

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อเว็บไซต์
โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมถึง
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีสาระสำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. เทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology)
2. อินเทอร์เน็ต (Internet)
3. เวิลด์ ไวด์ เว็บ (WWW)
4. เว็บไซต์โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม www.chanpradit.ac.th
5. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์
6. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
7. ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (media exposure theory)
8. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (use and gratification theory)
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology) เกิดจากการนำคำว่า เทคโนโลยี
กับคำว่า สารสนเทศ มารวมกันทำให้เกิดความหมายเป็น เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งมีความ
หมายดังต่อไปนี้

เทคโนโลยี (technology) หมายถึง การประยุกต์เอาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ การศึกษาพัฒนาองค์ความรู้ต่าง ๆ ก็เพื่อความเข้าใจธรรมชาติ กฎเกณฑ์ของสิ่งต่าง ๆ และหาทางนำมาประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ เทคโนโลยีดังกล่าว จะหมายถึงเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ (electronic and computer) และ เทคโนโลยีการสื่อสาร (communication technology)

สารสนเทศ (information) หมายถึง ข้อมูล หรือข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ได้รับการ ประมวลผลด้วยวิธีการต่าง ๆ กันเป็นความรู้ที่ต้องการสำหรับใช้ทำประโยชน์ เป็นสิ่งซึ่ง สื่อความหมายให้ผู้รับเข้าใจ ใช้ประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ตามจุดประสงค์ที่ ต้องการ และสามารถนำไปใช้ในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะได้

จากความหมายของการรวมกันระหว่างคำว่า เทคโนโลยี และคำว่าสารสนเทศ ดังกล่าว เราสามารถที่จะสรุปเป็นนิยามของคำว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้

เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีที่เกี่ยวกับการติดต่อเชื่อมโยง การ จัดหา การเก็บ การจัดการ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เรียกว่า สารสนเทศให้เกิด ประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ การสื่อสาร โทรคมนาคมและเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำข้อมูล ข่าวสารมาใช้ (เอกชัย เจริญนิติย์, 2549, หน้า 2-3)

แนวโน้มของเทคโนโลยีสารสนเทศ

องค์กรต่าง ๆ จะมีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอุปกรณ์อำนวยความสะดวกจะมีความหลากหลาย ทำให้คอมพิวเตอร์จะมีการ ใช้งานที่ง่ายขึ้น มีการพัฒนาโปรแกรมที่ทำงานเฉพาะด้านต่าง ๆ ได้ตรงกับ ความ ต้องการของผู้ใช้ และเครื่องคอมพิวเตอร์มีทำงานและประมวลผลที่เร็วขึ้น ในทาง กลับกันก็มีขนาดที่เล็กลง แม้แต่การติดต่อสื่อสารระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ก็สามารถ ทำได้ง่าย ดังที่หลายคนพูดว่า “โลกเราแคบลงทุก ๆ วัน” นั่นก็เป็นเพราะมีการใช้ เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มาอำนวยความสะดวกมากขึ้นและใช้ระยะเวลาที่รวดเร็ว สิ่ง ที่ องค์กรจะต้องคำนึงถึงในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ คือ

1. ความจำเป็น ความเหมาะสมกับขนาดของธุรกิจและบุคลากรขององค์กร
2. การพัฒนาของเทคโนโลยี ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว องค์กรจะต้องใช้เทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการพัฒนาในอนาคตด้วย
3. การบริหารจัดการ ต้องปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับรูปแบบขององค์กร ความได้เปรียบทางการตลาด เป็นต้น (วชิราภรณ์ พุ่มบานเย็น, 2545, หน้า 3)

อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต มาจากคำว่า interconnection network ซึ่งเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ เครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้โดยใช้มาตรฐานในการรับส่งข้อมูลที่เป็นหนึ่งเดียว หรือที่เรียกว่าโปรโตคอล (protocol) ที่ใช้บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีชื่อว่า TCP/IP (Transmission Control Protocol) การใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยทั่วไปก็เพื่อใช้ในการวิจัย การศึกษา การค้า การติดต่อสื่อสาร รวมถึงการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ระหว่างกัน ลักษณะของระบบอินเทอร์เน็ต เป็นเสมือนใยแมงมุมที่ครอบคลุมทั่วโลก ในแต่ละจุดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตนั้น สามารถสื่อสารกันได้หลายเส้นทางตามความต้องการโดยไม่กำหนดตายตัวและไม่จำเป็นต้องไปตามเส้นทาง การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นอาจเรียกว่า การติดต่อสื่อสาร แบบไร้มิติ หรือ cyberspace (เอกชัย เจริญนิทย์, 2549, หน้า 231)

ประวัติความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตกำเนิดขึ้นในช่วงสงครามเย็นประมาณ ค.ศ. 1967 กระทรวงกลาโหมสหรัฐอเมริกาได้จัดตั้งหน่วยงานวิจัยทางการทหารชื่อ อาร์ปา (Advanced Research Project Agency--ARPA) ขึ้นเพื่อทำการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องระบบเครือข่ายโดยอยู่ภายใต้การควบคุมของ Dr. J.C.R. Licklider (ณัฐ เพชรไม้, 2550, หน้า 2)

ค.ศ. 1969 กระทรวงกลาโหมเชื่อมโยงเครือข่ายเข้ากับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย 4 แห่ง โดยมีจุดประสงค์ที่จะเพิ่มศักยภาพทางการทหารให้แก่กระทรวงกลาโหม ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของเครือข่ายที่มีชื่อว่า DARPA Network และต่อมาได้กลายเป็นเครือข่ายที่ชื่อว่า อาร์ปาเน็ต (ARPANET Advanced Research Projects Agency Network) จากนั้นเครือข่ายอาร์ปาเน็ตได้ถูกผนวกเข้ากับเครือข่ายอื่น ๆ อีกหลายเครือข่ายจนเป็นขนาดใหญ่ที่ชื่อว่า อินเทอร์เน็ตและนำมาใช้ในหน่วยงานราชการ การศึกษา จนถึงหน่วยงานเอกชนจนเกิดการแพร่หลายเช่นในปัจจุบัน

อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทย พ.ศ. 2530 และมีการติดต่อเชื่อมโยงเข้าสู่อินเทอร์เน็ตได้อย่างสมบูรณ์ พ.ศ. 2535 โดยสำนักวิทยบริการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นผู้เริ่มต้นเช่าวงจรสื่อสารขนาดความเร็ว 9600 บิตต่อวินาทีจากการสื่อสารแห่งประเทศไทยและต่อมาใน พ.ศ. 2536 เนคเทคได้เช่าวงจรสื่อสารความเร็ว 64 กิโลบิตต่อวินาที และใน พ.ศ. 2538 มีการเปิดใช้อินเทอร์เน็ตในเชิงพาณิชย์ครั้งแรก หลังจากนั้นหน่วยงานต่าง ๆ ก็เริ่มเชื่อมโยงเข้าสู่อินเทอร์เน็ต ทำให้มีอัตราการเติบโตของสมาชิกมากขึ้นตามมาจนถึงปัจจุบัน คาดกันว่าในแต่ละวันจะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 50 ล้านคนจากทั่วโลก (ณัฐ เพชรไม้, 2550, หน้า 3)

บริการบนอินเทอร์เน็ต

ภายในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีบริการต่าง ๆ มากมาย และที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันมีดังต่อไปนี้ (ณัฐ เพชรไม้, 2550, หน้า 27-32)

1. บริการกระดานข่าวหรือเว็บบอร์ด (web board) เป็นบริการที่เปิดให้ผู้ใช้งานแสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบ ในหัวข้อที่สนใจในรูปแบบของการตั้งการบริการนี้มีการใช้งานไม่ยุ่งยากจึงเป็นบริการยอดนิยมบนเว็บไซต์และยังเป็นตัวช่วยให้เว็บไซต์เป็นที่รู้จักของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดีด้วย

2. บริการค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต เป็นบริการเกี่ยวกับการค้นหาข้อมูลรูปภาพ หรือเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นบริการที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ใช้บริการ เพราะข้อมูลบนเว็ลด์ไวด์เว็บมีจำนวนมากมหาศาล การสืบค้นจึงต้องมี

เครื่องมือช่วยค้นหาที่เรียกว่า (search engine) ทำให้ผู้ใช้งานค้นหาแหล่งข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

3. บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) หรืออีเมล (e-mail) เป็นบริการหนึ่งที่มีความนิยมสูงมาก ซึ่งมีลักษณะการทำงานคล้ายกับการรับ-ส่งจดหมายธรรมดา ที่อยู่สำหรับการส่งจดหมายหรือที่เรียกว่าอีเมลแอดเดรส (e-mail address) การส่งอีเมลสามารถส่งไฟล์ต่าง ๆ แนบไปได้ด้วย เช่น ไฟล์เอกสารข้อมูลรูปภาพ เสียง หรือโปรแกรม โดยมีการส่งอีเมลฉบับเดียวสามารถระบุผู้รับได้หลายคน ซึ่งถือว่าสะดวกรวดเร็ว และประหยัดเวลามาก

4. บริการอิเล็กทรอนิกส์การ์ด (electronic card) หรืออีการ์ด (e-card) เป็นบริการส่งการ์ดอวยพรในรูปแบบดิจิทัล จะส่งถึงผู้รับเนื่องในโอกาสและเทศกาลต่าง ๆ หลักการทำงานของอีการ์ดจะคล้ายกับอีเมล เพียงแต่การส่งอีการ์ดจะเป็นการส่ง URL หรือลิงค์ที่เก็บอีการ์ดของเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่ให้บริการไปให้ผู้รับ ซึ่งผู้รับจะต้องคลิกลิงค์เปิดไปยังเว็บนั้น ๆ เพื่อรับอีการ์ด

5. บริการโอนย้ายไฟล์ (file transfer protocol) เป็นบริการโอนย้ายไฟล์ระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ 2 เครื่องผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยใช้มาตรฐานการโอนย้ายไฟล์ที่เรียกว่า FTP (File Transfer Protocol) การโอนย้ายไฟล์สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

5.1 การดาวน์โหลดไฟล์ (download file) เป็นการรับข้อมูลจากเครื่องเซิร์ฟเวอร์เข้ามายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้งาน โดยผ่านเว็บเบราว์เซอร์หรือโปรแกรมเสริมต่าง ๆ

5.2 การอัปโหลดไฟล์ (upload file) เป็นการนำไฟล์ข้อมูลจากเครื่องของผู้ใช้งานไปเก็บไว้ในเครื่องเซิร์ฟเวอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตัวอย่างเช่น การสร้างเว็บไซต์จะมีการอัปโหลดไปเก็บไว้ในเครื่องเซิร์ฟเวอร์ที่เราขอใช้บริการ โดยใช้โปรแกรมประเภท FTP ช่วยในการอัปโหลดไฟล์

6. บริการสนทนาออนไลน์ (instant message) เป็นการสื่อสารถึงบนระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยโปรแกรมประเภท instant message เช่น ICQ, MSN Messenger, Yahoo Messenger และยังสามารถส่งสัญลักษณ์ต่าง ๆ รูปภาพ ไฟล์ข้อมูล หรืออาจนำมา

ประยุกต์ใช้ในการประชุมทางไกลด้วยการต่ออุปกรณ์เสริม เช่น กล้องและไมโครโฟนได้

7. ห้องสนทนา (chat room) คล้ายกับการสนทนาออนไลน์ แตกต่างกันที่การเข้าไปในเว็บไซต์ที่ให้บริการห้องสนทนาและใช้โปรแกรม เช่น Pirc, iRC ในการสนทนา

8. บริการเกมออนไลน์ เป็นการเล่นเกมผ่านเว็บเซิร์ฟเวอร์ที่ให้บริการมีอยู่มากมายทั้งแบบฟรีและไม่ฟรี

9. บริการซื้อสินค้าออนไลน์ (e-shopping) บริการเปิดร้านขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต การซื้อสินค้าผู้ซื้อไม่ต้องเดินออกจากบ้าน สามารถเข้าไปในเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการเพื่อเลือกซื้อสินค้าและชำระเงินจากนั้นผู้ให้บริการจะส่งสินค้าให้ถึงบ้าน

10. บริการประกาศขายสินค้า บริการประกาศขายสินค้าบนเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการ โดยเลือกหมวดหมู่และใส่รายละเอียดสินค้า รูปสินค้า ชื่อผู้ขาย เบอร์ติดต่อ เป็นต้น

11. บริการประมูลสินค้าออนไลน์ เป็นบริการขายสินค้าออนไลน์ แต่ผู้สนใจสินค้าจะต้องลงราคาสินค้าที่ตนเองต้องการ ผู้ที่ให้ราคาสูงที่สุดจะเป็นผู้ได้สิทธิ์ในการซื้อสินค้า แต่ผู้ขายมีสิทธิ์ที่จะไม่ขายหากราคาต่ำกว่าขั้นต่ำที่ตั้งไว้

12. บริการค้นหางาน เป็นบริการที่สามารถเข้าไปค้นหาฐานข้อมูลที่ตรงตามต้องการในการสมัครงาน โดยกรอกแบบฟอร์ม พร้อมแนบหลักฐานการสมัครงาน ซึ่งสะดวกและสมัครงานและผู้หางาน (ณัฐ เพชรไม้, 2550, หน้า 27-32)

ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในหลาย ๆ ด้าน ทั้งทางด้านการศึกษา พาณิชยกรรม ธุรกรรม วรรณกรรม และอื่น ๆ ดังนี้ (เอกชัย เจริญนิคัย, 2549, หน้า 233)

ด้านการศึกษา

1. สามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่น ๆ ที่น่าสนใจ

2. ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่
ด้านธุรกิจและการพาณิชย์

1. ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ
2. สามารถซื้อขายสินค้า ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
3. ผู้ใช้ที่เป็นบริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ สามารถเปิดให้บริการและสนับสนุนลูกค้าของตนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เช่น การให้คำแนะนำสอบถามปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรมทดลองใช้ (shareware) หรือ โปรแกรมแจกฟรี (freeware) เป็นต้น

ด้านการบันเทิง

1. การพักผ่อนหย่อนใจ สันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine Online รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่น ๆ โดยมีภาพประกอบที่จอคอมพิวเตอร์เหมือนกับวารสารตามร้านหนังสือทั่วไป
2. สามารถฟังวิทยุผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้
3. สามารถดึงข้อมูล (download) ภาพยนตร์ตัวอย่างทั้งภาพยนตร์ใหม่และเก่ามาดูได้

World Wide Web (WWW)



เวิลด์ ไวด์ เว็บ หรือ WWW เป็นบริการข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถใช้งานได้ง่าย ข้อมูลใน WWW มีทั้งข้อความแบบปกติหรือแบบมัลติมีเดียที่ประกอบด้วยเสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว โดยข้อมูลที่อยู่บน WWW จะมีส่วนประกอบต่าง ๆ ดังนี้ (สุรศักดิ์ สงวนพงษ์, 2538, หน้า 279)

โฮมเพจ (homepage) คือ คำที่ใช้เรียกหน้าแรกของเว็บไซต์ ซึ่งประกอบไปด้วยเมนูต่าง ๆ และเรื่องราวมากมายคล้ายกับหน้าปกนิตยสารบ้านเรา ดังนั้นหากเราออกแบบ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่.....27.....ส.ย.....2555.....
เลขทะเบียน.....246277.....
เลขเรียกหนังสือ.....

หน้าโฮมเพจให้สวยงามและน่าสนใจ โอกาสที่ผู้ชมจะแวะเข้ามาเยี่ยมชม โฮมเพจของเราก็คงมากตามไปด้วย (จิตารัตน์ รัชตะวรรณ, 2547, หน้า 2)

เว็บเพจ (webpage) คือ คำที่ใช้เรียกหน้าเอกสารต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปแบบไฟล์ HTML (Hypertext Markup Language) เปรียบเสมือนหน้ากระดาษแต่ละหน้าที่มีเรื่องราวต่าง ๆ มากมายบรรจุอยู่ในนิตยสาร แต่แตกต่างกันตรงที่มีการเชื่อมโยงซึ่งเราสามารถคลิกไปที่หน้าใดของโฮมเพจก็ได้ (จิตารัตน์ รัชตะวรรณ, 2547, หน้า 3)

เว็บไซต์ (website) เว็บไซต์ คือ คำที่ใช้เรียกกลุ่มของเว็บเพจ และมีการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์นั้น ๆ ไว้แล้ว เช่น <http://www.geocities.com> เป็นต้น (จิตารัตน์ รัชตะวรรณ, 2547, หน้า 3)

เว็บไซต์โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคมได้เปิดเว็บไซต์ <http://www.chanpradit.ac.th> เป็นเว็บไซต์หลักของโรงเรียนที่มีรายละเอียดข้อมูลพื้นฐานโรงเรียน หน่วยงานต่าง ๆ ภายในโรงเรียน หลักสูตรการเรียน กฎระเบียบของโรงเรียน ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ภาพกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดขึ้น ห้องสนทนาและวิทยุออนไลน์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างความเข้าใจอันดีให้กับบุคลากรในโรงเรียนและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยจะนำเสนอในรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานโรงเรียน

ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้ ประวัติโรงเรียน วิสัยทัศน์ นโยบายและเป้าหมายของโรงเรียน คณะกรรมการสถานศึกษา คณะกรรมการเครือข่ายผู้ปกครอง เพื่อให้บุคลากรและนักเรียนรวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการอ้างอิงเอกสารต่าง ๆ ของหน่วยงานได้อย่างถูกต้อง

2. หน่วยงานและกลุ่มงานต่าง ๆ ภายในองค์กร

2.1 กลุ่มบริหารวิชาการ ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้ บุคลากรในกลุ่มบริหารวิชาการ หลักสูตรของโรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม และข่าวสาร

กิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มบริหารวิชาการ การดาวน์โหลดเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบริหารวิชาการ เช่น แบบคำร้องขอแก้ไขผลการเรียน แบบคำร้องหนังสือรับรอง แบบคำร้องขอเปลี่ยนโปรแกรมการเรียน เป็นต้น

2.2 กลุ่มบริหารงานบุคคล ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้ บุคลากรในกลุ่มบริหารบุคคล กฎ-ระเบียบของโรงเรียน ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มบริหารงานบุคคล การดาวน์โหลดเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานบริหารงานบุคคล เช่น ใบลาสำหรับครู นักเรียน ใบขออนุญาตออกนอกโรงเรียน แบบบันทึกการเยี่ยมบ้าน แบบบันทึกพฤติกรรมนักเรียน เป็นต้น

2.3 กลุ่มบริหารงานทั่วไป ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้ บุคลากรในกลุ่มบริหารทั่วไป ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มบริหารทั่วไป การดาวน์โหลดเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบริหารทั่วไป

2.4 กลุ่มบริหารงบประมาณ ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้ บุคลากรใน กลุ่มบริหารงบประมาณ ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มบริหารงบประมาณ การดาวน์โหลดเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มบริหารงบประมาณ

นอกจากนี้ยังมีการบริการข้อมูลของหน่วยงานอื่น ๆ ภายในองค์กร เช่น กลุ่มสาระการเรียนรู้ต่าง ๆ งานสารสนเทศและแผนงาน งานโสตทัศนศึกษา งานวิจัย ศูนย์เทคโนโลยี ห้องสมุด English Program เว็บไซต์บุคลากรแต่ละท่าน เป็นต้น ซึ่งข้อมูลภายในจะประกอบไปด้วยข้อมูลบุคลากรของหน่วยงาน และข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน รวมทั้งการเผยแพร่ผลงานของบุคลากรครู และนักเรียนด้วย

3. ห้องสนทนา

เป็นห้องที่เปิดโอกาสให้นักเรียนและผู้ที่สนใจเข้ามาพบปะสังสรรค์ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยอยู่ในความควบคุมของ Admin ซึ่งภายในห้องสนทนาจะมีการจัดการวิทยุโดย PJ (ซึ่งเป็นตัวแทนนักเรียน) ด้วย

4. สมุดเยี่ยม

เพื่อให้ศิษย์เก่า หรือบุคคลอื่น ๆ ที่สนใจหรือมีข้อเสนอแนะในการให้บริการ ข้อมูลสามารถฝากข้อความหรือข้อคิดเห็นต่อทางโรงเรียนได้

5. ลิงก์เชื่อมโยงเว็บไซต์อื่น ๆ

ลิงก์เชื่อมโยงเว็บไซต์อื่น ๆ เพื่อให้บริการความรู้ สารสนเทศแก่นักเรียนและบุคลากรในด้านต่าง ๆ เช่น ลิงก์ห้องสมุดออนไลน์ของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ข้อมูลเกี่ยวกับ Admission ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เช่น ข่าวการศึกษา ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง รวมทั้งสามารถดูทีวีออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ได้

แนวความคิดเรื่องการออกแบบเว็บไซต์

ปัจจุบันมีเว็บไซต์จำนวนมาก ผู้ใช้จึงมีทางเลือกมากขึ้นที่จะเข้าใช้บริการเว็บไซต์ต่าง ๆ การออกแบบเว็บไซต์จึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการ และทำให้อยากกลับมาอีกในอนาคต

การออกแบบเว็บไซต์ไม่ได้หมายถึงลักษณะหน้าตาของเว็บไซต์เพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับตั้งแต่การเริ่มต้นกำหนดเป้าหมายของเว็บไซต์ ระบุกลุ่มผู้ใช้ การจัดระบบข้อมูล การสร้างระบบเนวิเกชัน การออกแบบหน้าเว็บ รวมไปถึงการใช้กราฟิก การเลือกใช้สีและการจัดรูปแบบตัวอักษร นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความแตกต่างของสื่อกลางในการแสดงผลเว็บไซต์ด้วย (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544, หน้า 14)

องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่ทำให้การออกแบบเว็บไซต์มีประสิทธิภาพ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544, หน้า 16)

1. ความเรียบง่าย (simplicity) การออกแบบเว็บไซต์ในรูปแบบที่ไม่ซับซ้อน และใช้งานได้อย่างสะดวก โดยมีหลักสำคัญ คือ การสื่อสารเนื้อหาถึงผู้ใช้ให้น่าสนใจเฉพาะสิ่งจำเป็นเท่านั้น

2. ความสม่ำเสมอ (consistency) โดยใช้รูปแบบเดียวกันตลอดทั้งเว็บไซต์ เพราะถ้าแตกต่างกันมากผู้ใช้งานจะเกิดความสับสนในการใช้งาน ดังนั้นรูปแบบของหน้า สไตล์ของกราฟิก ระบบเนวิเกชัน และโทนสีที่ใช้ควรจะมี ความคล้ายคลึงกันตลอดทั้งไซต์

3. ความเป็นเอกลักษณ์ (identity) การออกแบบต้องคำนึงถึงองค์การ เนื่องจาก รูปแบบของเว็บไซต์สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์การนั้นได้

4. เนื้อหาที่มีประโยชน์ (useful content) ควรจัดเตรียมเนื้อหาข้อมูลให้ถูกต้อง และสมบูรณ์ และมีการปรับปรุงเว็บไซต์อยู่เสมอ

5. ระบบเนวิเกชันที่ใช้งานง่าย (user-friendly navigation) โดยใช้กราฟิกที่สื่อ ความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน รวมทั้งมีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ

6. มีลักษณะที่น่าสนใจ (visual appeal) ความน่าสนใจของหน้าตา แต่ละเว็บไซต์ จะต้องมีความสัมพันธ์กับคุณภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ เช่นคุณภาพของกราฟิก สมบูรณ์ ตัวอักษรอ่านง่ายสบายตา การใช้โทนสีเข้ากันอย่างสวยงาม

7. การใช้งานอย่างไม่จำกัด (compatibility) การออกแบบเว็บไซต์ควรให้ผู้ใช้ ส่วนใหญ่เข้าถึงได้มากที่สุด โดยไม่มีการบังคับให้ผู้ใช้ต้องติดตั้งโปรแกรมใด ๆ เพิ่มเติม หรือต้องเลือกใช้เบราว์เซอร์ชนิดใดชนิดหนึ่งจึงจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ เป็นต้น

8. คุณภาพในการออกแบบ (design stability) ควรให้ความสำคัญกับการ ออกแบบเว็บไซต์อย่างมาก เพราะเว็บที่ทำขึ้นอย่างลวก ๆ ไม่มีมาตรฐานในการ ออกแบบและการจัดการข้อมูลนั้น เมื่อมีข้อมูลเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ก็จะเกิดปัญหาและไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้

9. ระบบการใช้งานที่ถูกต้อง (functional stability) ระบบการทำงานต่าง ๆ ใน เว็บไซต์จะต้องมีความแน่นอนและทำหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544, หน้า 16)

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการออกแบบเว็บไซต์

การออกแบบเว็บไซต์จะต้องมีการวางแผนอย่างเป็นลำดับขั้นตอน โดยจะต้อง พิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอบนอินเทอร์เน็ต รูปแบบการนำเสนอ เพื่อ ประสิทธิภาพสูงสุดของการสื่อสารกับผู้ชม ในการออกแบบเว็บไซต์จึงมีประเด็นสำคัญ ที่จะต้องพิจารณาดังต่อไปนี้ (สัตตพุดส์ กงวณย์, 2545, หน้า 17-22)

1. ข้อมูลที่ต้องนำเสนอ ชนิดและรูปแบบของข้อมูลที่มีการใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้แก่

1.1 ข้อมูลที่เป็นข้อความตัวอักษร ควรมีการออกแบบข้อความ ตัวอักษร โดยให้มีการเลือกใช้สีที่เข้ากันตลอด เพราะจะทำให้รู้สึกสบายตา และทำการเพิ่มจุดเด่นให้กับตัวอักษรเป็นบางจุด เช่น การเพิ่มขนาด การทำตัวหนา ตัวบาง หรือการเพิ่มลักษณะของ Animation แต่สิ่งสำคัญในการนำเสนอข้อความจำเป็นจะต้องตรวจสอบให้ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และแบ่งการนำเสนอให้ชัดเจนและเป็นลำดับขั้นตอน

1.2 ข้อมูลภาพ ต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับการนำเสนอและจะต้องจัดเรียงให้เหมาะสมกับข้อมูลบนเว็บไซต์ โดยภาพที่ละเอียดมาก ๆ อาจส่งผลกระทบต่อแสดงผลที่ใช้เวลานานจนทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในการรอ การใช้ภาพร่วมกับข้อมูลตัวอักษรเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ได้ผลการออกแบบออกมาน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

1.3 ข้อมูลเสียง ข้อมูลเสียงนี้อาจจะแทรกไว้บนเว็บไซต์ที่ออกแบบในรูปแบบ Background Sound ที่จะแสดงออกมาในตอนที่มีผู้เข้าชมเว็บไซต์ หรืออาจสร้างลิงค์ไว้เพื่อให้ผู้เข้าชมคลิกเรียกเพื่อการแสดงผลของเสียงบนเว็บไซต์

1.4 ข้อมูลภาพวิดิทัศน์ ข้อมูลชนิดนี้ควรสร้างแยกไว้ต่างหากโดยการสร้างลิงค์ไว้ให้ผู้เข้าชมเลือกเพื่อการแสดงผล

2. Graphics and Effects Presentation เป็นส่วนที่ดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชม ซึ่งหมายถึงภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว (animation) ต่าง ๆ หากมีการนำรูปภาพจากที่อื่นมาใช้ในการออกแบบผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์การใช้งานทุกครั้งด้วย ข้อมูลด้านกราฟิกที่น่าสนใจจะทำให้เว็บไซต์น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

3. สี สัน การออกแบบสีสัน (shade) จะต้องมีความเป็นเอกภาพและเข้ากันได้กับองค์ประกอบอื่น ๆ บนเว็บไซต์ ดังนั้นการออกแบบจึงควรจะทำแบบสอบถามและเก็บข้อมูลความต้องการตลอดทั้งสภาพการใช้งาน เพื่อความถูกต้องและสะดวกในการทำงาน

4. Hardware และ Software ที่มีการใช้งานบนเครือข่าย มีอิทธิพลต่อความสามารถในการใช้งานของเว็บไซต์ เช่น ความสามารถของจอภาพ ถ้าออกแบบ

เว็บไซต์มีค่าความละเอียดของจอสูงจะทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีการแสดงผลของหน้าจอต่ำกว่าจะแสดงผลไม่เหมือนกับที่ได้ออกแบบไว้

5. การเชื่อมต่อกันของข้อมูล การกำหนดการลิงค์ การกำหนดการเชื่อมโยงของข้อมูลที่ดีจะทำให้ได้เว็บไซต์ที่ต่อเนื่องไม่ก้าวกระโดด และทำให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าใจการนำเสนออย่างเป็นลำดับขั้นตอน และควรใช้งานได้ทุก ๆ การเชื่อมโยง (สัตตพลุศ์ คงวงษ์, 2545, หน้า 17-22)

ข้อมูลที่ควรมีอยู่ในเว็บไซต์

ความต้องการสำหรับเว็บไซต์ทั่วไป ควรมีข้อมูลสำคัญ ๆ อยู่ในเว็บไซต์ ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน (about the company) ข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงาน เช่น ประวัติความเป็นมา เป้าหมายของหน่วยงาน ขนาดและความมั่นคงของหน่วยงาน จำนวนพนักงาน และกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะทำให้สร้างความยอมรับและเชื่อมั่นในตัวบริษัทหรือองค์กร
2. รายละเอียดสินค้าและ (product information) ผู้คนจำนวนมากต้องการที่จะรู้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ดังนั้นในเว็บไซต์จำเป็นต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โปรแกรมพิเศษ หรือการดาวน์โหลด การสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์เป็นต้น
3. ข่าวความคืบหน้าและข่าวจากสื่อมวลชน (new/press releases) เว็บไซต์ควรมีส่วนของข่าวสารเพื่อสื่อให้ผู้สนใจได้รับทราบข้อมูลที่ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ
4. คำถามถามบ่อย (frequently asked questions) สำหรับเว็บที่มีสินค้าหรือบริการที่เข้าใจได้ยาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่หรืออาจมีกระบวนการใช้งานที่ซับซ้อน จึงควรมีการรวบรวมคำถามคำตอบที่สำคัญไว้ในส่วนคำถามถามบ่อยหรือ FAQ ซึ่งจะช่วยให้ผู้สนใจได้รับคำตอบอย่างรวดเร็ว
5. ข้อมูลในการติดต่อ (contact information) ข้อมูลในการติดต่อ ได้แก่ อีเมลล์ แอดเดรส ที่อยู่บริษัท เบอร์โทรศัพท์และแฟกซ์ สิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของบริษัทหรือผู้สนใจมีคำถามหรืออยากติดต่อกับบริษัทได้ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2544, หน้า 67)

วิธีการออกแบบโครงสร้างของไซต์ (site structure)

การออกแบบโครงสร้างของไซต์ (site structure) หมายถึง การออกแบบเพื่อจัดข้อมูลให้เป็นกลุ่มที่ชัดเจน การออกแบบโครงสร้างของไซต์สามารถออกแบบได้ตามความต้องการของผู้พัฒนาเว็บไซต์ได้อย่างแท้จริง เนื่องจากผู้เข้าชมจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับส่วนนี้เลย ดังนั้นหากเห็นว่ารูปแบบใดเหมาะสมผู้พัฒนาสามารถเลือกใช้ได้ตามที่

ผลการวิจัยของนักจิตวิทยาพบว่า สมรรถนะของมนุษย์สามารถจำกลุ่มของข้อมูลที่แตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บไว้ในหน่วยความจำระยะสั้น (short-term memory) ดังนั้นวิธีการที่จะทำให้สมองของผู้เข้าชมสามารถจดจำกลุ่มข้อมูลต่าง ๆ หัวข้อต่าง ๆ ได้ดีที่สุด จึงเป็นเรื่องที่มองข้ามไม่ได้ก่อนการพัฒนาเว็บไซต์

การนำรูปภาพที่ให้ความหมายสื่อไปในทางเดียวกันกับข้อความจะทำให้ผู้เข้าชมสามารถจดจำหัวข้อต่าง ๆ ได้ดีที่สุด และการใช้ข้อความมาตรฐานที่กระชับได้ใจความจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เข้าชมจดจำได้ดีเช่นกัน เพราะผู้เข้าชมสามารถเดาเนื้อหาข้อมูลภายในกลุ่มได้ทันทีว่าจะเป็นลักษณะใด ผู้เข้าชมส่วนมากไม่ชอบที่จะนั่งอ่านข้อความยาว ๆ บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ซึ่งเขาอาจจะบันทึกหรือพิมพ์ข้อมูลเหล่านั้นไว้อ่านในภายหลัง

ขั้นตอนในการออกแบบโครงสร้างข้อมูลของไซต์

1. จัดกลุ่มของข้อมูล จำแนกข้อมูลต่าง ๆ ให้ออกเป็นกลุ่ม ๆ ประมาณ 4-7 กลุ่ม
2. ลำดับความสำคัญของหัวข้อ การลำดับความสำคัญจะทำให้รู้ว่ากลุ่มใดเป็นกลุ่มหลัก และกลุ่มใดเป็นกลุ่มรอง และส่วนใดบ้างจะเป็นเนื้อหา ซึ่งรูปแบบโครงสร้างแบบรากไม้ (hierarchy) เป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่จะทำให้สามารถสร้างภาพเพื่อกำหนดกลุ่มได้ง่ายขึ้น
3. จัดความสัมพันธ์ของแต่ละเว็บเพจ การจัดการความสัมพันธ์ของเอกสารต่าง ๆ ในเว็บไซต์ให้รองรับความต้องการของผู้เข้าชม ควรทำการเชื่อมโยงข้อมูลที่ใกล้เคียงกันเข้าด้วยกันจะทำให้การเข้าอ่านเอกสารในหน้าเว็บได้สะดวกมากขึ้น

4. ปรับความสมดุลของเว็บไซต์ หมายถึง การจัดกลุ่มข้อมูลต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับการเข้าถึงข้อมูลของผู้เข้าชมที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความสะดวกและมีประสิทธิภาพ (ทฤษฎีพงศ์ เฟื่องวุฒิ, 2543, หน้า 44-48)

รูปแบบโครงสร้างของเว็บไซต์

โครงสร้างเว็บไซต์ สามารถออกแบบได้หลายรูปแบบ โดยขึ้นอยู่กับความต้องการและลักษณะของข้อมูล โดยสามารถแบ่งได้ 4 รูปแบบใหญ่ ๆ ได้ ดังนี้

โครงสร้างแบบลำดับ (sequence structure)

เป็นโครงสร้างที่ใช้กันมากที่สุด เนื่องจากง่ายต่อการจัดระบบ ข้อมูลที่ใช้มักจะเป็นเรื่องราวตามลำดับเวลา เช่น ตามตัวอักษร ครรชนี โครงสร้างแบบนี้เหมาะกับเว็บไซต์ที่มีขนาดเล็ก เนื้อหาไม่มีความซับซ้อน ใส่การลิงค์ (link) ที่ละหน้า ทิศทางของการเข้าสู่เนื้อหา (navigation) จะมีเพียงแค่ปุ่มเดินหน้า-ถอยหลัง เป็นเครื่องมือหลักในการกำหนดทิศทาง ข้อเสียของโครงสร้างนี้ คือ ผู้ใช้ไม่สามารถกำหนดทิศทางการเข้าสู่เนื้อหาได้เองทำให้เสียเวลา



ภาพ 2 รูปลักษณะโครงสร้างเว็บไซต์แบบลำดับ

ที่มา. จาก บทเรียนออนไลน์ เรื่อง การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์, 2551, ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2552, จาก www.chaiwbi.com/Odrem/unit02/2203.html

โครงสร้างแบบลำดับชั้น (hierarchical structure)

เป็นโครงสร้างที่เหมาะสมกับข้อมูลที่ไม่ซับซ้อน โดยการแบ่งเนื้อหาออกเป็น ส่วน ๆ และมีรายละเอียดย่อย ๆ ในแต่ละส่วนมีลักษณะคล้ายกับแผนภูมิองค์กร จึงง่าย

ต่อความเข้าใจโครงสร้างเนื้อหา โครงสร้างนี้เหมาะสำหรับเป็นโฮมเพจ (homepage) และเชื่อมโยงไปสู่เนื้อหาในลักษณะลำดับจากบนลงล่าง

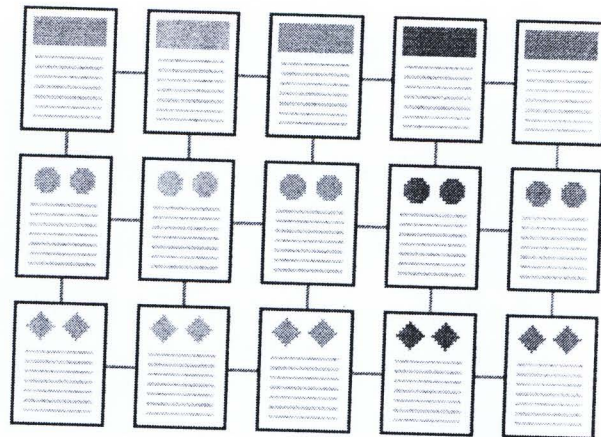


ภาพ 3 รูปลักษณะ โครงสร้างเว็บไซต์แบบลำดับชั้น

ที่มา. จาก บทเรียนออนไลน์ เรื่อง การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์, 2551, ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2552, จาก www.chaiwbi.com/Odrem/unit02/2203.html

โครงสร้างแบบตาราง (grid structure)

โครงสร้างนี้จะเพิ่มความยืดหยุ่นในการเข้าสู่เนื้อหาของผู้ใช้ โดยเพิ่มการเชื่อมโยงเนื้อหาในแต่ละส่วน ทำให้ผู้ใช้สามารถที่จะเลือกดูเนื้อหาในส่วนอื่น ๆ ได้ตามต้องการ แต่จะทำให้เกิดความยุ่งยากเมื่อต้องทำการแก้ไขเพิ่มเติมข้อมูลในภายหลัง

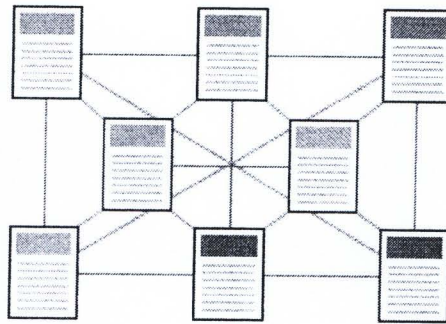


ภาพ 4 รูปลักษณะโครงสร้างเว็บไซต์แบบตาราง

ที่มา. จาก บทเรียนออนไลน์ เรื่อง การออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์, 2551, ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2552, จาก www.chaiwbi.com/Odrem/unit02/2203.html

โครงสร้างแบบใยแมงมุม (web structure)

เป็นโครงสร้างที่ยืดหยุ่นมากที่สุด ทุกหน้าในเว็บจะสามารถเชื่อมโยงได้ถึงกันหมด ผู้ใช้สามารถกำหนดวิธีการเข้าสู่เนื้อหาได้ด้วยตนเอง โครงสร้างนี้ไม่มีรูปแบบโครงสร้างที่ตายตัว (unstructured) นอกจากนี้การเชื่อมโยงไม่ได้จำกัดเฉพาะเนื้อหาภายในเว็บนั้น ๆ แต่สามารถเชื่อมโยงกับเนื้อหาจากเว็บไซต์ภายนอกได้ ข้อดีของโครงสร้างนี้คือ ง่ายต่อผู้ใช้ในการท่องเที่ยวบนเว็บ ข้อเสีย คือ ยากในการปรับปรุงข้อมูล และการเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลที่มากมายอาจจะทำให้ผู้ใช้เกิดความสับสนได้



ภาพ 5 รูปลักษณะโครงสร้างเว็บไซต์แบบใยแมงมุม

ที่มา. จาก บทเรียนออนไลน์ เรื่องการออกแบบโครงสร้างเว็บไซต์, 2551 ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2552, จาก www.chaiwbi.com/Odrem/unit02/2203.

ปัญหาการออกแบบ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเว็บไซต์ ดังนี้

1. การนำเสนอเนื้อหา แต่ไม่มีรายละเอียดเกี่ยวกับที่มาของเว็บไซต์ ไม่มีวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายของเว็บไซต์ ดังนั้นการให้ข้อมูลที่ชัดเจนจะช่วยป้องกันความสับสนของผู้ใช้

2. เว็บเพจที่นำเสนอรายละเอียดมากเกินไป ทำให้เกิดปัญหา คือ

2.1 สูญเสียเวลาในการโหลดข้อมูล

2.2 ข้อมูลที่มีมากกว่าหนึ่งหน้าจอ ทำให้การใช้งานไม่สะดวกเพราะต้องคอยเลื่อนหน้าจอ และทำให้ผู้ใช้เกิดความรำคาญ

การนำเสนอข้อมูลเว็บไซต์ที่มีเนื้อหามาก อาจจะต้องแบ่งเนื้อหาออกเป็นหน้าเว็บย่อย ๆ และสร้างการโยงระหว่างหน้าเว็บเพจ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และได้เนื้อความที่ต้องการ

3. การใส่ข้อมูลหลายประเภทไว้ในหน้าเดียวกัน เช่น เนื้อหา รายการเชื่อมโยง ภาพกราฟิก เพลง ภาพยนต์ไว้ในหน้าเดียวกัน อาจนำไปสู่ปัญหาเดียวกันกับการใส่เนื้อหามากเกินไป ทำให้เว็บไซต์ขาดเอกภาพ

4. การจัดกลุ่มเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกันหรือเนื้อหาที่มีระดับความสำคัญไม่เท่ากันไว้ด้วยกัน ปัญหานี้เห็นได้ชัดเจน เมื่อมีการสร้างรายการโยงหรือดัชนีเข้าไปในเนื้อหา ทำให้เรื่องราวที่สำคัญอาจจะไม่ได้รับความสนใจ หรือการเข้าถึงเนื้อหาไม่เรียงตามความยากง่ายของเนื้อหาหรือลำดับการเรียนรู้ ทำให้ผู้ใช้ได้ข้อมูลไม่ครบ ดังนั้น การจัดกลุ่มข้อมูลจึงต้องให้ความสำคัญในขั้นตอนการออกแบบเว็บไซต์ด้วย

5. การเลือกคำ ข้อความ หรือรูปภาพมาทำรายการโยง มีความหมายไม่ชัดเจนทำให้การสื่อสารผิดพลาด ดังนั้นตำแหน่งที่จะให้ผู้ใช้คลิกเมาส์เพื่อโยงเนื้อหาจะต้องเลือกคำหรือข้อความหลักของประโยค ที่มีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับหน้าเว็บเพจที่ต้องการโยงไปถึง การสร้างรายการโยงเป็นงานสร้างสรรค์อย่างหนึ่งที่นักออกแบบจะต้องเรียนรู้พฤติกรรมการทำงานของเว็บของผู้ใช้

6. การสร้างกรอบหรือการจัดวางเนื้อหาของแต่ละหน้า โดยเฉพาะเว็บเพจที่นำเสนอเนื้อหาและภาพประกอบพร้อมกัน ถ้าหากไม่มีการแบ่งกรอบ (Frames) และการจัดวางที่ดี ทำให้ผู้ใช้สับสน เพราะไม่แน่ใจว่าภาพประกอบเรื่องราวคือภาพที่อยู่ด้านซ้าย ด้านขวา ด้านบน หรือด้านล่างของข้อความ ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาที่มีภาพประกอบเรื่องมาก ควรใช้รูปแบบที่เป็นมาตรฐานอาจจะนำเสนอชื่อเรื่องไว้ด้านขวาสุด ตามด้วยรูปภาพตรงกลางคอลัมน์ และคำอธิบายเนื้อหาไว้ด้านซ้ายสุด

7. การใช้อักษรหรือการออกแบบตัวอักษรหลายรูปแบบหรือหลายขนาดไว้ด้วยกันมากเกินไป จะทำให้เนื้อหาที่นำเสนอไม่ได้รับความสนใจหรืออ่านยาก โดยเฉพาะเว็บเพจที่นำเสนองานวิชาการ รูปแบบตัวหนังสือจะช่วยให้เนื้อหาที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้นการใช้อักษรที่มีขนาดต่างกันเฉพาะที่ต้องการแบ่งหัวข้อออกจากที่อธิบายรายละเอียดหรือระดับการแบ่งย่อยของเนื้อหาเท่านั้น

การตรวจสอบผลการออกแบบ

1. การออกแบบเว็บไซต์ควรยึดผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง การนำเสนอและเนื้อหาควรสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ พฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้เว็บไซต์เป็นสำคัญ เพื่อให้เว็บเพจน่าสนใจสวยงาม และเป็นประโยชน์กับผู้ใช้อย่างแท้จริง
2. นักออกแบบต้องมีการตรวจสอบทุกขั้นตอนของการออกแบบ โดยตรวจสอบหน้าเว็บทีละหน้า เพื่อทราบความกลมกลืนของเนื้อหาและลำดับการนำเสนอ
3. การจัดวางเนื้อหาและเทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้ในการนำเสนอข้อมูลจะต้องสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้
4. ปัญหาต่าง ๆ ควรมีการแก้ไขก่อนให้บริการบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
5. นักออกแบบเว็บไซต์ต้องพิจารณาตัวเอง เพื่อประเมินความสามารถและทักษะในการสร้างสรรค์เว็บ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตัวเอง ตลอดจนการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและสร้างเว็บไซต์ (ประภาส พาวินันท์, 2548, หน้า 116-119)

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะนำความสำเร็จมาสู่การบริหารองค์การทุกแห่ง ทั้งนี้เพราะงานประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์การ การดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น เปรียบเสมือนหัวใจของการดำเนินงาน เพราะจะต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องรับรู้อย่างต่อเนื่อง และท้ายที่สุดสื่อประชาสัมพันธ์ ก็เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการนำข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น นักการประชาสัมพันธ์จึงควรสนใจศึกษา เพื่อปรับปรุงการเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทในการติดต่อสื่อสารที่จะสามารถนำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์ขององค์การ (สุวรรณิ โพธิศรี, 2547, หน้า 1)

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือ การสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่อยู่ในโรงเรียนกับชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่ หรือกับผู้ปกครองที่ส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา รวมทั้งสถาบันหรือบุคคลภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียน ซึ่งโรงเรียนต้องรับใช้หรือให้บริการ ดำเนินงานอย่างมีแบบแผนต่อเนื่องและเป็นกระบวนการไม่ตรีสัมพันธ์สองทาง (อัปสรศรี ปลอดเปลื้อง, 2543, หน้า 16-17)

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีเป้าหมายที่สำคัญที่สุด คือ ความเข้าใจอันดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา โรงเรียนใช้การประชาสัมพันธ์สร้างความสำนึก ความรู้ ความเข้าใจให้เกิดขึ้นในหมู่ครู นักเรียน ผู้ปกครองและชุมชน
2. เพื่อเป็นการแถลงหรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบความเคลื่อนไหว การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับกิจกรรมของโรงเรียน นักเรียนและการจัดการศึกษา
3. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างนักเรียน ครู ผู้ปกครอง และประชาชนในชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่
4. สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา ความนิยมและความมั่นใจในโรงเรียนให้เกิดในหมู่ประชาชน
5. ส่งเสริมให้ครู นักเรียนและผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันร่วมมือกันในการแก้ปัญหาของเด็กทั้งทางโรงเรียนและที่บ้าน
6. เพื่อให้ครู นักเรียนและผู้ปกครอง เข้าใจในระเบียบกฎเกณฑ์และเหตุผลความจำเป็นที่ต้องมีกฎระเบียบให้เข้าใจตรงกันและให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎ
7. ประเมินความต้องการของผู้ปกครองและประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการศึกษา เพื่อโรงเรียนจะได้หาทางสนองตอบต่อความต้องการที่แท้จริงของชุมชน

8. ช่วยแก้ไข ขจัดปิดเป่าและป้องกันความขัดแย้งและค้นหาจุดบกพร่องต่าง ๆ ของครู นักเรียน ผู้ปกครองและประชาชนที่มีต่อโรงเรียนให้หมดสิ้นไป

9. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาเสนอแนะ เพื่อปรับปรุง ให้แนวความคิด มิใช่เพียงแต่ความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น

10. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนหรือชักชวนให้ผู้ปกครองและประชาชนเข้ามามีส่วนช่วยเหลือเกื้อกูลกิจการด้านต่าง ๆ เพื่อให้โรงเรียนได้บรรลุผลในการจัดการศึกษาตาม เป้าหมายอย่างสมบูรณ์ (อัปษรศรี พลอดเปลี่ยว, 2543, หน้า 17-18)

ความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์นับได้ว่าเป็นตัวกลาง หรือพาหนะในการนำข่าวสารจาก หน่วยงานไปสู่กลุ่มเป้าหมาย หากไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ การส่งข่าวสารเพื่อการ ประชาสัมพันธ์จะไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่ประสบความสำเร็จ (สุวรรณิ โภธิศรี, 2547, หน้า 6)

สามารถสรุปความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้

1. ช่วยในการถ่ายทอดข่าวสาร
2. ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เสริมสร้างความนิยมและภาพลักษณ์ที่ดีแก่หน่วยงาน
4. ให้ความบันเทิงแก่กลุ่มเป้าหมายและประชาชน (พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2537, หน้า 564-567)

ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์

การทำประชาสัมพันธ์สามารถอาศัยสื่อที่ผลิตเองและสื่อมวลชน ดังนั้น จึงอาจ แบ่งลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อที่สามารถควบคุมได้

สื่อที่สามารถควบคุมได้ (controllable media) หมายถึง สื่อที่หน่วยงาน องค์กรหรือสถาบันสามารถควบคุมการผลิตและเผยแพร่ได้ เช่น แผ่นพับ วารสาร ใบปลิว จดหมายข่าว ไปสเตอร์ เป็นต้น

2. สื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้

สื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้ (uncontrollable media) หมายถึง สื่อมวลชน ซึ่งเป็นสื่อที่ตามปกติแล้ว หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน ไม่สามารถจะควบคุมการ เผยแพร่ได้โดยตรง หากแต่ต้องอาศัยความอนุเคราะห์จากสื่อมวลชนช่วยในการเผยแพร่ ให้ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น (สุวรรณิ โปธิศรี, 2547, หน้า 6-7)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 8 ประเภท โดยพิจารณาจากสื่อที่นัก ประชาสัมพันธ์นิยมใช้ ทั้งสื่อเก่า สื่อใหม่ และสื่อที่กำลังมีการพัฒนามาโดยลำดับซึ่งมี ดังต่อไปนี้

1. สื่อบุคคล สื่อบุคคลเป็นการทำการประชาสัมพันธ์โดยใช้บุคคลเป็นสื่อ ซึ่งทำ ได้หลายลักษณะ เช่น การสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การสัมมนา การพูดในที่ชุมชน ฯลฯ นับว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่สิ้นเปลืองน้อยที่สุดและประหยัดเวลา มากที่สุด รวมทั้งสามารถสร้างความประทับใจได้ง่าย เพียงแต่จะต้องมีการคัดเลือกผู้ที่ จะนำเสนอหรือเป็นสื่อบุคคลอย่างดี โดยเลือกจากผู้ที่มีทักษะในการพูดที่ดีมี บุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ และเหมาะสมกับเรื่องราวและสถานการณ์ในการพูด

2. สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเป็นสิ่งพิมพ์ที่องค์การจัดทำขึ้นมา เอง ในรูปแบบที่แตกต่างกันมีความสั้นยาว มีเนื้อหาแตกต่างกันไปแล้วแต่ประเภท เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ไปสเตอร์ จุลสาร อนุสาร วารสาร ฯลฯ ซึ่งสิ่งพิมพ์เหล่านี้ไม่ต้องผ่าน การเซ็นเซอร์จากหน่วยงานของรัฐ สามารถแจกตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับองค์การ สินค้าและบริการได้อย่าง ละเอียดตามต้องการ

3. สื่อมวลชน สื่อมวลชนถือว่าเป็นสื่อหลักที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างมาก ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร สื่อประเภทนี้สามารถนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและได้รับความเชื่อถือสูง หน่วยงาน/องค์กร สามารถใช้สื่อเหล่านี้ได้ 2 ลักษณะด้วยกัน คือ การขอความอนุเคราะห์เผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และการจ่ายเงินเพื่อซื้อเวลาและเนื้อที่ของสื่อ

4. สื่อโสตทัศน สื่อโสตทัศนเป็นสื่อที่ให้ภาพหรือเสียง และหรือให้ทั้งภาพและเสียง ประกอบด้วยอุปกรณ์หรือเครื่องมือ เช่น เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องฉายข้ามศีรษะ ฯลฯ ซึ่งมีวัสดุเป็นสื่อ เช่น ภาพถ่าย แผนภูมิ ม้วนภาพยนตร์ แผ่นโปร่งใส ฯลฯ และมีวิธีการนำเสนอ

5. สื่อพื้นบ้าน คือ การแสดงทุกรูปแบบรวมไปถึงวิถีชีวิต พิธีกรรมประเพณีต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ ในลักษณะของการถ่ายทอดแบบปากต่อปาก หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยก็จะมีสื่อพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เช่น ภาคเหนือ ได้แก่ ซอและจ้อย เนื่องจากสื่อเหล่านี้มีความใกล้ชิดกับประชาชนและให้ข่าวสารผ่านความบันเทิง จึงเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจอีกชนิดหนึ่ง

6. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่อที่ไม่ใช่สื่อมวลชน แต่เป็นสื่อสมัยใหม่ที่นิยมนำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ซีดีรอม จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต สื่อเหล่านี้สามารถเรียกร้องความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้สูง เพราะเป็นการผสมผสานสื่อคอมพิวเตอร์เข้ากับเทคโนโลยีโทรคมนาคม ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข่าวสารได้โดยง่าย

7. กิจกรรมพิเศษ หมายถึง งานหรือเหตุการณ์ที่จัดขึ้นโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อให้คนอื่น ๆ หรือกลุ่มอื่น ๆ ที่มีความสนใจเหมือนกันเข้าร่วมกันในเวลาและสถานที่ที่กำหนดกิจกรรมพิเศษเป็นปฏิบัติการสร้างข่าว ซึ่งบางองค์กรอาจมีความมุ่งหวังโดยตรง แต่บางองค์กรก็ไม่เน้นในเรื่องความเป็นข่าว แต่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นการสร้างภาพลักษณ์

กิจกรรมพิเศษที่องค์กรต่าง ๆ นิยมจัด เช่น การจัดสัมมนา การเปิดให้เยี่ยมชม องค์กร การเดินสายเพื่อแสดงผลงาน การจัดงานประกวด การจัดรายการบันเทิง เป็นต้น

8. การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการโฆษณาหน่วยงานหรือสถาบัน ซึ่งอาจเรียกอีกอย่างว่า “การโฆษณาสถาบัน” โดยมี จุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนได้รู้จักและเกิดความเลื่อมใส หรือมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อ หน่วยงาน ซึ่งแสดงออกได้หลายลักษณะ เช่น สื่อสารถึงการเป็นองค์กรที่ดี มีความ เชี่ยวชาญ มีความรับผิดชอบต่อสังคม การให้บริการ (สุวรรณี โพธิศรี, 2547, หน้า 9-11)

การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่อที่ไม่ใช่สื่อมวลชน แต่เป็นสื่อสมัยใหม่ที่นิยม นำเข้ามาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ซีดีรอม จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า อีเมล และอินเทอร์เน็ต สื่อเหล่านี้แม้จะเป็นสื่อที่มีราคาค่อนข้างแพง แต่ก็ สามารถเรียกรวบรวมความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีการนำเอา เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ ทำให้การสื่อสารน่าสนใจมากยิ่งขึ้น นักประชาสัมพันธ์จึง ควรให้ความสนใจที่จะนำสื่อดังกล่าวมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ตามความเหมาะสม กับสถานการณ์

ข้อได้เปรียบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีข้อดีข้อเสียหลายประการ ดังนี้

1. ประหยัด
2. ให้อยู่ระยะไกลได้มากกว่าสื่ออื่น
3. มีเทคนิคในการผลิตมากมายเพื่อดึงดูดความสนใจ
4. เป็นการสื่อสารสองทางได้
5. เข้าถึงได้ตลอดเวลา กระจายกว้างขวางได้ทั่วโลก
6. กลุ่มเป้าหมายจะดูกี่ครั้งก็ได้
7. ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ง่าย
8. สามารถเชื่อมโยงกับเครือข่ายอื่น ๆ ได้

ข้อเสียเปรียบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีข้อเสียเปรียบ ดังนี้

1. จำนวนผู้ใช้อาจจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มผู้ใช้คอมพิวเตอร์และต้องมีอุปกรณ์ต่อพ่วง
2. สื่อที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะบางสื่อ อาจเข้าถึงกลุ่มคนที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายโดยไม่ตั้งใจ อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้
3. ผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสารต้องมีทักษะทางคอมพิวเตอร์และการใช้ภาษาอังกฤษ
4. การทำให้น่าสนใจ บางครั้งต้องอาศัยมืออาชีพ ซึ่งต้องมีค่าใช้จ่าย

การจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต

การดำเนินการจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตนั้น มีขั้นตอนที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. จัดเตรียมข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการหรือโครงการที่ต้องการจะเผยแพร่ ซึ่งได้รับการพิจารณาอนุมัติจากผู้บริหารเรียบร้อยแล้ว
2. เรียบเรียงข้อมูล เนื้อหาสาระที่จะทำการประชาสัมพันธ์ให้มีความสัมพันธ์กันในแต่ละหน้า
3. เนื้อหาสาระของข้อมูลควรจะต้องประกอบด้วย ภาพรวมและเงื่อนไข รายละเอียดของโครงการ ผลิตภัณฑ์และบริการ โดยจัดลำดับความสำคัญในแต่ละหน้า และควรจัดทำข้อมูลในรูปแบบของแฟ้มข้อมูล (data file) เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วต่อการทำงาน
4. มีภาพประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจ และสร้างความน่าเชื่อถือ
5. ระบุระยะเวลาเริ่มต้น และสิ้นสุดของโครงการ ผลิตภัณฑ์และบริการที่ต้องการประชาสัมพันธ์
6. ระบุที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์และที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ด้วยอินเทอร์เน็ต
7. กำหนดความคิดหลักหรือแก่นของความคิด (theme) และจุดเด่นที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ (highlight) ของเนื้อหาสาระที่จะทำการประชาสัมพันธ์

ข้อควรตระหนักในการจัดทำประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต

เมื่อองค์กรตกลงใจที่จะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กร สิ่งสำคัญที่ควรตระหนักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต มีดังต่อไปนี้

1. วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ควรให้ชัดเจนว่า มีวัตถุประสงค์เพื่อสิ่งใด เช่น เผยแพร่ข้อมูลที่ทันสมัย เกี่ยวกับนโยบาย กิจกรรมการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน หรือเพื่อชักจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเห็นด้วย และร่วมมือกับองค์กรในการประหยัดพลังงานหรือเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ
2. กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง ต้องชัดเจนเช่นกันว่า ผู้ที่เราอยากให้นำมาชมเป็นคนกลุ่มใด เช่น นักศึกษา ประชาชนทั่วไป นักธุรกิจ
3. กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ องค์กรมีบุคลากรที่จะจัดทำและออกแบบ โสมเพจและเว็บไซต์เอง หรือจะจ้างทำ เพราะถ้าจะให้สวยงามและน่าสนใจ นิยมใช้วิธีการจ้างบริษัทที่รับทำ ซึ่งมีความเป็นมืออาชีพมากกว่า ดังนั้นต้องพิจารณาในจุดนี้ด้วย และสิ่งที่ตามมาคือเรื่องของค่าใช้จ่าย เพราะเมื่อออกแบบครั้งแรก ก็จะมีการคิดค่าบริการในการทำข้อมูลให้ทันสมัย (update) เป็นระยะต่าง ๆ

ทฤษฎีการเปิดรับสาร

ทฤษฎีการเปิดรับสาร (information exposure theory) ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และแสวงหาข่าวสารตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน โดยกระบวนการการเลือกสรรข่าวสาร (selective processes) เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย (พีระ จิระโสภณ, 2540, หน้า 636-369)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติและ

ความสนใจของตน โดยผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนอยู่เสมอ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดกับความรู้สึกรู้สึกของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (selective perception or selective interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อผู้รับสารเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว จะเลือกรับรู้หรือตีความตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ หรือสภาวะร่างกายและอารมณ์ เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (selective retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะเนื้อหาที่สนใจ ตามความต้องการและทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้าย ที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง (พีระ จิระโสภณ, 2540, หน้า 636-369)

ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อใดขึ้นอยู่กับเกณฑ์การเลือกสื่อ ดังนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (availability) ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ชาวชนบทมักจะเปิดรับสื่อวิทยุเป็นหลัก เพราะสามารถจัดหาเครื่องรับวิทยุได้ง่ายกว่าสื่ออื่น

2. การเลือกสื่อที่ตนสะดวกและนิยม (convenience preferences) ผู้รับสารสามารถเลือกสื่อได้ตามสะดวก ทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารและสื่อบุคคล เป็นต้น

3. เลือกสื่อตามความเคยชิน (accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่เคยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักพบว่าบุคคลที่มีอายุมากเคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ ก็มักจะไม่นิยมสื่อชนิดอื่น

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (characteristic of media) คุณลักษณะเฉพาะของสื่อมีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของสื่อหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดได้ดีกว่า ราคาก่อน และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกที่ เป็นต้น

5. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตน (consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน หรืออีกนัยหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับ การเปิดรับ สื่อมวลชน (ยุพา สุภากุล, 2534, หน้า 124-125)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (used and gratifications) เป็นทฤษฎีที่เน้นผู้รับสารเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษา โดยศึกษาผู้รับสารในฐานะเป็นผู้กระทำการเลือกใช้สื่อ (active receiver) ว่ามีกระบวนการอย่างไร โดยแนวทางการศึกษาดังกล่าวอยู่ภายใต้แนวคิดที่ว่าพฤติกรรม และปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกิดขึ้นจากความ ต้องการ (need) ซึ่งมีที่มาต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานจิตใจของบุคคล และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ในสังคม ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จึงเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่องถึงความต้องการ แรงจูงใจพฤติกรรมและความพึงพอใจที่ตามมา (รัชนีรัตน์ มณีมาส, 2551, หน้า 16)

แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่ออาจสรุปได้ คือ การเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารนั้น ส่วนใหญ่มีการค้นหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ข่าวสารทางใดทางหนึ่ง ดังนั้น เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนการเข้าใช้สื่อจึงมีเป้าหมายที่แน่นอน หรือที่เรียกว่า Goal-Oriented Activity โดยผู้รับสารจะแสวงหาและเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปลมาเป็นแรงจูงใจ (motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 306-307)

ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงเพื่อความสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร เพราะถ้าผู้รับสารสามารถเข้าใจสารที่ส่งมา ก็ถือว่าการสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จในทางกลับกัน

ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารถือได้ว่าการสื่อสารนั้นล้มเหลว ดังนั้น การสื่อสารแต่ละครั้ง จำเป็นที่จะต้องเตรียมสารและสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ในการให้ข่าวสาร (information) เพื่อให้ความรู้ หรือการศึกษา (education) เพื่อชักจูงใจ (persuasion) หรือให้ความบันเทิง (entertainment) ดังนั้น เพื่อการเตรียมสารและสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารจึงจำเป็นต้อง ผู้วิเคราะห์ผู้รับสาร โดยปัจจัยที่ควรคำนึงสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสาร ได้แก่

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแต่ละบุคคลจะตอบสนองความต้องการของตนเอง ประกอบด้วย ข่าวสารที่ให้ประโยชน์กับตน ข่าวที่สอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติ ค่านิยมของตน ความต้องการประสบการณ์ใหม่ ความต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร

- 2.1 อายุ (age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองที่เปลี่ยนไป เมื่อคนอายุมากขึ้น

- 2.2 เพศ (sex) ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่ต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

- 2.3 สถานะทางสังคม หมายถึง อาชีพ (occupation) รายได้ (income) เชื้อชาติ (race) ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว (family background) ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

- 2.4 การศึกษา คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์และความ

ต้องการที่ต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ดังนั้นผู้ส่งสารต้องตระหนักและระวังในการใช้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์ ในขณะที่ตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะดีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (information satisfaction) เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้นผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evans, 1962, p. 196) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้ (ประมะ สตะเวทิน, 2533, หน้า 31)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศไทย

ดวงแสง ณ นคร (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้และความพึงพอใจของอาจารย์คณะศึกษาศาสตร์วิทยาลัยรามคำแหงต่อเว็บไซต์คณะ พบว่า อาจารย์คณะศึกษาศาสตร์ส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อผลิตสื่อการสอน รองลงมาคือการใช้อินเทอร์เน็ตและส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ของคณะแต่นาน ๆ ครั้ง และมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์คณะทั้งด้านเนื้อหาและการออกแบบในระดับมาก

การวิจัยของดวงแสง ณ นคร ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของบุคลากร โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

จุฬธิดา อภัยโรจน์ (2549) ได้ศึกษา ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านเว็บไซต์สุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-15,000 บาท ส่วนของความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างในการใช้ประโยชน์จากการเปิดอ่านเว็บไซต์สุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในการใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความต้องการนำแนวทางส่งเสริมสุขภาพไปใช้เพื่อทำให้ร่างกายแข็งแรงอยู่เสมอมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อการที่สามารถนำข้อมูลการฟื้นฟูสุขภาพไปใช้สนทนากับผู้อื่นน้อยที่สุด ส่วนด้านความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากการเปิดอ่านเว็บไซต์สุขภาพนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลด้านสุขภาพที่ทันสมัยมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อการที่สามารถนำข้อมูลการฟื้นฟูสุขภาพไปใช้สนทนากับผู้อื่นน้อยที่สุด

การวิจัยของ จุฬธิดา อภัยโรจน์ ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่องการ ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียน โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

ศิริขวัญ ขอดเดชะ (2549) ได้ศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเว็บไซต์มหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 26-30 ปี ศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มากที่สุด อาชีพรับราชการมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ใช้และสามารถใช้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้พบว่า นักศึกษาใช้ประโยชน์เว็บไซต์มหาวิทยาลัยรามคำแหงมากที่สุดเพื่อรับทราบข้อมูล ข่าวสาร และข้อมูลต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย และนักศึกษามีความพึงพอใจจากการศึกษาค้นคว้า และเรียนรู้ตามความต้องการมากที่สุด ปัญหาและอุปสรรคที่พบมากที่สุด คือ ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลบางส่วนได้ เนื่องจากจำเป็นต้องมีรหัสผ่าน ความต้องการในการพัฒนาเว็บไซต์ในระดับมากโดยต้องการให้ปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ผลการวิจัยของศิริขวัญ ขอดเตชะเป็นการสนับสนุนแนวคิดในการตั้ง
วัตถุประสงค์ การทำวิจัยของผู้วิจัยที่ทำการศึกษาคำถามการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มี
ต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียนโรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

กฤติยา ไวยมัย (2546) ได้ศึกษา การใช้เว็บไซต์สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัย
รามคำแหงของนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า วัตถุประสงค์
ในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์สำนักหอสมุดกลาง เพื่อทำรายงาน มีความถี่ในการเข้าใช้
1-2 ครั้งต่อเดือน ในช่วงเวลา 16.00-20.00 น. ในแต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ 20-40 นาที
ส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากบ้าน ในด้านบริการสารสนเทศบนเว็บไซต์
นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้บริการข้อมูลเกี่ยวกับห้องสมุด บริการฐานข้อมูล บริการ
E-document และบริการ Link ในระดับปานกลาง และใช้บริการ Knowledge บริการ
Download และบริการอื่น ๆ ในระดับน้อย

การวิจัยของ กฤติยา ไวยมัย เป็นแนวทางในการทำวิจัยของผู้วิจัย ในส่วนของ
การศึกษาคำถามพฤติกรรม และใช้ประโยชน์จากการบริการสารสนเทศบนเว็บไซต์ ซึ่ง
ใกล้เคียงกับการคำวิจัยของผู้วิจัยในการศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่
มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียนโรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

ณัฐจิรา พุทธโอวาท (2546) ได้ศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจาก
เว็บไซต์ Sex Must Say ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการใน
เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนมีการเปิดรับเว็บไซต์ Sex Must Say ในระดับต่ำ
3 อันดับคอลลัมน์ที่นักเรียนให้ความสนใจ คือ คอลลัมน์ Sax Box คอลลัมน์ Sex Stories
และคอลลัมน์ Hot Topic การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเว็บไซต์ Sex Must Say
ของนักเรียนอยู่ในระดับสูง การเปิดรับเว็บไซต์ Sex Must Say มีความสัมพันธ์เชิงบวก
กับการใช้ประโยชน์ของนักเรียนแต่ความสัมพันธ์ระดับต่ำ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
ความพึงพอใจและความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจเว็บไซต์
Sex Must Say มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ของนักเรียนและ
ความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

การวิจัยของณัฐจิรา พุทธโอวาท ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียน โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

จรินทร์ ธนาศิลปกุล (2545) ได้ศึกษา การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ในการลงทะเบียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียน แจ้งจบการศึกษาและตรวจสอบผลการเรียนในระดับมาก และมีความพึงพอใจที่สามารถลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียนเรียน แจ้งจบการศึกษาและตรวจสอบผลการเรียนได้อย่างรวดเร็วในระดับปานกลาง

การวิจัยของจรินทร์ ธนาศิลปกุล เป็นการสนับสนุนการทำวิจัยของผู้วิจัย เนื่องจากการศึกษาถึงการ ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จึงเป็นการสนับสนุนแนวคิดในการตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐานของผู้วิจัยที่ทำการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียน โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

พรพิศ อุปถัมภ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้บริการสารสนเทศบนเว็ลด์ไวด์เว็บ ศูนย์สนเทศและหอสมุดของนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เข้าใจบริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบการเรียน โดยเข้าใช้บริการเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ความถี่ในการเข้าใช้บริการ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ฐานข้อมูลของห้องสมุดส่วนใหญ่ใช้ฐานข้อมูลหนังสือ โสตทัศน ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย รายชื่อวารสารภาษาไทย บริการสารสนเทศ ส่วนใหญ่ใช้สารานุกรม มุมนักค้นคว้า ส่วนใหญ่ใช้มุมหนังสือและบริการต่าง ๆ ของห้องสมุด ส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ปัญหาและอุปสรรคโดยรวมพบว่า นักศึกษาประสบปัญหาในการใช้บริการในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบการใช้บริการสารสนเทศของนักศึกษาจำแนกชั้นปีพบว่า มีการใช้บริการสารสนเทศโดยรวมไม่แตกต่างกัน

การวิจัยของ พรพิศ อุปถัมภ์ ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียน โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

หรรษา วงศ์ธรรมกุล (2544) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัย-ธรรมศาสตร์ พบว่า นักศึกษาในกลุ่มวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์กับนักศึกษาที่ศึกษาในกลุ่มวิชาวิทยาศาสตร์ มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั่วไป เพื่อการสนทนาแลกเปลี่ยนผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ เพื่อการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เพื่อการค้นหาข้อมูลจากห้องสมุดต่าง ๆ และเพื่อหาความบันเทิงไม่แตกต่างกัน แต่การใช้เพื่อค้นหาข้อมูลเพื่อทำรายงานประกอบการศึกษา เพื่อการศึกษาหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แตกต่างกัน และนักศึกษาทั้งสองกลุ่มวิชามีความพึงพอใจจากการใช้ในเรื่องต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

การวิจัยของ หรรษา วงศ์ธรรมกุลเป็นการสนับสนุนการทำวิจัยของผู้วิจัย เนื่องจากการศึกษาถึง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผลงานวิจัยเป็นการสนับสนุนแนวคิดในการตั้งวัตถุประสงค์และสมมติฐานของผู้วิจัยที่ทำการศึกษากการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียน โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

นิชดา เจริญชัยศรี (2543) ทำการวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารระบบเครือข่าย Internet ของพนักงานไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันในตัวแปรเพศ อายุ มีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Internet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของผู้ใช้การสื่อสารผ่านเครือข่ายไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ ส่วนลักษณะประชากรที่แตกต่างกันในการติดต่อสื่อสารตัวแปรด้านเพศ

มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้วย

จากการวิจัยของนิชดา เติรมชัยศรี ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวคิดในการตั้งสมมติฐานการวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียนโรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

งานวิจัยในต่างประเทศ

Agingu (2000) ศึกษาการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพื่อการจัดหาและเผยแพร่สารสนเทศ ซึ่งการศึกษารั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงเปรียบเทียบเว็บไซต์ห้องสมุดที่สนับสนุนโดยมหาวิทยาลัย Historically Black กับห้องสมุดอื่นที่อยู่ใน Southeast โดยจะใช้ข้อคำถาม 12 ข้อ ดังนี้ (1) โฮมเพจห้องสมุดสามารถเข้าถึงจากหน้าโฮมเพจสถาบันหลักหรือไม่ (2) สามารถเข้าถึงแคตตาล็อกออนไลน์ (3) เว็บไซต์ห้องสมุดได้จัดหาหรือจัดเตรียมสำหรับการเข้าถึงวารสาร ข้อมูลซีดีรอมไว้ให้บริการหรือไม่ (4) เว็บไซต์ห้องสมุดได้เตรียมบรรณที่ตีพิมพ์ หรือฐานข้อมูลซีดีรอมไว้ให้บริการหรือไม่ (5) เว็บไซต์ ห้องสมุดจัดเตรียมฐานข้อมูลออนไลน์หรือไม่ (6) ผู้ใช้บริการสามารถที่จะส่งข้อคำถามได้โดยผ่านเว็บไซต์หรือไม่ (7) ผู้ใช้บริการสามารถที่จะใช้บริการยืมระหว่างห้องสมุดได้หรือไม่ (8) เว็บไซต์ห้องสมุดจัดหาจุดเชื่อมโยงไปสู่แหล่งสารสนเทศที่เกี่ยวข้องที่ผู้ใช้ต้องการไว้หรือไม่ (9) เว็บไซต์ห้องสมุดจัดหาจุดเชื่อมโยงไปสู่ห้องสมุดในพื้นที่หรือไม่ (10) เว็บไซต์ห้องสมุดแสดงวันที่ปรับปรุงไว้หรือไม่ (11) เว็บไซต์ห้องสมุดได้จัดเตรียมเครื่องจักรกลสำหรับการส่งผลตอบกลับหรือไม่ (12) เว็บไซต์ห้องสมุดมีจุดประสงค์สำหรับการสื่อสารโต้ตอบหรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ห้องสมุดที่สนับสนุนโดย Historically Black Colleges and Universities (HBCU) ส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์ในการเผยแพร่สารสนเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับห้องสมุดตนเอง และทรัพยากรสารสนเทศที่มีในห้องสมุดเท่านั้น ซึ่งจากผลการวิจัย ได้เสนอแนะให้ห้องสมุดที่สนับสนุน โดย Historically Black Colleges and Universities พัฒนาเว็บไซต์เพื่อการจัดหาและพัฒนาสารสนเทศ

การวิจัยของ Agingu ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียนโรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม โดยงานวิจัยนี้ได้สนับสนุนงานวิจัยของผู้วิจัยในเรื่องการใช้ประโยชน์และการพัฒนาเว็บไซต์ต่อไป

Boa (1998) ศึกษาความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาที่มีต่อบริการสารสนเทศบนเวิร์ลไวด์เว็บ ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า มีประเด็นในการนำเสนอ คือ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ ความถี่ที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และปัญหา และการฝึกอบรมการสืบค้น สารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเว็บไซต์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาที่น่าสนใจ คือ การใช้โฮมเพจห้องสมุดมหาวิทยาลัย ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาพบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 41.4 ใช้โฮมเพจห้องสมุดเพื่อดำเนินงานวิจัย และในส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 151 คน หรือร้อยละ 19.2 โฮมเพจห้องสมุดเป็นประโยชน์ในการอำนวยความสะดวกด้านการสืบค้นสารสนเทศบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

การวิจัยของ Boa ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียนโรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

Hohenwallner (1996) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติในการค้นหาและการรับสารสนเทศเพื่อใช้ในงานวิจัย ของนักศึกษาทุกคนในมหาวิทยาลัยซอลส์เบอร์ก (Salzburg University, Austria) พบว่า นักศึกษาใช้ทรัพยากรสารสนเทศที่เป็นสื่อสมัยใหม่และสื่อที่ต้องใช้เทคนิคในการค้นหา เช่น การค้นหาสารสนเทศจากฐานข้อมูลออนไลน์ในปริมาณน้อย แต่ใช้วิธีการค้นหาสารสนเทศแบบเดิม แหล่งสารสนเทศที่สำคัญที่ใช้เพื่ออ้างอิงในงานวิจัยพบว่า ยังคงใช้สารสนเทศจากวารสารและหนังสือเป็นหลัก นักศึกษาให้ความเห็นว่า ระบบหมวดหมู่ในบัตรรายการและรายการบรรณานุกรมที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ดูทื่อๆ ระบบคอมพิวเตอร์สมัยใหม่จะทำให้เกิดเทคนิคในการค้นหาสารสนเทศใหม่จะทำให้เกิดเทคนิคในการค้นหาสารสนเทศใหม่ ซึ่งผู้วิจัยยังขาดความรู้เกี่ยวกับการใช้และประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้คอมพิวเตอร์ในการค้นหาสารสนเทศ

ซึ่งนักศึกษาให้ความสนใจและคาดว่าในอนาคตจะมีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มเติมความรู้ในการเข้าหาสารสนเทศจากคอมพิวเตอร์มากขึ้น

การวิจัยของ Hohenwallner สนับสนุนงานวิจัยของผู้วิจัยเรื่องของการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์ แต่มีการใช้กลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน แต่การใช้ประโยชน์จากการบริการสารสนเทศน่าจะใกล้เคียงกัน

Pitkow, Hoddegges, Keheo, and Recker (1995) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เพื่อสืบค้นข้อมูลมากกว่าที่จะสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ราคาต่ำสุดไม่ได้เป็นเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้ากับผู้จำหน่ายรายนั้น แต่จะเลือกซื้อกับผู้จำหน่ายรายนั้น แต่จะเลือกซื้อกับผู้จำหน่ายที่น่าไว้วางใจ และมั่นใจในความปลอดภัยในเรื่องการชำระเงิน โดยสินค้าที่จำหน่ายได้มาก คือ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ เพลง หนังสือ และบริการด้านการท่องเที่ยว เหตุผลหลักที่ไม่ซื้อสินค้าผ่านเว็บ เพราะไม่มั่นใจในความรู้สึกลดภัยและรู้สึกไม่คุ้นเคย

การวิจัยของ Pitkow, Hoddegges, Keheo, and Recker สนับสนุนงานวิจัยของผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับเว็บไซต์โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

Louise (2001) การศึกษาเว็บไซต์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในด้านการออกแบบ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการทดลองโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินเว็บไซต์ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาในด้านการออกแบบการใช้ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในการทดลอง คือ นักศึกษาจำนวน 19 คน และพนักงานจำนวน 14 คน ซึ่งผลปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์และเว็บไซต์ทุกวัน ใช้เว็บไซต์ของห้องสมุดก็ครั้งต่อสัปดาห์ สำหรับการใช้งานต่าง ๆ ในเว็บไซต์ห้องสมุดนั้นปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างใช้อย่าง 2 นาทีในแต่ละงาน ประกอบไปด้วย การค้นหาหนังสือ การค้นหาบทความ การถามบรรณารักษ์ การค้นหาความช่วยเหลือ การค้นหาแหล่งสารสนเทศในอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง 90 เปอร์เซ็นต์ พบว่าเข้าใจและพอใจในโครงสร้างของเว็บไซต์ห้องสมุด

การวิจัยของ Louise ผู้วิจัยนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อเว็บไซต์โรงเรียนของนักเรียน โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาข้างต้น เป็นแนวทางให้ผู้วิจัยศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเว็บไซต์ของนักเรียน โรงเรียนจันทร์ประดิษฐารามวิทยาคม