



การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
THE DEVELOPMENT OF THE FACULTY OF MASS COMMUNICATION TECHNOLOGY,  
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON'S  
KNOWLEDGE MANAGEMENT WEBSITE



นายวิฑูรย์ ศรีสัมฤทธิ์  
นางนุจรีย์ บุรีรัตน์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินผลประโยชน์ ประจำปี ๒๕๕๕  
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เรื่อง : การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
ผู้วิจัย : นายกวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์  
นางนุจรี บุรีรัตน์  
ปีงบประมาณ : 2555

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ความคิดเห็นและความต้องการของ  
ผู้ใช้เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร รวมถึงการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ให้มีความเหมาะสม ซึ่งเป็นงานวิจัย  
เชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามในการดำเนินการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างคือ อาจารย์  
นักศึกษา และเจ้าหน้าที่ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 256 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย  
ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test การทดสอบ Oneway ANOVA การทดสอบ  
รายคู่ LSD การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า

1. ลักษณะประชากรของกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ดังนี้ เพศ  
สถานภาพภายในคณะ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อุปกรณ์การสื่อสารไม่มีผลต่อความ  
พึงพอใจซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในรายด้านมีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นรายคู่คือ ด้านการออกแบบเว็บไซต์กับอายุ และด้านการใช้ประโยชน์ของ  
ข้อมูลกับระดับการศึกษามีความพึงพอใจแตกต่างกัน

2. การใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์ โดยมีความสัมพันธ์ดังนี้ ความถี่สำหรับการเข้าใช้  
งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์สูงสุด 10 ความสัมพันธ์ ภาพประกอบมี  
ความสัมพันธ์สูงสุดจำนวน 4 ความสัมพันธ์ โดยมีความสัมพันธ์ต่ออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการเข้าเว็บไซต์  
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต และความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะ  
เทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์มีความสัมพันธ์  
ต่อการใช้งานสูงสุดในเรื่องของการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ฯ สูงสุดจำนวน 4  
ความสัมพันธ์ และความรู้เชิงลึกมีความสัมพันธ์สูงสุดในการพัฒนาเว็บไซต์ จำนวน 2 ความสัมพันธ์  
โดยมีความสัมพันธ์กันกับประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต และการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์  
ความรู้คณะฯ

3. รูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายมีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจ ความ  
คิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยี  
สารสนเทศ ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจ ความคิดเห็นและความต้องการได้  
ดังนี้

ความพึงพอใจในเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

- สมการในรูปคะแนนดิบ

$$y = 1.457 + 0.332 (\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ}) + 0.259 (\text{ความสนใจความรู้})$$

- สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = 0.346 Z_{(\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ})} + 0.264 Z_{(\text{ความสนใจความรู้})}$$

ความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

- สมการในรูปคะแนนดิบ

$$y = 1.391 + 0.379 (\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ}) + 0.235 (\text{ความสนใจความรู้})$$

- สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = 0.386 Z_{(\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ})} + 0.234 Z_{(\text{ความสนใจความรู้})}$$



คำสำคัญ : เว็บไซต์, การจัดการองค์ความรู้

Title : The development of The Faculty of Mass Communication  
Technology, Rajamangala University of Technology Phra  
Nakhon's knowledge management website

Name : Mr.Kawit Srisumrit  
Mrs.Nuchjaree Bureerat

Academic Year : 2012

### Abstract

The objectives of the research to gain an understanding of satisfaction, feedbacks and needs of the users of knowledge management website of the Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon as well as to develop a proper knowledge management website. This research is a survey-based research which questionnaires are used as research tools. The research sampling consists of 256 lecturers, students and staffs of the Faculty of Mass Communication Technology. Statistical methods used are average, percentage, standard deviation, t-test, Oneway ANOVA, LSD, chi-square and multiple regression analysis.

The research findings are as follow:

1. Different demographics of the target group do not make much difference in satisfaction level. Factors such as sex, status within the faculty, age, education, monthly income and communication devices used do not effect user satisfaction. This fact does not correspond with our assumption. However, there are some aspects that coincide statistically with our other assumptions, for example, age effects satisfaction level of website design while education effects satisfaction level of data utilization.

2. The access of knowledge management website is related to the utilization satisfaction. The relationship can be explained as follow: The access frequency of the Faculty of Mass Communication Technology's knowledge management website has the maximum correlations of 10 while picture has 4 correlations which are device used for website access, internet usage location, usage time and access frequency of the website. Feedbacks and needs for website development has the maximum correlations of 4, in term of access frequency. In-depth knowledge has the maximum correlations of 2 in term of website development which are internet usage experience and access of knowledge management website.



3. Knowledge of the target group relates to the satisfaction, feedbacks and needs of the knowledge management website development which can be explained as follow:

Opinions and satisfaction in knowledge management site

- Best Equation

$$y = 1.457 + 0.332 (\text{faculty knowledge}) + 0.259 (\text{knowledge attention})$$

- Standard Equation

$$Z_Y = 0.346 Z_{(\text{faculty knowledge})} + 0.264 Z_{(\text{knowledge attention})}$$

Opinions and needs in the development of knowledge management site

- Best Equation

$$y = 1.391 + 0.379 (\text{faculty Knowledge}) + 0.235 (\text{knowledge attention})$$

- Standard Equation

$$Z_Y = 0.386 Z_{(\text{faculty knowledge})} + 0.234 Z_{(\text{knowledge attention})}$$



Keywords : Website, KM, Knowledge Management

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินผลประโยชน์ประจำปีงบประมาณ 2555 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการดำเนินการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากมีบุคคลและฝ่ายต่างๆ ที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือในด้านต่างๆ ดังนี้ ขอขอบคุณที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัยและแก้ไขปรับปรุงเครื่องมือวิจัยทุกท่าน ขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ทั้งคณาจารย์ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ที่ตอบแบบสอบถามจนผลงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

คณะผู้วิจัย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	1
1.3 สมมติฐานการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	2
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
1.7 ประโยชน์ของผลการวิจัย	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต	4
2.2 เว็บไซต์	5
2.3 แนวโน้มอินเทอร์เน็ตกับสื่อในอนาคต	16
2.4 การจัดการองค์ความรู้	17
2.5 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ	21
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	25
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง	25
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	26
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
3.4 การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	28
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	29
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย	30
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของประชากร	31
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและประเด็นข้อมูลขององค์ความรู้ของผู้ใช้งาน	32

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นความพึงพอใจ	36
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านความสัมพันธ์กันระหว่างความพึงพอใจเว็บไซต์ การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	38
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความ คิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	51
ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์รูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มี ความสัมพันธ์กันทางความพึงพอใจและความคิดเห็นที่มีต่อความ ต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ	56
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	60
5.1 สรุปผลการวิจัย	60
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	64
5.3 ข้อเสนอแนะ	68
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	72
ประวัติผู้วิจัย	79

## สารบัญตาราง

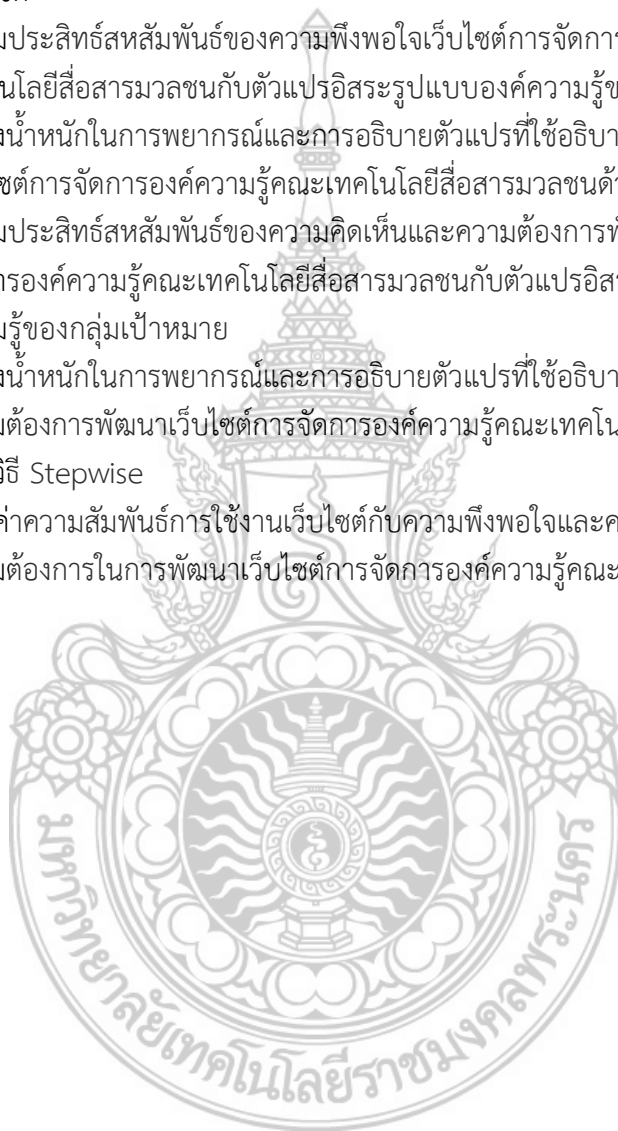
ตารางที่		หน้า
2-1	เกณฑ์การประเมินเว็บไซต์	9
3-1	แสดงจำนวนประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัย	25
3-2	แสดงสัดส่วนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	26
4-1	จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร	31
4-2	จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์	32
4-3	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นความรู้	34
4-4	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจในรายละเอียดของเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	35
4-5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการ	37
4-6	ค่า t test, F test และค่านัยสำคัญของความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	38
4-7	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ ด้านการออกแบบเว็บไซต์	39
4-8	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูล	40
4-9	ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ กับความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ฯ รวมทั้งหมด	40
4-10	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความเหมาะสมของตัวอักษร (Font)	41
4-11	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความสวยงามของเว็บไซต์ (Design Template)	42
4-12	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการออกแบบที่ทันสมัย	42
4-13	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความเหมาะสมของสี	43
4-14	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความสบายตา	43
4-15	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความเหมาะสมของภาพ	44
4-16	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการจัดองค์ประกอบหัวข้อและเนื้อหา	44
4-17	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับภาพเคลื่อนไหว (Animation)	45
4-18	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับภาพวิดีโอ (Video)	45
4-19	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการเปิดไฟล์เสียงในเว็บไซต์ (Sound)	46
4-20	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับตำแหน่งของลิงค์บนเว็บไซต์ (Link)	46

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-21	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความทันสมัยของข้อมูล (Update)	47
4-22	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความครบถ้วนของข้อมูล ในทุกศาสตร์วิชา	47
4-23	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	48
4-24	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความง่ายต่อการเข้าใช้งานลิงค์ หัวข้อ	48
4-25	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์	49
4-26	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความง่ายต่อการเข้าใช้งานภายใน เว็บไซต์	49
4-27	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการสืบค้นข้อมูล	50
4-28	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับข้อมูลสามารถใช้ประโยชน์ได้ตาม ความต้องการที่ค้นหา	50
4-29	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาความรู้ใน เชิงกว้าง	51
4-30	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาความรู้ใน เชิงลึก	51
4-31	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาความรู้ทาง เทคนิค และเครื่องมือ	52
4-32	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาวิทัศน์ (สื่อการสอน)	52
4-33	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาสื่อเสียง (สื่อการสอน)	53
4-34	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนา e-Learning (รายวิชา)	53
4-35	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนา Blog อาจารย์ภายในคณะฯ	54
4-36	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาบทความ วิชาการ/วิจัย	54
4-37	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาช่อง ทางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านจากสังคมเครือข่ายเพิ่มเติม (Facebook, Twitter ฯลฯ)	55
4-38	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาเป็น ช่องทางรวมศาสตร์ทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	55

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-39	ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้คณาจารย์พัฒนา อู่พลังงานวิจัย บทความหรือความชำนาญของตนเอง เพื่อการเผยแพร่บน เว็บไซต์	56
4-40	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะ เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนกับตัวแปรอิสระรูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมาย	57
4-41	แสดงน้ำหนักในการพยากรณ์และการอธิบายตัวแปรที่ใช้อธิบายความพึงพอใจ เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้วยวิธี Stepwise	57
4-42	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความคิดเห็นและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์การ จัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนกับตัวแปรอิสระรูปแบบองค์ ความรู้ของกลุ่มเป้าหมาย	58
4-43	แสดงน้ำหนักในการพยากรณ์และการอธิบายตัวแปรที่ใช้อธิบายความคิดเห็นและ ความต้องการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ด้วยวิธี Stepwise	59
5-1	สรุปค่าความสัมพันธ์การใช้งานเว็บไซต์กับความพึงพอใจและความคิดเห็นที่มีต่อ ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	62



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1-1	กรอบความคิดในการวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	3
2-1	การจัดการองค์ความรู้ในองค์กร	20





# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก เพราะทำให้วิถีชีวิตเราทันเหตุการณ์และทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีการนำเสนอข้อมูล ข่าวปัจจุบัน และสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ผู้ใช้รับทราบถึงการเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน สารสนเทศที่เสนอ ในอินเทอร์เน็ตมีมากมายหลายรูปแบบเพื่อสนองความสนใจและความต้องการของผู้ใช้ทุกกลุ่ม อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งสารสนเทศสำคัญสำหรับทุกคนเพราะสามารถค้นหาสิ่งที่ตนสนใจได้ในทันที หรือแม้แต่การรับรู้ข่าวสารทั่วโลกก็สามารถอ่านได้ในอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ดังนั้น อินเทอร์เน็ตจึงมีความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนเพื่อการติดต่อสื่อสารและการแสวงหาความรู้ ซึ่งถ้า องค์กรใดไม่สามารถใช้การติดต่อสื่อสารข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้เกิด การเสียเปรียบทางการสื่อสาร และการแข่งขันทั้งภายในองค์กร และระดับประเทศ

องค์ความรู้จากอาจารย์และบุคลากรภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ยังมีปัญหาในการ รวบรวมและจัดเก็บอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะสามารถเรียกใช้องค์ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การ จัดการองค์ความรู้ภายในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการจะหลอมรวมองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นทั้งหมดมา จัดเก็บและนำมาใช้ประโยชน์ต่อองค์กรมากที่สุด โดยนำจากประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญจาก ความรู้ในด้านต่างๆ มาแลกเปลี่ยนกัน โดยในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ได้มีส่วนของหน้าเว็บไซต์ การจัดการองค์ความรู้ที่ต้องได้รับการปรับปรุงและรองรับต่อการประเมินผลมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนอง ต่อตัวชี้วัดและการประเมินต่างๆ ในปัจจุบัน รวมทั้งเป็นแหล่งความรู้ที่รวบรวมภูมิความรู้จาก คณาจารย์ในคณะฯ การทำงานและรูปแบบการทำงานในสายงานปฏิบัติต่างๆ ที่เหมาะสมสามารถดึง มาใช้งานได้อย่างสม่ำเสมอ และยังคงอยู่ตลอดบนเว็บไซต์เพื่อการสืบค้น และถึงองค์ความรู้เพื่อ รองรับสำหรับการแก้ปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จากกรณีศึกษาต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นแล้วนำมาจัดเก็บ รวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม ผู้ที่พบปัญหาสามารถเข้าไปค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์แล้วนำไปแก้ปัญหาใน การทำงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากการรวบรวมองค์ความรู้ในองค์กรที่ยังไม่มีจุดรวมที่ชัดเจนให้กับคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และ นักศึกษา ของคณะสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง และเพื่อความเหมาะสมต่อการประเมินตามกรอบการ ประเมินต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการที่จะศึกษาการพัฒนาเว็บไซต์การ จัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

### 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ใช้เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยี สารสนเทศฯ

1.2.2 เพื่อพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ

1.2.3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับชั้นปี และสาขาวิชา ของกลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นและความพึงพอใจแตกต่างกัน

1.3.2 การใช้งานเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กันกับความคิดเห็นและความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.3.3 รูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายมีความสัมพันธ์กันกับความคิดเห็นและความพึงพอใจที่มีความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.4.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่

1.4.1.1 อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 22 คน

1.4.1.2 เจ้าหน้าที่คณะ จำนวน 30 คน

1.4.1.3 นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 767 คน

1.4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 265 คน (Krejcie & Morgan, 1970)

1.4.3 ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1) ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม (อาจารย์, เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา)

1.2) การใช้งานเว็บไซต์

1.3) ข้อมูลขององค์ความรู้

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นและความพึงพอใจ

2.1) ความพึงพอใจ

2.2) ความคิดเห็นและความต้องการ

### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน ด้านการจัดการองค์ความรู้ และการง่ายต่อการใช้งาน และด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูล

ความคิดเห็นและความต้องการ หมายถึง การแสดงออกทางความคิดเพื่อต้องการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในเรื่องของความรู้ สื่อ และช่องทางการสื่อสาร เป็นต้น

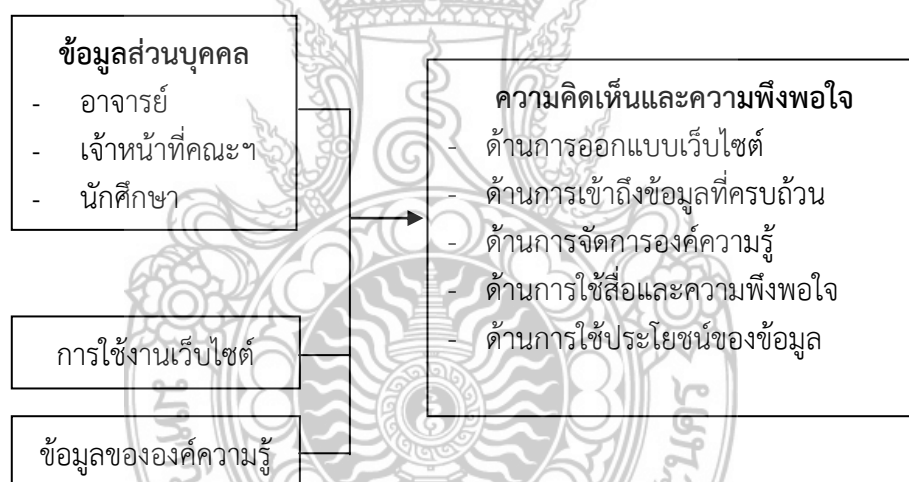
เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ หมายถึง เว็บไซต์เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างกระบวนการจัดการองค์ความรู้ให้เป็นระบบที่เหมาะสมต่อการแสวงหาความรู้ การจัดเก็บองค์ความรู้ที่เหมาะสม เพื่อนำความรู้นั้นไปประยุกต์ใช้และถ่ายทอดแบ่งปันให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ เกิดการไหลเวียนความรู้ภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

การใช้งานเว็บไซต์ หมายถึง พฤติกรรมและกิจกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อที่เข้าใช้งานภายในเว็บไซต์ เช่น การดูข่าวสาร การพูดคุยสนทนา การเรียนรู้จากเว็บไซต์ การดูวิดีโอ ฯลฯ

ข้อมูลขององค์ความรู้ หมายถึง ความรู้ภายในตัวตนซึ่งเกิดจากประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีตและปัจจุบันจากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร สร้างสรรค์เพิ่มพูนความรู้ให้มีรูปแบบที่ฝังตัวและจดจำอยู่ภายในตัวบุคคล

## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีดังนี้



ภาพที่ 1-1 กรอบความคิดในการวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## 1.7 ประโยชน์ของผลการวิจัย

1.7.1 เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

1.7.2 เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ต่างๆ ภายในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

1.7.3 เพื่อทราบความพึงพอใจ ความคิดเห็น ความต้องการ เพื่อการจัดการองค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่เหมาะสม

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการทำวิจัยให้ตรงตามวัตถุประสงค์งานวิจัย โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

- 2.1 ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต
- 2.2 เว็บไซต์
- 2.3 แนวโน้มอินเทอร์เน็ตกับสื่อในอนาคต
- 2.4 การจัดการองค์ความรู้
- 2.5 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2552) ได้สำรวจการมีใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2552 จากจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งสิ้นประมาณ 61.3 ล้านคน ในปี 2552 มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 17.9 ล้านคนหรือร้อยละ 29.3 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 12.3 ล้านคนหรือร้อยละ 20.1 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเขตการปกครอง ในเขตเทศบาล มีสัดส่วนของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ร้อยละ 42.0 และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 32.7 สูงกว่านอกเขตเทศบาล คือมีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ร้อยละ 23.6 และผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 14.5 เมื่อพิจารณาเป็นรายภาค กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนผู้ใช้คอมพิวเตอร์มากที่สุดคือ ร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ ภาคกลาง ร้อยละ 29.8 สำหรับการใช้อินเทอร์เน็ต กรุงเทพมหานครมีผู้ใช้มากที่สุดคือ ร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ ภาคเหนือร้อยละ 19.5 ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสัดส่วนผู้ใช้คอมพิวเตอร์และใช้อินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด คือร้อยละ 25.3 และร้อยละ 16.7 ตามลำดับ

ทีมงานทรูปลูกปัญญา (2552) ได้อธิบายความสำคัญของอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันว่า มีบทบาทและมีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก เพราะทำให้วิถีชีวิตเราทันสมัยและทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตจะมีการเสนอข้อมูลข่าวปัจจุบัน และสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ผู้ใช้ทราบเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน สารสนเทศที่เสนอในอินเทอร์เน็ตจะมีมากมายหลายรูปแบบเพื่อสนองความสนใจและความต้องการของผู้ใช้ทุกกลุ่ม อินเทอร์เน็ตจึงเป็นแหล่งสารสนเทศสำคัญสำหรับทุกคนเพราะสามารถค้นหาสิ่งที่ตนสนใจได้ในทันทีโดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปค้นคว้าในห้องสมุด หรือแม้แต่การรับรู้ข่าวสารทั่วโลกก็สามารถอ่านได้ในอินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่างๆ ของหนังสือพิมพ์

ดังนั้นอินเทอร์เน็ตจึงมีความสำคัญกับวิถีชีวิตของคนเราในปัจจุบันเป็นอย่างมากในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่อยู่ในวงการธุรกิจ การศึกษา ต่างก็ได้รับประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตด้วยกันทั้งนั้น

1. ด้านการศึกษา อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญ ดังนี้
  - 1) สามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่นๆ ที่น่าสนใจ
  - 2) ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เปรียบเสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่
  - 3) นักเรียนนักศึกษาสามารถใช้อินเทอร์เน็ตติดต่อกับมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียนอื่นๆ เพื่อค้นหาข้อมูลที่กำลังศึกษาอยู่ได้ ทั้งที่ข้อมูลที่เป็นข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ
2. ด้านธุรกิจและการพาณิชย์ อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญดังนี้
  - 1) ค้นหาข้อมูลต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ
  - 2) สามารถซื้อขายสินค้า ทำธุรกรรมผ่านระบบเครือข่าย
  - 3) เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ โฆษณาสินค้า ติดต่อสื่อสารทางธุรกิจ
  - 4) ผู้ใช้ที่เป็นบริษัท หรือองค์กรต่างๆ ก็สามารถเปิดให้บริการ และสนับสนุนลูกค้าของตนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เช่น การให้คำแนะนำ สอบถามปัญหาต่างๆ ให้แก่ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรมทดลองใช้ (Shareware) โปรแกรมแจกฟรี (Freeware)
3. ด้านการบันเทิง อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญดังนี้
  - 1) การพักผ่อนหย่อนใจ สันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่างๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine Online รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่นๆ โดยมีภาพประกอบที่จอคอมพิวเตอร์เหมือนกับวารสารตามร้านหนังสือทั่วไป
  - 2) สามารถฟังวิทยุหรือดูรายการโทรทัศน์ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้
  - 3) สามารถดึงข้อมูล (Download) ภาพยนตร์มาดูได้

## 2.2 เว็บไซต์

เว็บไซต์เป็นช่องทางหนึ่งในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ซึ่งช่วยเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เรียนได้อย่างมากผู้เรียนไม่จำเป็นต้องเดินทางมาหาข้อมูลที่มหาวิทยาลัย สามารถหาข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ได้ทุกที่ทุกเวลา (นัฐพงษ์ เจนวีร์วัฒน์, 2546)

สารสนเทศมีส่วนสำคัญในกรอบการประเมินผลการปฏิบัติราชการในมิติที่ 4 ในด้านการพัฒนาสถาบัน ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพของการจัดการระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศและการ

จัดการองค์ความรู้ จะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรให้มีความรู้และแลกเปลี่ยนการเรียนรู้กันภายใน และภายนอกองค์กร (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบข้าราชการ, 2552)

### การออกแบบเว็บไซต์

วีรจินต์ นาคะนิเวศน์ (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึงการออกแบบเว็บไซต์ว่า ควรคำนึงถึงการใช้งานเป็นหลักเพื่อกำหนดองค์ประกอบภายในเว็บไซต์ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างเว็บเพจเป็นสิ่งจำเป็นซึ่งปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายโดยไม่ต้องพึ่งพาความรู้ทางการเขียนโปรแกรมภาษา HTML อย่างแต่ก่อน เพียงรู้หลักเบื้องต้นก็เพียงพอที่จะพัฒนาเว็บเพจได้ดีในระดับหนึ่ง โปรแกรมที่ช่วยพัฒนาเว็บมีอยู่มากมายที่เลือกใช้ได้ตามความถนัดของผู้พัฒนาเว็บไซต์ ดังนั้นการสร้างเว็บเพจให้มีความเหมาะสมควรคำนึงสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้

1. ความแปลก ความแตกต่าง (Contrast) คือ แยกความแตกต่างที่อยู่บนจอภาพให้เห็นชัดเจน เช่น การใช้ตัวหนังสือ เส้น สี ขนาด ฯลฯ สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี
  2. การซ้ำซ้ำ (Repetition) คือแบบแผนหรือสไตล์ของผู้ออกแบบ จะต้องมียุทธศาสตร์รูปแบบ สอดคล้องกันทั้งหมด
  3. การจัดแถว การวางแนว (Alignment) คือ การจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ต้องไม่สะเปะสะปะ ไร้เหตุผล ไม่ขัดกับความรู้สึกของผู้อ่าน จัดให้ดูสะอาด
  4. ความใกล้เคียง ความเกี่ยวเนื่อง (Proximity) คือ การจัดวางองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกัน ให้เป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน
- นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่ไม่ควรทำอีก เช่น รูปประกอบเรื่องมีขนาดใหญ่เกินไป รูปที่ใช้ประกอบไม่มีความละเอียดของภาพ อยู่ในระดับที่สามารถรับได้ เน้นคำมากจนเกินไป

### องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์

1. ความเรียบง่าย ได้แก่ มีรูปแบบที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และใช้งานได้สะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ชนิดและสีของตัวอักษรไม่มากจนเกินไปทำให้วุ่นวาย
2. ความสม่ำเสมอ ได้แก่ ใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เช่น รูปแบบของหน้า สไตล์ของกราฟิก ระบบเนวิเกชัน และโทนสี ควรมีความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งเว็บไซต์
3. ความเป็นเอกลักษณ์ การออกแบบเว็บไซต์ควรคำนึงถึงลักษณะขององค์กร เพราะรูปแบบของเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้นๆ เช่น ถ้าเป็นเว็บไซต์ของทางราชการ จะต้องดูน่าเชื่อถือไม่เหมือนสวนสนุก ฯลฯ
4. เนื้อหาที่มีประโยชน์เนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ จัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ผู้ใช้งานต้องการให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาไม่ควรซ้ำกับเว็บไซต์อื่น จึงจะดึงดูดความสนใจ
5. ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย ต้องออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและใช้งานสะดวก ใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน มีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่น วางไว้ในตำแหน่งเดียวกันทุกหน้า

6. ลักษณะที่น่าสนใจ หน้าตาของเว็บไซต์จะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพขององค์ประกอบต่างๆ เช่น คุณภาพของกราฟิกที่จะต้องสมบูรณ์ การใช้สี การใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย สบายตา การใช้โทนสีที่เข้ากัน ลักษณะหน้าตาที่น่าสนใจนั้นขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล

7. การใช้งานอย่างไม่จำกัด ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุด เลือกใช้เบราว์เซอร์ชนิดใดก็ได้ในการเข้าถึงเนื้อหา สามารถแสดงผลได้ทุกระบบปฏิบัติการและความละเอียดหน้าจอต่างๆ กันอย่างไม่มีปัญหาเป็นลักษณะสำคัญสำหรับผู้ที่มีจำนวนมาก

8. คุณภาพในการออกแบบ การออกแบบและเรียบเรียงเนื้อหาอย่างรอบคอบ สร้างความรู้สึกรู้สึกว่าเว็บไซต์มีคุณภาพ ถูกต้อง และเชื่อถือได้

9. ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง การใช้แบบฟอร์มสำหรับกรอกข้อมูลต้องสามารถกรอกได้จริงใช้งานได้จริง ไม่มากจนเกินไปเพื่อลดเวลาและขั้นตอนในการกรอก

ลิงค์ต่างๆ จะต้องเชื่อมโยงไปหน้าที่มีอยู่จริงและถูกต้อง ระบบการทำงานต่างๆ ในเว็บไซต์จะต้องมีความแน่นอนและทำหน้าที่ได้จริง

### ขั้นตอนการออกแบบเว็บเพจ (Webpage)

ก่อนจะลงมือสร้างเว็บ จำเป็นต้องผ่านกระบวนการออกแบบ นอกจากความสวยงามแล้วสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ

1. มีสารบัญแสดงรายละเอียดของเว็บเพจนั้น
2. เชื่อมโยงข้อมูลไปยังเป้าหมายได้ตรงกับความต้องการ
3. เนื้อหากระชับ สั้น ทันสมัย
4. สามารถตอบโต้กับผู้ใช้ได้ทันท่วงที
5. มีรูปภาพประกอบการนำเสนอที่ดี ไม่ควรมีรูปภาพมากเกินไป
6. เข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง
7. ใช้งานง่าย
8. เป็นมาตรฐานเดียวกัน

### หลักการออกแบบเว็บเพจ

1. รูปภาพ (Graphic or Photo) การใช้รูปภาพในเว็บไซค์มีอยู่ 2 จุดประสงค์ คือ เพื่อเพิ่มความสวยงามและดึงดูดความสนใจในการเข้าชมเพื่อแสดงข้อมูล และบอกรายละเอียดต่างๆ ของสินค้า ทั้งนี้รูปภาพดังกล่าวจะมีทั้งรูปที่เป็นภาพจริง (Photo) และภาพที่วาดขึ้นโดยใช้เทคนิคต่างๆ (Graphic) โดยรูปภาพดังกล่าวจะสามารถใช้เป็นจุดเชื่อมโยงได้อีกด้วย โดยที่สามารถทำการสร้างจุดเชื่อมโยงได้หลายจุดในภาพ 1 ภาพเรียกว่า Image map หรือการแม็ปภาพ

2. แบบฟอร์ม (Form) ในการส่งข้อมูลผ่านเว็บไซค์ นอกเหนือการเขียน e-mail ยังสามารถส่งข้อมูลในแบบฟอร์มที่จัดทำอยู่ในเว็บไซค์ ได้โดยมีข้อดีคือทางผู้ใช้จะตอบเฉพาะคำถามที่ทางผู้ดูแลเว็บไซค์ ต้องการทราบเท่านั้น โดยจะประหยัดเวลาทั้งสองฝ่ายในการเก็บข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้แบบฟอร์มต่างๆ จะมีอยู่ในหลายรูปแบบเช่น Check Box, Radio Button หรือ Scroll Bar ก็ได้

3. ภาพยนตร์และเสียงประกอบ (Movie and Sound) การเพิ่มภาพยนตร์และเสียงประกอบจะทำให้เว็บไซค์ มีความน่าสนใจและดึงดูดใจผู้เข้าชมมากขึ้น นอกจากเพิ่มความสวยงามและความสมจริงของข้อมูลแล้ว ยังเป็นการง่ายต่อผู้ใช้ที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ด้วยหรืออาจจะทำการแสดงเฉพาะเสียงประกอบเพียงอย่างเดียวก็ได้ เช่น เสียงเพลงประกอบตลอดเวลาที่ผู้ใช้ข้อมูลอยู่ในเว็บไซค์

4. ตัวนับ (Hit Counter) ใช้นับจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซค์ (โดยมีพื้นฐานมาจากการใช้ CGI Script) และทำการวัดประสิทธิภาพของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

5. กรอบ (Frame) เพื่อความสวยงามและความสะดวกในการใช้งาน ผู้ออกแบบสามารถทำการแบ่งจอภาพออกเป็นหลายๆ ส่วน ในกรณีที่เว็บไซค์ มีขนาดใหญ่ และมี Linkหลายๆชุดต่อกันออกไปทำให้การที่จะกลับมาที่จุดเริ่มต้นสามารถทำได้โดยง่าย หรือการที่ต้องการข้อมูลบางอย่างแสดงผลภาพบางอย่างอยู่ตลอดเวลาในเว็บไซค์

6. CGI Script เป็นการประมวลผลข้อมูลจากผู้ใช้ด้วย CGI หรือ Common Gateway Interface จะเป็นตัวกลาง ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงเว็บไซค์ กับผู้ใช้เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลและนำไปประมวลผลส่งกลับให้กับผู้ใช้หรือให้กับผู้ดูแลเว็บไซค์ (Web Master) เพื่อนำไปใช้ประโยชน์อื่นๆ ต่อไป เช่น การสำรวจความคิดเห็น ทำ Poll การสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต การสมัครสมาชิกและอื่นๆ (หมายเหตุ: ข้อมูลที่ประมวลผลแล้วสามารถนำกลับมาเพื่อแสดงในเว็บไซค์ ได้ในภายหลัง)

7. จาวา (Java) เป็นภาษาที่สามารถทำงานโดยไม่ขึ้นกับแพลตฟอร์ม (หมายความว่า Java สามารถทำงานได้แม้ในลักษณะของโปรแกรมที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะทำงานบน Windows NT หรือ UNIX ก็เหมือนกัน) โดย Java จะนำมาใช้สำหรับการโต้ตอบกับระบบ Multimedia เพื่อเพิ่มความน่าดึงดูดใจของเว็บไซค์ เช่น การใส่เสียงเพลง เป็นต้น รวมทั้งการใช้งานด้านความปลอดภัย เช่น การส่งข้อมูลของบัตรเครดิต นอกจากนี้ยังใช้เป็นคำสั่งในการประมวลผลในลักษณะเดียวกันกับ CGI Script อีกด้วย

### เกณฑ์การประเมินเว็บไซค์ทางการศึกษา

เนื่องด้วยเว็บไซค์ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นหน้าแรกของเว็บไซค์ที่เรียกว่า โฮมเพจ (Homepage) และส่วนที่เป็นเนื้อหา (Web page) หลายๆ หน้ารวมกัน เรียกว่า



Web Pages โหมเพจ เป็นหน้าเว็บหน้าแรกของเว็บไซต์ ซึ่งต้องมีจุดเด่นมาก เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์และเกิดความประทับใจ อยากเข้ามาเยี่ยมชมอยู่เรื่อยๆ โดยสามารถแยกหลักเกณฑ์ในการประเมินการออกแบบเว็บไซต์ (เนคเทค, ม.ป.ป.) ไว้ดังตาราง 2-1

ตาราง 2-1 เกณฑ์การประเมินเว็บไซต์

เกณฑ์การประเมิน	โหมเพจ	เว็บเพจ
แนวคิดการออกแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดในการออกแบบ</li> <li>- สำหรับเด็กนักเรียน</li> <li>- สำหรับนักศึกษา</li> <li>- สำหรับบุคคลทั่วไป</li> <li>- บริการฟรี</li> <li>- เก็บค่าลงทะเบียน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำหรับเด็กนักเรียน</li> <li>- สำหรับนักศึกษา</li> <li>- สำหรับบุคคลทั่วไป</li> </ul>
องค์ประกอบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชื่อเรียกเว็บไซต์สอดคล้องเหมาะสมกับเนื้อหา</li> <li>- ชื่อหัวข้อเรื่องแต่ละเรื่องเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหา</li> <li>- มีการสมัครเป็นสมาชิกเข้าไป (Member Login)</li> <li>- มีกระดานข่าว (Webboard) เพื่อเสนอเนื้อหาปรับปรุงที่น่าสนใจ รวมถึงการ ถามปัญหา การแสดงความคิดเห็น ฯลฯ)</li> <li>- มีระบบ Web Counter Summary นับจำนวนสมาชิกเพื่อประเมินความนิยม</li> <li>- มีข้อเสนอแนะในการใช้เว็บไซต์</li> <li>- มีการออกแบบหน้าโหมเพจที่โดดเด่นแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง แสดง ถึงความคิดสร้างสรรค์ (ไม่ซ้ำกับหน้าโหมเพจอื่นๆ)</li> <li>- มีการออกแบบที่สอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดความสนใจ (เช่น มีภาพการ์ตูนสำหรับ</li> <li>- ไม่ใช่ภาพ ข้อความ เนื้อหาหรือส่วนใดส่วนหนึ่งที่ละเมิดลิขสิทธิ์ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชื่อหัวข้อเรื่องแต่ละเรื่องเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหา</li> <li>- มีกระดานข่าว (Webboard) (เพื่อเสนอเนื้อหาปรับปรุงที่น่าสนใจ รวมถึงการ ถามปัญหา การแสดงความคิดเห็น ฯลฯ)</li> <li>- มีการออกแบบที่สอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดึงดูดความสนใจ (เช่น มีภาพการ์ตูนสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก)</li> <li>- ไม่ใช่ภาพ ข้อความ เนื้อหาหรือส่วนใดส่วนหนึ่งที่ละเมิดลิขสิทธิ์</li> </ul>

ตาราง 2-1 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน	Homepage	Webpage (เนื้อหา)
ตัวอักษร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชนิดตัวอักษร (Font) ต้องเป็นมาตรฐาน (ไม่ต้องลง Font เพิ่มเติมในบางเครื่อง)</li> <li>- ชนิดตัวอักษรไม่ควรหลากหลายเกินกว่า 3 ชนิดใน 1 หน้าเว็บเพจ</li> <li>- ชนิดตัวอักษรต้องเป็นแบบที่อ่านง่ายชัดเจน</li> <li>- รูปแบบตัวอักษร (ตัวเอียง, ชิดเส้นได้, หนา, บาง) แตกต่างเหมาะสม (เช่น ถ้าเป็น หัวข้อใช้ตัวหนา ตัวบางใช้สำหรับเนื้อหาปกติ )</li> <li>- ขนาดตัวอักษรต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (เช่น เด็กเล็กใช้ขนาดตัวอักษร ใหญ่ ระดับมัธยม อุดมศึกษา ตัวอักษรขนาดเล็ก)</li> <li>- ชนิดตัวอักษรและแบบตัวอักษรที่ใช้มีความกลมกลืนเป็นระบบในทุกหน้าของเว็บไซต์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชนิดตัวอักษร (Font) ต้องเป็นมาตรฐาน (ไม่ต้องลง Font เพิ่มเติมในบางเครื่อง)</li> <li>- ชนิดตัวอักษรไม่ควรหลากหลายเกินกว่า 3 ชนิดใน 1 หน้าเว็บเพจ</li> <li>- ชนิดตัวอักษรต้องเป็นแบบที่อ่านง่ายชัดเจน</li> <li>- รูปแบบตัวอักษร (ตัวเอียง, ชิดเส้นได้, หนา, บาง) แตกต่างเหมาะสม (เช่น ถ้าเป็น หัวข้อใช้ตัวหนา ตัวบางใช้สำหรับเนื้อหาปกติ )</li> <li>- ขนาดตัวอักษรต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (เช่น เด็กเล็กใช้ขนาดตัวอักษร ใหญ่ ระดับมัธยม อุดมศึกษา ตัวอักษรขนาดเล็ก)</li> <li>- ชนิดตัวอักษรและแบบตัวอักษรที่ใช้มีความกลมกลืนเป็นระบบในทุกหน้าของเว็บไซต์</li> </ul>
สี	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สีตัวอักษร/สีพื้นเว็บ</li> <li>- สีภาพประกอบ</li> <li>- สีวัตถุอื่นๆ ที่นำมาประกอบ</li> <li>- ใช้สีสวยงามสบายตาไม่หลากหลายสีเกินไป</li> <li>- ใช้สีสื่อความหมายได้ (เช่น สีแดงแทนเรื่องราวใหม่ๆ ที่น่าติดตาม)</li> <li>- ความแตกต่างระหว่างสีพื้นและสีข้อความ สีภาพประกอบต้องเหมาะสม</li> <li>- มีความแตกต่างระหว่างสีข้อความและข้อความที่ลิงค์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สีตัวอักษร/สีพื้นเว็บ</li> <li>- สีภาพประกอบ</li> <li>- สีวัตถุอื่นๆ ที่นำมาประกอบ</li> <li>- ใช้สีสวยงามสบายตาไม่หลากหลายสีเกินไป</li> <li>- ใช้สีสื่อความหมายได้ (เช่น สีแดงแทนเรื่องราวใหม่ๆ ที่น่าติดตาม)</li> <li>- ความแตกต่างระหว่างสีพื้นและสีข้อความ สีภาพประกอบเหมาะสม</li> </ul>

ตาราง 2-1 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน	Homepage	Webpage (เนื้อหา)
สี (ต่อ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความกลมกลืนในการใช้สีในทุกหน้าของเว็บไซต์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความแตกต่างระหว่างสีข้อความและข้อความที่ลิงค์ได้</li> <li>- ความกลมกลืนในการใช้สีในทุกหน้าของเว็บไซต์</li> </ul>
ภาพกราฟิก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชนิดของภาพเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (ภาพวาดการ์ตูนใช้กับเด็ก, ภาพถ่ายใช้กับบุคคลทั่วไป)</li> <li>- ภาพต้องสื่อความหมายตรงตามจุดประสงค์หรือสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้มากกว่าตัวหนังสือ</li> <li>- ขนาดของภาพที่แสดงในหน้าจอเหมาะสม</li> <li>- ชนิดและขนาดของไฟล์ภาพไม่ใหญ่เกินไป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ชนิดของภาพเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (ภาพวาดการ์ตูนใช้กับเด็ก, ภาพถ่ายใช้กับบุคคลทั่วไป)</li> <li>- ภาพต้องสื่อความหมายตรงตามจุดประสงค์หรือสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้มากกว่าตัวหนังสือ</li> <li>- ขนาดของภาพที่แสดงในหน้าจอเหมาะสม</li> <li>- ชนิดและขนาดของไฟล์ภาพไม่ใหญ่เกินไป</li> </ul>
ภาพเคลื่อนไหว (animation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรใช้ในกรณีที่ไม่สามารถหาภาพจริงได้ (เช่นภาพการ์ตูนเคลื่อนไหวของโลหิต) หรือการอธิบายเรื่องที่เป็นนามธรรม หรือเรื่องที่ซับซ้อนเพื่อให้ดูง่ายขึ้น</li> <li>- ภาพต้องสื่อความหมายตรงตามจุดประสงค์หรืออธิบายเพิ่มเติมได้มากกว่า หนังสือ</li> <li>- ขนาดของภาพที่แสดงในหน้าจอเหมาะสม</li> <li>- ชนิดและขนาดของไฟล์ภาพไม่ใหญ่เกินไป</li> <li>- ความเร็วของการเคลื่อนไหวเป็นธรรมชาติ</li> <li>- จำนวนของภาพเคลื่อนไหวเหมาะสม (ไม่มากเกินไป)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรใช้ในกรณีที่ไม่สามารถหาภาพจริงได้ (เช่นภาพการ์ตูนเคลื่อนไหวของโลหิต) หรือการอธิบายเรื่องที่เป็นนามธรรม หรือเรื่องที่ซับซ้อนเพื่อให้ดูง่ายขึ้น</li> <li>- ภาพต้องสื่อความหมายตรงตามจุดประสงค์หรืออธิบายเพิ่มเติมได้มากกว่า หนังสือ</li> <li>- ขนาดของภาพที่แสดงในหน้าจอเหมาะสม</li> <li>- ชนิดและขนาดของไฟล์ภาพไม่ใหญ่เกินไป</li> <li>- ความเร็วของการเคลื่อนไหวเป็นธรรมชาติ</li> <li>- จำนวนของภาพเคลื่อนไหวเหมาะสม(ไม่มากเกินไป)</li> </ul>

ตาราง 2-1 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน	Homepage	Webpage (เนื้อหา)
<b>ภาพวิดีโอ</b> (video)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ในกรณีที่เนื้อหาต้องการนำเสนอถึงความต่อเนื่องของขั้นตอนวิธีการอย่างใด อย่างหนึ่ง หรือแสดงสภาพจริงที่เกิดขึ้น</li> <li>- ขนาดของภาพวิดีโอที่แสดงในหน้าจอเหมาะสม</li> <li>- ชนิดและขนาดของไฟล์ไม่ใหญ่เกินไป</li> <li>- ภาพวิดีโอที่แสดงเคลื่อนไหวเหมือนจริง</li> <li>- บอกวิธีการเปิดดูวิดีโอหรือโปรแกรมที่จะใช้ในการดู</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ในกรณีที่เนื้อหาต้องการนำเสนอถึงความต่อเนื่องของขั้นตอนวิธีการอย่างใด อย่างหนึ่ง หรือแสดงสภาพจริงที่เกิดขึ้น</li> <li>- ขนาดของภาพวิดีโอที่แสดงในหน้าจอเหมาะสม</li> <li>- ชนิดและขนาดของไฟล์ไม่ใหญ่เกินไป</li> <li>- ภาพวิดีโอที่แสดงเคลื่อนไหวเหมือนจริง</li> <li>- บอกวิธีการเปิดดูวิดีโอหรือโปรแกรมที่จะใช้ในการดู</li> </ul>
<b>เสียง</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทั้งเสียงบรรยายและเสียงประกอบ (Background) ชัดเจน</li> <li>- ใช้เสียงเหมาะสมไม่รบกวนผู้ใช้เว็บไซต์</li> <li>- มีความจำเป็นในการใส่เสียงลงในเว็บไซต์</li> <li>- ขนาดและชนิดของไฟล์เสียงไม่ใหญ่เกินไป</li> <li>- เสียงมีความสอดคล้องสมจริงเข้ากับเนื้อหา</li> <li>- คำแนะนำประกอบว่าจะใช้อย่างไร เปิดด้วยโปรแกรมอะไร</li> <li>- สามารถเลือกได้ว่าจะฟังเสียงหรือไม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทั้งเสียงบรรยายและเสียงประกอบ (Background) ชัดเจน</li> <li>- ใช้เสียงเหมาะสมไม่รบกวนผู้ใช้เว็บไซต์</li> <li>- มีความจำเป็นในการใส่เสียงลงในเว็บไซต์</li> <li>- ขนาดและชนิดของไฟล์เสียงไม่ใหญ่เกินไป</li> <li>- เสียงมีความสอดคล้องสมจริงเข้ากับเนื้อหา</li> <li>- คำแนะนำประกอบว่าจะใช้อย่างไร เปิดด้วยโปรแกรมอะไร</li> <li>- สามารถเลือกได้ว่าจะฟังเสียงหรือไม่</li> </ul>

ตาราง 2-1 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน	Homepage	Webpage (เนื้อหา)
ด้านปุ่ม (buttons) และสัญลักษณ์ (icon)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนาดเหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- ตำแหน่งที่จัดวางเหมาะสมและตรงกันในทุกๆ หน้า</li> <li>- สื่อความหมายได้เพียงพอ มีความเป็นสากลตามกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- รูปแบบและขนาดของปุ่มเหมือนกันทุกหน้า</li> <li>- การประเมินด้านการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ (ภาพ, ข้อความ ฯลฯ) ควรมีดังนี้               <ul style="list-style-type: none"> <li>● มีความสมดุลเหมาะสม</li> <li>● มีความเป็นสากล(เช่น จากบนมาล่าง ซ้ายไปขวา)</li> <li>● มีความกลมกลืนในทุกๆ หน้า</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขนาดเหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- ตำแหน่งที่จัดวางเหมาะสมและตรงกันในทุกๆ หน้า</li> <li>- สื่อความหมายได้เพียงพอ มีความเป็นสากลตามกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- รูปแบบและขนาดของปุ่มเหมือนกันทุกหน้า</li> <li>- การประเมินด้านการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ (ภาพ, ข้อความ ฯลฯ) ควรมีดังนี้               <ul style="list-style-type: none"> <li>● มีความสมดุลเหมาะสม</li> <li>● มีความเป็นสากล(เช่น จากบนมาล่าง ซ้ายไปขวา)</li> <li>● มีความกลมกลืนในทุกๆ หน้า</li> </ul> </li> </ul>

### เกณฑ์การประเมินด้านการออกแบบการสอน (Instructional Design)

#### ด้านวัตถุประสงค์ของบทเรียน

- เป็นวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมที่สามารถวัดผลได้ (เช่น การบอกได้ อธิบายได้ ไม่ใช่การรู้ได้ เข้าใจได้)
- วัตถุประสงค์สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
- วัตถุประสงค์ครอบคลุมเนื้อหา สั้นกะทัดรัดและชัดเจน

#### ด้านการนำเสนอเนื้อหา

- นำเสนอเนื้อหาตามลำดับจากง่ายไปยาก
- นำเสนอเนื้อหาจากภาพรวมใหญ่ไปสู่ส่วนย่อย
- นำเสนอเนื้อหาจากรูปธรรมไปสู่นามธรรม
- นำเสนอเนื้อหาจากประโยชน์ที่ได้รับไปสู่ทฤษฎีที่จำเป็นต้องเรียนรู้ประกอบ

#### ด้านการใช้ภาษา

- สื่อความหมายได้ชัดเจนเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- เป็นภาษาเขียนที่สุภาพไม่ใช่ภาษาเฉพาะกลุ่ม

- ใช้ภาษาถูกต้องทั้งตัวสะกดและไวยากรณ์
- มีการเรียบเรียงภาษาให้ผู้ชมเข้าถึงอารมณ์และบรรยากาศ
- กรณีเป็นภาษาวิชาการ เช่น สูตรทางคณิตศาสตร์หรือวิทยาศาสตร์ต้องพิมพ์ให้ถูกต้องตามตำแหน่งบังคับไม่ใช่สัญลักษณ์อื่นแทน

**ด้านกิจกรรมการสอน** หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจ เจตคติ และมีทักษะตามจุดมุ่งหมายของบทเรียน

- เป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- เป็นกิจกรรมที่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมโดยการปฏิสัมพันธ์ในระดับต่างๆ รวมถึงการติดต่อกับผู้สอนผ่านเว็บไซต์ (mail, chat, webboard)
- เป็นกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (เช่น ผู้เรียนสามารถสร้างโครงงานผ่านเว็บเพื่อประเมินได้ หรืออื่นๆ ในลักษณะเดียวกัน)
- เป็นกิจกรรมที่เน้นบทบาทครูเป็นสำคัญ
- เป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องใช้ทรัพยากรประกอบเพิ่มเติม (เช่น ซอฟต์แวร์ไม่โครโฟนฯ)
- เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

#### ด้านเวลาที่ใช้

- จำกัดเวลาเพียงพอเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- ไม่จำกัดเวลายืดหยุ่นตามระดับความสามารถของบุคคล
- ไม่จำกัดเวลาแต่บอกมาตรฐานที่ควรใช้และมีการบันทึกเวลาที่ใช้

#### ด้านการทดสอบ/ประเมินผล

- ตรงตามจุดประสงค์ครอบคลุมเนื้อหาวิชา
- รูปแบบการทดสอบเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- รูปแบบการทดสอบหลากหลายวิธี (จับคู่ เลือกตอบฯ)
- ผู้ทดสอบสามารถเลือกระดับการทดสอบได้อาจมี ง่าย ปานกลาง และยาก
- การประเมินหลายช่วง (เช่น เริ่มเรียน ขณะเรียน และหลังเรียน)
- จำนวนข้อทดสอบเหมาะสม
- ข้อทดสอบมีความเป็นปรนัย (มีความเที่ยงและความตรง)
- การให้คำเฉลยหรืออธิบายเพิ่มเติม
- การรายงานผลการทดสอบ
- การกำหนดระยะเวลาการทดสอบ

#### ด้านประโยชน์ในการนำไปใช้

- ประโยชน์ต่อการค้นคว้าเพิ่มเติมหรือให้ความรู้ทั่วไปในวงกว้าง
- ประโยชน์ต่อการค้นคว้าเพิ่มเติมหรือให้ความรู้เฉพาะกลุ่มเฉพาะคณะ
- ประโยชน์ในด้านการเรียนการสอนที่ต้องมีครูช่วยจัดการดูแล
- ประโยชน์ในด้านการเรียนการสอนที่ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ด้วยตนเอง

#### ด้านเนื้อหา

- เนื้อหามีระดับความยากง่ายเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

- เนื้อหามีความถูกต้องตามหลักวิชา
- เนื้อหาเป็นเรื่องเดียวกันมีความสมบูรณ์จบในตัวเอง
- เนื้อหามีความกว้างลึกเหมาะสมไม่ยาวหรือสั้นเกินไป
- เนื้อหามีความทันสมัย
- เนื้อหาสอดคล้องกับคุณธรรมจริยธรรม
- มีความน่าเชื่อถืออ้างอิงแหล่งที่มา
- สร้างระบบคิด วิเคราะห์ให้กับผู้เรียน

#### ด้านเทคนิคในการพัฒนาเว็บไซต์

- การกำหนดโครงสร้างของเว็บไซต์
- การตั้งชื่อไฟล์และโฟลเดอร์
- การกำหนดโฟลเดอร์หลักและโฟลเดอร์ย่อย
- การแสดงผลภาษาไทย
- การแสดงผลภาษาไทยผ่านเบราว์เซอร์ต่างๆ
- การตั้งค่าการเข้ารหัสและถอดรหัสภาษา
- แสดงผลภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องไม่ผิดเพี้ยน
- การสนับสนุนโปรแกรมค้นหาต่างๆ (Search Engine)
- การกำหนดชื่อเว็บไซต์ (Title)
- การกำหนดค่าสำหรับเว็บค้นหาผ่าน Meta Tag ต่างๆ

#### ด้านการเชื่อมโยง ควรมีดังนี้

- ความจำเป็นในการเชื่อมโยง
- ความถูกต้องในการเชื่อมโยงกับไฟล์เอกสารภายในเว็บไซต์
- ความถูกต้องในการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่นๆ (Link)
- ความถูกต้องในการเชื่อมโยงกับ plug-in และโปรแกรมต่างๆ
- ความถูกต้องในการเชื่อมโยงกับไฟล์เอกสารเว็บ
- ความถูกต้องในการดาวน์โหลดไฟล์/โปรแกรม

#### ด้านเทคนิคอื่นๆ

- เทคนิคการนำเสนอภาพได้อย่างรวดเร็ว (เช่น การตัดภาพขนาดใหญ่ให้เป็น ชิ้นเล็กๆ ทำให้เรียกดูได้อย่างรวดเร็วหรือการลดรายละเอียดของภาพ ฯลฯ )
- ความถูกต้องในการดาวน์โหลดไฟล์และสามารถบอกขนาดของไฟล์ที่ดาวน์โหลดได้
- ความสามารถในการเลือกใช้ลักษณะเด่นของโปรแกรมต่างๆ ที่นำมาพัฒนาเว็บไซต์ สามารถเข้าถึงโดยผู้พิการทางสายตาได้

## 2.3 แนวโน้มอินเทอร์เน็ตกับสื่อในอนาคต

สื่อสารมวลชนในอนาคตจะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม จากการเข้ามาของอินเทอร์เน็ต ที่เป็นสื่อกลางของแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ และมีความสดใหม่ เร็ว โดยมีจุดเด่นที่เหนือกว่าสื่อต่างๆ โดย วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ (2545) ได้กล่าวถึงแนวโน้มระหว่างสื่อกับอินเทอร์เน็ตในอนาคตดังนี้

1. ด้านต้นทุน มีการใช้เว็บไซต์ แทนกระดาษ และสามารถแก้ไขโดยใช้โปรแกรม และอัปเดตหน้าเว็บไซต์ได้ทันที กระบวนการผลิตไม่ต้องปรีนกระดาษ ลดการเปลืองหมึกพิมพ์ ผู้ใช้บริการสามารถได้ความสะดวกสบายรวดเร็ว ช่วยการทำงานในสายงานผลิตให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดงานใหม่ๆ มาอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านการเข้าถึงผู้ใช้บริการในวงกว้าง อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ ที่มีผู้ใช้งานมากทั่วโลก และมีการใช้งานตลอดเวลา ข้อมูลที่น่าสนใจจะอยู่ในเครือข่าย แต่สื่อโทรทัศน์ วิทยุ ผู้ใช้บริการจะต้องมีเครื่องรับโทรทัศน์ และวิทยุ เพื่อรับสัญญาณ และด้วยวงจำกัดในการส่งสัญญาณ ออกอากาศที่ใช้ คลื่นวิทยุ เป็นหลัก จึงมีกลุ่มผู้ชมรายการที่รับสารได้ในวงจำกัดด้วยเช่นกัน ซึ่งในอนาคตการเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ตมีอัตราเพิ่มมากขึ้นจากความต้องการของคนทั่วโลก และสามารถดูรายการได้จากทั่วโลกโดยมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอยู่กับตัวเสมอ ผู้ใช้สามารถเข้าดูเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีช่องรายการโทรทัศน์จากมือถือที่เชื่อมต่อเข้าเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

3. ด้านเวลาและสถานที่ จากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ปัจจุบันผู้ใช้สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้จากทุกๆ ที่ที่มีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้บริการ จากการพัฒนาเครือข่ายโทรคมนาคมไร้สายแบบต่างๆ ผู้ใช้สามารถนำ Notebook Smartphone และ Tablet เป็นต้น เชื่อมต่อเข้าเครือข่ายเพื่อดูเว็บไซต์ ติดตามข่าวสาร และรับชมรายการย้อนหลังต่างๆ ที่มีในแต่ละเว็บไซต์ สามารถเลือกเวลาที่ต้องการดูได้ ชำนาญสะดวก ผู้ใช้สื่อสามารถรับสารจากสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. ด้านความชัดเจนเที่ยงตรง ข้อมูลในอินเทอร์เน็ตสามารถตรวจสอบได้ไม่เหมือนในอดีตที่มีแค่สื่อวิทยุ และโทรทัศน์เพียงไม่กี่สถานี ในอินเทอร์เน็ตสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้จากหลายๆ เว็บไซต์ของสำนักข่าวหรือจากเว็บบอร์ดต่างๆ ทำให้มีความรวดเร็วสามารถเปรียบเทียบข่าวและข้อมูลต่างๆ ว่ามีความถูกต้องน่าเชื่อถือหรือไม่

กรณีเว็บบอร์ดพันธุพิภพที่มีการตรวจสอบเรื่องของดาราที่มีข้อมูลไม่น่าเชื่อถือ ผู้ใช้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากสื่อหลักที่ได้รับข้อมูลเข้ามา แล้วพิจารณาก่อให้เกิดความสงสัย และได้นำไปถึงการสืบค้นข้อมูลโดยผู้ใช้หลายๆ คนตรวจสอบข้อมูลและหลักฐานต่างๆ นำมาเสนอบนเว็บบอร์ดถึงความเป็นไปได้เพื่อจะแย้งกับข่าวจากสื่อหลักที่ออกมานำเสนอ การมีตัวตนบนอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้สามารถล่าค้นหาข้อมูลทุกอย่างที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต ผู้รับสารจะต้องเป็นผู้พิจารณาจากความน่าเชื่อถือ ตามหลักเหตุผลและความถูกต้องของข้อมูลเอง ซึ่งจะเป็นประโยชน์มากกว่าในอดีตที่ผู้รับสารไม่สามารถเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเปิดกว้าง

5. ด้านการสื่อสารสองทาง สามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบสองทางได้ทันที เช่น ในเว็บบอร์ดหรือโปรแกรมสนทนา Line WhatsApp และ Facebook Chat เป็นต้น การมีสังคมออนไลน์ Web 2.0 มีการคอมเมนต์แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวต่างๆ ทำให้โทรทัศน์อาศัยหลักการของอินเทอร์เน็ตมาพัฒนาในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เป็นการสื่อสาร 2 ทางมากขึ้น เช่น การรับข้อความ



SMS แต่ข้อมูลที่ได้รับ จะมีความสดน้อยกว่าอินเทอร์เน็ต ที่สามารถแสดงผลได้ทันที เว้นแต่มีการกลั่นกรองข้อมูลก่อนนำเสนอผ่านเว็บไซต์

และจากอัตราการเติบโตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งมีปัจจัยมาจากการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ การพัฒนาเครือข่ายพื้นฐานให้เข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีจุดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายในที่สาธารณะ ประกอบทั้งเครื่องคอมพิวเตอร์มีราคาต่ำลง โน้ตบุ๊กมีราคาไม่แพงผู้ใช้ทั่วไปสามารถหาซื้อมาใช้ได้ อินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงในอนาคต สำหรับการวิเคราะห์ข่าวสาร การหาข้อมูลมาผนวกกัน ผู้รับสารสามารถเลือกที่จะดูรายการใด เวลาใด ได้อย่างอิสระ และจากความเท่าเทียมกันบนโลกอินเทอร์เน็ตการสร้างสรรคผลงานเพื่อนำเสนอบนอินเทอร์เน็ตจะมีมากขึ้น ก่อให้เกิดความคิดใหม่ๆ อินเทอร์เน็ตจึงเป็นศูนย์กลางข้อมูลมหาศาลจากทุกมุมโลกมารวมกัน ซึ่งที่ความรู้และความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด อินเทอร์เน็ตก็จะเติบโตต่อไป

## 2.4 การจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management)

องค์ความรู้เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความคิดของคน เพื่อการพัฒนาคนและประเทศชาติให้มีคุณภาพ และสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ ซึ่งความรู้เป็นแรงขับเคลื่อนในทุกๆ สิ่งของชีวิตมนุษย์ การจัดการองค์ความรู้ หรือที่เรียกย่อๆ ว่า KM คือ เครื่องมือ เพื่อใช้ในการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 3 ประการไปพร้อมๆ กัน ได้แก่ บรรลุเป้าหมายของงาน บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน และบรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ดังนั้นการจัดการองค์ความรู้จึงไม่ใช่เป้าหมายในตัวของมันเอง เมื่อไรก็ตามที่มีการเข้าใจผิด เอาการจัดการองค์ความรู้เป็นเป้าหมาย ความผิดพลาดก็เริ่มเดินเข้ามา อันตรายที่จะเกิดตามมาคือ การจัดการองค์ความรู้เทียม หรือปลอม เป็นการดำเนินการเพียงเพื่อให้ได้ชื่อว่ามีจัดการองค์ความรู้เท่านั้นเอง (สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ม.ป.ป.)

### ประเภทของความรู้

วิกิพีเดีย (2553) ได้แบ่งประเภทของความรู้เป็นประเภทใหญ่ๆ ได้สองประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้แฝงเร้น หรือความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) ความรู้ชัดแจ้งคือความรู้ที่เขียนอธิบายออกมาเป็นตัวอักษร เช่น คู่มือปฏิบัติงาน หนังสือ ตำรา เว็บไซต์ Blog ฯลฯ ส่วนความรู้แฝงเร้นคือความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคน ไม่ได้ถอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร หรือบางครั้งก็ไม่สามารถถอดเป็นลายลักษณ์อักษรได้ ความรู้ที่สำคัญส่วนใหญ่ มีลักษณะเป็นความรู้แฝงเร้น อยู่ในคนทำงาน และผู้เชี่ยวชาญในแต่ละเรื่อง จึงต้องอาศัยกลไกแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้คนได้พบกัน สร้างความไว้วางใจกัน และถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันและกัน

#### 1. ความรู้แบบฝังลึก

ความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ไม่สามารถอธิบายโดยใช้คำพูดได้ มีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์ มีลักษณะเป็นความเชื่อ ทักษะ และเป็นอัตวิสัย (Subjective) ต้องการการฝึกฝนเพื่อให้เกิดความชำนาญ มีลักษณะเป็นเรื่องส่วนบุคคล มีบริบท

เฉพาะ (Context-specific) ทำให้เป็นทางการและสื่อสารยาก เช่น วิจารณ์ญาณ ความลับทางการค้า วัฒนธรรมองค์กร ทักษะ ความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ การเรียนรู้ขององค์กร ความสามารถในการชิมรสไวน์ หรือกระทั่งทักษะในการสังเกตเปลวควันจากปล่องโรงงานว่ามีปัญหาในกระบวนการผลิตหรือไม่

## 2. ความรู้ชัดแจ้ง

ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่รวบรวมได้ง่าย จัดระบบและถ่ายโอนโดยใช้วิธีการดิจิทัล มีลักษณะเป็นวัตถุวิสัย (Objective) เป็นทฤษฎี สามารถแปลงเป็นรหัสในการถ่ายทอดโดยวิธีการที่เป็นทางการ ไม่จำเป็นต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อถ่ายทอดความรู้ เช่น นโยบายขององค์กร กระบวนการทำงาน ซอฟต์แวร์ เอกสาร และกลยุทธ์ เป้าหมายและความสามารถขององค์กร ความรู้ยังมีลักษณะไม่ชัดแจ้งมากเท่าไร การถ่ายโอนความรู้ยังกระทำได้ยากเท่านั้น ดังนั้นบางคนจึงเรียกความรู้ประเภทนี้ว่าเป็นความรู้แบบเหนียว (Sticky Knowledge) หรือความรู้แบบฝังอยู่ภายใน (Embedded Knowledge) ส่วนความรู้แบบชัดแจ้งมีการถ่ายโอนและแบ่งปันง่าย จึงมีชื่ออีกชื่อหนึ่งว่า ความรู้แบบรั่วไหลได้ง่าย (Leaky Knowledge) ความสัมพันธ์ของความรู้ทั้งสองประเภทเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ ต้องอาศัยซึ่งกันและกัน (Mutually Constituted) (Tsoukas, 1996) เนื่องจากความรู้แบบฝังลึกเป็นส่วนประกอบของความรู้ทั้งหมด และสามารถแปลงให้เป็นความรู้แบบชัดแจ้งโดยการสื่อสารด้วยคำพูด ตามรูปแบบของเซซี (SECI Model) ความรู้ทั้งแบบแฝงเร้นและแบบชัดแจ้งจะมีการแปรเปลี่ยนถ่ายทอดไปตามกลไกต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถอดความรู้ การผสมผสานความรู้ และการซึมซับความรู้

การจัดการองค์ความรู้นั้นมีหลายรูปแบบ มีหลากหลายโมเดล แต่ที่น่าสนใจ คือ การจัดการองค์ความรู้ ที่ทำให้คนเคารพศรัทธาของคนอื่น เป็นรูปแบบการจัดการองค์ความรู้ที่เชื่อว่า ทุกคนมีความรู้ปฏิบัติในระดับความชำนาญที่ต่างกัน เคารพความรู้ที่อยู่ในคน เพราะหากถ้าเคารพความรู้ในตำราวิชาการอย่างเดียวนั้น ก็เท่ากับว่าเป็นการมองว่า คนที่ไม่ได้เรียนหนังสือ เป็นคนที่ไม่มีความรู้ (วิกิพีเดีย, 2553)

## การส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2553) ได้กล่าวถึงประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เพื่อการส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้ เพื่อการพัฒนาส่วนราชการให้เป็น “องค์การแห่งการเรียนรู้” โดยอาศัยกระบวนการ “การจัดการองค์ความรู้” ในยุคที่มีการแข่งขันและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่วนราชการต้องสร้างให้ข้าราชการในส่วนราชการมีความรู้ เข้มแข็งและสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบเพื่อช่วยผลักดันส่วนราชการให้บรรลุผล ตามยุทธศาสตร์ โดยในขั้นตอนของการแปลงแผนการปฏิบัติราชการสู่การปฏิบัติจริงนั้นประกอบด้วยองค์ประกอบหลายประการที่จะช่วยผลักดันสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ ดังนี้

1. การปรับโครงสร้างองค์การพื้นฐานเพื่อรองรับบุคลากรให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้สะดวก เช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ
2. การปรับขั้นตอนการทำงานให้รวดเร็ว และกระชับมากขึ้น เพื่อเอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และสะดวกยิ่งขึ้น
3. การพัฒนาคนให้มีขีดความสามารถ มีระบบการยกย่องชมเชย และการให้รางวัลที่เอื้อต่อการจัดการองค์ความรู้ มีวัฒนธรรมการทำงานเชิงรุก และวัฒนธรรมของการแลกเปลี่ยน และแบ่งปันความรู้ระหว่างบุคลากรในองค์การ
4. ปรับกฎระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

การจัดการองค์ความรู้ในองค์การ ต้องดำเนินการ 3 ระดับ คือ 1) การจัดการองค์ความรู้ในองค์การ 2) การจัดการองค์ความรู้ในกลุ่มเพื่อนร่วมงาน 3) การจัดการองค์ความรู้ในตัวบุคคล ซึ่งเป็นการนำข้อมูลมาประมวลเข้าสู่ระบบสารสนเทศ และเป็นการจัดการองค์ความรู้สมัยใหม่ในยุคของสังคมแห่งการเรียนรู้

#### การจัดการองค์ความรู้ในองค์การ

1. การบ่งชี้ความรู้เนื่องจากความรู้ในองค์การมีอยู่มากมายจึงต้องสำรวจว่าความรู้ที่จะช่วยสนับสนุนให้องค์การสามารถบรรลุยุทธศาสตร์คืออะไร ภายในองค์การมีความรู้หรือไม่ และยังต้องการความรู้อะไรบ้าง
2. การสร้าง และแสวงหาความรู้ คือ การรู้ว่าความรู้ต่างๆจัดกระจายอยู่ที่ใคร ในรูปแบบอะไร
3. การจัดเก็บสิ่งกระแะห์เก็บรวบรวม และสิ่งกระแะห์ให้เป็นระบบจะทำได้
4. การถ่ายทอด แลกเปลี่ยน และแบ่งปันองค์ความรู้



ภาพที่ 2-1 การจัดการองค์ความรู้ในองค์กร  
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2553)

การจัดการองค์ความรู้ให้เกิดขึ้นในส่วนราชการ แต่ละส่วนราชการมีการดำเนินการ ดังนี้

1. ส่วนราชการมีวัฒนธรรมที่ยึดหยุ่นในการจัดการองค์ความรู้ ทำให้ทราบปัญหาในการปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การแก้ไขวัฒนธรรมของส่วนราชการ โดยต้องเกื้อกูลข้าราชการให้มีทัศนคติเชิงบวกต่อการสร้างความรู้

2. ผู้นำด้านความรู้ ต้องเป็นคนผลักดันให้เป็นจริง โดยการสร้างระบบ และมีความผูกพัน มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนา มีกระบวนการจัดการองค์ความรู้ที่เป็นระบบมีผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการองค์ความรู้ ดูแลให้ความสนับสนุนอย่างใกล้ชิดที่จะพัฒนาส่วนราชการให้ไปสู่ความสำเร็จ

3. ต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในส่วนราชการ โดยมีกลุ่มคนมารวมตัวกัน ร่วมกันพัฒนา และเสริมสร้างความรู้เพื่อนำไปใช้ในส่วนราชการของตน โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และเพิ่มขีดความสามารถให้สมาชิกในกลุ่ม ผลประโยชน์ที่สมาชิกในกลุ่มจะได้รับคือ การสนับสนุนการพัฒนาวิชาชีพ

4. มีผู้รับผิดชอบดูแลเว็บไซต์ทำความรู้ (Knowledge Portal) บนเว็บไซต์ของหน่วยงานเพื่อดูแลอำนวยความสะดวกแก่ข้าราชการในสังกัด และผู้ที่สนใจทั่วไปได้รับความกระจ่างในความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ/ผู้มีประสบการณ์ด้านเนื้อหาที่ต้องการทราบผ่านการตั้งกระทู้ซักถาม และร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์ความรู้ต่างๆ อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง ต่อเนื่อง นับเป็นการพัฒนาช่องทางเพื่อการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดความรู้ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสถานที่และเวลาที่เป็นปัจจุบัน

5. จัดทำสารคดีสั้นเสียงตามสาย ในเรื่องต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของข้าราชการในสังกัดในช่วงเช้าและเที่ยงของทุกๆ วันเพื่อเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างสารคดีสั้นเสียงตามสาย เช่น 1) การมองภาพองค์กรรวม 2) การสร้างวัฒนธรรมส่วนราชการ ไปสู่การเป็นองค์กรเอื้อการเรียนรู้ 3) แนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 4) วินัยและการรักษา วินัย

6. จัดทำสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Computer Assisted Instruction: CAI) เพื่อให้ผู้บริหาร ข้าราชการ ทุกกลุ่ม และทุกระดับ สามารถศึกษาเรียนรู้ด้วยตนเองได้ทุกที่ทุกเวลาตามอัธยาศัย โดยจัดทำในรูปของซีดีรอมที่สามารถโต้ตอบกับผู้เรียน (Interactive CD-ROM) องค์ความรู้ดังกล่าวได้แก่

- 6.1 ความรู้ด้านพัฒนาสมรรถนะศักยภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน
- 6.2 ความรู้เพื่อการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามยุทธศาสตร์
- 6.3 ความรู้เพื่อการปฏิบัติตามแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองดี

CAI ชุดนี้ได้ทำการผลิตและแจกจ่ายให้กับผู้บริหารทุกคน ทุกระดับของกรม กลุ่มงาน ทุกกลุ่ม เพื่อให้บุคลากร ทุกคนทุกระดับสามารถศึกษา เรียนรู้ ด้วยตนเอง ตามความสะดวก นอกจากนี้ยังสามารถเข้าทดสอบความรู้ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของหน่วยงาน ภายหลังจากศึกษา ความรู้จาก CAI ได้ด้วย

7. กลวิธีและสื่อในการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์ ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มบุคคลทุกกลุ่ม อย่างรอบด้าน ยังมีความจำเป็นที่จะต้องขยายช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมรับรู้แลกเปลี่ยนข้อมูล เสนอ ผลงาน ฯลฯ เพิ่มมากขึ้น และมีกิจกรรมรองรับอย่างต่อเนื่อง เช่น มีการทำจดหมายข่าว จุลสาร มีเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีมุมกาแฟสำหรับแลกเปลี่ยนความรู้โดยอิสระ ลดรูปแบบใดๆ ที่เป็นทางการ เพื่อให้บรรยากาศของการแลกเปลี่ยนอย่างเป็นกันเองมากที่สุด

## 2.5 ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจเกิดจากการวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ (functional perspective) โดยเชื่อว่าความต้องการของมนุษย์เกิดจากภูมิหลังในจิตใจของแต่ละคนและสื่อมีหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ แต่ไม่สามารถตอบสนองในทุกๆ ด้านที่มนุษย์ ต้องการ (Blumler, J. G., & Katz, E, 1974)

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของมนุษย์เกิดจากความต้องการโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนอง ความต้องการและนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเอง การใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการนั้นสามารถ แบ่งได้ดังนี้

1. เพื่อความเพลิดเพลิน (diversion) การใช้สื่อเพื่อลดปัญหาทางด้านจิตใจ ลดความเบื่อหน่าย ใช้สื่อเพื่อหาความสุข หลีกหนีจากความเป็นจริงในชีวิต

2. เพื่อมีมนุษยสัมพันธ์ (personal relation) การรับข้อมูลจากสื่อสามารถนำไปพูดคุย เพื่อมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานหรือบุคคลทั่วไปในสังคม ซึ่งมีความสนใจในเรื่องเดียวกัน หรือสามารถชักจูงใจให้เค้าสนใจในเรื่องที่นำไปเสนอได้

3. สร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง (personal identity) เป็นการรับสื่อเพื่อตอกย้ำในตัวตนของตนเองว่าเป็นคนในลักษณะใด มีความต้องการในด้านใด โดยใช้สื่อสร้างความเด่นชัดมากขึ้น เช่น การดูเว็บไซต์รถสปอร์ต เพื่อต้องการตอบสนองกับตัวตนที่ต้องการเป็นคนทันสมัย รักความเร็ว ต้องการความโดดเด่น

4. ติดตามข่าวสาร (surveillance) สื่อมีหน้าที่หลักในการส่งสารที่เป็นข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร เป็นกระบวนการปกติที่มนุษย์อาศัยสื่อเพื่อรับข่าวสารให้ทันสมัย นำไปพัฒนาตนเอง เพิ่มความรู้ ไม่ตกกระแส

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกวรรณ อินทรรัตน์ (2544) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการศึกษาด้วยตนเอง เรื่อง การจัดระบบการเรียนการสอน การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างเว็บไซต์เพื่อการศึกษาให้มีประสิทธิภาพไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ 80/80 2) ศึกษาเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ที่ไม่เคยเรียนรายวิชา 263-201 เทคโนโลยีการศึกษามาก่อน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 55 คน เพื่อเข้าสู่งการทดลอง 3 ครั้ง ได้แก่ การทดลองรายบุคคล จำนวน 5 คน ทดลองรายกลุ่ม จำนวน 20 คน และภาคสนามจำนวน 30 คน จากผลการวิจัยพบว่า 1) เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ 90.00/90.25 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังจากเรียนผ่านเว็บไซต์สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ชลลดา สาครวิศวะ (2548) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัยจำนวน 40 คน นักศึกษาระดับมหาบัณฑิต จำนวน 40 คน นักศึกษาระดับบัณฑิต จำนวน 40 คน และบุคคลทั่วไปจำนวน 40 คน จากผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นคุณภาพตามเกณฑ์การประเมินในระดับดี และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับดี

ณัฐภูมิ สีดา (2550) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริษัทโครงการ การเรียนรู้แบบออนไลน์แห่ง สวทช. การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้เว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างคือบุคลากร บริษัทโครงการ การเรียนรู้แบบออนไลน์แห่ง สวทช. จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือเว็บไซต์ แบบประเมินคุณภาพเว็บไซต์ และแบบสอบถามความคิดเห็น จากผลการวิจัยพบว่า 1) เว็บไซต์มีคุณภาพตามการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิในระดับมากที่สุด ทั้งด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคการผลิตสื่อ 2) ความคิดเห็นของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์ด้านการใช้งานอยู่ในระดับมาก และด้านการออกแบบเว็บไซต์อยู่ในระดับปานกลาง

วรรษญา วัลมาลี (2551) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการส่งเสริมการเกษตร  
 กรณีศึกษา: สำนักงานเกษตรอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ข้อมูลพื้นฐานของเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอท่ามะกา และคณะกรรมการบริหารศูนย์บริการ  
 และถ่ายทอดเทคโนโลยีตำบล 2) ความต้องการต่อการพัฒนาเว็บไซต์ 3) พัฒนาเว็บไซต์ของสำนักงาน  
 4) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์ 5) ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการใช้งานเว็บไซต์ กลุ่ม  
 ตัวอย่างกรณีศึกษา: สำนักงานเกษตรอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี ในปี พ.ศ. 2551 รวบรวม  
 ข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากเจ้าหน้าที่สำนักงาน จำนวน 12 คน และคณะกรรมการ  
 บริหารศูนย์จำนวน 13 ราย จากผลการวิจัยพบว่า เป็นเพศหญิงอายุเฉลี่ย 50.2 ปี สำเร็จการศึกษา  
 ระดับปริญญาตรี มีความเห็นว่าคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นต่อการทำงาน ลักษณะ  
 เด่นที่สนใจของเว็บไซต์ คือ ด้านการใช้งานและการนำไปใช้ประโยชน์ และพบว่าเว็บไซต์เดิมยังไม่  
 สมบูรณ์ด้านเนื้อหา/ข้อมูล ด้านรูปแบบหรือรูปลักษณ์ยังไม่สวยงาม สะดุดตา และไม่สะดวกต่อการ  
 นำไปใช้ประโยชน์ ขั้นตอนการพัฒนา คือ 1) ออกแบบเว็บไซต์ตามความต้องการของประชาชน 2)  
 พัฒนาเว็บไซต์ของสำนักโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการสร้างและตกแต่งเว็บไซต์ 3) ตรวจสอบ  
 เว็บไซต์โดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อคุณภาพของเว็บไซต์ 4)  
 ปรับปรุงแก้ไขเว็บไซต์ตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ 5) ทดลองใช้งานและศึกษาความพึงพอใจจาก  
 เว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้น พบว่า โดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งในด้านเนื้อหา/ข้อมูล ด้าน  
 รูปลักษณ์/รูปแบบ และด้านการใช้งานและการนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีข้อเสนอแนะ ด้านเนื้อหา/  
 ข้อมูล คือ ควรเพิ่มหน้าข่าวประชาสัมพันธ์ และให้เป็นลักษณะแบบเคลื่อนที่รองรับการทำงานบน  
 อุปกรณ์ เช่น Smartphone Tablet และเพิ่มเมนูหลักเพื่อเชื่อมต่อเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร  
 ส่วนด้านรูปลักษณ์หรือรูปแบบนั้นควรมีการพัฒนาให้มีความแปลกใหม่ เพิ่มสีสันให้มีความน่าสนใจ

นัฐพงษ์ เจนวีร์วัฒน์ (2546) ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเว็บไซต์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
 บูรพา การดำเนินการวิจัยโดยสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการของผู้บริหารบัณฑิตวิทยาลัย โดย  
 ใช้แบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม นำข้อมูลที่ได้มากำหนดคุณสมบัติของเว็บไซต์ที่จะพัฒนา  
 ทดลองกับกลุ่มตัวอย่างขั้นต้น 2 ครั้ง พร้อมทั้งปรับปรุงและให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทำเว็บไซต์  
 จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของเว็บไซต์ และทำการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากการทำ  
 ประเมินเว็บไซต์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน แยกเป็นอาจารย์ 15 คน และนิสิต 45 คน ใช้การ  
 สุ่มอย่างง่าย เครื่องมือสำหรับการประเมิน คือ แบบประเมินเว็บไซต์ ซึ่งประเมินทั้ง 4 ด้าน คือ ด้าน  
 รูปแบบการนำเสนอและการออกแบบ ด้านเนื้อหา ด้านภาพ และด้านการเชื่อมโยง จากผลการวิจัย  
 พบว่า 1) ได้เว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีคุณสมบัติทางการออกแบบตาม  
 หลักการออกแบบ 2) ผลการประเมิน พบว่า เว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา มีความ  
 เหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับดี

Li Yan, Jiumin Yang และ Weijun Wang (2008) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้เว็บ 2.0 สำหรับการ  
 การจัดการองค์ความรู้ในระดับการศึกษาขั้นสูง พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเว็บ 2.0 ในโลกที่มี  
 การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันขึ้นอยู่กับรูปแบบการจัดการองค์ความรู้ภายใต้รูปแบบที่รวบรวมความ  
 คิดเห็นจากครูและนักเรียน ผ่านการวิเคราะห์ประสิทธิภาพ มีทั้งข้อดีและเสียที่มีผลต่อการเรียนรู้ใหม่  
 ซึ่งมีผลในทางปฏิบัติอย่างมีนัยสำคัญ การเรียนรู้ด้วยการจัดการองค์ความรู้โดยเว็บ 2.0 สำหรับ

ระดับอุดมศึกษาเป็นเครื่องมือเสริมที่ดีแต่ไม่สามารถแทนที่การเรียนรู้ในรูปแบบห้องเรียนแบบเดิมได้ แต่มีประโยชน์ในด้านการเรียนการสอนที่ต้องอาศัยการทำงานร่วมกันรวมถึงกระบวนการเรียนรู้จากคนอื่น ทั้งภายในและภายนอกกระบวนการเรียนรู้

จากทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญต่อการพัฒนาและเป็นแนวทางในการปรับปรุงเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาจัดการองค์ความรู้ให้เหมาะสมต่อการใช้งานภายในองค์กรและก่อให้เกิดองค์ความรู้จริงเพื่อเกิดสังคมการเรียนรู้ต่อไป ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษามาใช้ประกอบการวิเคราะห์และการอภิปรายผลต่อไป





### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจถึง การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยศึกษาจากความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ข้อมูลและความเชี่ยวชาญขององค์ความรู้ ความพึงพอใจ ความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้งาน เว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ อาจารย์, เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนในปีการศึกษา 2555 รวมทั้งสิ้น 819 คน ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 แสดงจำนวนประชากรที่ใช้สำหรับการวิจัย

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

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

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้วิจัยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนดตามประชากรที่ศึกษาวิจัยคือ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมด 265 คน

2. ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

ผู้วิจัยสุ่มตามหน่วยตัวอย่างที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน แบ่งประชากรออกเป็นตามส่วนย่อยในแต่ละส่วน ซึ่งประชากรแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันทางคุณลักษณะเพื่อกระจายให้ได้ตัวอย่างที่มีโอกาสเป็นตัวแทนในทุกๆ ชั้นกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดกับจำนวนประชากร

ผู้วิจัยเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติที่ผู้วิจัยกำหนดตามประชากรที่ศึกษาวิจัยคือ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา กำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรเทียบเป็นอัตราส่วนออกมา ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3-2 ดังนี้

ตารางที่ 3-2 แสดงสัดส่วนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร	จำนวนประชากร (คน)	อัตราส่วนการสุ่ม ตัวอย่าง(%)	สัดส่วนการสุ่ม ตัวอย่าง	จำนวนกลุ่ม 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 3-2

### 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ ลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ และข้อมูลขององค์ความรู้

ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ ความพึงพอใจ ความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามเกี่ยวกับ การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ข้อมูลและความเชี่ยวชาญขององค์ความรู้ ความพึงพอใจ ความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ซึ่งผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลขององค์ความรู้ของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ เป็นคำถามชนิดมาตราส่วนแบบประเมินค่า (rating scale) ตามวิธีการของ Likert กำหนดมาตราส่วนไว้ 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของ Best (1986, pp. 181-183) จำนวน 16 ข้อ

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

เกณฑ์ในการแปลค่าของคะแนน

- 4.21-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจ มากที่สุด
- 3.41-4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจ มาก
- 2.61-3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจ ปานกลาง
- 1.81-2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อย
- 1.00-1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ เป็นคำถามชนิดมาตราส่วนแบบประเมินค่า (rating scale) ตามวิธีการของ Likert จำนวน 19 ข้อ

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ เป็นคำถามชนิดมาตราส่วนแบบประเมินค่า (rating scale) ตามวิธีการของ Likert จำนวน 11 ข้อ

### 3.4 การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การหาค่าความถูกต้องของแบบสอบถาม (validity) ทั้งความถูกต้องของเนื้อหา (content validity) และความถูกต้องด้านโครงสร้าง (structure validity) โดยการสร้างแบบสอบถาม ที่มีการศึกษาเนื้อหาเฉพาะด้านของแต่ละตัวแปร และขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความสอดคล้อง และพิจารณาจากนิยามทฤษฎี เชิงปฏิบัติการ และกรอบแนวความคิดการวิจัยที่แสดงประเด็นหลัก และประเด็นย่อย ว่ามีความควบคู่กับข้อคำถามของเครื่องมือที่สร้างขึ้นครบถ้วนสมบูรณ์ ครอบคลุมเนื้อหาในตัวแปรทั้งหมดหรือไม่ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในด้านเนื้อหา การใช้ภาษา ความครอบคลุมในแต่ละข้อคำถาม

2. การหาค่าความน่าเชื่อถือ (reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามชุดนี้ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง และปรับให้เหมาะสมแล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงไป

ทำการทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกับประชากร ในการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาและข้อคำถาม และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรมคำนวณทางสถิติ ค่า  $\alpha$  ที่คำนวณได้สูงกว่า 0.85 จึงถือว่าคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอมรับได้แล้ว สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ต่อไป (วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม, 2549) จากแบบสอบถามที่ใช้สำหรับการทดสอบ พบว่า ค่าความน่าเชื่อถือจากการทดสอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเท่ากับ 0.975

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงปีงบประมาณ 2555 (ตุลาคม 2554 ถึง สิงหาคม 2555) ได้ดำเนินการแจกแบบสอบถาม ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยวิธีเก็บแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และอภิปรายผลต่อไป

### 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด และนำมาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะนำคำตอบที่ได้มาลงรหัส บันทึกข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ และได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ใช้วิธีแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 2 การใช้งานเว็บไซต์ ใช้วิธีแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลความรู้ ซึ่งใช้การวัดแบบมาตราประเมินค่า (rating scale) การตอบแบบสอบถามนี้มีการกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 หมายถึง มีความพึงพอใจ มากที่สุด

4 หมายถึง มีความพึงพอใจ มาก

3 หมายถึง มีความพึงพอใจ ปานกลาง

2 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อย

1 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ ) ของกลุ่มตัวอย่าง การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีหลักในการพิจารณา ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจ มากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจ มาก

2.61-3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจ ปานกลาง

1.81-2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อย

1.00-1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจ น้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความพึงพอใจ ซึ่งใช้การวัดแบบมาตราประเมินค่า (rating scale) การตอบแบบสอบถามนี้มีการกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนและการพิจารณาตั้งในข้อที่ 3

5. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 5 ความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์ ซึ่งใช้การวัดแบบมาตราประเมินค่า (rating scale) การตอบแบบสอบถามนี้มีการกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนและการพิจารณาตั้งในข้อที่ 3

6. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ซึ่งนำตัวแปรในแต่ละส่วนหาความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

7. ให้คะแนนและลงรหัส (coding) ให้ข้อมูลอยู่ในรูปแบบของรหัสคอมพิวเตอร์เพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถประมวลผลทางสถิติได้

### 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ คำนวณหาค่าสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่
  - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)
  - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean- $\bar{X}$ )
  - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation-  $SD$ )
2. สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ได้แก่
  - 2.1 ค่าที่  $t$  test, ค่า One-way ANOVA และ LSD
  - 2.2 การวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Chi-Square- $\chi^2$ )
  - 2.3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีผลการวิจัยซึ่งมีลำดับการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามด้านสถานะภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ เป็นต้น

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับประเด็นข้อมูลความพึงพอใจ

ตอนที่ 4 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้านความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ตอนที่ 5 เป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ตอนที่ 6 เป็นการวิเคราะห์รูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์กันทางความพึงพอใจและความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

รายละเอียดต่างๆ ของผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้นำเสนอออกมาในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$N$	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
$SD$	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$t, F$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution, F-distribution
$df$	แทน	ค่าชั้นของความเป็นอิสระ
$b, B$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)
$SE\ b$	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณ
$Y, Z$	แทน	การพยากรณ์ตัวแปรตาม (การประมาณค่า), (รูปแบบมาตรฐาน)
$x$	แทน	การพยากรณ์ตัวแปรต้น
$R^2$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Coefficient of Determination)
$\chi^2$	แทน	ค่าไคสแควร์ (Chi-Square)
$Sig./*/P$	แทน	ค่านัยสำคัญของการทดสอบทางสถิติที่ 0.05

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของประชากร

ตาราง 4-1	จำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร	N = 265 (100%)	
	ลักษณะของประชากร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	100	37.7
	หญิง	165	62.3
สถานภาพภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ			
	อาจารย์	7	2.6
	เจ้าหน้าที่	10	3.8
	นักศึกษา	248	93.6
อายุ			
	18-28 ปี	250	94.3
	29-39 ปี	12	4.5
	40-50 ปี	3	1.1
ระดับการศึกษาปัจจุบัน			
	สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	56	21.1
	สาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	93	35.1
	สาขาเทคโนโลยีมีเดีย	87	32.8
	สาขาการสื่อสารการตลาด	14	5.3
	อื่นๆ	15	5.7
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	170	64.2
	5,001-10,000 บาท	61	23.0
	10,001-20,000 บาท	24	9.1
	20,001-30,000 บาท	6	2.3
	มากกว่า 30,000 บาท	4	1.5
เป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร Smartphone/Tablet/Computer			
	เป็นเจ้าของ	244	92.1
	ไม่เป็นเจ้าของ	21	7.9

จากตาราง 4-1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 265 คน ประกอบด้วยเพศหญิง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 ซึ่งมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 มีสถานภาพภายในคณะฯ จากการจัดวิธีการสุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนนักศึกษามากที่สุด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 93.6 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 18-28 ปี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 94.3 รองลงมาคืออายุ 29-39 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 เป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร Smartphone/Tablet/Computer จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 92.1 ไม่เป็นเจ้าของอุปกรณ์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและประเด็นข้อมูลขององค์ความรู้ของผู้ใช้งาน

ตาราง 4-2 จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์ N = 265 (100%)

พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต		
ไม่ชำนาญ	4	1.5
ใช้งานได้เล็กน้อย	7	2.6
ใช้งานได้ปานกลาง	111	41.9
ใช้งานได้ในระดับดี	103	38.9
ชำนาญ	40	15.1
อุปกรณ์ในการเข้าเว็บไซต์		
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC)	124	46.8
คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook)	86	32.5
โทรศัพท์มือถือ	50	18.9
Tablet	3	1.1
อื่นๆ	2	0.8
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต		
ที่บ้าน	200	75.5
ที่ทำงาน	20	7.5
สถานศึกษา	34	12.8



ตาราง 4-2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต	5	1.9
อื่นๆ	6	2.3
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต		
08.01-12.00 น.	10	3.8
12.01-16.00 น.	19	7.2
16.01-20.00 น.	60	22.6
20.01-00.00 น.	172	64.9
00.01-04.00 น.	4	1.5
จุดประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต		
ทำงาน	80	30.2
ดูโทรทัศน์	6	2.3
พูดคุยสนทนา	107	40.4
ฟังเพลง	49	18.5
อื่นๆ	23	8.7
การใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน		
ไม่เคย	14	5.3
เคยนานๆ ครั้ง	202	76.2
ใช้งานเป็นประจำ	49	18.5
ความถี่การใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน		
น้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์	163	61.5
1-3 ครั้งต่อสัปดาห์	71	26.8
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	22	8.3
7-10 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.5
มากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์	5	1.9
การใช้บริการเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ		
ไม่เคย	86	32.5
เคยนานๆ ครั้ง	169	63.8
ใช้งานเป็นประจำ	10	3.8

จากตาราง 4-2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับการใช้งานได้ปานกลาง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมาคือใช้งานได้ในระดับดี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 อุปกรณ์ที่นิยมในการใช้สำหรับการเข้าเว็บไซต์คือคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook) จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือที่บ้าน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมาคือสถานศึกษา จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ช่วงเวลาที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตคือ 20.01-00.00 น. จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รองลงมาคือ 16.01-20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.6 จุดประสงค์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ เพื่อพูดคุยสนทนา จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือเพื่อทำงาน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 การใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีการใช้งานนานๆ ครั้ง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 76.2 รองลงมาคือการใช้งานเป็นประจำ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ความถี่การใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีการใช้งานน้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาเป็นการใช้งาน 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 การใช้บริการเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีการใช้งานนานๆ ครั้งมากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมาไม่เคยใช้งาน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

ตาราง 4-3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเด็นความรู้

ประเด็นข้อมูลขององค์ความรู้	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านความรู้ที่สนใจ</b>			
ข่าวสารทั่วไป	3.76	0.760	มาก
ข่าวสารเทคโนโลยี	3.75	0.756	มาก
ข่าวสารการศึกษา (การรับสมัครนักศึกษา/กิจกรรม)	3.64	0.837	มาก
ข่าวสารทางวิชาการ	3.34	0.878	ปานกลาง
รวมด้านความรู้ที่สนใจ	3.62	0.612	มาก
<b>ด้านความรู้ในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ</b>			
การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ/การตลาด	3.09	0.892	ปานกลาง
การเขียนข่าว/หนังสือพิมพ์	3.47	0.857	มาก
การผลิตสื่อภาพและเสียง	3.75	0.833	มาก
การผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	3.58	0.931	มาก

ตาราง 4-3 (ต่อ)

ประเด็นข้อมูลขององค์ความรู้	$\bar{X}$	SD	ระดับ
การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์	3.52	0.942	มาก
การผลิตสื่อมัลติมีเดีย	3.48	0.989	มาก
การผลิตงาน Animation 2D/3D	3.29	1.105	ปานกลาง
การใช้เครื่องมือในการผลิตสื่อ (กล้องวิดีโอ/ถ่ายรูป)	3.83	0.868	มาก
การถ่ายรูป การจัดองค์ประกอบ และการออกแบบ	3.78	0.885	มาก
งานทางด้านฝ่ายบริหาร (การเงิน/บัญชี ฯลฯ)	2.82	0.983	ปานกลาง
งานด้านฝ่ายวิชาการ (งานวิจัย/SAR/ประกันคุณภาพ/การจัดการเรียนการสอน ฯลฯ)	2.87	1.008	ปานกลาง
งานด้านกิจการนักศึกษา (วัฒนธรรม/กีฬา/การจัดกิจกรรม ฯลฯ)	3.43	0.911	มาก
รวมด้านความรู้ภายในคณะฯ	3.40	0.626	ปานกลาง
รวม	3.69	0.605	มาก

จากตาราง 4-3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประเด็นข้อมูลขององค์ความรู้ที่สนใจทั้งจากตนเองและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.69$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีข้อมูลองค์ความรู้ในเรื่องการใช้เครื่องมือในการผลิตสื่อ (กล้องวิดีโอ/ถ่ายรูป) มากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$ ) รองลงมาคือ การถ่ายรูป การจัดองค์ประกอบ และการออกแบบอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) องค์ความรู้ในงานด้านฝ่ายบริหาร (การเงิน/บัญชี ฯลฯ) มีค่าน้อยที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.82$ )

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นความพึงพอใจ

ตาราง 4-4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

รายละเอียดเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
<b>ด้านการออกแบบเว็บไซต์</b>			
ความเหมาะสมของตัวอักษร (Font)	3.53	0.723	มาก

ตาราง 4-4 (ต่อ)

รายละเอียดเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
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
<u>รวมด้านการออกแบบเว็บไซต์</u>	3.52	0.602	มาก
<b>ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน</b>			
ข้อมูลมีความทันสมัย (Update)	3.54	0.900	มาก
มีข้อมูลครบทุกศาสตร์ของสาขาวิชา	3.52	0.840	มาก
ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	3.50	0.840	มาก
<u>รวมด้านการเข้าถึงข้อมูล</u>	3.52	0.748	มาก
<b>ด้านการจัดการองค์ความรู้ และง่ายต่อการใช้งาน</b>			
ลิงค์เข้าไปยังหัวข้อต่างๆ ใช้งานได้ง่าย	3.53	0.817	มาก
การจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์	3.57	0.837	มาก
การง่ายต่อการเข้าใช้งานภายในเว็บไซต์	3.53	0.839	มาก
การสืบค้นข้อมูล	3.44	0.819	มาก
<u>รวมด้านการจัดการองค์ความรู้และการทำงาน</u>	3.52	0.731	มาก
<b>ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูล</b>			
สามารถใช้ประโยชน์ได้ตรงความต้องการที่ค้นหา	3.61	0.815	มาก
รวม	3.52	0.600	มาก

จากตาราง 4-4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรายละเอียดของเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนในทุกๆ ด้าน (การนำเสนอแบบภาพถ่าย) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการออกแบบเว็บไซต์เรื่อง สีสันมีความเหมาะสมมากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) รองลงมาคือความพึงพอใจในด้านการออกแบบเว็บไซต์เรื่องความสบายตาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.66$ ) ด้านการออกแบบเว็บไซต์เรื่อง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) มีค่าน้อยที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.38$ )

**ตาราง 4-5** ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการ

ความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
ความรู้ในเชิงกว้าง	3.56	0.705	มาก
ความรู้ในเชิงลึก	3.43	0.751	มาก
ความรู้ทางด้านเทคนิค และเครื่องมือ	3.53	0.759	มาก
วีดิทัศน์ (สื่อการสอน)	3.57	0.785	มาก
สื่อเสียง (สื่อการสอน)	3.53	0.793	มาก
e-Learning (รายวิชา)	3.52	0.817	มาก
Blog อาจารย์ในคณะฯ	3.41	0.879	มาก
บทความวิชาการ/วิจัย	3.36	0.828	ปานกลาง
มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านจากสังคมเครือข่ายฯ	3.61	0.882	มาก
ให้เป็นแหล่งรวมศาสตร์ของสาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	3.60	0.861	มาก
ต้องการให้คณาจารย์อัปเดตงานวิจัย บทความ หรือความชำนาญเพื่อเผยแพร่บนเว็บไซต์	3.75	0.866	มาก
รวม	3.53	0.614	มาก

จากตาราง 4-5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.53$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้คณาจารย์อัปเดตงานวิจัย บทความหรือความชำนาญของตนเองเพื่อเผยแพร่ให้ทราบผ่านเว็บไซต์มากที่สุดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75$ ) รองลงมาคือต้องการให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านจากสังคมเครือข่ายเพิ่มเติม (Facebook, Twitter ฯลฯ) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) ความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์ทางด้านบทความวิชาการ/งานวิจัย มีค่าน้อยที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.36$ )

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย  
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1**

ลักษณะประชากรแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศต่างกัน

**ตาราง 4-6** ค่า t test, F test และค่านัยสำคัญของความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ ของคณะฯ	เพศ		สถานภาพใน คณะฯ		อายุ		ระดับการศึกษา		รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน		อุปกรณ์การ สื่อสาร	
	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
ด้านการจัดการองค์ความรู้ และง่ายต่อการใช้งาน	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
รวมความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์	2.232	0.026*	0.584	0.559	2.228	0.110	1.142	0.337	2.694	0.031*	-0.462	0.644

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-6 พบว่า ความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนโดยรวม ไม่ขึ้นอยู่กับเพศซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐาน แต่ด้านความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์ฯ โดยรวมขึ้นอยู่กับเพศซึ่งตรงตามสมมติฐาน

ความพึงพอใจเว็บไซต์และความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์โดยรวมไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐาน

ความพึงพอใจเว็บไซต์และความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์โดยรวมไม่ขึ้นอยู่กับอายุซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐาน แต่ด้านการออกแบบเว็บไซต์ขึ้นอยู่กับอายุซึ่งตรงตามสมมติฐาน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง 4-7

ความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ และความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์ฯ โดยรวมไม่ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐาน แต่ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาซึ่งตรงตามสมมติฐาน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง 4-8

ความพึงพอใจเว็บไซต์โดยรวม ไม่ขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐาน แต่ด้านความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์ฯ โดยรวมขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนซึ่งตรงตามสมมติฐาน จึงได้ทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตาราง 4-9

ความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ และความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาเว็บไซต์ฯ โดยรวมไม่ขึ้นอยู่กับอุปกรณ์การสื่อสารซึ่งไม่ตรงตามสมมติฐาน

**ตาราง 4-7** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้านการออกแบบเว็บไซต์

อายุ	18-28 ปี	29-39 ปี	40-50 ปี
$\bar{X}$	3.54	3.14	3.88
18-28 ปี	3.54	0.401	-
29-39 ปี	3.14	-	-
40-50 ปี	3.88	-	-

จากตาราง 4-7 ผลการทดสอบรายคู่ในด้านการออกแบบเว็บไซต์ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่ามี 1 คู่ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-28 ปี ( $\bar{X} = 3.54$ ) มีความแตกต่างของความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ ด้านการออกแบบเว็บไซต์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 29-39 ปี ( $\bar{X} = 3.14$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.401

**ตาราง 4-8** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูล

ระดับการศึกษา ปัจจุบัน		ป.ตรี โฆษณาฯ	ป.ตรี โทรทัศน์ ฯ	ป.ตรี มัลติมีเดีย	ป.โท สื่อสาร การตลาด	อื่นๆ
	$\bar{X}$	3.89	3.47	3.56	3.64	3.60
ป.ตรี โฆษณาฯ	3.89	-	0.419	0.329	-	-
ป.ตรี โทรทัศน์ฯ	3.47	-	-	-	-	-
ป.ตรี มัลติมีเดีย	3.56	-	-	-	-	-
ป.โท สื่อสารการตลาด	3.64	-	-	-	-	-
อื่นๆ	3.60	-	-	-	-	-

จากตาราง 4-8 ผลการทดสอบรายคู่ในด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่ามี 2 คู่ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับป.ตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.89$ ) มีความแตกต่างของความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับป.ตรี สาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง ( $\bar{X} = 3.47$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.419

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับป.ตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X} = 3.89$ ) มีความแตกต่างของความพึงพอใจเว็บไซต์ฯ ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับป.ตรี สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย ( $\bar{X} = 3.56$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.329

**ตาราง 4-9** ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ กับความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ฯ รวมทั้งหมด

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.45	3.74	3.62	3.48	3.56
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3.45	-	-	-	-	-
5,000-10,000 บาท	3.74	0.289	-	-	-	-
10,001-20,000 บาท	3.62	-	-	-	-	-
20,001-30,000 บาท	3.48	-	-	-	-	-
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	3.56	-	-	-	-	-

จากตาราง 4-9 ผลการทดสอบรายคู่ในด้านความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ฯ รวมทั้งหมดด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบว่ามี 1 คู่ดังนี้



1. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน ( $\bar{X} = 3.74$ ) มีความแตกต่างของความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ฯ รวมทั้งหมดมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ( $\bar{X} = 3.45$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.289

## สมมติฐานข้อที่ 2

การใช้งานเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ

ตาราง 4-10 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความเหมาะสมของตัวอักษร (Font)

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	15.700	16	0.474
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	11.131	16	0.801
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	12.090	16	0.738
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	20.375	16	0.204
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	6.103	16	0.987
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	9.794	8	0.280
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	14.390	16	0.570
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	29.936	8	0.000*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-10 พบว่า ความเหมาะสมของตัวอักษร (Font) มีความสัมพันธ์กับการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ เพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตาราง 4-11** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความสวยงามของเว็บไซต์ (Design Template)

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	22.751	12	0.030*
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	9.633	12	0.648
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	10.841	12	0.543
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	8.244	12	0.766
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	12.360	12	0.417
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	10.070	6	0.122
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	13.495	12	0.334
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	13.920	6	0.031*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-11 พบว่า ความสวยงามของเว็บไซต์ (Design Template) มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต และการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

**ตาราง 4-12** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการออกแบบที่ทันสมัย

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	10.282	16	0.851
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	14.890	16	0.533
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	28.810	16	0.025*
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	6.970	16	0.974
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	13.490	16	0.637
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	10.596	8	0.226
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	16.170	16	0.441
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	12.763	8	0.120

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-12 พบว่า การออกแบบที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

ตาราง 4-13 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความเหมาะสมของสื่อ

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	9.307	16	0.900
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	28.832	16	0.025*
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	33.139	16	0.007*
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	11.499	16	0.778
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	14.257	16	0.580
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	7.841	8	0.449
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	8.632	16	0.928
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	10.971	8	0.203

\* $p \leq 0.05$ 

จากตาราง 4-13 พบว่า ความเหมาะสมของสื่อมีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์ และสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต

ตาราง 4-14 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความสบายตา

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	4.692	12	0.967
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	6.256	12	0.903
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	18.358	12	0.105
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	6.887	12	0.865
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	12.398	12	0.414
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	11.262	6	0.081
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	21.749	12	0.040*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	4.279	6	0.639

\* $p \leq 0.05$ 

จากตาราง 4-14 พบว่า ความสบายตามีความสัมพันธ์กับความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

ตาราง 4-15 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความเหมาะสมของภาพ

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	15.186	16	0.511
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	29.288	16	0.022*
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	33.854	16	0.006*
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	39.368	16	0.001*
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	12.853	16	0.683
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	7.028	8	0.534
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	49.844	16	0.000*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	4.393	8	0.820

\* $p \leq 0.05$ 

จากตาราง 4-15 พบว่า ความเหมาะสมของภาพมีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์ สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต และความถี่สำหรับการเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีศรีสธามวลชน

ตาราง 4-16 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการจัดองค์ประกอบหัวข้อและเนื้อหา

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	11.457	12	0.490
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	14.944	12	0.245
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	11.916	12	0.452
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	17.287	12	0.139
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	11.616	12	0.477
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	3.538	6	0.739
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	15.787	12	0.201
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	5.159	6	0.524

\* $p \leq 0.05$ 

จากตาราง 4-16 พบว่า การจัดองค์ประกอบหัวข้อและเนื้อหาไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานเว็บไซต์ฯ

**ตาราง 4-17** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับภาพเคลื่อนไหว (Animation)

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	18.958	16	0.271
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	21.476	16	0.161
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	24.801	16	0.073
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	34.855	16	0.004*
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	19.080	16	0.265
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	7.723	8	0.461
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	37.427	16	0.002*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	17.420	8	0.026*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-17 พบว่า ภาพเคลื่อนไหว (Animation) มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน และการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

**ตาราง 4-18** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับภาพวิดีโอ (Video)

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	13.941	16	0.603
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	17.134	16	0.377
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	9.318	16	0.900
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	14.190	16	0.585
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	23.063	16	0.112
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	4.598	8	0.800
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	41.734	16	0.000*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	12.542	8	0.129

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-18 พบว่า ภาพวิดีโอ (Video) มีความสัมพันธ์กับความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตาราง 4-19** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการเปิดไฟล์เสียงในเว็บไซต์ (Sound)

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	12.458	16	0.712
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	17.774	16	0.337
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	12.476	16	0.711
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	14.225	16	0.582
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	28.485	16	0.028*
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	10.415	8	0.237
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	34.585	16	0.005*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	13.187	8	0.106

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-19 พบว่า การเปิดไฟล์เสียงในเว็บไซต์ (Sound) มีความสัมพันธ์กับจุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต และความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

**ตาราง 4-20** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับตำแหน่งของลิงค์บนเว็บไซต์ (Link)

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	10.167	16	0.858
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	19.356	16	0.251
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	11.217	16	0.796
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	10.052	16	0.864
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	13.987	16	0.600
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	6.642	8	0.576
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	15.056	16	0.521
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	9.843	8	0.276

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-20 พบว่า ตำแหน่งของลิงค์บนเว็บไซต์ (Link) ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานเว็บไซต์

ตาราง 4-21 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความทันสมัยของข้อมูล (Update)

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	10.130	16	0.860
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	19.628	16	0.237
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	30.667	16	0.015*
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	12.845	16	0.684
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	11.943	16	0.748
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	3.801	8	0.875
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	36.495	16	0.002*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	16.255	8	0.039*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-21 พบว่า ความทันสมัยของข้อมูล (Update) มีความสัมพันธ์กับสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 4-22 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความครบถ้วนของข้อมูลในทุกศาสตร์วิชา

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	13.507	16	0.635
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	15.329	16	0.501
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	13.962	16	0.602
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	6.601	16	0.980
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	15.622	16	0.480
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	8.306	8	0.404
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	24.318	16	0.083
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	15.679	8	0.047*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-22 พบว่า ความครบถ้วนของข้อมูลในทุกศาสตร์วิชา มีความสัมพันธ์กับการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

ตาราง 4-23 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	17.273	16	0.368
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	26.779	16	0.044*
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	20.320	16	0.206
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	17.365	16	0.362
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	19.736	16	0.232
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	5.042	8	0.753
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	38.483	16	0.001*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	8.554	8	0.381

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-23 พบว่า ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์ และการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 4-24 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความง่ายต่อการเข้าใช้งานลิงค์หัวข้อ

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	14.058	16	0.594
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	11.615	16	0.770
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	9.664	16	0.884
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	9.537	16	0.890
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	9.630	16	0.885
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	13.087	8	0.109
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	16.065	16	0.448
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	8.960	8	0.346

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-24 พบว่า ความง่ายต่อการเข้าใช้งานลิงค์หัวข้อบนเว็บไซต์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานเว็บไซต์



ตาราง 4-25 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	9.451	16	0.894
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	12.028	16	0.742
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	16.153	16	0.442
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	8.532	16	0.931
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	21.737	16	0.152
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	10.339	8	0.242
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	23.997	16	0.090
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	7.827	8	0.451

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-25 พบว่า การจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานเว็บไซต์

ตาราง 4-26 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความง่ายต่อการเข้าใช้งานภายในเว็บไซต์

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	24.873	16	0.072
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	13.490	16	0.637
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	15.604	16	0.481
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	9.458	16	0.893
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	10.875	16	0.817
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	7.621	8	0.471
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	16.929	16	0.390
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	12.505	8	0.130

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-26 พบว่า ความง่ายต่อการเข้าใช้งานภายในเว็บไซต์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานเว็บไซต์

ตาราง 4-27 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับการสืบค้นข้อมูล

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต	27.138	16	0.040*
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	16.153	16	0.442
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	12.338	16	0.720
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	7.594	16	0.960
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	16.295	16	0.433
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	11.591	8	0.170
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	28.785	16	0.025*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	12.806	8	0.119

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-27 พบว่า การสืบค้นข้อมูลมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต และ ความถี่สำหรับการใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 4-28 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับข้อมูลสามารถใช้ประโยชน์ได้ตามความต้องการที่ค้นหา

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต	10.236	16	0.854
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	13.594	16	0.629
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	12.849	16	0.684
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	14.048	16	0.595
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	10.684	16	0.829
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	1.959	8	0.982
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	20.092	16	0.216
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	10.512	8	0.231

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-28 พบว่า การค้นหาใช้ประโยชน์ของข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานเว็บไซต์

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 4-29 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาความรู้ในเชิงกว้าง

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	10.084	12	0.609
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	6.764	12	0.873
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	14.804	12	0.252
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	11.563	12	0.481
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	5.713	12	0.930
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	2.792	6	0.834
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	33.504	12	0.001*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	9.548	6	0.145

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-29 พบว่า ความต้องการให้พัฒนาความรู้ในเชิงกว้างมีความสัมพันธ์กับความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

ตาราง 4-30 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาความรู้ในเชิงลึก

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	21.115	12	0.049*
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	10.715	12	0.554
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	14.638	12	0.262
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	9.358	12	0.672
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	7.042	12	0.855
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	6.592	6	0.360
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	17.232	12	0.141
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	14.172	6	0.028*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-30 พบว่า ความต้องการให้พัฒนาความรู้ในเชิงลึกมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต และการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตาราง 4-31 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาความรู้ทางเทคนิคและเครื่องมือ

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	9.076	12	0.696
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	11.681	12	0.472
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	20.507	12	0.058
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	14.287	12	0.283
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	18.004	12	0.116
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	4.953	6	0.550
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	19.696	12	0.073
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	10.450	6	0.107

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-31 พบว่า ความต้องการให้พัฒนาความรู้ทางเทคนิคและเครื่องมือไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานเว็บไซต์

ตาราง 4-32 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาวิดิทัศน์ (สื่อการสอน)

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	10.390	12	0.582
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	13.170	12	0.357
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	9.257	12	0.681
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	18.413	12	0.104
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	8.805	12	0.720
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	3.268	6	0.774
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	15.256	12	0.228
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	6.269	6	0.394

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-32 พบว่า ความต้องการให้พัฒนาวิดิทัศน์ (สื่อการสอน) ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานเว็บไซต์

**ตาราง 4-33** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาสื่อเสียง (สื่อการสอน)

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	6.943	12	0.861
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	19.334	12	0.081
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	9.264	12	0.680
เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	16.494	12	0.170
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	10.218	12	0.597
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	6.806	6	0.339
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	22.552	12	0.032*
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	4.950	6	0.550

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-33 พบว่า ความต้องการให้พัฒนาสื่อเสียง (สื่อการสอน) มีความสัมพันธ์กับความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตาราง 4-34** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนา e-Learning (รายวิชา)

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	12.071	16	0.739
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	11.477	16	0.779
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	9.347	16	0.898
เวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	13.154	16	0.661
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	8.863	16	0.919
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	17.912	8	0.022*
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	10.923	16	0.814
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	7.899	8	0.443

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-34 พบว่า ความต้องการให้พัฒนา e-Learning (รายวิชา) มีความสัมพันธ์กับการเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตาราง 4-35** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนา Blog อาจารย์ภายในคณะฯ

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	29.735	16	0.019*
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	17.756	16	0.338
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	12.082	16	0.738
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	7.688	16	0.958
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	16.947	16	0.389
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	6.473	8	0.594
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	17.433	16	0.358
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	7.301	8	0.504

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-35 พบว่า ความต้องการให้พัฒนา Blog อาจารย์ภายในคณะฯ มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตาราง 4-36** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาบทความวิชาการ/วิจัย

ความสัมพันธ์	Pearson		
	Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	14.211	16	0.583
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	17.041	16	0.383
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	16.380	16	0.427
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	11.687	16	0.765
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	20.049	16	0.218
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	4.008	8	0.856
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	10.996	16	0.810
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	19.251	8	0.014*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-36 พบว่า ความต้องการให้พัฒนาบทความวิชาการ/วิจัยมีความสัมพันธ์กับการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตาราง 4-37** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาช่องทาง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านจากสังคมเครือข่ายเพิ่มเติม (Facebook, Twitter ฯลฯ)

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	30.825	16	0.014*
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	10.678	16	0.829
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	16.145	16	0.443
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	14.092	16	0.592
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	16.122	16	0.444
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	7.960	8	0.437
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	11.719	16	0.763
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	13.536	8	0.095

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-37 พบว่า ความต้องการให้พัฒนาช่องทาง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านจากสังคมเครือข่ายเพิ่มเติม (Facebook, Twitter ฯลฯ) มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การใช้ อินเทอร์เน็ตเพียง ความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตาราง 4-38** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้พัฒนาเป็นช่องทางรวม ศาสตร์ทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	9.975	16	0.868
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	12.484	16	0.710
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	26.100	16	0.053
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	15.471	16	0.490
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	10.836	16	0.819
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	3.522	8	0.897
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	13.120	16	0.664
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	15.939	8	0.043*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-38 พบว่า ความต้องการให้พัฒนาเป็นช่องทางรวมศาสตร์ทางเทคโนโลยี สื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์กับการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชนเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตาราง 4-39** ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความต้องการให้คณาจารย์พัฒนาอู่เตงงานวิจัย บทความหรือความชำนาญของตนเอง เพื่อการเผยแพร่บนเว็บไซต์

ความสัมพันธ์	Pearson Chi-Square ( $\chi^2$ )	df	P
ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต	9.760	16	0.879
อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์	13.686	16	0.622
สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	16.745	16	0.402
ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต	10.335	16	0.849
จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต	16.271	16	0.434
การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะฯ	6.037	8	0.643
ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะฯ	18.092	16	0.319
การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	17.756	8	0.023*

\* $p \leq 0.05$

จากตาราง 4-39 พบว่า ความต้องการให้คณาจารย์พัฒนาอู่เตงงานวิจัย บทความหรือความชำนาญของตนเอง เพื่อการเผยแพร่บนเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเพียงความสัมพันธ์เดียวเท่านั้น

**ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์รูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์กันทางความพึงพอใจและความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีราชภัฏวชิรเวศน์**

### สมมติฐานข้อที่ 3

รูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมายมีความสัมพันธ์กันทางความพึงพอใจต่อเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีราชภัฏวชิรเวศน์



**ตาราง 4-40** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ กับตัวแปรอิสระรูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

ตัวแปร/ประเด็นศึกษา	ความพึงพอใจ	ความสนใจความรู้	องค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ
ความพึงพอใจรวมของเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	-	0.000	0.000
ความสนใจความรู้	-	-	0.000
องค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ	-	-	-

จากตาราง 4-40 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน พบว่าตัวแปรอิสระสามารถนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยได้ การทดสอบนัยสำคัญทางสถิติค่าระดับความเชื่อมั่นเป็นที่ยอมรับได้ทุกคู่

**ตาราง 4-41** แสดงน้ำหนักในการพยากรณ์และการอธิบายตัวแปรที่ใช้อธิบายความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ด้วยวิธี Stepwise

ตัวแปร	b	SE b	B
ความพึงพอใจรวมของเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ	1.457	0.205	
ด้านความสนใจความรู้	0.332	0.059	0.346*
ด้านองค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ	0.259	0.061	0.264*
R	0.537		
F	53.176		
P	0.000		
R <sup>2</sup>	0.289		

\* $p \leq 0.05$

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธี Stepwise เพื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่เหมาะสมที่สุดที่สามารถอธิบายตัวแปรตามความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตาราง 4-41 พบว่าชุดของตัวแปรอิสระที่อธิบายความพึงพอใจได้มากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปรด้านความสนใจความรู้ โดยมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.346 และด้านองค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ 0.264 สมการถดถอยดังกล่าวนี้มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.531 สามารถร่วมกันอธิบายความพึงพอใจได้ร้อยละ 28.9 แสดงว่าตัวแปรทั้งชุดมีความสามารถในการพยากรณ์ความพึงพอใจจากการนำตัวแปรด้านความสนใจความรู้ และ

ด้านองค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมาปฏิบัติเพื่อใช้ในการปรับปรุงเว็บไซต์การจัดการ  
องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ซึ่งตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ดังสมการนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$y = 1.457 + 0.332 (\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน}) + 0.259 (\text{ความสนใจความรู้})$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = B_1Z_1 + B_2Z_2$$

$$Z_Y = 0.346 Z_{(\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน})} + 0.264 Z_{(\text{ความสนใจความรู้})}$$

**ตาราง 4-42** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความคิดเห็นและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการ  
องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนกับตัวแปรอิสระรูปแบบองค์ความรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

ตัวแปร/ประเด็นศึกษา	ความคิดเห็น ๓	ความสนใจ ความรู้	องค์ความรู้ภายใน คณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน
ความคิดเห็นและความต้องการพัฒนาฯ รวม	-	0.000	0.000
ความสนใจความรู้	-	-	0.000
องค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน	-	-	-

จากตาราง 4-42 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัว  
แปรอิสระด้วยกัน พบว่าตัวแปรอิสระสามารถนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยได้ การทดสอบ  
นัยสำคัญทางสถิติค่าระดับความเชื่อมั่นเป็นที่ยอมรับได้ทุกคู่

**ตาราง 4-43** แสดงน้ำหนักในการพยากรณ์และการอธิบายตัวแปรที่ใช้อธิบายความคิดเห็นและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศด้วยวิธี Stepwise

ตัวแปร	b	SE b	B
ความคิดเห็นและความต้องการพัฒนาฯ รวม	1.391	0.208	
ด้านความสนใจความรู้	0.379	0.060	0.386*
ด้านองค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.235	0.062	0.234*
R	0.549		
F	56.587		
P	0.000		
R <sup>2</sup>	0.302		

\* $p < 0.05$

การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธี Stepwise เพื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่เหมาะสมที่สุดที่สามารถอธิบายตัวแปรตามความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตาราง 4-43 พบว่าชุดของตัวแปรอิสระที่อธิบายความพึงพอใจได้มากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ตัวแปรด้านความสนใจความรู้ โดยมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.386 และด้านองค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ 0.234 สหสัมพันธถดถอยดังกล่าวนี้มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.565 สามารถร่วมกันอธิบายความคิดเห็นและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ฯ ได้ร้อยละ 30.2 แสดงว่าตัวแปรทั้งชุดมีความสามารถในการพยากรณ์ความคิดเห็นและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ฯ จากการนำตัวแปรด้านความสนใจความรู้ และด้านองค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศมาปฏิบัติเพื่อใช้ในการปรับปรุงเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ซึ่งตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ดังสมการนี้

สมการในรูปคะแนนดิบ

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$y = 1.391 + 0.379 (\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ}) + 0.235 (\text{ความสนใจความรู้})$$

สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = B_1Z_1 + B_2Z_2$$

$$Z_Y = 0.386 Z_{(\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ})} + 0.234 Z_{(\text{ความสนใจความรู้})}$$

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปและอภิปรายผลพร้อมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.3 เป็นนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 93.6 อายุ 18-28 ปี คิดเป็นร้อยละ 94.3 ศึกษาสาขาเทคโนโลยี การโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 35.1 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 64.2 เป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร เช่น Smartphone Tablet หรือ Computer คิดเป็นร้อยละ 92.1

5.1.2 พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ประสิทธิภาพในการใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับใช้งานได้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.9 ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) เป็นอุปกรณ์ในการเข้าเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 46.8 สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตคือบ้าน คิดเป็นร้อยละ 75.5 ช่วงเวลาใช้งานอินเทอร์เน็ตคือ 20.01-00.00 น. คิดเป็นร้อยละ 64.9 การพูดคุยสนทนาเป็นจุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 40.4 เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมานานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 76.2 ความถี่การใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศน้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 61.5 การใช้บริการเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมานานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.8

5.1.3 ประเด็นองค์ความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.69$ ,  $SD = 0.605$ ) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้ที่สนใจอยู่ในระดับมาก ด้านความรู้ในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับปานกลาง

1) ด้านความรู้ที่สนใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจข้อมูลข่าวสารทั่วไป รองลงมาคือ ข่าวสารเทคโนโลยี มีความสนใจข่าวสารทางวิชาการน้อยที่สุด

2) ด้านความรู้ในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจข้อมูลความรู้ด้านการใช้เครื่องมือในการผลิตสื่อ (กล้องวิดีโอ/ถ่ายรูป) รองลงมาคือการถ่ายรูป การจัดการประกอบ และการออกแบบ ความสนใจความรู้ทางด้านฝ่ายบริหาร (การเงิน/บัญชี ฯลฯ) น้อยที่สุด

5.1.4 ความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.52$ ,  $SD = 0.600$ ) โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน ด้านการจัดการองค์ความรู้ และง่ายต่อการใช้งาน และด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลอยู่ในระดับมาก

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

2) ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจข้อมูลที่มีความทันสมัย (Update) รองลงมาคือ มีข้อมูลครบทุกศาสตร์ของสาขาวิชา สำหรับความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3) ด้านการจัดการองค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์ รองลงมาคือ การเข้าใช้งานง่ายสำหรับลิงค์หัวข้อต่างๆ สำหรับการสืบค้นข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

5.1.5 ความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.53$ ,  $SD = 0.614$ ) ความต้องการให้คณาจารย์อำนวยการงานวิจัย บทความ หรือความชำนาญเพื่อเผยแพร่บนเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาต้องการให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านจากสังคมเครือข่ายเพิ่มเติม (Facebook, Twitter ฯลฯ) ความต้องการให้พัฒนาบทความวิชาการ/วิจัยมีน้อยที่สุด

5.1.6 การทดสอบความแตกต่างระหว่างประชากรกับความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน สรุปได้ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน พบว่าในทุกๆ ด้านมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่ความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ มีความต้องการแตกต่างกัน

2) กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพในคณะต่างกันมีความพึงพอใจ ความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ ไม่แตกต่างกัน

3) กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจ ความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านความพึงพอใจ พบว่าในด้านการออกแบบเว็บไซต์มีความพึงพอใจแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ อายุ 18-28 ปี กับ อายุ 29-39 ปี

4) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจ ความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านความพึงพอใจ พบว่าในด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลมีความพึงพอใจแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กับ ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง และปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ กับ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย

5) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจ แต่สำหรับความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า แตกต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ รายได้ 5,000-10,000 บาท

5.1.7 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความพึงพอใจ และความคิดเห็นต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนสรุปได้ดังนี้



จากตาราง 5-1 เป็นการสรุปความสัมพันธ์ของการใช้งานเว็บไซต์กับความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ความถี่สำหรับการใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมากที่สุด จำนวน 10 ความสัมพันธ์ รองลงมาคือการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์ จำนวน 9 ความสัมพันธ์ จุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ตและการเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุดเท่ากัน จำนวน 1 ความสัมพันธ์

ด้านความพึงพอใจมีความสัมพันธ์ต่อการใช้งานเว็บไซต์สูงสุดในเรื่องของความถี่สำหรับการใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำนวน 8 ความสัมพันธ์ รองลงมาคือการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์ จำนวน 8 ความสัมพันธ์ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุดโดยไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ ทั้งสิ้น

ภาพประกอบมีความสัมพันธ์สูงสุดจำนวน 4 ความสัมพันธ์ โดยมีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์ สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต และความถี่สำหรับการใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน รองลงมาคือภาพเคลื่อนไหว (Animation) มีจำนวน 3 ความสัมพันธ์ โดยมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต ความถี่สำหรับการใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน และการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ความสัมพันธ์ต่ำที่สุดโดยไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ คือ การจัดองค์ประกอบหัวข้อและเนื้อหาเว็บไซต์ ตำแหน่งของการใช้ลิงค์ไปภายในเว็บไซต์ (Link) การเข้าไปใช้งานลิงค์ต่างๆ ง่ายดาย การจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์ การง่ายต่อการเข้าใช้งานภายในเว็บไซต์ และสามารถโต้ตอบได้ตรงตามความต้องการ

ด้านความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์ต่อการใช้งานเว็บไซต์สูงสุดในเรื่องของการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์ จำนวน 4 ความสัมพันธ์ รองลงมาคือประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต จำนวน 3 ความสัมพันธ์ อุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์ สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต และจุดประสงค์หลักในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุดโดยไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ ทั้งสิ้น

ความรู้ในเชิงลึกมีความสัมพันธ์สูงสุดจำนวน 2 ความสัมพันธ์ โดยมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ต และการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ความสัมพันธ์ต่ำที่สุดโดยไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ คือความรู้ทางด้านเทคนิคและเครื่องมือและวิธีทัศน์ (สื่อการสอน)

5.1.8 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบองค์ความรู้กับความพึงพอใจ และความคิดเห็นต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน สรุปได้ดังนี้

รูปแบบองค์ความรู้ในทุกๆ ด้าน เช่น ด้านความสนใจความรู้ และองค์ความรู้ภายในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ซึ่งสามารถอธิบายความผัน

แปรมีความสามารถในการพยากรณ์ความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ดังสมการนี้

ความพึงพอใจในเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

- สมการในรูปคะแนนดิบ

$$y = 1.457 + 0.332 (\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน}) + 0.259 (\text{ความสนใจความรู้})$$

- สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = 0.346 Z_{(\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน})} + 0.264 Z_{(\text{ความสนใจความรู้})}$$

ความคิดเห็นและความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

- สมการในรูปคะแนนดิบ

$$y = 1.391 + 0.379 (\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน}) + 0.235 (\text{ความสนใจความรู้})$$

- สมการในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_Y = 0.386 Z_{(\text{องค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน})} + 0.234 Z_{(\text{ความสนใจความรู้})}$$

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มีความเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสาร เช่น Smartphone Tablet หรือ Computer พฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้งานได้ในระดับปานกลาง โดยใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) เป็นอุปกรณ์ในการเข้าเว็บไซต์ ซึ่งใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน นิยมเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตในเวลา 20.01-00.00 น. สอดคล้องกับข้อมูลของ ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย (2556) โดยมีสถิติแนวโน้มการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่างๆ ในประเทศไทยด้วยระบบปฏิบัติการ Windows 7 40.58% เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ระบบปฏิบัติการ Windows XP 32.13% ซึ่งเป็นระบบปฏิบัติการที่นิยมใช้บนคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะและคอมพิวเตอร์ Notebook สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ในประเทศไทยในช่วงเวลาที่นิยมเข้าชมสูงสุดในช่วงเวลา 21.00-21.59 น. ซึ่งเป็นช่วงที่ผู้ใช้งานมีความสบายใจและกลับเข้าสู่ที่พักอาศัยเป็นช่วงเวลาสำหรับการพักผ่อน ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จึงมีคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานส่วนตัว แต่ไม่สอดคล้องสำหรับการเจริญเติบโตทางเทคโนโลยีที่ในปัจจุบันผู้ใช้รายใหม่จะเริ่มมีการใช้คอมพิวเตอร์แบบพกพา หรืออุปกรณ์พกพาที่มีขนาดเบามากขึ้น เช่น Tablet



Ultrabook ซึ่งจะส่งให้จำนวนประชากรของเครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ รวมถึง Notebook ที่มีน้ำหนักมากมีการใช้งานลดลง จึงเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อคอมพิวเตอร์และใช้งานมาในระยะมากกว่า 1-3 ปีเป็นอย่างน้อยในการใช้คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (สปริงนิวส์, 2556) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่จะนิยมใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการพูดคุยสนทนาเป็นหลัก จากการสนทนาผ่านเว็บสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook Twitter line เป็นต้น ซึ่งการทำงานของสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ สามารถใช้งานได้ทั้งในระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์และในโทรศัพท์มือถือ ทำให้การสนทนาสามารถติดตามและพูดคุยเรื่องราวต่างๆ จากกระดานสนทนาได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Blumler, J. G., & Katz. E, 1974) มนุษย์เปิดรับสื่อเพื่อความเพลิดเพลิน และเพื่อมีมนุษย์สัมพันธ์ ช่วยลดปัญหาทางด้านจิตใจ ต้องการการยอมรับในสังคม ลดความเบื่อหน่าย เป็นต้น การใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนหลายๆ ครั้ง รวมทั้งความถี่การใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่น้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่งผลทำให้การใช้บริการเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนผู้ใช้เข้าไปใช้บริการหลายๆ ครั้งด้วย ซึ่งสอดคล้องกับวีรจันต์ นาคะนิเวศน์ องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตระหนักในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความถี่มากขึ้น ทั้งจากนักศึกษา อาจารย์ เจ้าหน้าที่ ใช้เป็นแหล่งค้นหาข้อมูลหลักขององค์ความรู้ โดยอาจใช้การเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องในทุกด้านนำเข้ามาเก็บเพื่อการใช้งานในเว็บไซต์ มีการออกแบบองค์ประกอบในด้านต่างๆ ที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เช่น การง่ายต่อการเข้าใช้งาน ความสม่ำเสมอในการอัปเดตข้อมูล การออกแบบที่ดึงดูดต่อกลุ่มเป้าหมายเรียบง่ายและมีความมีเอกลักษณ์ การออกแบบหน้าเว็บจัดตำแหน่งภาพและลิงค์ที่เหมาะสมให้เชื่อมต่อไปยังเว็บการจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่ชัดเจน เห็นชัด ช่วยให้ผู้ใช้งานเข้าสู่เว็บไซต์ได้มากขึ้น รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใช้งานจากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมออีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรัชญา วัลมาลีที่มีข้อเสนอแนะควรเพิ่มหน้าข่าวประชาสัมพันธ์และเพิ่มเมนูหลักเพื่อเชื่อมต่อเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องหรือมีเนื้อหาเช่นเดียวกับเว็บไซต์ที่พัฒนา

ประเด็นองค์ความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมากซึ่งความรู้เป็นฐานข้อมูลที่สำคัญของเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ในการพัฒนา ความรู้ที่มีอยู่แล้วมีความเหมาะสมในระดับหนึ่ง จากการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้ที่สนใจอยู่ในระดับมากซึ่งเป็นข้อมูลความรู้ข่าวสารทั่วไปและข่าวเทคโนโลยี ส่วนด้านความรู้ในคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนอยู่ในระดับปานกลางโดยความรู้ที่สนใจมากเป็นข้อมูลความรู้ทางด้านศาสตร์การเรียนทางเครื่องมือการผลิต สำหรับองค์ความรู้ภายในฝ่ายต่างๆ ของคณะฯ เช่น ความรู้ทางวิชาการหรือมีหลักการที่ชัดเจนอาศัยการเรียนรู้มากจะได้รับ ความสนใจน้อย ซึ่งสอดคล้องกับการจัดการความรู้ เรื่องประเภทความรู้ (วิกิพีเดีย, 2553) ความรู้มี 2 ประเภทคือ ความรู้ชัดแจ้ง และความรู้แบบฝังลึก ซึ่งข้อมูลข่าวสารเป็นข้อมูลที่สนใจอยู่ในรูปแบบที่ชัดแจ้ง รวบรวมได้ง่าย จัดระบบการถ่ายโอน การเข้ารหัสในการถ่ายทอดได้ง่ายกว่า ไม่จำเป็นต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในการเรียนรู้ แต่ความรู้ในองค์การของฝ่ายต่างๆ ความเข้าใจแค่ข้อมูลเบื้องต้นอาจไม่สิ้นสุด จำเป็นต้องอาศัยความรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในการให้ความรู้ และทักษะในเชิงลึกยิ่งขึ้น ทำให้การสื่อสารและการทำความเข้าใจในกระบวนการเรียนรู้มากขึ้นตามไปด้วย

ความพึงพอใจในการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการออกแบบเว็บไซต์ ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน ด้านการจัดการองค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน และด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูลอยู่ในระดับมาก ซึ่งถือได้ว่าเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้สามารถตอบสนองต่อการใช้งานได้ในระดับเป็นที่พึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐภูมิ สีดา, ชลดา ศาครวิหะ, ณัฐพงษ์ เจนวิวัฒน์ และวรัชญา วัลมาลี ที่มีการประเมินการใช้งานเว็บไซต์มีความเหมาะสมและตอบสนองต่อความพึงพอใจในระดับดี จากผลการวิจัยเป็นรายด้านพบว่า ด้านการออกแบบเว็บไซต์กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่ใช้สำหรับออกแบบรองลงมาคือความสบายตา สำหรับภาพเคลื่อนไหว (Animation) มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับวีรจินต์ นาคะนิเวศน์ ด้วยองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์การแสดงผลหน้าเว็บไซต์จำเป็นต้องมีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ใช้งานสะดวก ไม่มีกราฟิกหรือตัวอักษรเคลื่อนไหวตลอดเวลา อาจทำให้ผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์เกิดความรำคาญในการดูข้อมูล ทำให้เสียสมาธิ ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจข้อมูลที่มีความทันสมัย (Update) รองลงมาคือ มีข้อมูลครบทุกศาสตร์ของสาขาวิชา สำหรับความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ด้านการจัดการองค์ความรู้และง่ายต่อการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์ รองลงมาคือ การใช้งานง่ายสำหรับลิงค์หัวข้อต่างๆ สำหรับการสืบค้นข้อมูลมีความพึงพอใจน้อยที่สุดซึ่งสอดคล้องกับวีรจินต์ นาคะนิเวศน์ ด้วยองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์เนื้อหาที่มีประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ มีการปรับปรุงและเพิ่มเติมเนื้อหาให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเข้าใช้งานเว็บไซต์มีระบบเนวิเกชันให้ใช้งานง่ายเข้าใจง่ายสะดวก สำหรับการสืบค้นข้อมูลบนเว็บไซต์ยังต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาซึ่งในปัจจุบันยังไม่สามารถให้บริการค้นหาข้อมูลภายในเว็บไซต์ได้

ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนอยู่ในระดับมาก มีความต้องการให้คณาจารย์อัปเดตงานวิจัย บทความ หรือความชำนาญเพื่อเผยแพร่บนเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาต้องการให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านจากสังคมเครือข่ายเพิ่มเติม (Facebook, Twitter ฯลฯ) ความต้องการให้พัฒนาบทความวิชาการ/วิจัยมีน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการระบบพัฒนาระบบข้าราชการ (2553) กล่าวถึงขั้นตอนของการผลักดันสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ คือ การปรับโครงสร้างให้ภายในองค์กรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้สะดวก ซึ่งการเผยแพร่และมีเครื่องมืออื่นๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการสื่อสารสองทางจะทำให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันได้รวดเร็วและกระชับยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับการยกย่องชมเชย และการปรับวัฒนธรรมการทำงานเชิงรุกให้คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา มีการเผยแพร่ผลงานผ่านทางเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้มากยิ่งขึ้น โดยองค์กรต้องจัดการความรู้ในองค์กรใน 3 ระดับ คือ ระดับความรู้ในองค์กร ความรู้ในกลุ่มเพื่อนร่วมงาน เพื่อน และจัดการความรู้ในตัวบุคคล นำมารวบรวมผ่านบนเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะฯ อย่างเป็นระบบ โดยอาศัยกลวิธีและสื่อการสื่อสาร/ประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นที่ต้องพัฒนาองค์ความรู้ในระดับความรู้เชิงกว้างเป็นลำดับแรก เนื่องจากการเรียนรู้สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้รวดเร็ว การนำเสนอสั้นกระชับ

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานเว็บไซต์กับความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมากที่สุด จำนวน 10 ความสัมพันธ์ รองลงมาคือการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์ จำนวน 9 ความสัมพันธ์ การเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์ต่ำที่สุดโดยไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ ทั้งสิ้น ภาพประกอบมีความสัมพันธ์สูงสุดจำนวน 4 ความสัมพันธ์ โดยมีความสัมพันธ์กับอุปกรณ์สำหรับการเข้าเว็บไซต์ สถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต และความถี่สำหรับการเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับวีรจันต์ นาคะนิเวศน์ องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องตระหนักในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีความถี่มากขึ้นจากที่กล่าวแล้ว ขั้ต้น จากความสัมพันธ์ดังกล่าวความถี่ในการเข้าชมเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศถือเป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลในการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ต่างๆ ภายในองค์กรเป็นลำดับ โดยต้องออกแบบและจัดองค์ประกอบด้วยภาพให้มีความโดดเด่นซึ่งภาพประกอบมีความสัมพันธ์สูงสุด และอาศัยการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในเว็บไซต์และภายนอกช่วยให้การใช้งานเว็บไซต์ด้วยความถี่ต่อเนื่องมากขึ้น โดยการออกแบบภาพจำเป็นต้องออกแบบให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สื่อความหมายชัดเจนตรงตัว วัตถุประสงค์ ภาพที่ใช้ต้องเหมาะสมกับขนาดที่แสดงหน้าจอที่เหมาะสม ภาพไม่ควรใหญ่จนเกินไปทำให้เสียเวลาในการดาวน์โหลด จากความสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้านมีความสำคัญมากในการค้นหาและเข้าเว็บไซต์ จากอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่อไปในอนาคตมากขึ้น เช่น การใช้ Smartphone Tablet และ Notebook เข้าจากที่ต่างๆ ได้สะดวกขึ้นจากการตอบสนองทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่ดีขึ้น เช่น 3G LTE และ Wifi เป็นต้น จึงจำเป็นที่การออกแบบต้องเผื่อปริมาณการดาวน์โหลดที่มีข้อจำกัดที่รองรับ Fair Usage Policy (FUP) ในอนาคต ลดการใช้วิดีโอ และภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสอดคล้องกับวุฒิชัย ฤกษ์ประกรกิจ (2545) ถึงพัฒนาการและแนวโน้มอินเทอร์เน็ตในอนาคตในด้านการเข้าถึงผู้ใช้บริการในวงกว้าง ด้านเวลาและสถานที่ ด้านการสื่อสารสองทาง โดยปัจจุบันการสื่อสารรองรับและเอื้ออำนวยต่อการตอบสนองสูงชัน การเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์ ด้านความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 4 ความสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับวีรจันต์ นาคะนิเวศน์ องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อให้การใช้งานได้อย่างไม่จำกัด ผู้ใช้ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงมากที่สุด จำเป็นที่ต้องพัฒนารูปแบบการใช้งานในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น เช่น การรองรับในคอมพิวเตอร์ความละเอียดระดับปกติ ความละเอียดต่ำ ออกแบบสำหรับการรองรับเบเวเซอร์ได้ในทุกรุ่น สำหรับความรู้ในเชิงลึกมีความสัมพันธ์สูงสุดจำนวน 2 ความสัมพันธ์ โดยมีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต และการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับวิกิพีเดีย (2553) กล่าวถึงขั้นตอนความรู้แบบฝังลึก เป็นความรู้ที่ไม่สามารถอธิบายโดยใช้คำพูดได้มีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์ ต้องเกิดจากการฝึกฝนทักษะเกิดความชำนาญ ซึ่งความรู้ในเชิงลึกจะมีความแตกต่างกันกับผู้ใช้แต่ละคนในการใช้อินเทอร์เน็ตและเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ รวมถึงความเข้าใจเนื้อหาบนเว็บไซต์และการพัฒนาและเรียนรู้เนื้อหาในแต่ละส่วนแตกต่างกัน

ดังนั้นเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ในรูปแบบเดิมที่ใช้งานอยู่สามารถตอบสนองความพึงพอใจได้ในระดับมาก แต่ต้องการปรับปรุงในเรื่องข้อมูลองค์ความรู้ของบุคลากรในการอัปเดตข้อมูลเฉพาะบุคคล เพื่อนำเสนอทั้งงานสร้างสรรค์ และงานวิชาการของตนเองมากยิ่งขึ้นต่อไป

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย

จากการวิจัยการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครครั้งนี้ ได้บรรลุผลตามที่ผู้วิจัยคาดหวังไว้ แต่ยังคงพบว่าการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ยังมีจุดบกพร่องที่จะต้องพัฒนาเพิ่มเติมรวมไปถึงงานวิจัย ดังนี้

1) การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้พร้อมทั้งการวิจัยไปด้วยทำให้มีปริมาณข้อมูลทั้งการพัฒนาและแก้ไข รวมถึงการทำวิจัยซึ่งต้องอาศัยเวลามากกว่านี้

2) ความพึงพอใจและความต้องการที่เกิดขึ้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสนับสนุนให้ใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลต่อการเข้าใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

3) การทราบความพึงพอใจและความต้องการที่จำเป็นสำหรับการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนทำให้ทราบถึงปัจจัยเบื้องต้นที่ผู้ใช้งานสามารถตอบสนองและมีผลต่อการเปิดรับสื่ออย่างเว็บไซต์ในด้านต่างๆ ทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์เว็บไซต์อื่นๆ ที่ใกล้เคียงต่อไปได้

4) การมีพื้นที่บนเว็บไซต์ หรือคลังข้อมูลเพื่อสำหรับการเก็บองค์ความรู้จำเป็นจะต้องจัดให้เป็นระเบียบมีการเชื่อมโยงที่เหมาะสม รวมถึงการต้องจัดเตรียมฐานข้อมูลที่รองรับไฟล์ทั้งข้อความ ภาพประกอบ วิดีโอ ให้เหมาะสมและมีเพียงพอต่อการขยายตัวในอนาคต

5) การทำนายและพยากรณ์การพยากรณ์ความพึงพอใจ และความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ จะเป็นประโยชน์สำหรับการคาดการณ์ปริมาณความสมดุลในการจัดเนื้อหาองค์ความรู้ให้เหมาะสมกับเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะฯ ต่อไป

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรพัฒนางานวิจัยในเรื่องของช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ที่ช่วยสนับสนุนการใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน หรือเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน เช่น สังคมเครือข่าย Facebook Youtube ฯลฯ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจ ความต้องการ และปัจจัยต่างๆ ในการเชื่อมโยงเข้าสู่การใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องต่อไป

2) ควรมีการวิจัยอย่างต่อเนื่องในทุกๆ 5 ปี เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงทั้งเรื่องเทคโนโลยี เช่น เครื่องมือในการทำงาน ความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ปริมาณข้อมูล ช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง

3) ควรศึกษาการพัฒนากระบวนการจัดการองค์ความรู้แบบสำเร็จรูปครบวงจรด้วยการเขียนเว็บไซต์ในรูปแบบที่สมบูรณ์ขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้งาน ผู้เข้ามาศึกษาหาข้อมูลและเรียนรู้ มีปฏิสัมพันธ์อย่างเป็นรูปธรรมต่อเนื่อง รวมถึงการพัฒนาคลังเก็บข้อมูลความรู้ หรือเหมืองความรู้ให้มีความชัดเจนเป็นต้น

4) ควรศึกษาประเด็นการเชื่อมโยงเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของหน่วยงานต่างๆ รวมกันเป็นโครงสร้างและรูปแบบเดียวกัน รวมถึงความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกันทั่วประเทศ และทั่วโลก ในเรื่องการเชื่อมโยงที่เหมาะสมต่อยุคสมัย และเท่าทันต่อเวลา (Update) เพื่อการค้นคว้าในการเป็นคลังความรู้เฉพาะศาสตร์ที่ชัดเจน

5) ควรศึกษาประเด็นการเสาะแสวงหาความรู้จากอุปกรณ์สื่อสารแบบเคลื่อนที่ต่างๆ เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการเรียนรู้และการแสดงผลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเรียนรู้ ให้มีผลต่อการเปิดรับสื่อได้อย่างรวดเร็วและตรงกับข้อมูลที่ต้องการ เพื่อความได้เปรียบสำหรับการแข่งขันต่อไปในประชาคมอาเซียนและโลก



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กนกวรรณ อินทร์ตัน. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการศึกษาด้วยตนเอง เรื่อง การจัดระบบการเรียนการสอน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2544.
- เกษสุณีย์ บำรุงจิตต์และคณะ. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่านของเยาวชนไทย : กรณีศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. งานวิจัยคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2552.
- ชลลดา สาครวิเศษ. การพัฒนาเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ของบัณฑิตวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2548.
- ณัฐฉา สีด้า. การพัฒนาเว็บไซต์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริษัท โครงการ การเรียนรู้แบบออนไลน์แห่ง สวทช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2550.
- ทีมงานทรูปลูกปัญญา. ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต. เอกสารออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2553 จาก [http://www.truelookpanya.com/true/knowledge\\_detail.php?mul\\_content\\_id=3056](http://www.truelookpanya.com/true/knowledge_detail.php?mul_content_id=3056)
- นัฐพงษ์ เจนวีวัฒน์. การพัฒนาเว็บไซต์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยบูรพา, 2546.
- วรรษญา วัลมาลี. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการส่งเสริมการเกษตร กรณีศึกษา : สำนักงานเกษตรอำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2551.
- วิกิพีเดีย. การจัดการความรู้. เอกสารออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2553 จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/การจัดการความรู้>
- วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม. (2549). การวิจัยเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วีรจันต์ นาคะนิเวศน์. การออกแบบเว็บไซต์. เอกสารออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2553 จาก <http://www.pm.ac.th/vrj/web/disign.htm>
- วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ. Cyber Being #2. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น. 2545
- ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย. สถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ในประเทศไทย. เอกสารออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2556 จาก <http://truehits.net>
- สปริงนิวส์. ยอดขายคอมพิวเตอร์ PC ทั่วโลกดิ่งหนัก! ในรอบ 20 ปี. เอกสารออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2556 จาก <http://news.springnewstv.tv/27451/ยอดขายคอมพิวเตอร์-pc-ทั่วโลกดิ่งหนัก-ในรอบ-20-ปี>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. การส่งเสริมการจัดการความรู้. เอกสารออนไลน์ สืบค้น  
เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2553 จาก

[http://www.opdc.go.th/special.php?spc\\_id=4&content\\_id=147](http://www.opdc.go.th/special.php?spc_id=4&content_id=147)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. คู่มือการประเมินผลการปฏิบัติราชการตามคำ  
รับรองการปฏิบัติราชการของสถาบันอุดมศึกษาประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2552.

กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552 .

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สรุปผลที่สำคัญ สํารวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
ในครัวเรือน พ.ศ.2552. กรุงเทพฯ: ธนาพรส, 2552.

สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การจัดการความรู้. เอกสารออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 13  
ธันวาคม 2553 จาก

[http://kmcornet.lib.cmu.ac.th/cmulkm/knowledge/Introduce\\_KM.pdf](http://kmcornet.lib.cmu.ac.th/cmulkm/knowledge/Introduce_KM.pdf)

สุพล กิตติเพิ่มพูนวงศ์. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีบน  
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.

#### ภาษาอังกฤษ

Best, W. J. (1974). *Research in education* (5<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, NJ:  
Prentice-Hall.

Blumler, J. G., & Katz. E. *The uses of mass communications: Current perspectives  
on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage Publications. (1974).

Krejcie, R.V.,and Morgan D.W. *Determining Sample Size for Research Activities*.  
Educational and Psychological measurement (1970)

Wikipedia. **Likert\_scale**. Retrieved June 13, 2012, from  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Likert\\_scale](https://en.wikipedia.org/wiki/Likert_scale)

Yam, L. and Wang, W. (2008). *Using Web 2.0 for Knowledge Management in Higher  
Education*. Retrieved June 13, 2012, from <http://www.ieee.org>



ภาคผนวก  
แบบสอบถาม



เว็บไซต์การจัดการความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ในปัจจุบัน พ.ศ.2555

<http://www.mct.rmutp.ac.th/KM/index.html>

KM

การจัดการความรู้  
 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

Knowledge management

---

หน้าหลัก

- ❁ [คลังความรู้](#)
- ❁ [คลังนวัตกรรม](#)
- ❁ [วิจัยท้องถิ่น](#)
- ❁ [พันธกิจ](#)
- ❁ [เว็บไซต์](#)
- ❁ [หน่วยงาน](#)
- ❁ [ภาพกิจกรรม](#)

Welcome to  
**ADSIAM.net**  
 "กลับมาตรงนี้ ตรงที่เป็นใจเรา"

KM LINK  
  
  
  
 วิทยาลัยการจัดการทางสังคม

### การจัดการคลังความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ปี 2553-2554

- **รายการ"คู่มือเทคโนโลยี"** (ดำเนินการรายการโดย อ.กวิทธิ์ ศรีสัมพันธ์ และ อ.ปิติพงษ์ งามรัตน์)
- 01-คู่มือเทคโนโลยี 12 ต.ค. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"SmartPhone"**
- 02-คู่มือเทคโนโลยี 19 ต.ค. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"Social Network"**
- 03-คู่มือเทคโนโลยี 26 ต.ค. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"Game"**
- 04-คู่มือเทคโนโลยี 2 พ.ย. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"ลักษณะเทคโนโลยี"**
- 05-คู่มือเทคโนโลยี 9 พ.ย. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"2D & 3D"**
- 06-คู่มือเทคโนโลยี 16 พ.ย. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"Video streaming"**
- 07-คู่มือเทคโนโลยี 23 พ.ย. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"Download"**
- 08-คู่มือเทคโนโลยี 7 ธ.ค. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"Web browser"**
- 09-คู่มือเทคโนโลยี 30 ธ.ค. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"QR Code"**
- 10-คู่มือเทคโนโลยี 21 ส.ค. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"การบันทึกวีดิโอ"**
- 11-คู่มือเทคโนโลยี 28 ส.ค. 53 ออกอากาศ เรื่อง **"ระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์มือถือ Android"**
- 12-คู่มือเทคโนโลยี 4 ม.ค. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"คลังเสียง"**
- 13-คู่มือเทคโนโลยี 11 ม.ค. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"รถ"**
- 14-คู่มือเทคโนโลยี 18 ม.ค. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"Tablet"**
- 15-คู่มือเทคโนโลยี 25 ม.ค. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"Application iPad"**
- 16-คู่มือเทคโนโลยี 1 ก.พ. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"ความเร็วอินเทอร์เน็ต"**
- 17-คู่มือเทคโนโลยี 8 ก.พ. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"เทคโนโลยีการคมนาคม"**
- 18-คู่มือเทคโนโลยี 15 ก.พ. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"Google TV"**
- 19-คู่มือเทคโนโลยี 22 ก.พ. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"iPad"**
- 20-คู่มือเทคโนโลยี 1 มี.ค. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"e-Magazine I"**
- 21-คู่มือเทคโนโลยี 8 มี.ค. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"-"**
- 22-คู่มือเทคโนโลยี 15 มี.ค. 54 ออกอากาศ เรื่อง **"GPS"**

หมายเหตุ: คลิกที่รูปลำโพง เพื่อฟังรายการ

รายการวิทยุออนไลน์ทั้งหมด

Blog องค์ความรู้ของเทคโนโลยีสารสนเทศ

**แบบสอบถามเรื่อง**  
**การพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ**  
**มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาวิจัยถึงการพัฒนาเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษา จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วน และตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุด การวิเคราะห์ผลการวิจัยจะวิเคราะห์โดยภาพรวม คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับเฉพาะของผู้วิจัย และจะไม่มีผลในทางลบต่อท่าน

**ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม**

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน □ ช่องว่างที่ท่านเลือก

1. เพศ
  1.  ชาย
  2.  หญิง
2. สถานภาพในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
  1.  อาจารย์
  2.  เจ้าหน้าที่
  3.  นักศึกษา
3. อายุ
  1.  ต่ำกว่า 18 ปี
  2.  18-28 ปี
  3.  29-39 ปี
  4.  40-50 ปี
  5.  มากกว่า 50 ปี
4. ระดับการศึกษาปัจจุบัน
  1.  ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
  2.  ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง
  3.  ปริญญาตรี สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
  4.  ปริญญาโท สาขาการสื่อสารการตลาด
  5.  อื่นๆ.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
  1.  ต่ำกว่า 5,000 บาท
  2.  5,001-10,000 บาท
  3.  10,001-20,000 บาท
  4.  20,001-30,000 บาท
  5.  มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป
6. ท่านมีอุปกรณ์สื่อสาร Smartphone, Tablet หรือ Computer เป็นของตัวเองหรือไม่
  1.  เป็นเจ้าของ
  2.  ไม่เป็นเจ้าของ

## ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการใช้งานเว็บไซต์

โปรดเขียนเครื่องหมาย  ลงใน  ช่องว่างที่ท่านเลือก

7. ท่านมีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับใด
- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ไม่ชำนาญ         | 2. <input type="checkbox"/> ใช้งานได้เล็กน้อย             |
| 3. <input type="checkbox"/> ใช้งานได้ปานกลาง | 4. <input checked="" type="checkbox"/> ใช้งานได้ในระดับดี |
| 5. <input type="checkbox"/> ชำนาญ            |   |
8. ท่านใช้อุปกรณ์ใดในการเข้าเว็บไซต์มากที่สุด
- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) | 2. <input type="checkbox"/> คอมพิวเตอร์แบบพกพา (Notebook) |
| 3. <input type="checkbox"/> โทรศัพท์มือถือ           | 4. <input checked="" type="checkbox"/> Tablet             |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)   |   |
9. ท่านใช้งานอินเทอร์เน็ตจากที่ใดมากที่สุด
- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ที่บ้าน                | 2. <input checked="" type="checkbox"/> ที่ทำงาน       |
| 3. <input type="checkbox"/> สถานศึกษา              | 4. <input type="checkbox"/> ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |   |
10. ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยที่สุด
- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> 08.01-12.00 น. | 2. <input type="checkbox"/> 12.01-16.00 น.            |
| 3. <input type="checkbox"/> 16.01-20.00 น. | 4. <input checked="" type="checkbox"/> 20.01-00.00 น. |
| 5. <input type="checkbox"/> 00.01-04.00 น. | 6. <input type="checkbox"/> 04.01-08.00 น.            |
11. ท่านใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อจุดประสงค์ใดเป็นหลัก
- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ทำงาน                  | 2. <input checked="" type="checkbox"/> ดูโทรทัศน์ |
| 3. <input type="checkbox"/> พุดคุยสนทนา            | 4. <input type="checkbox"/> ฟังเพลง               |
| 5. <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |   |
12. ท่านเคยเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศบ้างหรือไม่
- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ-14) |   |
| 2. <input type="checkbox"/> เคยนานๆ ครั้ง            | 3. <input type="checkbox"/> ใช้งานเป็นประจำ |
13. โดยเฉลี่ยท่านเข้าใช้งานเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศบ่อยเพียงใด
- |  |  |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ | 2. <input type="checkbox"/> 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์  |
| 3. <input type="checkbox"/> 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์          | 4. <input type="checkbox"/> 7-10 ครั้งต่อสัปดาห์ |
| 5. <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์   |  |
14. ท่านเคยเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์การจัดการความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศบ้างหรือไม่
- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ไม่เคย (โปรดระบุ เพราะ.....) |   |
| 2. <input type="checkbox"/> เคยนานๆ ครั้ง                | 3. <input type="checkbox"/> ใช้งานเป็นประจำ |

### ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลความรู้

คำชี้แจง: โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ช่องว่างที่ท่านเลือก  
(5: มากที่สุด 4: มาก 3: ปานกลาง 2: น้อย 1: น้อยที่สุด)

ประเด็นความรู้		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	<b>ท่านมีสนใจความรู้ในด้านใด</b>					
15.	ข่าวสารทั่วไป	.....	....	....	....	.....
16.	ข่าวสารเทคโนโลยี	.....	....	....	....	.....
17.	ข่าวสารการศึกษา (การรับสมัครนักศึกษา / กิจกรรม)	.....	....	....	....	.....
18.	ข่าวสารทางวิชาการ	.....	....	....	....	.....
	<b>ความรู้ในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ</b>					
19.	การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ / การตลาด	.....	....	....	....	.....
20.	การเขียนข่าว / หนังสือพิมพ์	.....	....	....	....	.....
21.	การผลิตสื่อภาพและเสียง	.....	....	....	....	.....
22.	การผลิตรายการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	.....	....	....	....	.....
23.	การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์	.....	....	....	....	.....
24.	การผลิตสื่อมัลติมีเดีย	.....	....	....	....	.....
25.	การผลิตงาน Animation 2D / 3D	.....	....	....	....	.....
26.	การใช้เครื่องมือในการผลิตสื่อ (กล้องวิดีโอ / ถ่ายรูป)	.....	....	....	....	.....
27.	การถ่ายรูป การจัดองค์ประกอบ และการออกแบบ	.....	....	....	....	.....
28.	งานทางด้านฝ่ายบริหาร (การเงิน / บัญชี ฯลฯ)	.....	....	....	....	.....
29.	งานด้านฝ่ายวิชาการ (งานวิจัย / SAR / ประกัน คุณภาพ / การจัดการเรียนการสอน ฯลฯ)	.....	....	....	....	.....
30.	งานด้านกิจการนักศึกษา (วัฒนธรรม / กีฬา / การจัด กิจกรรม ฯลฯ)	.....	....	....	....	.....

#### ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและความพึงพอใจ

คำชี้แจง: โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ช่องว่างที่ท่านเลือก  
(5: มากที่สุด 4: มาก 3: ปานกลาง 2: น้อย 1: น้อยที่สุด)

รายละเอียดเว็บไซต์		ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
การจัดการความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการออกแบบเว็บไซต์</b>						
31.	ความเหมาะสมของตัวอักษร (Font)	.....	....	....	....	.....
32.	ความสวยงามของเว็บไซต์ (Design Template)	.....	....	....	....	.....
33.	ดูทันสมัย	.....	....	....	....	.....
34.	สีเหมาะสม	.....	....	....	....	.....
35.	สบายตา	.....	....	....	....	.....
36.	ภาพประกอบมีความเหมาะสม	.....	....	....	....	.....
37.	การจัดองค์ประกอบหัวข้อและเนื้อหาเว็บไซต์	.....	....	....	....	.....
38.	ภาพเคลื่อนไหว (Animation)	.....	....	....	....	.....
39.	ภาพวิดีโอ (Video)	.....	....	....	....	.....
40.	การเปิดไฟล์เสียง (Sound)	.....	....	....	....	.....
41.	ตำแหน่งของการลิงค์ไปภายในเว็บไซต์ (link)	.....	....	....	....	.....
<b>ด้านการเข้าถึงข้อมูลความรู้ที่ครบถ้วน</b>						
42.	ข้อมูลมีความทันสมัย (Update)	.....	....	....	....	.....
43.	มีข้อมูลครบทุกศาสตร์ของสาขาวิชา	.....	....	....	....	.....
44.	ความเร็วในการดาวน์โหลดข้อมูล	.....	....	....	....	.....
<b>ด้านการจัดการความรู้ และการง่ายต่อการใช้งาน</b>						
45.	ลิงค์เข้าไปยังหัวข้อต่างๆ ใช้งานได้ง่าย	.....	....	....	....	.....
46.	การจัดเรียงเนื้อหาในเว็บไซต์	.....	....	....	....	.....
47.	การง่ายต่อการเข้าใช้งานภายในเว็บไซต์	.....	....	....	....	.....
48.	การสืบค้นข้อมูล	.....	....	....	....	.....
<b>ด้านการใช้ประโยชน์ของข้อมูล</b>						
49.	สามารถใช้ประโยชน์ได้ตรงตามความต้องการที่ค้นหา	.....	....	....	....	.....

ความคิดเห็นที่มีต่อความต้องการให้พัฒนาเว็บไซต์ การจัดการความรู้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ		ระดับความต้องการ				
		5	4	3	2	1
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
50.	ความรู้ในเชิงกว้าง	.....	....	....	....	....
51.	ความรู้ในเชิงลึก	.....	....	....	....	....
52.	ความรู้ทางด้านเทคนิค และเครื่องมือ	.....	....	....	....	....
53.	วีดิทัศน์ (สื่อการสอน)	.....	....	....	....	....
54.	สื่อเสียง (สื่อการสอน)	.....	....	....	....	....
55.	e-Learning (รายวิชา)	.....	....	....	....	....
56.	Blog อาจารย์ในคณะฯ	.....	....	....	....	....
57.	บทความวิชาการ / วิจัย	.....	....	....	....	....
58.	มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านจากสังคมเครือข่าย เพิ่มเติม (Facebook, Twitter ฯลฯ)	.....	....	....	....	....
59.	ให้เป็นแหล่งรวมศาสตร์ของสาขาเทคโนโลยี สารสนเทศ	.....	....	....	....	....
60.	ต้องการให้คณาจารย์อัปเดตงานวิจัย บทความหรือ ความชำนาญ ของตนเองเพื่อเผยแพร่ให้ทราบผ่าน เว็บไซต์	.....	....	....	....	....

ข้อเสนอแนะ.....  
 .....  
 .....  
 .....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถามชุดนี้  
 เพื่อการพัฒนาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ต่อไป

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ : นายกวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์

ประวัติการศึกษา :

ปริญญาตรี อส.บ. (เทคโนโลยีไฟฟ้าอุตสาหกรรม)  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ปริญญาตรี ศศ.บ. (สื่อสารมวลชน)  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาโท ศศ.ม. (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน)  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ชื่อ : นางนุจรี บุรีรัตน์

ประวัติการศึกษา :

ปริญญาตรี วทม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ)  
มหาวิทยาลัยสยาม

ปริญญาโท วทบ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สาขาวิชา : เทคโนโลยีมีัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน  
399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300