็นองค์ความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งความรู้เป็นฐานข้อมูลที่สำคัญของเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ในการพัฒนาความรู้ที่มีอยู่แล้วมีความเหมาะสมในระดับหนึ่ง จากการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้ที่สนใจอยู่ในระดับมากซึ่งเป็นข้อมูลความรู้ข่าวสารทั่วไปและข่าวเทคโนโลยี ส่วนด้านความรู้ในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนอยู่ในระดับปานกลางโดยความรู้ที่สนใจมากเป็นข้อมูลความรู้ทางด้านศาสตร์การเรียนรู้ทางเครื่องมือการผลิต สำหรับองค์ความรู้ภายในฝ่ายต่าง ๆ ของคณะฯ เช่น ความรู้ทางวิชาการหรือมีหลักการที่ชัดเจนอาศัยการเรียนรู้มากจะได้รับความสนใจน้อย ซึ่งสอดคล้องกับการจัดการความรู้ เรื่องประเภทความรู้ (วิกิพีเดีย, 2553) ความรู้มี 2 ประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง และความรู้แบบฝังลึก ซึ่งข้อมูลข่าวสารเป็นข้อมูลที่สนใจอยู่ในรูปแบบที่ชัดแจ้ง รวบรวมได้ง่าย จัดระบบการถ่ายโอน การเข้ารหัสในการถ่ายทอดได้ง่ายกว่า ไม่จำเป็นต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในการเรียนรู้ แต่ความรู้ในองค์การของฝ่ายต่าง ๆ ความเข้าใจแก่ข้อมูลเบื้องต้นอาจไม่สิ้นสุด จำเป็นต้องอาศัยความรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในการให้ความรู้ และทักษะในเชิงลึกยิ่งขึ้น ทำให้การสื่อสารและการทำความเข้าใจในกระบวนการเรียนรู้มากขึ้นตามไปด้วย

ความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน ด้านการจัดการองค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน และด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลอยู่ในระดับมาก ซึ่งถือได้ว่าเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้สามารถตอบสนอง

ต่อการใช้งานได้ในระดับเป็นที่พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวุฒิ สีดา, ชลลดา สาครวิเศษ, ณัฐพงษ์ เจนวิวัฒน์ และวรัญญา วัลมาลี (2550, 2548, 2546, 2551) ที่มีการประเมินการใช้งานเว็บไซต์มีความเหมาะสมและตอบสนองต่อความพึงพอใจในระดับดี จากผลการวิจัยเป็นรายด้านพบว่า ด้านการออกแบบเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเฉลี่ยที่ใช้สำหรับออกแบบ รองลงมา คือ ความสบายตา สำหรับภาพเคลื่อนไหว (Animation) มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับวีรจันต์ นาคะนิเวศน์ (ม.ป.ป.) ด้วยองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์การแสดงผลหน้าเว็บไซต์จำเป็นต้องมีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้งานสะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรเคลื่อนไหวตลอดเวลา อาจทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เกิดความรำคาญในการดูข้อมูล ทำให้เสียสมาธิ ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจข้อมูลที่มีความทันสมัย (Update) รองลงมา คือ มีข้อมูลครบทุกศาสตร์ของสาขาวิชา สำหรับความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ด้านการจัดการองค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์ รองลงมา คือ การใช้งานง่ายสำหรับลิงค์หัวข้อต่าง ๆ สำหรับการสืบค้นข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุดซึ่งสอดคล้องกับวีรจันต์ นาคะนิเวศน์ (ม.ป.ป.) ด้วยองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์เนื้อหาที่มีประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมเนื้อหาให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การใช้งานเว็บไซต์มีระบบนิเวศน์ให้ใช้งานง่ายเข้าใจง่ายสะดวก สำหรับการสืบค้นข้อมูลบนเว็บไซต์ยังต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาซึ่งในปัจจุบันยังไม่สามารถให้บริการค้นหาข้อมูลภายในเว็บไซต์ได้

4. สรุป

1. พฤติกรรมการเข้าใช้งานเว็บไซต์ ผู้ใช้งานนิยมใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการพูดคุยสนทนาเป็นหลัก ใช้งานที่บ้านโดยคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะในช่วงเวลาพักผ่อนหลังเลิกงานและการเรียน ซึ่งผู้ใช้งานเว็บไซต์มีความผ่อนคลายในการใช้งานมากที่สุด
2. ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งถือได้ว่าเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ ตอบสนองต่อการใช้งานได้อย่างเป็นที่น่าพอใจ
3. ความพึงพอใจในด้านองค์ความรู้ทางด้านศาสตร์วิชาชีพในด้านความบันเทิงเป็นสิ่งสำคัญช่วยให้เกิดความสนใจและอยากเรียนรู้ซึ่งเหมาะสมต่อวัยของนักศึกษาตรงตามความสนใจ เช่น การถ่ายภาพ วิดีโอ เป็นต้น สามารถเชื่อมโยงความรู้ไปสู่ความรู้ทางด้านวิชาชีพที่เหมาะสมให้สอดคล้องกัน กับความรู้ของข่าวสารทั่วไป รวมถึงข่าวสารทางเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

4.1 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. ความสวยงามของเว็บไซต์ (Design Template), การเปิดภาพวิดีโอ (Video), การเปิดไฟล์เสียง (Sound), ตำแหน่งของการลิงค์ไปภายในเว็บไซต์ (Link) และการสืบค้นข้อมูล ระดับค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมีระดับมาก แต่ค่าคะแนนใกล้เคียงกับค่าระดับปานกลาง ซึ่งเป็นข้อที่ควรปรับปรุงมากที่สุด และควรศึกษาเพื่อแก้ปัญหาในการพัฒนาเว็บไซต์ต่อไป
2. การใช้งานภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภายในเว็บไซต์มีค่าระดับความพึงพอใจในระดับต่ำที่สุดของทั้งหมด ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการ

ใช้งานภาพเคลื่อนไหวที่เหมาะสม เนื่องจากเว็บไซต์ การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ มีการใช้งานในระดับน้อย ซึ่งการสร้างเว็บไซต์สอดคล้องกับหลัก การออกแบบ อาจเกิดจากการใช้ภาพเคลื่อนไหว ที่น้อยไป หรือไม่พอดีสำหรับเว็บไซต์

3. ควรศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น ๆ ที่มี รูปแบบที่แตกต่างจากเว็บไซต์การจัดการองค์- ความรู้คณะฯ เช่น การใช้งานเว็บไซต์สถาบัน หรือ องค์การ เพื่อเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

5. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการ สนับสนุนทุนเพื่อการวิจัยในครั้งนี้

6. เอกสารอ้างอิง

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร. 2556. รายงานการประเมินตนเอง 2555 – คณะ เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. เอกสารออนไลน์ จาก <http://www.mct.rmutp.ac.th/qa/PDF/pakom%209.2/report%20%20me%202555.pdf> [2556, กันยายน 19].

ชลลดา สาครวิเศษ. 2548. การพัฒนาเว็บไซต์การ ประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตวิทยาลัยสถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง.

ณัฐวุฒิ สีดา. 2550. การพัฒนาเว็บไซต์ผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริษัท โครงการ การเรียนรู้แบบออนไลน์แห่ง สวทช. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบัน

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง.

ทีมงานทรูปลูกปัญญา. 2556. ความสำคัญของ อินเทอร์เน็ต. เอกสารออนไลน์จาก http://www.trueplukpanya.com/new/cms_detail/knowledge/3056-00/ [2556, กันยายน 19].

ธนาชาติ นุ่มนนท์. 2556. ชัดความสามารถการแข่งขัน ด้าน ICT ของไทยเมื่อเทียบกับประเทศใน ASEAN. เอกสารออนไลน์จาก <http://thanachart.org/2013/01/26/> ชัดความสามารถการแข่งขัน [2556, กันยายน 19].

นัฐพงษ์ เจนวีวัฒน์. 2546. การพัฒนาเว็บไซต์ ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย บูรพา.

วรรษญา วัลมาลี. 2551. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการ ส่งเสริมการเกษตร กรณีศึกษา : สำนักงาน เกษตรอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.

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

วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. 2549. การวิจัยเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: สำนัก พิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

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

ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย. 2556. สถิติ การเยี่ยมชมเว็บไซต์ในประเทศไทย. เอกสาร

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

