

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครต่อการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต (3) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ประโยชน์ และปัญหาในการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตต่อการใช้งานของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามสำหรับกรอกด้วยตนเอง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ t test การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (one-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (multiple comparison) ด้วยวิธี LSD ในกรณีที่พบความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ประชากรวัยทำงานที่มีระยะเวลาในการติดตามข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ประมาณ 2 ปี มีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต มากกว่า ประชากรวัยทำงานที่มีระยะเวลาในการติดตามข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ต่ำกว่า 1 ปี

ประชากรวัยทำงานที่พบปัญหาจากเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์องค์กร ด้านความล่าช้า มีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต มากกว่า ประชากรวัยทำงานที่พบปัญหาจากเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์องค์กร ด้านการให้ข้อมูลที่ผิดพลาด

ประชากรวัยทำงานที่พบปัญหาจากเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์องค์กรด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต มากกว่า ประชากรวัยทำงานที่พบปัญหาจากเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์องค์กร ด้านความล่าช้า

ประชากรวัยทำงานที่พบปัญหาจากเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์องค์กรด้านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตล้มเหลว มีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต มากกว่า ประชากรวัยทำงานที่พบปัญหาจากเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์องค์กร ด้านความล่าช้า

In this thesis, the researcher delineates (1) the demographical characteristics of a group of those gainfully employed in Bangkok Metropolis vis-à-vis Internet public relations. Furthermore, considered are (2) the satisfaction levels of the subjects of investigation toward Internet public relations. Finally, investigated are the (3) exposure behaviors, perceived benefits and problems encountered in respect to Internet public relations as evinced by those under investigation.

The sample population consisted of 400 gainfully employed individuals who were residents of Bangkok Metropolis. The instrument of research was a self-administered questionnaire.

Techniques of descriptive analysis used in the analysis of the data obtained were frequency, percentage, mean and standard deviation. T-test and one-way analysis of variance (ANOVA) were employed for testing purposes. The technique of least significant difference (LSD) multiple comparison was utilized when differences were found at a statistically significant level.

Findings are as follows:

Of the gainfully employed under study, it was found that those who had used the Internet for about two years evinced greater satisfaction with Internet public relations than those who had used the Internet for less than one year.

Of these subjects of investigation, it was discovered that those encountering problems in using websites providing public relations for various organizations in respect to slowness of connections evinced greater levels of satisfaction than those who were plagued by provisions of incorrect information on websites.

Moreover, these respondents who experienced problems in using websites in the aspect of Internet links exhibited greater levels of satisfaction with Internet public relations than those who encountered problems of slow connections.

Additionally, finally, those who had to face problems in utilizing websites in respect to dead or broken Internet links displayed higher levels of satisfaction than those who had to confront the problem of slow connections.