

การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
ของพนักงานในกลุ่มบริษัท ลีอกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน)

นางสาวอรุณญา ม้าลายทอง



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-170-8

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**MEDIA EXPOSURE AND THE ADOPTION OF INTERNET : A CASE STUDY OF
STAFF MEMBERS OF LOXLEY PUBLIC COMPANY LIMITED GROUP**

Miss Arunnya Marlaithong



**สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Public Relations

Graduate University

1996

ISBN 974-636-170-8

อริยญา มีหลายทอง : การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัท ล็อกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ปรมะ สดะเวทิน 131 หน้า. ISBN 974-636-170-8.

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของผู้ใช้ ลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยศึกษาเฉพาะพนักงานในกลุ่มบริษัท ล็อกซ์เลย์ จำกัด (มหาชน) ที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยใช้ตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าร้อยละ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ที-เทสต์ (T-test) การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัย พบว่า

1. เพศ ตำแหน่ง ลักษณะสายงาน และการเข้ารับและไม่เคยเข้ารับการสัมมนาอภิปราย หรืออบรม เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และความถี่ในการเข้ารับการสัมมนาอภิปรายหรืออบรม เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
2. ลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทเพื่อนร่วมงานมากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชนประเภทนิตยสารและสื่อเฉพาะกิจประเภทการจัดนิทรรศการ สำหรับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาวทว
ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิติศ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาช่วย
.....

CB51611 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEY WORD: INTERNET / MEDIA EXPOSURE / INNOVATION

ARUNNYA MARLAITHONG : MEDIA EXPOSURE AND THE ADOPTION OF INTERNET
: A CASE STUDY OF STAFF MEMBERS OF LOXLEY PUBLIC COMPANY LIMITED
GROUP. THESIS ADVISOR : ASSIST.PROF.PARAMA SATAWEDIN, Ph.D.131 pp.
ISBN 974-636-170-8.

This research aimed at examining the relationship between demographic characteristics of the users, characteristics of Internet and media exposure and the adoption of Internet. The number of the samples was 400. Questionnaires were used to collect the data. Percentage, One-way ANOVA, T-test and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were employed for the analysis of the data. SPSS^X Program was used for data processing. The results of the study were as follows :

1. Sex, position, field of work, attending seminar, discussion or training in Internet, were not significantly different in the adoption of Internet. Age, level of education, period of using Internet and frequency of attending seminar, discussion or training in Internet were significantly different in the adoption.

2. Characteristics of Internet positively correlated with the adoption of Internet.

3. Exposure to mass media, personal media and specialized media positively correlated with the adoption of Internet. The users were exposed to colleagues, magazine and exhibition, respectively. The frequency of information exposure also positively correlated with the adoption.

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ทัศนภาพ

ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อผู้คิด อรุณย์ มาลาธิทอง

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา พ.พ.พ.

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยความกรุณาจากบุคคลต่าง ๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อ

- รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ท่านกรุณาให้คำแนะนำและชี้แนวทางต่าง ๆ มาโดยตลอด ดร.ชนวดี บุญถือ ที่สละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ให้คำแนะนำทางด้านสถิติที่ใช้ในการวิจัย และสละเวลามาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

- คณะผู้บริหาร หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน รุ่นพี่ รุ่นน้อง บริษัท ลีอกชเล็ย จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ที่ให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือด้วยดีในการตอบแบบสอบถาม

- บริษัท ลีอกชเล็ย จำกัด (มหาชน) / บริษัท ลีอกชเล็ย อินโฟเมชัน จำกัด / บริษัท เอ-เน็ต จำกัด ที่ให้ข้อมูล รวมทั้งแหล่งข้อมูลและงานวิจัยต่าง ๆ

- คณะผู้บริหาร หัวหน้างาน บริษัท ลีอกชเล็ย จำกัด (มหาชน) ที่อนุญาตให้ลางานชั่วคราวเพื่อทำวิทยานิพนธ์ และเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ที่ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างมากในช่วงที่ลางาน

- คุณวสันต์ จาติกวณิช กรรมการบริหาร บริษัท ลีอกชเล็ย จำกัด (มหาชน) ที่ให้ขีมนโน้ตบุคส์ ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ พร้อมคำแนะนำต่าง ๆ

- ครูอาจารย์ ทุกท่านตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงระดับปริญญาโท ที่ให้ความรู้และประสิทธิ์ประสาทวิชาแก่ผู้วิจัย

- เพื่อน ๆ รุ่นพี่ รุ่นน้องตั้งแต่ชั้นอนุบาลจนถึงปริญญาโท และทุกคนที่ผ่านเข้ามาในชีวิต ที่เป็นกำลังใจให้กันและกันด้วยดีมาตลอด

- และบุคคลสำคัญอย่างยิ่งในชีวิตของผู้วิจัย คือ คุณพรชัย - คุณเล็ก ม้าลายทอง บิดามารดาของผู้วิจัย รวมทั้งพี่น้องทุกคนที่ให้ความรัก ความอบอุ่น ให้การสนับสนุนช่วยเหลือทั้งด้านกำลังใจ กำลังกายและกำลังทรัพย์มาด้วยดีตลอด

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

อริญญา ม้าลายทอง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ

บทที่

1. บทนำ	1
1.1 ที่มาของความสำคัญและปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	13
1.3 ปัญหาในการวิจัย	13
1.4 สมมติฐาน	14
1.5 ขอบเขตการวิจัย	14
1.6 ข้อจำกัดในการวิจัย	14
1.7 นิยามศัพท์	14
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	16
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรม	17
2.2 คุณลักษณะสำคัญของนวัตกรรม	18
2.3 กระบวนการตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรม.....	21
2.4 บทบาทของการสื่อสารในการยอมรับนวัตกรรม	24
2.5 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร	25
2.6 พฤติกรรมการสื่อสารที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม.....	27
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
3. ระเบียบวิธีวิจัย	38
3.1 ประชากร	38
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	38

3.3 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง	38
3.4 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	38
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
3.6 การทดสอบเครื่องมือ	39
3.7 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.8 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	40
3.9 เกณฑ์ในการให้คะแนน	41
3.10 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
4. ผลการวิจัย	47
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	98
รายการอ้างอิง	115
ภาคผนวก	123
ประวัติผู้เขียน	131

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามเพศ	47
2. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามอายุ	48
3. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามระดับการศึกษา	49
4. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามตำแหน่ง	50
5. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามลักษณะสายงาน	51
6. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามระยะเวลาการใช้ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.....	52
7. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการเข้ารับการสัมมนา การอบรม การอภิปรายเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.....	53
8. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความถี่ในการเข้ารับการ สัมมนา อบรม อภิปราย เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต.....	54
9. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อมวลชน.....	55
10. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อบุคคล	56
11. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อเฉพาะกิจ	57
12. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของ สื่อมวลชนที่มีต่อการตัดสินใจใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	58
13. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของ สื่อบุคคลที่มีต่อการตัดสินใจใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	59
14. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของ สื่อเฉพาะกิจที่มีต่อการตัดสินใจใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	60
15. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการใช้ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อมวลชน	61
16. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการใช้ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อบุคคล	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวิธีการใช้ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อเฉพาะกิจ	63
18. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อมวลชน	64
19. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อบุคคล	66
20. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อต่าง ๆ	68
21. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสื่อเฉพาะกิจ	69
22. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามลำดับความสำคัญของการใช้การ สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	71
23. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามประเภทของข้อมูลที่เปิดรับในการ สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	73
24. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามการสนับสนุนขององค์กร การเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	75
25. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความคิดเห็นต่อลักษณะของ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	76
26. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจ ขอใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	78
27. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความถี่ในการใช้การสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตใน 1 สัปดาห์	79
28. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการ ขอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	80
29. แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน จำแนกตามแนวโน้มการใช้การสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในอนาคต	81
30. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศชายและเพศหญิงกับการยอมรับ การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	82

สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
31. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำแนกตามอายุ	83
32. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระดับการศึกษา	84
33. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำแนกตามตำแหน่ง	85
34. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำแนกตามลักษณะสายงาน	86
35. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	87
36. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระหว่างเคยและไม่เคยเข้ารับการสัมมนา อภิปราย หรืออบรมเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	88
37. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการเข้ารับการสัมมนา อภิปราย หรืออบรมเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	89
38. แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	90
39. แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	91
40. แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	92

สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
41. แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	93
42. แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	94
43. แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากสื่อมวลชนกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	95
44. แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากสื่อบุคคลกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	96
45. แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากสื่อเฉพาะกิจกับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	97