

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลของผู้ใช้เว็บไซต์กูเกิล ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา โดยนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
2. แนวคิดเรื่องการตลาดอิเล็กทรอนิกส์
3. แนวคิดการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศผ่านทางโปรแกรมค้นหาหรือเสิร์ชเอนจิน
4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
6. ทฤษฎีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นตัวกำหนดหรือชี้นำสังคม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ความหมายของอินเทอร์เน็ต

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2550) ได้ให้ความหมายของอินเทอร์เน็ตไว้ว่า อินเทอร์เน็ตคือเครือข่ายของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบต่างๆ ที่เชื่อมโยงกันมาจากคำว่า Inter Connection Network เครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องทั่วโลกสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ โดยใช้มาตรฐานในการรับส่งข้อมูลที่เป็นหนึ่งเดียวที่เรียกว่าโปรโตคอล ซึ่งโปรโตคอลที่ใช้บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีชื่อว่า ทีซีพี/ไอพี (TCP/IP)

ลอง และ ลอง (2548, น. 133) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตหมายถึงเครือข่าย (The Net) ของบรรดาเครือข่ายสารสนเทศนับล้านเครือข่าย ทั้งที่เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของสถาบันการศึกษา องค์การธุรกิจ หน่วยงานของรัฐบาล และองค์การต่างๆ ในประเทศทั่วโลกที่สามารถติดต่อเชื่อมโยงถึงกันได้

วาสนา สุขกระสานติ (2545, น. 8-2) ให้ความหมายว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายซึ่งเป็นที่รวมของเครือข่ายย่อยๆ หรือเป็นเครือข่ายของเครือข่าย (Network of network) ซึ่งสื่อสารกัน

ได้โดยใช้โปรโตคอลแบบทีซีพี/ไอพี ซึ่งทำให้คอมพิวเตอร์ต่างชนิดกันเมื่อนำมาใช้ในเครือข่ายแล้วสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้

วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ (2539, น. 21) ได้ให้ความหมายไว้ว่า อินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งประกอบด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมากมาย กระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลก

สมนึก คีรีโต, สุรศักดิ์ สงวนพงษ์ และสมชาย นำประเสริฐชัย (2538, น. 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่ประกอบไปด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมากต่อเชื่อมเข้าด้วยกันจนกลายเป็นเครือข่ายขนาดมหึมา เครือข่ายย่อยในอินเทอร์เน็ตอาจจะใช้เทคโนโลยีทางฮาร์ดแวร์ (Hardware) แตกต่างกันไป แต่ทุกเครือข่ายจะอาศัยหลักการทางซอฟต์แวร์ (Software) แบบสากล ที่ทำหน้าที่เชื่อมให้ทุกเครือข่ายสามารถแลกเปลี่ยนและส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันได้

จากความหมายของอินเทอร์เน็ตตามที่นักวิชาการได้กล่าวไว้ สามารถสรุปความหมายของอินเทอร์เน็ต (Internet) ได้ว่า เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่มีขนาดใหญ่ เครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องทั่วโลก ทั้งที่เป็นเครือข่ายระบบเดียวกันและต่างระบบ สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้โดยใช้มาตรฐานในการรับส่งข้อมูลที่เป็นหนึ่งเดียว หรือที่เรียกว่าโปรโตคอล (Protocol) ซึ่งโปรโตคอลที่ใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีชื่อว่า ทีซีพี / ไอพี (TCP/IP : Transmission Control Protocol/Internet Protocol) ซึ่งลักษณะของระบบอินเทอร์เน็ต เป็นเสมือนใยแมงมุมที่ครอบคลุมทั่วโลก ในแต่ละจุดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตนั้น สามารถสื่อสารกันได้หลายเส้นทางตามความต้องการ โดยไม่กำหนดตายตัว และไม่จำเป็นต้องไปตามเส้นทางโดยตรง อาจจะผ่านจุดอื่นๆ หรือเลือกไปเส้นทางอื่นได้หลายๆ เส้นทาง การติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้น อาจเรียกว่าการติดต่อสื่อสารแบบไร้มิติ หรือ ไซเบอร์สเปซ (Cyberspace)

แม้ว่าปัจจุบันการสื่อสารการตลาดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะไม่สามารถทดแทนการใช้สื่อแบบดั้งเดิมได้ แต่สื่อออนไลน์นี้ก็มีคุณประโยชน์อย่างมาก Len Keeler (อ้างถึงใน ชีวรัตน์ ประจักษ์ธรรม, 2541, น. 29) กล่าวถึงคุณสมบัติ 5 ประการของการสื่อสารการตลาดผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไว้ว่า

1. นำเสนอได้อย่างรวดเร็ว (Rapid Presentation) การนำเสนอข่าวสารด้านการตลาดลงในสื่อจำพวกนิตยสาร หรือวารสารนั้น จำเป็นต้องใช้ระยะเวลา แต่สำหรับการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้น เจ้าของสินค้าสามารถเผยแพร่ข่าวสารผ่านทางกระดานฝากข่าว หรือร้านค้าออนไลน์ได้ภายในวันเดียวกับการสร้างชิ้นงานขึ้น ดังนั้น สื่อออนไลน์จึงเป็นสื่อที่เร็วที่สุดในการส่งผ่านข้อมูล

2. ปรับเปลี่ยนได้ง่าย (Easy Modification) การเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบางอย่างในสิ่งพิมพ์แบบสไลด์ หรือไดเรกเมล์ เป็นการกระทำที่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายและใช้เวลานาน แต่สำหรับการปรับเปลี่ยนสิ่งต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถทำได้ง่ายๆ โดยการพิมพ์ข้อความใหม่ หรือเพิ่มรูปภาพขึ้นใหม่ในหน้าเว็บเพจนั้นๆ และส่งข้อมูลนั้นไปในเครื่องเซิร์ฟเวอร์ซึ่งใช้เวลาไม่นาน

3. ราคาถูก (Low Cost) การวัดประสิทธิภาพเรื่องราคาของสื่อดั้งเดิมจะใช้ CPM (Cost per Thousand) ในการวัด สำหรับสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นในการวัดรูปแบบของ CPM ค่อนข้างเป็นไปได้ยากมากแต่ผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารการตลาดบนอินเทอร์เน็ตก็มีอยู่ทั่วโลกและต้นทุนของผู้ส่งสารก็มีเพียงค่าเช่าพื้นที่เซิร์ฟเวอร์ และค่าสร้างเว็บไซต์เท่านั้น ในขณะที่ผู้รับสารที่เข้าชมเว็บไซต์อาจมีจำนวนหลายพันคนต่อวัน ดังนั้นการสื่อสารแบบออนไลน์จึงเป็นวิธีที่ประหยัดมากในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

4. ผู้ซื้อสามารถมีส่วนร่วมได้ (Buyer Involvement) การสื่อสารการตลาดทางอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่ออื่นๆ เพราะในเว็บไซต์จะมีการนำเสนอข้อมูลในหลายระดับ (Level of Information) และบางครั้งจะนำเสนอในรูปแบบเมนู ซึ่งผู้รับสารสามารถใช้เมนูในการเลือกข้อมูลที่ตนสนใจได้ และพวกเขาสามารถได้รับข้อมูลตอบกลับได้ในทันที นอกจากนี้เจ้าของสินค้าและบริการยังสามารถสำรวจหรือสอบถามผู้รับสารผ่านทางแบบฟอร์มออนไลน์ได้อีกด้วย

5. ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่และเวลา (No Limits of space and Time) การสื่อสารแบบออนไลน์ปราศจากข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ซึ่งพบและมีปัญหามากในสื่อโทรทัศน์วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ กล่าวคือ เจ้าของสินค้าจะเสียค่าใช้จ่ายน้อยมากในการเพิ่มพื้นที่ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดทางเว็บไซต์และเจ้าของสินค้าก็จะไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มกับลูกค้าที่ใช้เวลาในการอ่านข้อความนั้นนานๆ ซึ่งต่างไปจากวิทยุและโทรทัศน์ที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มตามความยาวของสปอตโฆษณา นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถเข้าชมข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์ได้ตลอดเวลาด้วย

ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราหลายๆ ด้าน ทั้ง การศึกษา การพาณิชย์ ธุรกิจ วรรณกรรม และอื่นๆ ดังนี้

ด้านการศึกษา

สามารถเป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้านการบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่นๆ ที่น่าสนใจ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่ นักศึกษาในมหาวิทยาลัยสามารถใช้อินเทอร์เน็ต ติดต่อกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อค้นหาข้อมูลที่กำลังศึกษาอยู่ได้ ทั้งข้อมูลที่เป็นข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เป็นต้น

ด้านธุรกิจและการพาณิชย์

1. ค้นหาข้อมูลต่างๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ
2. สามารถซื้อขายสินค้า ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
3. ผู้ใช้ที่เป็นพนักงานบริษัท หรือองค์กรต่างๆ ก็สามารถเปิดให้บริการ และสนับสนุนลูกค้าของตนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การให้คำแนะนำ สอบถามปัญหาต่างๆ ให้แก่ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรมทดลองใช้ (Shareware) หรือโปรแกรมแจกฟรี (Freeware) เป็นต้น

ด้านการบันเทิง

1. การพักผ่อนหย่อนใจ สันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่างๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine Online รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่นๆ โดยมีภาพประกอบที่จอคอมพิวเตอร์เหมือนกับวารสาร ตามร้านหนังสือทั่วไป
2. สามารถฟังวิทยุผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้
3. สามารถดึงข้อมูล (Download) ภาพยนตร์ตัวอย่างทั้งภาพยนตร์ใหม่ และเก่า มาดูได้

จากเหตุผลดังกล่าว พอจะสรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในรูปแบบดังนี้

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย

- การติดต่อสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว
- เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลแหล่งใหญ่ที่สุดของโลก

ลักษณะของสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต

เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสาธารณะ ที่สามารถสื่อและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ง่าย ประหยัด และรวดเร็ว ทำให้สภาพของสารสนเทศบนเวปไซด์เว็บ มีลักษณะดังต่อไปนี้ (Notess, 1997)

1. ปริมาณของสารสนเทศมีมากมายมหาศาล จนเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่าความท่วมท้นของข้อมูลข่าวสาร
2. สารสนเทศบนเวปไซด์เว็บมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่มีความเป็นถาวร สามารถแก้ไขให้ทันสมัยได้ทันที
3. สารสนเทศที่น่าสนใจบางครั้งอาจขาดความสมบูรณ์ ขาดความครอบคลุมของเนื้อหา บางเรื่องอาจมีข้อมูลมาก บางเรื่องอาจจะไม่มีข้อมูลเลย
4. สารสนเทศที่น่าสนใจ มีทั้งสารสนเทศทางวิชาการและไม่เป็นวิชาการ
5. สารสนเทศอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย หน่วยงานหรือบุคคลสามารถสร้างเอกสารเว็บและสร้างเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อนำสารสนเทศไปเผยแพร่ผ่านเวปไซด์เว็บได้ ในลักษณะที่ต่างคนต่างทำ
6. การจัดการ ไม่มีการจัดหมวดหมู่และไม่มีการเรียบเรียงของสารสนเทศในภาพรวม
7. การแยกแยะระหว่างเรื่องที่เป็นวิชาการ กับเรื่องที่อยู่ในความสนใจของคนทั่วไป ทำได้ยาก
8. การควบคุมคำศัพท์หรือหัวเรื่อง ยากต่อการสืบค้นในเรื่องที่ต้องการ

การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารที่มีรูปแบบและลักษณะคุณสมบัติแตกต่างจากสื่อแบบอื่นๆ เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่ ผู้รับสารมีโอกาสเลือกชนิดของข้อมูลที่จะรับ รวมถึงสามารถควบคุมลักษณะและปริมาณข่าวสารที่ได้รับให้ตรงตามความต้องการที่จะได้รับ และ การสืบค้นข้อมูลสารสนเทศนั้นถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในการใช้ประโยชน์จากระบบอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะอยู่ในส่วนของด้านการศึกษา ด้านธุรกิจและการพาณิชย์ และด้านการบันเทิง แต่ข้อมูลสารสนเทศก็ยังมีข้อดีและข้อเสียที่ควรพิจารณาเพื่อให้นำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ให้มากที่สุด จากแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตดังกล่าว ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นกรอบการศึกษา เพื่อนำมาใช้ตั้งคำถามแบบสอบถามแสดงให้เห็นถึงส่วนของการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้เว็บไซต์กูเกิลว่ามีทัศนคติและพฤติกรรมในการสืบค้นข้อมูลอย่างไร

แนวคิดเรื่องการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

นิยามการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (กิตติ สิริพัฒน, 2543)

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายเป็นกิจกรรมที่เป็นการสื่อสาร 2 ทาง และเป็นกิจกรรมที่นักการตลาดสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคได้ทั่วโลกและตลอดเวลา

ส่วนผสมทางการตลาด (สวัสดิการกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, คู่มือผู้ประกอบการมืออาชีพเล่ม 3 e-commerce พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, น. 115 – 188)

ในโลกการตลาดนั้นมีโมเดลแบบ 4Ps แต่ในโลกของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ จะมี P เพิ่มมาอีก 2 ตัว นั่นคือ

1. Product ผลิตภัณฑ์ เราสามารถนำสินค้าทุกอย่างมาขายผ่านอินเทอร์เน็ตได้ เราสามารถแบ่งสินค้าเป็นสองประเภท คือสินค้าที่ส่งผ่านเครือข่ายได้โดยตรงได้แก่สินค้าดิจิทัลและสินค้าที่จับต้องได้ทั่วไปเช่นกระเป๋า หนังสือ ไต้ะ ตัวอย่างสินค้าดิจิทัลได้แก่

1.1 ซอฟต์แวร์ ต่างๆ

1.2 เพลง จากเทคโนโลยี MP3 ทำให้สามารถลดขนาดของไฟล์เพลงลง การขายหรือส่งเพลงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำได้ง่าย

1.3 E-Book เป็นหนังสือที่อยู่รูปดิจิทัล

1.4 รูปภาพ เมื่อเป็นดิจิทัลเราสามารถขายรูปภาพดิจิทัลผ่านทางเว็บไซต์ได้

นอกจากนี้ยังมีสินค้าอีกมากที่มีการคิดค้นเป็นนวัตกรรมใหม่ในรูปแบบดิจิทัลออกสู่ตลาด ข้อดีของสินค้าดิจิทัลก็คือเมื่อมีทำต้นแบบเสร็จแล้วสามารถนำไปก็อปปี้อขายได้ง่าย เมื่อจ่ายเงินแล้วสามารถดาวน์โหลดสินค้าได้ทันที การขายสามารถขายได้ตลอดเวลานอกจากนี้ยังตรวจสอบได้ตลอดเวลาว่ามีคนซื้อสินค้าไปกี่คน ได้โหลดไฟล์สินค้าไปกี่ครั้ง เป็นใครมาจากไหน แต่ข้อเสียของสินค้าแบบนี้คือลูกค้าสามารถนำไปก็อปปี้หรือส่งต่อให้กับคนอื่นต่อไปได้ง่ายดังนั้นปัญหาลำคัญคือการละเมิดลิขสิทธิ์

2. Price ราคา การตั้งราคาของสินค้าถือเป็นปัจจัยสำคัญการตั้งราคาที่เหมาะสมทำให้สินค้าน่าสนใจและทำให้ธุรกิจอยู่รอด

3. Place ช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายในธุรกิจนี้คือตัวเว็บไซต์ ดังนั้นการทำให้เว็บไซต์มีความโดดเด่นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เช่นด้านการใช้งานควรใช้ง่าย สะดวก รวดเร็วและจดจำชื่อได้ง่าย

4. Promotion การส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายสามารถทำได้หลายช่องทางในหลายๆ สื่อทั้งสื่อออนไลน์เช่นเว็บไซต์และสื่อดิจิทัล

5. Privacy การรักษาความเป็นส่วนตัว การเก็บรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้าเช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขบัตรเครดิต หรืออีเมลเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับการทำธุรกิจ ดังนั้นเว็บไซต์ควรกำหนดนโยบายการรักษาข้อมูลส่วนตัวเพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าและจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

6. Personalize การให้บริการแบบเจาะจงบุคคล การทำพยานิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีข้อได้เปรียบเมื่อเทียบกับการให้บริการในสื่ออื่นๆ เนื่องจากสามารถสื่อสารได้สองทางและตอบสนองลูกค้าได้ทันที ทำให้สามารถนำเสนอบริการต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการแบบเจาะจงบุคคล เป็นการติดต่อการค้าแบบหนึ่งต่อหนึ่งทำให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้อง แม่นยำ

ลักษณะพิเศษของการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ (กิตติ สิริพัลลพ, 2543)

1. ตลาดเป็นตลาดเฉพาะเจาะจง (Niche Market) ลูกค้ามาที่เว็บไซต์มีจุดมุ่งหมายจะซื้อสินค้าที่อยากได้เช่น ผู้ซื้อกระเป๋า ก็จะเข้ามาดูเว็บที่ขายกระเป๋า

2. เป็นการแบ่งส่วนตลาดเชิงพฤติกรรม (Behavioral Segmentation) การจัดกลุ่มลูกค้าพิจารณาจากความ สนใจคุณค่าที่ลูกค้าให้ต่อสินค้าหรือบริการใดบริการหนึ่ง และวิถีชีวิตของลูกค้า ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมของลูกค้า

3. เป็นการตลาดแบบตัวต่อตัว (Personalize Marketing /P-Marketing) ลูกค้าสามารถกำหนดรูปแบบของสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของตนซึ่งอาจจะแตกต่างกับผู้อื่น การตลาดแบบนี้มีลูกค้ากระจายอยู่ทั่วโลก เพราะระบบอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ทุกพื้นที่ทั่วโลก ทำให้ตลาดกว้างใหญ่ไพศาล

4. สามารถทำธุรกิจได้ตลอดเวลา ผู้ขายสามารถเปิดร้านขายได้ ตลอดเวลา 365 วัน 24 ชั่วโมง โดยมาตรฐานคงที่ ซึ่งคุณลักษณะข้อนี้ได้เปรียบกับการค้าแบบดั้งเดิม ซึ่งบุคลากรต้องการพักผ่อน ถ้าต้องการขาย 24 ชั่วโมง ต้องใช้พนักงานขายถึง 2-3 คน

5. ข้อมูลของสินค้าและบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคจะรู้จักและเกิดความรู้ในสินค้า (Product Knowledge) จากข้อมูลบนจอคอมพิวเตอร์ ไม่ต้องมีพนักงานขายคอยแนะนำ

6. ธุรกิจออนไลน์เป็นกิจกรรมทางการตลาดแบบผสม บนเว็บไซต์การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขาย การชำระเงินและกิจกรรมอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าอยู่ร่วมกันบนเว็บไซต์

7. เป็นการสื่อสาร 2 ทางผู้ซื้อและผู้ขายสามารถโต้ตอบกันได้ทันที

8. เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยต้นทุนต่ำ เพราะใช้บุคลากรจำนวนน้อย การสื่อสารการตลาดทำได้รวดเร็วและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ซึ่งถ้าเป็นการตลาดแบบดั้งเดิมการจัดทำ แค็ตตาล็อก หรือชิ้นงานโฆษณาจะต้องใช้เวลานาน และใช้งบประมาณสูง แต่ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ผู้ขายสามารถจัดทำได้รวดเร็วและราคาถูก นอกจากนี้ธุรกิจแบบนี้ยังไม่จำเป็นต้องมีทรัพยากรสินถาวรที่ราคาสูง เช่นสถานที่ทำงาน อุปกรณ์สำนักงาน เพราะติดต่อกับลูกค้าบนจอคอมพิวเตอร์เท่านั้น

9. สินค้าบางประเภทจะถูกจัดส่งให้ลูกค้าได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว เช่นการดาวน์โหลดเพลง หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ความแตกต่างระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมกับการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

(กิตติ สิริพัลลพ, 2543)

ถ้าพิจารณาในเชิงเปรียบเทียบระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ พอสรุปได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

เปรียบเทียบระหว่างการตลาดแบบดั้งเดิมและการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยทางการตลาด	การตลาดแบบดั้งเดิม	การตลาดอิเล็กทรอนิกส์
ลูกค้า	หลากหลาย	เฉพาะกลุ่มส่วนใหญ่มีความรู้ค่อนข้างสูง เป็นคนเมืองส่วนใหญ่
การวิจัยตลาด	มักทำกับกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่ม	ทำกับบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
การแบ่งส่วนตลาด	ใช้เกณฑ์สภาพภูมิศาสตร์ และประชากรศาสตร์เป็นหลัก	ใช้เกณฑ์พฤติกรรมศาสตร์เป็นหลัก
ประเภทของสินค้า	แบ่งได้หลายประเภทแบบที่นิยมคือแบ่งตามพฤติกรรมผู้บริโภคคือแบ่งเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรมและบริการ	แบ่งตามวิธีการขนส่งคือสินค้าที่ต้องการใช้บริการจัดส่งกับสินค้าที่ดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ต
สินค้า	บริษัทพัฒนาสินค้าแล้วทดสอบการยอมรับจากผู้บริโภค	ส่วนมากเป็นการผลิตตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย มีความยืดหยุ่น สูง
ราคา	กำหนดโดยบริษัท	ขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการที่ลูกค้าเลือกดังนั้นลูกค้าจึงเป็นผู้กำหนดราคา
การจัดการการขาย	ลูกค้าพิจารณาข้อมูลจากการนำเสนอของพนักงานขายหรือสื่อโฆษณาอื่นๆ	เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ผู้ซื้อเป็นผู้เลือกข้อมูลตามความต้องการของตน
ช่องทางจัดจำหน่าย	ขายผ่านคนกลางหรือพนักงานขาย	ขายตรงไปยังผู้ซื้อ
การครอบคลุมเขตการขายการสื่อสารการตลาด	ใช้ทั้งกลยุทธ์ผลัก (Push strategy) และกลยุทธ์ดึง (Pull strategy) คือโฆษณาทั้งคนกลางและผู้บริโภค	สามารถขายได้ทุกที่ทั่วโลก ใช้กลยุทธ์ดึง (Pull strategy) คือโฆษณาตรงไปยังผู้บริโภค

ประเภทของสินค้าและบริการ

สินค้าและบริการที่นำเสนอขายทางอิเล็กทรอนิกส์แบ่งประเภทตามการขนส่ง ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. สินค้าที่จับต้องได้ (Hard Goods) เป็นสินค้าที่ผู้ขายต้องจัดส่งไปให้ผู้ซื้อ ถ้าผู้ขายขายสินค้าประเภทนี้จะต้องจัดหาบริษัทขนส่งสินค้าศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขการจัดส่งของแต่ละบริษัท อาทิ การคำนวณค่าขนส่ง ประเภทของสินค้าที่รับขนส่ง ปริมาณการขนส่ง เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังต้องจัดการเกี่ยวกับโกดังสินค้าเพราะต้องสต็อกสินค้าเอาไว้ เพื่อเตรียมขายการจัดส่งให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเป็นจุดขายที่ดี แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นจุดอ่อนในด้านค่าใช้จ่ายที่บริษัทต้องเสียไปในการจัดเก็บสินค้า

2. สินค้าที่จับต้องไม่ได้ (Soft Goods) เป็นสินค้าที่ผู้ขายไม่จำเป็นต้องจัดส่งให้ผู้ซื้อ เพราะเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อสามารถดึงหรือเรียกว่าดาวน์โหลดจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ขายมาเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ซื้อ สินค้ากลุ่มนี้ได้แก่ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ข้อมูลประเภทต่างๆ และเพลง เป็นต้น การขายสินค้าประเภทนี้ใช้เงินลงทุนต่ำกว่าประเภทแรก เพราะสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและงานได้หลายรายการ อาทิ ค่าก่อสร้างโกดังเก็บสินค้า เงินลงทุนในสินค้าคงคลัง และค่าใช้จ่ายในการจัดส่งสินค้า เป็นต้น แต่ผู้ขายสินค้าประเภทนี้จะต้องลงทุนในเทคโนโลยี ซึ่งบางครั้งจะต้องให้ผู้ซื้อดาวน์โหลดโปรแกรมบางโปรแกรมจึงจะสามารถใช้บริการของผู้ขายได้

3. บริการ (Service) เป็นบริการที่ผู้ขายจัดขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยไม่ได้ขายสินค้าหรือบริการ บริการที่เสนออาจเป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต เช่น บริการของอินเทอร์เน็ตเซอร์วิสโพรไวเดอร์ (Internet service provider-ISP) ซึ่งบริษัทที่เป็นผู้ให้บริการกับเจ้าของร้านค้าหรือบุคคลทั่วไปในการจับจองเนื้อที่ของเว็บไซต์เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ หรือบริการในการค้นหาข้อมูลซึ่งเรียกว่าเสิร์ชเอนจิน (Search engine) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเว็บไซต์ส่วนใหญ่มักจะมีสินค้าและบริการครบทั้ง 3 ประเภท เพื่อเป็นการบริการลูกค้าครบวงจร

เครื่องมือหลัก ๆ ในการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

1. เวิลด์ไวด์เว็บ (WWW) คือ การจัดทำเว็บไซต์เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดเช่นเพื่อขายสินค้า เพื่อประชาสัมพันธ์
2. อีเมล (E-mail) หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการจัดส่งข้อมูลข่าวสารไปยังลูกค้า หรือบุคคลที่ติดปะด้วย
3. เมลลิงลิสต์ (Mailing list) คือกลุ่มของบุคคลที่มีความสนใจเรื่องเดียวกัน ซึ่งในด้านการตลาดถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญมาก เพราะเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เนื่องจากแต่ละกลุ่มจะประกอบด้วยคนที่สนใจในเรื่องเดียวกัน
4. เว็บบอร์ด (Web board) คือ กระดานข่าวที่ให้ผู้คนเข้ามาเสนอแนวความคิดหรือพูดคุยกัน ในด้านการตลาดสามารถใช้เว็บบอร์ดเป็นที่สร้างกระแสได้ ซึ่งจะทำให้ผู้คนรู้จักหรือทราบในเรื่องที่เราต้องการสื่อสารซึ่งถือเป็นการสื่อสาร (Medium) ชนิดหนึ่งในการประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ของการตลาดอิเล็กทรอนิกส์

การตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นประโยชน์ต่อผู้ซื้อ และผู้ขายทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างรวดเร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำ ข้อดีของการตลาดแบบนี้พอสรุปได้ดังนี้

ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ

1. ประหยัดเงิน มีค่าใช้จ่ายเริ่มต้นต่ำและถูกกว่าเมื่อเทียบกับสื่ออื่น เนื่องจากไม่มีค่ากระดาษ ค่าแถมปีหรือค่าจัดส่ง
2. ประหยัดเวลาและลดขั้นตอนทางการตลาด สามารถติดตามดูผลได้ทันทีว่ามีคนเห็นกี่คนมีคนคลิกกี่คน หรือมีคนเข้าไปซื้อสินค้าจริงกี่คน
3. ผู้ขายสามารถกำหนดขอบวนการการซื้อได้ จากการติดตามผลได้ว่ามีคนเห็นโฆษณากี่คน มีคนคลิกกี่คน หรือมีคนเข้าไปซื้อสินค้าจริงๆ ได้กี่คนในทันที
4. ผู้ขายสามารถให้ข้อมูลแก่ลูกค้าได้มากเท่าที่ลูกค้าต้องการและข้อมูลจะเป็นมาตรฐานตลาดกว้างใหญ่ไพศาล เพราะสามารถขยายตลาดได้ทั่วโลก ดังนั้นระยะทางและเวลาจะไม่เป็นอุปสรรคสำหรับการขาย
5. กำจัดอุปสรรคในการขายสินค้าในบางประเทศเพราะสามารถขายให้กับทุกคนที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์
6. สามารถขายและสื่อสารได้ตลอดเวลาด้วยมาตรฐานเดียวกัน 365 วัน 24 ชั่วโมง

7. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทำได้กว้างขวางเพราะสามารถเชื่อมโยงกับเว็บต่างๆ ได้ ผู้สนใจสามารถค้นหาข้อมูลจากเว็บอื่นได้ทำให้เข้าถึงผู้ซื้อได้จำนวนมากมายมหาศาล

8. สามารถตอบสนองลูกค้าได้ทันที ด้วยข้อมูลจากผู้ซื้อที่สามารถติดต่อกันในลักษณะสองทางแบบ interactive ทำให้นักการตลาดปรับแผนและกลยุทธ์การตลาดได้อย่างรวดเร็ว ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นของผู้ซื้อจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสินค้า ราคา เงื่อนไขและกลยุทธ์การตลาดต่างๆ ได้

9. ผู้ประกอบการสามารถสืบหาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของคู่แข่งได้โดยเข้าไปในเว็บไซต์ของคู่แข่งก็จะทราบกลยุทธ์การตลาด ทำให้สามารถปรับแผนการตลาดได้อย่างรวดเร็ว

ประโยชน์สำหรับลูกค้า

1. ลูกค้าสามารถเลือกสินค้าและบริการได้ทั่วโลก ทำให้ได้รับสิ่งที่ดีที่สุดผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าน้อยลง เพราะผู้ขายไม่ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายผ่านทางคนกลาง

2. ผู้ซื้อประหยัดเวลาในการเลือกซื้อ

จากแนวคิดทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เช่น คอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้ไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อหรือผู้ขาย ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบการศึกษา เพื่อนำมาใช้ตั้งคำถามแบบสอบถามแสดงให้เห็นถึงส่วนของการตลาดที่มีบนอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ว่ามีทัศนคติและพฤติกรรมอย่างไร

แนวคิดการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศผ่านทางโปรแกรม ค้นหาหรือเสิร์ชเอนจิน

การสืบค้นสารสนเทศ

จากการที่จำนวนข้อมูลสารสนเทศได้เพิ่มปริมาณขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีการผลิตออกมาในหลากหลายสาขาวิชาและรูปแบบเช่นหนังสือบทความ วารสาร งานวิจัย เทปบันทึกเสียง วิดีทัศน์ และปัจจุบันข้อมูลสารสนเทศเหล่านี้ได้มีการจัดเก็บในฐานข้อมูลรูปแบบของสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมโยงกับระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถสืบค้นสารสนเทศเหล่านั้นทางอินเทอร์เน็ตได้ การใช้โปรแกรมค้นหาเป็นเครื่องมือสืบค้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยค้นหาข้อมูลที่ต้องการจากปริมาณมหาศาลของข้อมูลสารสนเทศในเวลาอันรวดเร็วได้

ความหมายของโปรแกรมค้นหา

โปรแกรมค้นหา หมายถึงโปรแกรมค้นหาตำแหน่งที่ตั้งของข้อมูลหรือค้นหาสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต โดยการพิมพ์คำ หรือเลือกรายการที่กำหนดให้ และโปรแกรมจะแสดงผลข้อมูลจากฐานข้อมูลที่มีอยู่ในรูปเอกสาร หรือแฟ้มข้อมูลต่างๆ

โปรแกรมค้นหบบนเว็บไซต์ไวด์เว็บมี 2 ลักษณะคือ

1. การใช้เครื่องมือที่องค์กรของแหล่งทรัพยากรสารสนเทศจะเรียงชื่อเรื่องไว้
2. ใช้โปรแกรมค้นหาประเภทที่ต้องการแล้วแต่เรื่องที่ค้นว่าเป็นเรื่องใด การค้นแยกเป็นบรรณานุกรมและโปรแกรมค้นหาตามประเภทของแหล่งทรัพยากรสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ไวด์เว็บ โกลบอล เอฟทีพี และอื่นๆ โปรแกรมค้นหาบางประเภทสามารถค้นแหล่งทรัพยากรสารสนเทศได้มากกว่า 1 ประเภท

ประโยชน์ของโปรแกรมค้นหา

1. โปรแกรมค้นหามีระบบจัดเก็บที่ดี และมีฐานข้อมูลขนาดใหญ่ทำให้สามารถค้นหาแหล่งข้อมูลได้อย่างหลากหลายทั้งแบบข้อความ สื่อประสมและเป็นปัจจุบัน
2. ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาในการค้นหา
3. โปรแกรมค้นหาสามารถเชื่อมโยงผู้ใช้ไปสู่แหล่งสารสนเทศอื่นๆ ได้อย่างกว้างขวาง
4. โปรแกรมค้นหาหลายประเภทให้เลือกใช้ได้ตามความต้องการของผู้ใช้เช่น โปรแกรมค้นหาทั่วไป และแบบเฉพาะด้าน เป็นต้น
5. โปรแกรมค้นหาแนะแหล่งสารสนเทศที่น่าสนใจในขณะที่ค้นหา ทำให้สามารถค้นหาข้อมูลได้ครอบคลุมเรื่องที่ต้องการ

องค์ประกอบและวิธีการทำงานของโปรแกรมค้นหา

โดยทั่วไปสามารถแบ่งองค์ประกอบของโปรแกรมค้นหาตามหน้าที่การทำงานได้ 3 ส่วนคือ ตัวสำรวจหรือรวบรวมข้อมูล ตัวทำบรรณานุกรมและฐานข้อมูล และโปรแกรมสืบค้นข้อมูล ส่วนต่างๆ เหล่านี้มีลักษณะการทำงานแตกต่างกันออกไป (สุนัสนริน หวังสุนทรชัย, 2541, น. 21) ดังนี้

1. สไปเดอร์ (Spider) เป็นตัวสำรวจหรือรวบรวมข้อมูล อาจเรียกว่าโรบอต (Robot) หรือครอลเลอร์ (Crawler) ทำหน้าที่เดินทางไปยังเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและส่งข้อมูลที่ได้อีกมายังตัวจัดทำบรรณานุกรมและฐานข้อมูล เพื่อทำการประมวลผลในการจัดทำบรรณานุกรมให้กับเอกสารเว็บที่ได้สำรวจมาและจัดเก็บในฐานข้อมูล ตามแต่ละกลไกการสืบค้นของโปรแกรมค้นหา โปรแกรมค้นหาหนึ่งๆ มักมีตัวสำรวจหลายตัวเพื่อความเร็วในการสำรวจและเก็บข้อมูล ซึ่งมีผลต่อความทันสมัยของข้อมูล เนื่องจากข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมีลักษณะเฉพาะตัวที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ มีการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลสูงและเกือบตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีข้อมูลใหม่เพิ่มขึ้น

อย่างรวดเร็ว ซึ่งวิธีการและระยะเวลาในการสำรวจข้อมูล รวมถึงการกลับไปยังเว็บไซต์ที่เคยสำรวจเพื่อตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของแต่ละโปรแกรมค้นหาจะแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายหรือความสามารถของตัวสำรวจ

2. ตัวทำดัชนีและฐานข้อมูล (Indexer and database) ทำหน้าที่เป็นส่วนจัดเก็บข้อมูลที่ได้รับจากตัวสำรวจ โดยทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้และจัดทำดัชนีให้แก่เอกสารต่างๆ เหล่านั้น โดยในส่วนนี้จะมีซอฟต์แวร์ (Software) ที่ช่วยในการจัดทำดัชนีเพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลได้สะดวกขึ้น วิธีการจัดทำดัชนีในแต่ละโปรแกรมค้นหาจะแตกต่างกันไป บางโปรแกรมค้นหาอาจจัดทำดัชนีให้แก่ทุกคำในเอกสาร บางโปรแกรมค้นหาอาจจัดทำดัชนีเฉพาะส่วนชื่อเรื่องและหัวข้อใหญ่ เป็นต้น นอกจากนี้ข้อมูลที่ทำกรจัดเก็บในฐานข้อมูลจะเก็บเฉพาะเนื้อหาโดยย่อของเอกสารเท่านั้น ซึ่งอาจคัดลอกมาจากส่วนใดส่วนหนึ่งของเอกสาร และเก็บยูอาร์แอลของเอกสารนั้นไว้ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลโดยตรงเมื่อผู้ใช้ทำการสืบค้นข้อมูล และพบว่าเอกสารนั้นตรงกับความต้องการ

3. โปรแกรมสืบค้นข้อมูล (Search engine software) ทำหน้าที่เปรียบเทียบความเกี่ยวข้องระหว่างคำที่ผู้ใช้ป้อนลงไป กับคำที่มีการจัดทำดัชนีแก่เอกสารว่ามีความตรงกันมากน้อยเพียงใด จากนั้นจึงจัดลำดับความเกี่ยวข้องของเอกสารหรือข้อมูลที่ตรงกับคำค้นที่ผู้ใช้ใช้สืบค้นโดยแสดงปริมาณความเกี่ยวข้องออกมาพร้อมกับการแสดงผล แสดงเนื้อหาโดยย่อและยูอาร์แอลของเอกสาร เพื่อให้ผู้ใช้ได้เชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูล ซึ่งโปรแกรมสืบค้นข้อมูลแต่ละตัวจะมีวิธีจัดเรียงลำดับการแสดงผลแตกต่างกันออกไป

การแสดงผลการสืบค้น

ในส่วนของการแสดงผลการสืบค้น โปรแกรมค้นหาจะทำการแสดงรายการที่ค้นพบทั้งหมด และเรียงลำดับที่เห็นว่าตรงกับคำค้นมากที่สุดให้เป็นรายการแรกๆ ซึ่งโดยทั่วไปจะถือว่าอันดับรายการที่แสดง 1- 20 รายการแรกจะตรงกับคำค้นมากที่สุด ซึ่งผลสรุปเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลลัพธ์บนหน้าจอแรกของโปรแกรมค้นหา 12 ตัว โดย วิไลพร เลิศมหาเกียรติ, ภูริวัตร คัมภีรภาพพัฒน์ และอนิราช มิ่งขวัญ (2551, น. 93 – 95) คือจะปรากฏชื่อ และสัญลักษณ์ของโปรแกรมค้นหาวางในตำแหน่งบนสุดทางด้านซ้ายมือ และมีองค์ประกอบที่เป็นประโยชน์ในหน้าจอแรกดังนี้

1. ส่วนกำหนดคำค้นเป็นช่องทางให้ผู้สืบค้นพิมพ์คำค้นหรือวลีหรือประโยคลงไป
2. สารบัญคำค้น เป็นส่วนที่โปรแกรมค้นหาหลายตัวนำมาเสนอสำหรับช่วยผู้สืบค้นที่ขาดทักษะในการกำหนดคำค้น ให้สามารถเลือกคลิกจากหมวดใหญ่ๆ ลงไปหาหมวดย่อยจนกว่าจะพบข้อมูลที่ต้องการ
3. การค้นหาขั้นสูง โปรแกรมค้นหาจะให้ผู้สืบค้นสามารถจำกัดขอบเขตการสืบค้นข้อมูลได้ โดยเลือกช่องทางการค้นหาขั้นสูง (Advance Search) เพื่อกำหนดเงื่อนไขต่างๆ โดยผู้สืบค้นควรมีทักษะในการใช้ เนื่องจากโปรแกรมค้นหาแต่ละตัวมีเทคนิคในการค้นที่ต่างกัน
4. จำนวนแหล่งข้อมูลที่พบ เป็นส่วนที่โปรแกรมค้นหานำมาแสดงผลให้ทราบถึงความสามารถในการค้นหาข้อมูลของระบบ และบอกให้ทราบว่าคำค้นนั้นเป็นคำค้นที่กว้างไปหรือไม่
5. เวลาที่ใช้ในการสืบค้น การบอกระยะเวลา ในการรอการแสดงผลทำให้ผู้สืบค้นรู้ถึงเวลามากน้อยที่จะต้องรอคอย หากเวลาน้อยแสดงถึงความสามารถของระบบสืบค้น
6. หัวข้อเรื่องที่ปรากฏที่หน้าจอแสดงผล จะใช้วิธีดึงมาจากชื่อเรื่องในเว็บไซต์นั้นๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ตัวอักษรเป็นสีฟ้าและมีการเน้นโดยการขีดเส้นใต้ให้ผู้สังเกตเห็นได้ชัดเจน
7. สรุปเนื้อหาในแหล่งข้อมูล โปรแกรมค้นหาควรจะให้เนื้อหาโดยสังเขปของแหล่งข้อมูลนั้นๆ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 7 เพื่อให้ผู้สืบค้นได้อ่านและตัดสินใจได้ว่าควรจะเปิดดูหรือไม่
8. ขนาดของแฟ้มข้อมูล โปรแกรมค้นหาที่ดีควรจะระบุขนาดของแฟ้มข้อมูลที่ค้นพบเพื่อช่วยให้ผู้สืบค้นตัดสินใจว่าจะเปิดเข้าไปดูหรือไม่หากข้อมูลนั้นมีขนาดใหญ่
9. วันที่เคยมีการสืบค้น พบได้ในโปรแกรมค้นหาบางตัวเช่น Google, Live Search ซึ่งจะระบุวันเดือนปีล่าสุดในเว็บที่ผู้สืบค้นเคยเปิดเข้าไปดูมาแล้ว ทั้งนี้จะเป็นการเตือนผู้สืบค้นที่ต้องการกลับไปหาแหล่งข้อมูลเดิมก็สามารถเปิดดูโดยไม่ต้องไปค้นหาแหล่งข้อมูลอื่นๆ อีก
10. ที่อยู่ของแหล่งข้อมูล โปรแกรมค้นหาทุกตัวจะแสดงที่อยู่ของแหล่งข้อมูลในรูปของยูอาร์แอลและมีการเชื่อมโยงไปยังหน้าที่ปรากฏสารสนเทศในเว็บไซตนั้น
11. ความสัมพันธ์กับโปรแกรมค้นหาอื่น ในปัจจุบันโปรแกรมค้นหาส่วนใหญ่จะเป็นพันธมิตรกัน เพื่อลดการเก็บข้อมูลซ้ำซ้อนและเป็นทางเลือกให้ผู้สืบค้นสามารถเลือกใช้ได้
12. หน้าที่เชื่อมโยง เป็นส่วนที่ดึงดูดไม่ให้ผู้สืบค้นหันไปใช้โปรแกรมค้นหาตัวอื่น โดยบอกให้ผู้สืบค้นทราบว่ามีการมีสารสนเทศที่คล้ายคลึงกับที่ต้องการอยู่ที่ใดบ้าง ซึ่งอาจใช้คำที่ต่างกัน เช่น Google และ AOL ใช้คำว่า Similar Pag ในขณะที่ AltaVista ใช้คำว่า More Pag หรืออาจจะระบุเป็นชื่อของโปรแกรมค้นหานั้น

13. การเก็บหน้าเว็บไซต์ เป็นที่นิยมในโปรแกรมค้นหาส่วนใหญ่ เช่น Google, Ask และ Gigablast จะเก็บในลักษณะ Cache ทั้งนี้เพื่อลดภาระงานในการไปดึงข้อมูลจากเว็บไซต์ และยังเป็นการช่วยประหยัดเวลาของผู้ใช้ในการรอผลจากการสืบค้น และอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้สามารถสืบค้นเว็บไซต์ที่เคยใช้แม้ว่าสถานะภาพของเว็บไซต์เปลี่ยนไปหรือปิดตัวลง

14. เครื่องมือแนะนำการค้นหา มีในโปรแกรมค้นหา เช่น AltaVista, Ask มีการแนะนำคำค้นที่มีความหมายใกล้เคียงหรือคำค้นที่มีนัยเดียวกัน สำหรับผู้ใช้มือใหม่ที่ยังขาดทักษะในการใช้เครื่องมือสืบค้น

15. รายนามผู้ให้การสนับสนุน เป็นส่วนที่ไม่จำเป็นสำหรับผู้สืบค้น แต่เป็นที่มาของรายได้ของโปรแกรมค้นหา ทำให้โปรแกรมค้นหาหลายตัวแบ่งพื้นที่หน้าจอเพื่อแสดงข้อมูลของผู้ให้สนับสนุน อาจทำให้ผู้สืบค้นเข้าใจผิดว่าเป็นผลลัพธ์ที่ระบบนำเสนอ

16. เครื่องมือช่วยพิมพ์คำค้น โปรแกรมค้นหาหลายตัวช่วยผู้สืบค้นในการกำหนดคำค้นด้วยการเสนอกลุ่มคำที่มีความสัมพันธ์กับตัวอักษรที่พิมพ์เพื่อให้เลือกใช้คำค้นได้ง่ายขึ้น

17. การสะกดคำ โปรแกรมค้นหาที่ดีจะให้ความสำคัญต่อการสะกดคำในกรณีที่ทำการพิมพ์ผิดพลาดเช่น Google จะแสดงคำพิมพ์ที่แสดงว่าเป็นคำที่น่าจะถูกต้อง ซึ่งโปรแกรมค้นหาส่วนใหญ่จะไม่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากนัก ทำให้ผู้สืบค้นต้องเสียเวลาในการหาข้อมูล

18. การแสดงผลที่เป็นกราฟิก เป็นส่วนที่โปรแกรมค้นหาควรคำนึงถึง เพราะกราฟิกจะกระตุ้นความสนใจของผู้สืบค้นมากกว่าการใช้ตัวหนังสือ แต่โปรแกรมค้นหามักจะเน้นนำเสนอข้อมูลที่เป็นตัวอักษรเกือบทั้งหมด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะต้องการความรวดเร็วในการแสดงผล ยกเว้น KartOO ซึ่งเป็นโปรแกรมค้นหาที่นำโปรแกรมแฟลชมาใช้ในการแสดงผล

19. ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ เป็นส่วนที่มีประโยชน์ต่อผู้สืบค้น ที่ทำให้ผู้สืบค้นได้เห็นตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ก่อนเพื่อช่วยในการตัดสินใจได้ว่าตรงตามความต้องการหรือไม่ โดยไม่ต้องเสียเวลาเปิดเข้าไปในเว็บไซด์นั้นๆ

20. การแบ่งกลุ่มเอกสารที่พบในการแสดงผลหน้าจอ จะทำให้ผู้สืบค้นตรวจสอบผลลัพธ์ได้เร็วขึ้น เพราะการแสดงผลมีปริมาณมาก แต่ผู้สืบค้นเปิดดูเพียง 2-3 หน้า ส่งผลให้สารสนเทศที่มีคุณค่าอีกจำนวนมากที่ถูกมองข้าม หรือผู้สืบค้นไม่มีโอกาสเห็น การนำเสนอโดยการแบ่งกลุ่มทำให้ผู้สืบค้นไม่ต้องเสียเวลาไล่เปิดดูรายการที่ไม่ตรงประเด็นที่ต้องการ

เทคนิคและกลยุทธ์การค้นหา

ปัจจุบันสารสนเทศบนเว็บไซต์มีมากเกินความต้องการ ทำอย่างไรจึงจะค้นหาสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการอย่างมีประสิทธิภาพในเวลาอันรวดเร็ว เป็นเรื่องที่หลายคนคิดและพยายามหาวิธีการค้นหาให้เร็วขึ้น เทคนิคและกลยุทธ์การค้นหาก็เป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยให้ค้นหาได้รวดเร็ว โดยจะมีความหมายที่ถูกต้องหรือใกล้เคียงกับข้อมูลที่ต้องการ เพื่อประหยัดเวลาในการสืบค้น ได้ข้อมูลในปริมาณไม่มากเกินไป และได้ผลการสืบค้นที่ตรงตามประสงค์ ผู้สืบค้นสามารถใช้เทคนิคเหล่านี้ ได้แก่

1. เลือก Search Engine ที่เหมาะสม
2. เลือกเว็บไซต์ที่อยู่ใกล้และอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสม
3. การเลือกใช้คำสำคัญ (Keyword) หรือหัวเรื่อง (Subject) ที่ตรงกับเรื่องที่ต้องการ
4. กำหนดขอบเขตของคำค้น โดยใช้ตัวเชื่อมบูลีน (Boolean Operators) เช่น AND

OR NOT NEAR BEFORE เป็นต้น หรือการค้นวลี (Phrase Searching) การตัดคำ หรือการใช้คำเหมือน ดังต่อไปนี้

4.1 Boolean Operators

-AND หรือ เครื่องหมาย + ใช้เมื่อต้องการให้ค้นเอกสารที่มีคำทั้งสองคำปรากฏ เช่น ค้นหาคำว่า Research AND Thailand ข้อมูลที่ได้จะมีเฉพาะคำว่า Research และ Thailand อยู่ในเอกสาร

-OR ใช้เมื่อต้องการค้นหาเอกสารที่มีคำใดคำหนึ่งปรากฏ เช่น Research OR Thailand ข้อมูลที่ได้จะมีคำใดคำหนึ่งหรือมีทั้งสองคำปรากฏอยู่ในเอกสาร

-NOT หรือ เครื่องหมาย - ใช้เมื่อต้องการตัดคำที่ไม่ต้องการให้ค้นออก (คำหลัง NOT หรือ เครื่องหมาย -) เช่น Research NOT Thailand ข้อมูลที่ได้จะมีคำว่า Research แต่จะไม่มีคำว่า Thailand อยู่ในเอกสาร

-NEAR ใช้เมื่อต้องการให้คำที่กำหนดอยู่ห่างจากกันไม่เกิน 10 คำ ในประโยคเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน (อยู่ด้านหน้าหรือหลังก็ได้) เช่น Research NEAR Thailand ข้อมูลที่ได้จะมีคำว่า Research และ Thailand ที่ห่างกันไม่เกิน 10 คำ ตัวอย่างเช่น *Research on the Cost of Transportation in Thailand*

-BEFORE ใช้เมื่อต้องการกำหนดให้คำแรกปรากฏอยู่ข้างหน้าคำหลังในระยะห่างไม่เกิน 8 คำ เช่น Research BEFORE Thailand

-AFTER ใช้เมื่อต้องการกำหนดให้คำแรกปรากฏอยู่ข้างหลังคำหลังในระหว่างไม่เกิน 8 คำ เช่น Research AFTER Thailand

- (parentheses) ใช้เมื่อต้องการกำหนดให้ทำตามคำสั่งภายในวงเล็บก่อนคำสั่งภายนอกเช่น (Research OR Quantitative) and Thailand

4.2 การค้นวลี (Phrase searching)

เป็นการใช้เครื่องหมายอัฒภาค (“ ”) เมื่อต้องการกำหนดให้ค้นเฉพาะหน้าเอกสารที่มีการเรียงลำดับคำตามที่กำหนดเท่านั้น เช่น “Methodology Research”

4.3 การตัดคำ (Word stemming / Truncation)

เป็นการใช้เครื่องหมาย asterisk (*) ตามท้ายคำ 3 คำขึ้นไป เพื่อค้นหาคำที่ขึ้นต้นด้วยตัวอักษรที่กำหนด เช่น Research*

4.4 คำพ้องความหมาย (Synonym)

เป็นการใช้คำเหมือนที่มีความหมายเดียวกันหรือใกล้เคียงกันเพื่อช่วยให้ค้นเรื่องที่ครอบคลุม เช่น Ocean Sea Marine

ข้อดีและข้อเสียในการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์

มารยาท โยทองยศ (ม.ป.ป) อธิบายถึงข้อดีและข้อเสียในการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ต ดังนี้

ข้อดีในการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์

การสืบค้นข้อมูลสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีข้อดีหลักๆ ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของข้อมูลสารสนเทศกว้างขวางมาก มีความหลากหลาย ไร้พรมแดน
2. ข้อมูลสารสนเทศที่สืบค้นได้มีความทันสมัยมาก เนื่องจากผู้สร้างข้อมูลสามารถแก้ไขปรับปรุงได้ง่ายและทำได้ตลอดเวลา
3. สะดวกมาก ไม่มีข้อจำกัดในแง่ของเวลาและสถานที่ สามารถสืบค้นเวลาใดก็ได้ที่ใดก็ได้
4. สามารถสืบค้นได้ง่ายและรวดเร็วโดยอาศัย Search Engine
5. การได้มาซึ่งข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตใช้เวลาสั้นมาก เมื่อเทียบกับการส่งเอกสารวิธีอื่นๆ
6. การได้มาซึ่งข้อมูลนั้น ประหยัดทั้งเวลาและทรัพยากร

7. จัดเป็นห้องสมุดที่ใหญ่ที่สุดในโลก
8. ข้อมูลสารสนเทศที่สืบค้นมา มีประโยชน์มาก สามารถนำไปจัดหมวดหมู่
ทำฐานข้อมูล บรรณานุกรม และจัดการต่อได้โดยง่าย
9. ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Directed Learning) และส่งเสริมการเรียนรู้
ตลอดชีวิต (Life Long Learning)

ข้อเสียในการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์

1. ข้อมูลสารสนเทศที่มีอยู่มีความครอบคลุมกว้างขวางมาก มีความหลากหลาย
ไร้พรมแดน จึงทำให้ผู้ใช้ที่ไม่มีทักษะการสืบค้นอาจเกิดปัญหาเนื่องจากได้ข้อมูลสารสนเทศที่ไม่
ตรงตามความต้องการเป็นจำนวนมาก ทำให้เสียเวลา
2. ข้อมูลสารสนเทศถูกปรับปรุงแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว ทำให้การอ้างอิงเอกสารทำได้
ลำบาก เพราะการเข้าไปสืบค้นเอกสารอีกครั้งหนึ่งในวันข้างหน้า เอกสารดังกล่าวอาจจะไม่อยู่แล้ว
หรือเนื้อหาข้อความอาจถูกปรับเปลี่ยนไปได้
3. ข้อมูลสารสนเทศที่ได้มาจะต้องตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลที่ได้มา
ด้วยว่ามีความน่าเชื่อถือมากแค่ไหน

ปัญหาที่เกิดขึ้นในการค้นหาของผู้ใช้

แม้ว่าในการค้นหาข้อมูลจะมีเทคนิคและกลยุทธ์การค้นหาเกิดขึ้นมากมาย แต่ปัญหา
ในการใช้งานสืบค้นของผู้ใช้ก็ยังมีอยู่เสมอ (กรภัทร์ สุทธิดารา และ สัจจะ จรัสรุ่งรวีวร, 2543,
น. 6-9)

1. ผู้ใช้ไม่ได้วางแผนการค้นหา เป็นปัญหาแรกๆของผู้เริ่มต้น เพราะผู้ใช้บางคนใช้งาน
อินเทอร์เน็ตอย่างไร้จุดหมาย ท่องไปเรื่อยๆ อาจจะพบหรือไม่พบสิ่งที่ต้องการค้นหาวิธีการนี้
นอกจากจะทำให้การค้นหาข้อมูลไม่ได้ข้อมูลที่ต้องการแล้ว ยังเป็นการสิ้นเปลือง และเสียเวลา
วิธีการที่ดีควรมีการวางแผนให้ดีกว่านั้นว่าผู้ใช้ต้องการข้อมูลอะไรจากอินเทอร์เน็ต แต่การท่องไปใน
อินเทอร์เน็ตเรื่อยๆ ไร้ประโยชน์ เพราะบางครั้งผู้ใช้อาจพบเว็บไซต์แปลกๆ ที่ไม่ค่อยมีใครรู้จัก
ทำให้ได้เรียนรู้แนวความคิดใหม่ๆ จากเว็บไซต์เหล่านั้น
2. ปริมาณข้อมูลที่มีมากเกินไป เนื่องจากผลการค้นหามีมากจนไม่สามารถเลือกได้เช่น
ผลการค้นหาให้เลือกเป็นแสนเว็บเพจ การที่ได้อ่านผลการค้นหาที่เจาะเฉพาะลำดับต้นๆ อาจ
ทำให้เราพลาดโอกาสที่จะเจอเว็บเพจดีๆ ในลำดับกลางๆ หรือท้ายๆ แต่การอ่านผลการค้นหา
ทั้งหมดก็อาจต้องใช้เวลาเหมือนกัน

3. ไม่รู้จักเทคนิคการค้นหา ปัญหานี้คงต้องยอมรับว่าเว็บไซต์ต่างๆ ที่ให้บริการค้นหาต่างใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก การที่จะอธิบายว่าผู้ใช้งานต้องการค้นหาสิ่งใดนั้นต้องพิมพ์คำสำคัญหรือข้อความด้วยภาษาอังกฤษ ซึ่งถ้าผู้ใช้ใช้คำที่เจาะจงในการสืบค้นอาจจะได้ข้อมูลที่ไม่ตรงกับสิ่งที่เราต้องการ ดังนั้น ผู้ใช้งานอาศัยเทคนิคพิเศษที่เว็บไซต์แต่ละแห่งได้จัดเตรียมไว้สำหรับผู้ใช้งาน ซึ่งแต่ละเว็บไซต์จะมีเทคนิคที่ค่อนข้างแตกต่างกัน

4. ได้ข้อมูลไม่ตรงกับความต้องการ เรียกปัญหานี้ว่าความไม่แม่นยำในการค้นหา ซึ่งอาจเกิดจากตัวผู้ใช้งานก็ได้ที่บอกความต้องการไม่ชัดเจนพอว่าผู้ใช้งานต้องการอะไร หรือเกิดจากเว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาตีความไม่ดีพอ ถึงแม้ปัจจุบันเว็บไซต์หลายๆ แห่งจะมีการให้คะแนนความแม่นยำมาให้ผู้ใช้งานได้พิจารณา แต่ก็เป็นการใช้คะแนนจากฝ่ายผู้ให้บริการแต่ฝ่ายเดียว ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบจากสิ่งที่ผู้ให้บริการป้อนให้ แต่ถึงอย่างไรก็ตามความแม่นยำและตรงกับความต้องการตัดสินใจจากใครไม่ได้ นอกจากตัวผู้ให้บริการเอง

5. เพลิดเพลินกับการอ่านข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง ปัญหานี้ขึ้นอยู่กับตัวผู้ใช้งานที่บังเอิญค้นหาข้อมูลแล้วไปพบเว็บไซต์บางแห่งที่มีข้อมูลน่าสนใจกว่า จนผู้ใช้งานให้ความสนใจประเด็นอื่นๆ แทน แต่บางครั้งก็อาจเกิดจากเว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานพบที่ดูเหมือนว่าจะใช่สิ่งที่เราต้องการ แต่เมื่อเข้าไปอ่านหรือพิจารณาให้ดี กลับไม่ใช่สิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการ

6. ผลการค้นหามีการเปลี่ยนแปลง บ่อยครั้งที่ผู้ใช้งานคิดว่าจะพบเว็บไซต์ที่ต้องการ แต่เมื่อไปยังเว็บไซต์นั้นกลับปรากฏว่าไม่สามารถเข้าไปใช้งานได้ หรือเรียกว่า Broken Link ซึ่งอาจเป็นเพราะมีการเปลี่ยนแปลงด้านเนื้อหาหรือย้ายเว็บไซต์ ทำให้ผลการค้นหาที่ได้รับไม่มีการปรับปรุงข้อมูล

จะเห็นได้ว่าในการค้นหาข้อมูลหรือสารสนเทศให้ตรงกับความต้องการนั้นจำเป็นจะต้องอาศัยทักษะและประสบการณ์ในการกำหนดคำสำคัญ (Keyword) และการใช้ตัวดำเนินการซึ่งในแต่ละฐานข้อมูล (Database) หรือโปรแกรมค้นหาอาจมีวิธีการที่แตกต่างกันออกไป

ดังนั้นไม่ว่าผู้ใช้งานที่ต้องการใช้บริการโปรแกรมค้นหาต่างๆ จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมค้นหาเหล่านั้นว่ามีขอบเขตเนื้อหาอะไรบ้างหรือมีกลยุทธ์การค้นหาแตกต่างกันอย่างไร ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะสามารถค้นหาสารสนเทศ ให้ได้ตรงกับความต้องการมากที่สุดโดยเสียเวลาน้อยที่สุดด้วย

จากแนวคิดนี้ สามารถนำในส่วนการแสดงผลการสืบค้น ข้อดีและข้อเสียในการสืบค้นข้อมูลสารสนเทศทางอิเล็กทรอนิกส์ ปัญหาที่เกิดขึ้นในการค้นหาของผู้ใช้ มาเป็นกรอบการศึกษา

เพื่อนำมาใช้ตั้งคำถามแบบสอบถามแสดงให้เห็นถึงส่วนของการสืบค้นบนอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ว่ามีทัศนคติและพฤติกรรมอย่างไร และนำในส่วน เทคนิคและกลยุทธ์การค้นหา มาเป็นกรอบการศึกษา เพื่อนำมาใช้ตั้งคำถามแบบสอบถามแสดงให้เห็นถึงส่วนของการใช้เทคนิคในการสืบค้นของผู้ใช้ ว่ามีระดับการใช้เครื่องมือสืบค้นอย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ ได้มีนักวิชาการต่างๆ ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ทัศนคติ หมายถึง ท่าทีหรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525)

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอกในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง อาจเป็นในการสนับสนุนหรือโต้แย้งคัดค้านก็ได้ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520)

ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางจิตซึ่งเกิดขึ้นโดยอาศัยประสบการณ์และสภาวะ ของความพร้อม ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อบุคคล (สงวน สุทธิเลิศอรุณ, 2525)

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิ์วัฒน์ (2536) ได้รวบรวมคุณลักษณะของทัศนคติบางด้านที่นักทฤษฎีทาง ทัศนคติจำนวนไม่น้อยมีความเห็นพ้องต้องกันและเป็นคุณลักษณะที่น่าสนใจศึกษาเนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ฉะนั้น การศึกษาและทำความเข้าใจทัศนคติ จำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้มาอธิบาย
2. ทัศนคติมีคุณลักษณะของการประเมิน ซึ่งคุณลักษณะข้อนี้เป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ทัศนคติแตกต่างกันอย่างแท้จริงจากแรงผลักดันภายในอื่นๆ
3. ทัศนคติมีคุณภาพและความเข้ม คุณภาพของทัศนคติเป็นสิ่งที่ได้จากการประเมินเมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผลก็อาจมีทัศนคติทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทัศนคติทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ส่วนความเข้มของทัศนคติจะบ่งบอกถึงความมากน้อยของทัศนคติทางบวกหรือลบนั่นๆ

4. ทศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนง่าย ด้วยเหตุนี้เองการเผยแพร่วิทยาการเกษตรแผนใหม่จึงมักประสบปัญหาเพราะการเปลี่ยนทัศนคติดังกล่าวเป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ถนัดนัก

5. ทศนคติต้องมีสิ่งที่มีหมายถึง (Attitude object) ที่แน่นอน นั่นคือ ทศนคติต่ออะไร ต่อบุคคล ต่อสิ่งของ หรือต่อสถานการณ์จะไม่มีทศนคติลอยๆ ที่ไม่หมายถึงสิ่งใด

6. ทศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์ เช่น ระหว่างบุคคลกับสิ่งของบุคคลอื่นๆ หรือสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกสูงใจ นอกจากความสัมพันธ์ข้างต้น ยังมีความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละทัศนคติ

องค์ประกอบที่ใช้วัดทัศนคติ

Rosenburg และ Hovland ได้แบ่งองค์ประกอบที่ใช้วัดทัศนคติออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. องค์ประกอบทางด้านที่ทำความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่บุคคลนั้นมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น โกรธเกลียด รัก ชอบ เป็นต้น เป็นเรื่องความแตกต่างกันตามบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลจะมีหรือเรียกว่า เป็นค่านิยมเฉพาะของแต่ละบุคคลก็ได้ ยกตัวอย่างเช่น ของสิ่งหนึ่งอาจเป็นที่ชื่นชอบของคนหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นที่ชอบของอีกคนหนึ่งก็ได้ ความรู้สึกดังกล่าวอาจแสดงออกโดยสีหน้า ท่าทาง เมื่อเขาคิดถึงสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นความเชื่อ (Belief) หรือแนวคิด (Concept) หรือการรับรู้ (Perception) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งแง่ดีและไม่ดี

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นแนวโน้มที่กระทำการบางอย่างหนึ่งต่อสิ่งของบุคคล หรือสถานการณ์ ถ้ามีสิ่งเร้าที่เหมาะสมก็จะเกิดการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งตอบสนอง

ทัศนคติมีความสำคัญมากต่อชีวิตการทำงาน คนทำงานมักมีความรู้สึกไม่ทางบวกก็ลบเสมอต่อแนวคิด บุคคลและสิ่งของต่างๆ ความพอใจหรือไม่พอใจต่อวิธีการปกครองบังคับบัญชาของผู้เป็นนาย เงินเดือนค่าจ้าง สวัสดิการล้วนเป็นทัศนคติทั้งสิ้น คนเราจะประเมินค่างานที่ทำอยู่ตลอดเวลา และความรู้สึกนี้เป็นเสมือนทัศนคติของทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ในชีวิต และเป็นสิ่งสำคัญที่ได้มีการศึกษาวิจัยกันมานานกว่า 50 ปี

การวัดทัศนคตินั้นโดยทั่วไปใช้วิธีวัดโดยการรายงานผลด้วยตนเอง ซึ่งวิธีนี้ผู้ถูกวัดจะรายงานความเห็น ความรู้สึกต่างของตนเองที่มีต่อวัตถุ สิ่งของ บุคคล แนวคิดหรือสภาพการทำงาน การวัดโดยการรายงานผลด้วยตนเองนี้ ใช้กันอย่างแพร่หลายมีอยู่ 4 วิธี คือ ลิเคิร์ทสเกล

(Likert Scale) สเกลแสดงความแตกต่างด้านความหมาย เทอร์สโตนสเกล และ Method of Successive Hurdles

การเกิดของทัศนคติ

เรนซิส ไลเคิร์ต (Rensis LiKert) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีและไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จึงให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่นโรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

สรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะบุคคล และจะแตกต่างกันตามปัจจัยแวดล้อมที่แตกต่างกันของบุคคลนั้น กล่าวได้ว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกันคือ

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำบุคคลให้แสดงกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ ก่อให้เกิดความร่วมมือในกิจกรรมที่เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ นับเป็นพื้นฐานที่ดีในการยอมรับความคิดหรือข้อมูลใหม่ๆ
2. ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลอื่น เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ มักเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ นำไปสู่การดวนสรุปตัดสินใจในเรื่องต่างๆ แม้จะยังไม่เข้าใจในเรื่องนั้นๆ อย่างถ่องแท้
3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) ในบางครั้งบุคคลอาจไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคลอื่น เรื่องราว หรือสิ่งต่างๆ โดยสิ้นเชิง จนกลายเป็นความรู้สึกนิ่งเฉยต่อเรื่องนั้นๆ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

โดยทั่วไปทัศนคติที่เกิดขึ้นในบุคคลจะมีลักษณะที่ค่อนข้างมั่นคง แต่ก็อาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้ามีเหตุผลหรือมีเหตุการณ์ที่สำคัญเพียงพอ เคลเมล (Kelman) ได้อธิบายกระบวนการ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลไว้ 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (Compliance) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติแบบนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคล ยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลของเขา และมุ่งหวังจะให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มี อิทธิพลนั้น การเปลี่ยนแปลงแบบนี้จึงไม่ถาวรขึ้นอยู่กับผลประโยชน์หรือรางวัลที่คาดว่าจะได้รับ การยินยอมนี้จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ความมากน้อย หรือรุนแรงของรางวัลหรือการลงโทษ

2. การเลียนแบบ (Identification) เป็นภาวะการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือ สิ่งกระตุ้นและเป็นผลจากความต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือความพึงพอใจระหว่างตัวเขากับ บุคคลหรือกลุ่มคนอื่น ความสัมพันธ์นี้อาจออกมาในรูปการรับเอาบทบาททั้งหมดของบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลมาเป็นของตนหรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยน ไป มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเลียนแบบนั้น อีกนัยหนึ่ง การเลียนแบบนี้จะผลักดันให้ เกิดการเปลี่ยนแปลงมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การเป็นที่ดึงดูดความสนใจ (Attractiveness) และ พลัง (Power) ของแหล่งข่าวนั้น

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) กระบวนการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติแบบนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า อันสืบเนื่องจากสิ่งนั้นตรงกับ ความต้องการภายในและค่านิยมของเขา พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการนี้จะ สอดคล้องกับค่านิยมที่เขาเคยมีอยู่เดิม

ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินี้ ได้กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะขึ้น อยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเกิดการ เปลี่ยนแปลงแล้วจะมีผลทำให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้จะต้องมี ความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้นการที่จะให้บุคคลเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธที่จะปฏิบัติสิ่งใด ก็จะต้อง พยายามที่จะเปลี่ยนทัศนคติให้ได้เสียก่อน โดยการให้ความรู้ในเรื่องที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลง

สำหรับการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้เลือกใช้วิธีการวัดทัศนคติแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ที่ประกอบด้วยทัศนคติในทางบวกและทัศนคติในทางลบ ทั้งนี้ได้กำหนดคำถามในลักษณะ ของการสอบถามความคิดเห็น ในเรื่องที่กำหนดขึ้นว่าผู้ตอบเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยโดยกำหนด ทางเลือกไว้ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ปานกลาง ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ซึ่งกำหนดค่าคะแนนไว้ที่ 5 คะแนน 4 คะแนน 3 คะแนน 2 และ 1 คะแนน ตามลำดับ และมีการกลับค่าในกรณีของความคิดเห็นในทางลบ เมื่อวัดทัศนคติในประเด็นต่างๆ ครบทุกประเด็นแล้วจะนำคะแนนที่ได้ในแต่ละประเด็นมาหาค่าเฉลี่ย ซึ่งค่าเฉลี่ยนี้เองคือค่าทัศนคติที่ต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

การศึกษาพฤติกรรม ได้มีนักวิชาการได้ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมไว้หลายทฤษฎี สำหรับทางด้านสังคมวิทยาเป็นศาสตร์ทางพฤติกรรม หรือพฤติกรรมศาสตร์ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับพฤติกรรมของมนุษย์ (บรรพต วีระชัย, 2524, น. 15) พฤติกรรมเป็นกิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำไปว่าสิ่งนั้นสังเกตได้หรือไม่ได้ แต่สามารถวัดได้โดยใช้เครื่องมือ และสามารถบอกได้ว่ามีหรือไม่มี เช่น ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526, น. 1) หรือเป็นกิจกรรมทุกอย่างที่มนุษย์กระทำ เป็นลักษณะการแสดงออกที่สังเกตเห็นได้ โดยพื้นฐานทางจิตวิทยาเชื่อว่าพฤติกรรมทุกชนิดที่มนุษย์กระทำย่อมมีสาเหตุ มีจุดมุ่งหมาย ในขณะเดียวกันก็มีแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้กระทำด้วยเหตุที่จุดมุ่งหมายนั้นเป็นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์ได้แสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อความต้องการหรือจุดหมายแล้ว พฤติกรรมก็สิ้นสุดลง มนุษย์อยู่ในภาวะสมดุล (เอื้อมพร ทองกระจาย, 2530, น. 3)

พจนานุกรมลองแมน (Longman) ให้คำจำกัดความว่าพฤติกรรมเป็นการกระทำหรือการตอบสนองการกระทำทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคลและปฏิสัมพันธ์ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในหรือภายนอก รวมทั้งเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆ ที่เป็นไปอย่างมีจุดมุ่งหมายสังเกตเห็นได้ หรือเป็นกิจกรรมการกระทำต่างๆ ที่ได้ผ่านการใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้สีกตัว (Robert, M. Goldenson, 1984, p. 90)

พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ

ธอมัส ดี วิลสัน (Thomas D. Wilson) เป็นอดีตศาสตราจารย์ด้านสารสนเทศศาสตร์ ณ มหาวิทยาลัยเซฟฟิลด์ ประเทศอังกฤษ เขาสนใจด้านพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศและการศึกษา ผู้ใช้สารสนเทศ และได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพจำนวนมาก โดยงานวิจัยล้วนมีผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและเน้นกระบวนการในการแสวงหาและการใช้สารสนเทศในด้านต่างๆ เช่น นักศึกษาและการใช้ห้องสมุด การแสวงหาสารสนเทศด้านสุขภาพ เป็นต้น

ความหมายของพฤติกรรมสารสนเทศ

ในที่นี้จะเรียกพฤติกรรมทั้งมวลที่เกี่ยวข้องกับสารสนเทศว่า “พฤติกรรมสารสนเทศ” (Information Behaviour) พฤติกรรมสารสนเทศ หมายถึงพฤติกรรมทั้งมวลของบุคคลหนึ่ง ซึ่งเชื่อมโยงบุคคลผู้นั้นให้เข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่างๆ โดยใช้ช่องทางในการเผยแพร่จากสื่อต่างๆ เช่น การดูรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ทั้งที่ไม่มีเจตนาจะรับสารสนเทศจากรายการนั้น เป็นต้น (Wilson, 2000, p. 50) ดังนั้น พฤติกรรมสารสนเทศจึงเป็นคำที่มีความหมายกว้าง และเป็นการมองกิจกรรมของมนุษย์ในระดับมหภาคโดยครอบคลุมกิจกรรมสำคัญ 2 กิจกรรม คือ การค้นหาสารสนเทศที่ต้องการด้วยวิธีใดๆ ก็ตาม และการใช้สารสนเทศหรือการส่งต่อสารสนเทศนั้นๆ ไปยังผู้อื่นต่อไป

แนวคิดเรื่อง “พฤติกรรมสารสนเทศ” นั้นเริ่มกล่าวถึงใน ค.ศ. 1948 เมื่อมีการนำเสนอผลการศึกษาพฤติกรรมของนักวิทยาศาสตร์และนักเทคโนโลยีในการแสวงหาและใช้สารสนเทศจากมุมมองของสถาบันบริการสารสนเทศและผู้ให้บริการสารสนเทศ แม้ว่าในในระยะแรก อาจยังมิได้มีการใช้ศัพท์คำนี้ แต่นับได้ว่าเป็นจุดเริ่มของความสนใจศึกษาด้านดังกล่าว นับแต่นั้นเป็นต้นมา มีการศึกษาและวิจัยวิธีและลักษณะการค้นหาและการใช้สารสนเทศของผู้ใช้จำนวนมาก โดยในระยะแรก มุ่งเน้นผู้ใช้เฉพาะกลุ่ม เช่น นักวิทยาศาสตร์ นักเคมี เป็นต้น เพื่อหาแนวทางในการจัดบริการด้านต่างๆ ให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช่มากที่สุด ในระยะหลัง มีการใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพอย่างแพร่หลายขึ้น และนำแนวคิดและทฤษฎีของศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง เช่นจิตวิทยา สังคมวิทยา และนิเทศศาสตร์ มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย วิเคราะห์ศึกษาความต้องการสารสนเทศ และพฤติกรรมอันเกิดจากความต้องการสารสนเทศของบุคคล โดยมีฐานแนวคิดที่ว่า **ความต้องการสารสนเทศของแต่ละบุคคลนั้นนำไปสู่พฤติกรรมต่างกัน** หรืออีกนัยหนึ่ง เขาไม่เห็นด้วยกับนักวิจัยด้านสารสนเทศศาสตร์จำนวนหนึ่งที่ว่า ผู้มีความต้องการสารสนเทศต้องแสวงหาสารสนเทศเสมอ ในทางกลับกัน เขาเชื่อว่า ความต้องการสารสนเทศไม่จำเป็นต้องทำให้ผู้ใช้แสวงหาสารสนเทศเสมอไป เพราะอาจเกิดภาวะที่ขัดขวางหรือเป็นอุปสรรคอันทำให้ไม่สามารถแสวงหาสารสนเทศที่สนองตอบความต้องการสารสนเทศของตนได้ เช่น ภาวะด้านจิตใจ ภาวะแวดล้อม เป็นต้น

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมสารสนเทศจึงไม่สามารถจะศึกษาเพียงเฉพาะที่ผู้ใช้หรือผู้แสวงหาสารสนเทศมีปฏิสัมพันธ์กับระบบสารสนเทศ ในขณะที่แสวงหาสารสนเทศเท่านั้น แต่จำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้นับแต่เมื่อเกิดความต้องการสารสนเทศ นั่นคือ การศึกษา

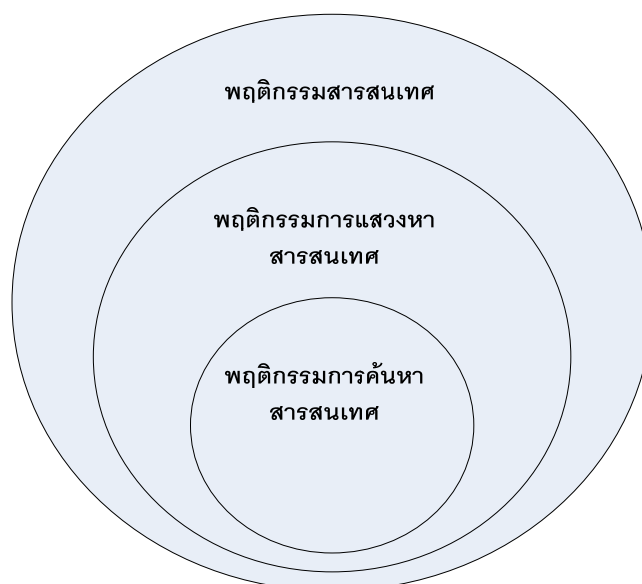
พฤติกรรมสารสนเทศนั้นไม่ควรเน้นเฉพาะจากแง่มุมของระบบ แต่ควรหันมาสู่การศึกษาที่มีผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสารสนเทศกับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง

วิลสันนำเสนอตัวแบบแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสารสนเทศ พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ และพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศ โดยถือว่าพฤติกรรมสารสนเทศกว้างและครอบคลุมทั้งพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ และพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศ ขณะที่พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศก็กว้างกว่าและครอบคลุมพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศอีกทอดหนึ่ง ดังนั้น การศึกษาและทำความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมสารสนเทศของผู้ใช้ได้อย่างดีนั้น จำเป็นที่จะต้องเข้าใจประเด็นหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องด้วย นั่นคือ พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ และพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศโดยลำดับ การที่มุ่งศึกษาเฉพาะขั้นตอนหรือกระบวนการค้นหาสารสนเทศแต่เพียงอย่างเดียวทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ และยังอาจทำให้เกิดการสรุปผลที่ไม่ถูกต้องด้วย

ภาพที่ 2.1

ตัวแบบแสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสารสนเทศ พฤติกรรมการแสวงหา
สารสนเทศ และพฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศ



ที่มา : Wilson, 1999, p. 263.

วิลสันได้ให้ความหมายของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ (Information-seeking behaviour)

คือการแสวงหาสารสนเทศอย่างมีวัตถุประสงค์ โดยเป็นผลมาจากความต้องการใด
ต้องการหนึ่ง ทั้งนี้ ในระหว่างแสวงหาสารสนเทศ บุคคลผู้นั้นจึงต้องปฏิสัมพันธ์กับระบบ
สารสนเทศ ซึ่งอาจเป็นระบบสารสนเทศโดยมนุษย์ เช่น ห้องสมุด หนังสือพิมพ์ หรือระบบ
สารสนเทศด้วยคอมพิวเตอร์ เช่น เวิลด์ไวด์เว็บ เป็นต้น (Wilson, 2005, p. 50)

พฤติกรรมการค้นหาสารสนเทศ (Information search behaviour)

เป็นพฤติกรรมระดับจุลภาคที่ผู้ค้นปฏิสัมพันธ์กับระบบสารสนเทศ ไม่ว่าจะเป็นใน
ระดับปฏิบัติ อาทิ การใช้เมาส์ หรือในระดับการใช้ความคิด สถิติปัญญาและความรู้ เช่น การใช้
ตรรกะบูลเลียน หรือการตัดสินใจเลือกกว่าหนังสือพบ 2 เล่มนั้น เล่มใดมีประโยชน์มากกว่า หรือการ
พิจารณาว่าสารสนเทศที่ค้นคืนได้นั้นตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ อย่างไร (Wilson, 2005,
p. 50)

การแบ่งพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศ พฤติกรรมนี้ครอบคลุมทั้งการแสวงหาสารสนเทศที่ตนริเริ่ม (Active) เช่น การค้นหาสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต และที่ตนมิได้ริเริ่มเอง (Passive) โดยแบ่งพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. การตั้งใจที่ตนมิได้ริเริ่ม (Passive Attention) เช่น การได้รับสารสนเทศจากรายการสารคดีทางวิทยุที่ตนฟังอยู่ แม้ว่าอาจไม่มีเจตนาที่จะแสวงหาสารสนเทศ แต่ถือว่าการได้รับสารสนเทศขึ้น

2. การค้นโดยตนมิได้ริเริ่ม (Passive Search) หมายถึงการที่บุคคลหนึ่งได้รับสารสนเทศเรื่องหนึ่ง ในขณะที่กำลังค้นหาสารสนเทศอีกเรื่องหนึ่ง ดังนั้น สารสนเทศที่ได้รับไม่ใช่ที่ตนตั้งใจไว้ แต่ถือได้รับสารสนเทศเช่นกัน

3. การค้นที่ตนริเริ่มขึ้น (Active Search) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งมุ่งค้นหาสารสนเทศจากระบบสารสนเทศในสถาบันบริการสารสนเทศหรือจากบริการสารสนเทศต่างๆ โดยทั่วไปการศึกษาวิจัยในสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์นั้นให้ความสนใจที่การแสวงหาสารสนเทศประเภทนี้ เพราะถือว่าเป็นพฤติกรรมสำคัญในการใช้ระบบสารสนเทศหรือบริการในสถาบันบริการสารสนเทศ

4. การค้นที่ดำเนินการอยู่ (Ongoing Search) เป็นการค้นหาสารสนเทศในเรื่องที่ผู้ค้นหรือผู้แสวงหาสารสนเทศมีความรู้หรือสารสนเทศอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องการแสวงหาสารสนเทศเพิ่มเติมเฉพาะด้าน เช่น เฉพาะเรื่องใหม่ หรือรายละเอียดเฉพาะเจาะจงที่ขาดหายไปเพิ่มเติมเท่านั้น

5. การประมวลและใช้สารสนเทศ (Information Processing and Use) คือ การนำสารสนเทศที่ค้นคืนได้มาคัดเลือก รวบรวม จัดเรียง หรือกระทำด้วยวิธีใด เพื่อให้สามารถนำสารสนเทศนั้นมาผนวกเข้าเป็นความรู้ของผู้แสวงหาสารสนเทศ เช่น การขีดเส้นใต้ข้อความสำคัญในเอกสารที่ค้นคืนได้ เพื่อระบุความสำคัญและทำให้สามารถนำข้อความนั้นไปใช้ในรายงานที่จะจัดทำขึ้นต่อไป เป็นต้น

โดยสรุป วิลสันได้นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีในการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมสารสนเทศในเชิงมหภาค ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแสวงหาและการใช้สารสนเทศ โดยเน้นที่ผู้ใช้เป็นสำคัญ เขาถือว่าพฤติกรรมสารสนเทศเป็นผลมาจากความต้องการสารสนเทศ ซึ่งเป็นนามธรรมและสัมพันธ์กับบริบทต่างๆ เช่น สภาวะทางอารมณ์ สภาวะทางพุทธิพิสัยหรือทางปัญญา เป็นต้น ขณะเดียวกันเมื่อเกิดความต้องการสารสนเทศขึ้น มิได้หมายความว่า ผู้ใช้ทุกคนจะต้องแสวงหาสารสนเทศเสมอไป เพราะอาจเกิดกลไกหรือภาวะที่สนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการแสวงหา

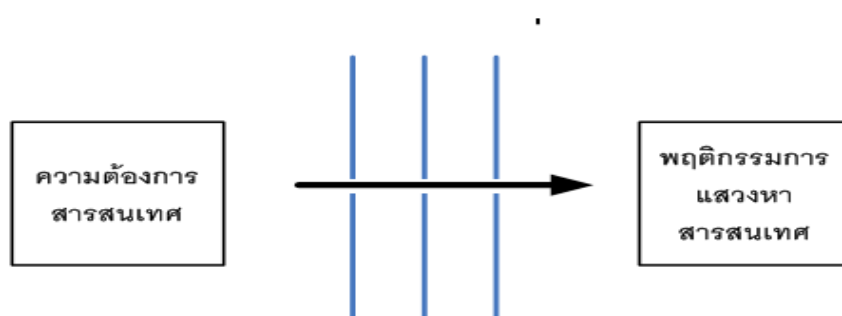
สารสนเทศนอกจากนี้การแสวงหาสารสนเทศนั้นอาจเป็นทั้งที่ผู้ริเริ่มด้วยตนเองหรือมิได้ริเริ่มด้วยตนเองด้วยและท้ายที่สุด เมื่อค้นหาสารสนเทศได้ ย่อมต้องมีการประมวลและการใช้สารสนเทศเพื่อสนองความต้องการสารสนเทศนั่นเอง

ลักษณะเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศ

นอกจากตัวแบบของพฤติกรรมสารสนเทศทั้งสองตัวแบบ คือ ตัวแบบพฤติกรรมสารสนเทศ ใน ค.ศ. 1981 และตัวแบบทั่วไปของพฤติกรรมสารสนเทศ ใน ค.ศ. 1997 แล้ว ในระหว่างช่วงเวลาดังกล่าวนั้น วิลสันยังได้นำผลการวิจัยพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศในสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์มาผนวกกับตัวแบบของเขา เพื่อแสดงรูปแบบของกระบวนการแสวงหาสารสนเทศ ใน ค.ศ. 1989 และ ค.ศ. 1993 เดวิด เอลลิส (David Ellis) และคณะได้ทำการวิจัยพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศของนักวิชาการและนักวิจัยในสาขาวิชาต่างๆ ว่ามีรูปแบบหรือลักษณะอย่างไร วิลสันได้นำผลการวิจัยของเอลลิสและคณะมาเสริมในตัวแบบพฤติกรรมสารสนเทศของเขา โดยขยายในส่วนพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศ

ภาพที่ 2.2

ตัวแบบพฤติกรรมกรรมการแสวงหาสารสนเทศ



ที่มา : Wilson, 2005, p. 50.

ตัวแบบพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้านคือ

1. บริบทของความต้องการสารสนเทศ
2. อุปสรรคที่ขัดขวางการแสวงหาสารสนเทศ
3. พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ โดยแนวสำคัญคือ

1. **พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศเกิดจากความต้องการสารสนเทศ** ซึ่งมีบริบทเฉพาะตัวผู้แสวงหาสารสนเทศ อันเป็นลักษณะสำคัญของตัวแบบต่างๆ ของวิลสันดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นตัวอย่างเช่น นักเรียนในชั้นเรียนหนึ่งต้องทำรายงานเกี่ยวกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน แม้นักเรียนเหล่านี้อาจมีลักษณะใกล้เคียงกันหลายด้าน เช่น อายุ เวลา พื้นที่ความรู้ เป็นต้น แต่มีได้หมายความว่าทุกคนจะมีความต้องการสารสนเทศเหมือนกัน เพราะนักเรียนแต่ละคนย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น สภาพแวดล้อม ความสนใจเฉพาะตัว และความตั้งใจ เป็นต้น

2. **อุปสรรคที่ขัดขวางการแสวงหาสารสนเทศ** มีหลายประการ เช่น อุปสรรคในการเข้าถึงสารสนเทศ พื้นที่ความรู้ของผู้แสวงหาสารสนเทศ ตำแหน่งงานและหน้าที่ของผู้แสวงหาสารสนเทศ เป็นต้น

3. **พฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ วิลสันได้ผนวกรูปแบบกระบวนการแสวงหาสารสนเทศของเอลลิสและคณะ** (Ellis 1989; Ellis, Cox and Hall, 1993) ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน 8 ขั้นตอนเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นนับแต่ขั้นแรกไปจนถึงขั้นสุดท้ายตามลำดับ โดยเฉพาะในขั้นวิธีการแสวงหาคือ ขั้นตอนที่ 2 3 และ 4 ทั้งสามขั้นนี้อาจเกิดเพียงขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งเท่านั้น ขั้นตอนทั้ง 8 ขั้น ได้แก่

1. การเริ่มต้น (Staring) เป็นการเริ่มต้นแสวงหาสารสนเทศ โดยอาจเป็นการทำงานขึ้นใหม่หรือสนใจศึกษาหาความรู้ในเรื่องใหม่ เป็นต้น ผู้แสวงหาสารสนเทศอาจเริ่มต้นจากการสอบถามเพื่อนร่วมงานหรือผู้รู้ การอ่านตำราพื้นฐานในเรื่องนั้นๆ เป็นต้น

2. การเชื่อมโยงร้อยเรียง (Chaining) เป็นการเชื่อมโยงสารสนเทศจากการอ้างอิงหรือบรรณานุกรม โดยอาจจะเป็นการเชื่อมโยงย้อนหลัง (Backward Chaining) คือเชื่อมโยงจากรายการอ้างอิงหรือบรรณานุกรมในเอกสารที่มีอยู่ หรือการเชื่อมโยงข้างหน้า (Forward Chaining) คือเชื่อมโยงว่ามีเอกสารใดอ้างอิงถึงเอกสารที่มีอยู่บ้าง

3. การสำรวจเลือกดู (Browsing) เป็นการค้นหาโดยมีเรื่องที่ต้องการหรือสนใจอยู่อย่างกว้างๆ จึงต้องสำรวจบริการเวียนหน้าสารบัญวารสารในสาขาวิชาที่สนใจ เพื่อเลือกดูบทความที่อาจตรงกับความสนใจเฉพาะได้ ในบางครั้งอาจไม่มีบทความใดที่สนใจเลย และ

บางครั้งอาจพบบทความที่ตรงกับเรื่องที่สนใจและมีสารสนเทศทันสมัย การสำรวจเลือกดูซึ่งต่างจากการค้นหาในหัวข้อหรือเรื่องเฉพาะเจาะจง (Specific search) ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องการเฉพาะเจาะจง ดังนั้น การค้นหาจะเฉพาะเรื่องที่ต้องการเท่านั้น ไม่ใช่การสำรวจเลือกดูอย่างผ่านๆ

4. การแยกแยะ (Differentiating) เป็นการแยกแยะสารสนเทศที่แสวงหาได้ โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ เช่น ชื่อผู้แต่ง ชื่อวารสาร เป็นต้น ตัวอย่างคือ ผู้แสวงหาสารสนเทศอาจแยกแยะได้ว่า สารสนเทศใดเป็นที่ต้องการระหว่างวารสาร ก. และวารสาร ข. เพราะเขาทราบว่าวารสาร ก. จัดพิมพ์บทความวิจัยที่มีคุณภาพ ขณะที่วารสาร ข. จัดพิมพ์ข่าวสาร หรือสรุปข่าวคราวความเคลื่อนไหว เป็นต้น

5. การตรวจตรา (Monitoring) เป็นการตรวจตราวรรณกรรมหรือสารสนเทศใหม่ในสาขาวิชาหรือแวดวงวิชาการที่ตนสนใจและคุ้นเคย เช่น การติดตามจากรายชื่อหนังสือใหม่ของ 10 สำนักพิมพ์ในสาขานั้นๆ การติดตามอ่านวารสารบางรายชื่อทุกฉบับที่ตีพิมพ์ การติดต่อสื่อสารกับนักวิจัยหรือนักวิชาการที่ตนรู้จัก เป็นต้น

6. การดึงสารสนเทศออกมา (Extracting) เป็นการดึงสารสนเทศที่ต้องการจากรายงานวิจัย บทความ วารสาร หนังสือ ฐานข้อมูล ดรรชนี หรือเอกสารประกอบการประชุมสารสนเทศในกรณีนี้เฉพาะเจาะจง กล่าวคือ มิได้หมายถึงตัวเอกสารทั้งเล่มหรือตัวบทความวารสารทั้งบทความ แต่หมายถึงสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ได้ทันที เช่น สถิติ คำกล่าวหรือคำพูดสำคัญ ผลการศึกษา เป็นต้น ดังนั้นผู้แสวงหาสารสนเทศจำเป็นต้องระบุเอกสาร หนังสือหรือวารสารที่มีสารสนเทศที่ต้องการเสียก่อน จึงจะสามารถดึงสารสนเทศออกมาได้

7. การตรวจสอบ (Verifying) เป็นการตรวจสอบความถูกต้องของสารสนเทศที่ได้รับ เช่น อาจตรวจซ้ำจากเอกสารหรือฐานข้อมูลอื่นว่าสารสนเทศตรงกันหรือไม่ เป็นต้น

8. การจบ (Ending) เป็นการแสวงหาสารสนเทศขั้นสุดท้ายเพื่อเก็บรวบรวมสารสนเทศที่แสวงหาได้ทั้งหมดเข้าด้วยกัน และให้เกิดความแน่ใจว่าได้สารสนเทศในระดับที่ต้องการแล้ว ตัวแบบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศแสดงให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของการแสวงหาสารสนเทศ คือ การเริ่มต้นจากความต้องการสารสนเทศ หลังจากนั้น อาจเกิดพฤติกรรมที่ขัดขวางไม่ให้บุคคลผู้นั้นแสวงหาสารสนเทศ หากบุคคลผู้นั้นผ่านพ้นอุปสรรค ก็จะเกิดพฤติกรรมแสวงหาสารสนเทศ โดยมีกระบวนการที่แสดงถึงรูปแบบการแสวงหาสารสนเทศที่หลากหลาย

ข้อสังเกตประการหนึ่งคือ การแสวงหาสารสนเทศของเอลลิสและคณะนี้เป็นสารสนเทศทางวิชาการและการวิจัย ซึ่งสะท้อนความก้าวหน้าในการศึกษาวิทยาการต่างๆ ในโลกปัจจุบัน กล่าวคือ มีสารสนเทศที่ผลิตและแพร่เป็นจำนวนมาก (Scholarly Communication) ยิ่งการติดต่อสื่อสารก้าวหน้าขึ้นโดยผ่านอินเทอร์เน็ตสารสนเทศยิ่งเพิ่มเป็นเงาตามตัว ดังนั้นผู้แสวงหาสารสนเทศจึงต้องแสวงหาสารสนเทศในลักษณะต่างๆ ที่ซับซ้อนกว่าการแสวงหาสารสนเทศในชีวิตประจำวันของคนทั่วไป

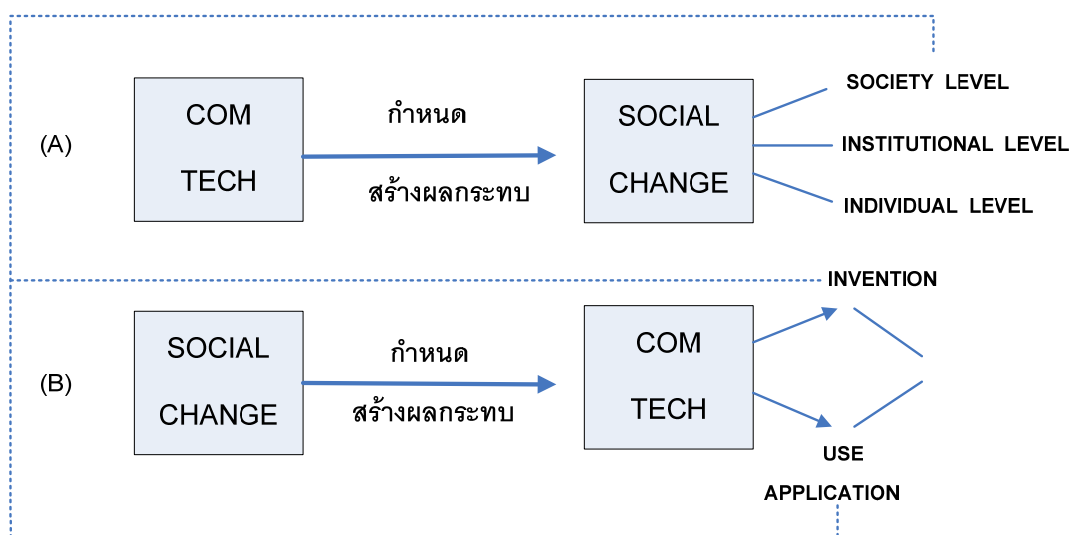
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าวนี้ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมสารสนเทศที่ไม่ได้เน้นเฉพาะจากแง่มุมของตัวระบบ แต่ได้ทำการศึกษาโดยที่มีผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง เป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้นับแต่เมื่อเกิดความต้องการสารสนเทศ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบการศึกษา เพื่อนำมาใช้ตั้งคำถามแบบสอบถามแสดงให้เห็นถึงส่วนของพฤติกรรมสารสนเทศและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องของผู้ใช้ว่ามีพฤติกรรมและแนวโน้มของพฤติกรรมอย่างไร

ทฤษฎีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นตัวกำหนดหรือชี้นำสังคม

จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีการขยายตัวไปอย่างรวดเร็วส่งผลให้กลุ่มผู้คนในสังคมนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้มากขึ้นเรื่อยๆ จนทำให้เห็นความชัดเจน ในบทบาทของการสื่อสารที่ทำหน้าที่ร่วมกับเทคโนโลยีในการประสานให้คนในสังคมสามารถ แสวงหาความรู้และข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองโดยใช้ระยะเวลาที่รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา

แนวทางการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคมนั้นสามารถพิจารณาได้ใน 2 มุมมอง ตามแผนภูมิดังต่อไปนี้

ภาพที่ 2.3
แบบจำลองแนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด



ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ, 2545, น. 114.

แนวคิดในแบบจำลอง (A) นั้น เป็นแนวคิดพื้นฐานของกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม (Technological Determinism) ที่เชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นสาเหตุหลักในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับส่วนอื่นๆ ทั้งในระดับสังคม ระดับสถาบัน และระดับปัจเจกบุคคล

ส่วนแนวคิดในแบบจำลอง (B) จะเป็นแนวคิดที่กลับกัน ภายใต้เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นตัวให้กำเนิดแก่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบต่างๆ แนวคิดนี้จะมองเงื่อนไขสังคมเป็นสาเหตุหลัก ส่วนการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นจะกลายเป็นผลลัพธ์

ซึ่งแนวคิดที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้คือแนวคิดของกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2548, น. 480) มีความเห็นว่า เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและการสื่อสาร สังคม และวัฒนธรรมต่างล้วนมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงซึ่งกันและกันได้ เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสาร อันได้แก่ เทคโนโลยีและสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสาร สนเทศ อันได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อมวลชน ล้วนต่างเป็นทั้งปรากฏการณ์และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนอันรวมไปถึงวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ด้วย ทั้งนี้เพราะเทคโนโลยีต่างๆ ที่เกิดขึ้นและอยู่ในปัจจุบัน ต่างได้รับการยอมรับร่วมกันจากหลายๆ ฝ่ายว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนับว่าเป็นหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญโครงสร้างหนึ่ง

ของสังคม และรวมทั้งได้รับการยอมรับว่า เป็นหนึ่งในโครงสร้างที่สำคัญของฐานทางเศรษฐกิจ ตลอดจนโครงสร้างอำนาจต่างๆ ของสังคมทั้งระบบ ทั้งนี้เพราะความคิดภาพลักษณ์ และข้อมูลข่าวสารต่างๆ ล้วนต่างเป็นส่วนหนึ่งของระบบความหมายและระบบวัฒนธรรมในขณะเดียวกันนั่นเอง (McQuail, 1994)

ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม (Technological Determinism) หรือบางครั้งเรียกว่า “ทฤษฎีสื่อคือผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ” (McLuhan's Media Law Theory) อาจกล่าวโดยสังเขปถึงทฤษฎีได้ดังนี้คือ (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2548, น. 481)

แม็คควอล (McQuail, 1944, อ้างถึงใน Robert Burnett and P. David Marshall, 2003) กล่าวว่า ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดสังคมหรือชี้นำสังคม โดยภาพรวมของทฤษฎีนี้ก็คือ ความพยายาม ในการเชื่อมโยงกันระหว่างศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคนั้นๆ กับโครงสร้างหลักของสังคมในยุคนั้นๆ นั่นเอง เช่น เว็บ (web) ที่เป็นตัวอย่างของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคปัจจุบัน สามารถเป็นได้ทั้งสื่อที่สามารถแพร่กระจายได้ (Broadcast) และเป็นสื่ออาจอยู่กับที่ (Non-Broadcast) อีกทั้งยังเป็นสื่อที่มีลักษณะโครงสร้างที่ปราศจากแนวเขตกันของเขตแต่ละประเทศ (Non-National Structure)

แม็คควอล (McQuail) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่นๆ ของกลุ่มทฤษฎีไว้ดังนี้

1. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมือหรือกลไกพื้นฐานของสังคมทุกสังคม
2. เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารแต่ละชนิดจะเหมาะสมกับโครงสร้างของสังคมแต่ละอย่าง
3. กระบวนการผลิตและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคมได้
4. การปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในแต่ละครั้ง จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมตามมา

โดยสรุปแล้ว “ทฤษฎีสื่อคือผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ” (McLuhan's Media Law Theory) หรือกลุ่มนักทฤษฎีที่เชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นตัวกำหนด หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สามารถเป็นตัวชี้นำที่ส่งผลต่อการกำหนดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคมได้ โดยแนวคิดนี้ประกอบด้วยกฎเกณฑ์หลักๆ ที่เกี่ยวข้อง 4 ข้อ คือ

1. กฎแห่งความรีบเร่ง (Law of acceleration) เช่น การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองต่อวิธีการสื่อสารที่รีบเร่งรวดเร็วในปัจจุบัน

2. กฎแห่งความล้าสมัย (Law of obsolescence) เช่น การใช้วิธีการส่งจดหมายผ่านอีเมล (e-mail) แทนการส่งจดหมายด้วยระบบเดิม การเปลี่ยนวิธีการเก็บหนังสือในรูปแบบของแผ่นซีดีรอม (CD – ROW) แทนการเก็บแบบเดิม

3. กฎแห่งการหลอมรวม หรือการบูรณาการสื่อสาร (Law of synthesis or convergence) อันเป็นการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เพื่อเสริมสร้างซึ่งกันและกัน เช่น การประชุมทางไกลผ่าน video conference การใช้ห้องสนทนาอิเล็กทรอนิกส์กับคนเฉพาะกลุ่มในเฉพาะในบางประเด็น

4. กฎแห่งการสืบค้น (Law of retrieval) ที่เทคโนโลยีสารสนเทศสามารถที่จะเอื้อประโยชน์ได้เช่น การออกแบบระบบฐานข้อมูลต่างๆ

จากแนวคิดดังกล่าว เชื่อว่าเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นกลไกที่สำคัญที่สุดในการที่จะเป็นผู้กำหนดการสื่อสาร และการขึ้นระบบสังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการขึ้นในระดับของปัจเจกบุคคลที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการคิด อารมณ์ และการแสดงออกต่างๆ จนกระทั่งการขยายผลการสู่ระดับกลุ่ม ระดับองค์กรต่างๆ ในสังคม ดังเช่นจัดระบบกลไกต่างๆ ภายในตนเอง หรือภายในองค์กรตนเองเข้าสู่สังคมแห่งความทันสมัยและเท่าทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของแม็คลูฮัน ที่สรุปได้ว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คือตัวกำหนดกลไกทุกอย่างของสังคม” นั่นเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการสำรวจงานวิจัยต่างๆ พบว่ามีงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์ต่องานวิจัยครั้งนี้ และสามารถเป็นพื้นฐานความรู้อ้างอิงให้กับการวิจัยครั้งนี้ได้ ดังจะได้กล่าวถึงต่อไปนี้

เวรดี คงสุภาพกุล (2539) ศึกษาการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ และสอบถามจากกลุ่มนิสิตนักศึกษา จำนวน 400 คนจาก 4 สถาบัน คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ พบว่าสาขาวิชาที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจขอมีบัญชีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต นิสิตนักศึกษาที่มีความรู้ ความเข้าใจการใช้ระบบเป็นอย่างดีจะมีผลเชื่อมโยงต่อทัศนคติในการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต ในเรื่องความถี่การใช้พบว่า ความบ่อยในการใช้ระบบมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการ

แลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่างสถาบัน การค้นคว้าเพื่อศึกษาต่อ การพิมพ์จดหมายข่าว งานมัลติมีเดีย และการชักชวนให้ใช้ระบบ ในเรื่องอุปสรรคในการใช้คือปัญหาระบบและคู่สายโทรศัพท์

อำไพศรี โสประทุม (2539) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการสื่อสารเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจใช้อินเทอร์เน็ต และความต้องการในการเผยแพร่อินเทอร์เน็ตให้กับบุคคลอื่น แต่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้ ความจำเป็นในการใช้เพื่อสื่อสารในงานธุรกิจปัจจุบันตลอดจนเป็นการพัฒนาการทำงานและความต้องการใช้ในอนาคต ขณะเดียวกัน สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การศึกษา รายได้ การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้ในอนาคต หรือการพัฒนาการทำงาน แต่ไม่มีผลต่อระยะเวลาหรือความถี่บ่อยในการตัดสินใจเลือกใช้

สมคิด เลิศไพฑูริยประเสริฐ (2540) ศึกษาความคิดเห็นเรื่องปัจจัยด้านโครงสร้างสังคม และทัศนคติของคนไทยที่สัมพันธ์กับการพัฒนาการของอินเทอร์เน็ตพบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 60 ที่อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 62 เป็นเพศชาย ร้อยละ 85 อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 60 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า ร้อยละ 58 เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพ แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีใหม่กระจุกตัวอยู่ในคนกลุ่มน้อยคือส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาดี อยู่ในเมืองหลวงและมีรายได้ดี

ชุมพล บุญมี (2544) ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของบุคลากรและนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่าผู้ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัยฯ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา (มากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนนักศึกษาทั้งหมด) โดยจะใช้บริการเชื่อมต่อเข้าอินเทอร์เน็ตที่ห้องบริการสำหรับการเรียนการสอนที่คณะ และใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้และเพื่อความบันเทิง โดยกิจกรรมที่ใช้มากที่สุดคือ การสืบค้นข้อมูลและการรับส่งข้อความทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มที่ไม่ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ให้คำตอบเหมือนกันคือ ไม่มีความรู้ด้านอินเทอร์เน็ต แต่มีความสนใจ และมีโครงการจะใช้อินเทอร์เน็ตในอนาคต นอกจากนั้นบุคลากร และนักศึกษาผู้ใช้บริการส่วนมากให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ ปัจจุบันในเรื่องความสะดวก ความทันสมัย ความเพียงพอของเครื่อง และแหล่งบริการ ความรวดเร็วในการต่อเข้าใช้เครือข่าย ความรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูล ความเหมาะสมของช่วงเวลาที่มิสทิธีให้บริการ ความเหมาะสมของพื้นที่ ที่มีมิสทิธีให้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เรื่องความ

ปลอดภัยของระบบข้อมูล การแจ้งข้อมูลข่าวสารการบริการ และการอบรมเผยแพร่ความรู้การใช้ อินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง และให้ความคิดเห็นด้านการปรับปรุงการบริการในระดับมาก

มณีวัลย์ เอมะอมร (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อินเทอร์เน็ต : การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นนักศึกษา และทำงานในหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจที่มีอินเทอร์เน็ตใช้โดยไม่เสียค่าสมาชิก โดยใช้อินเทอร์เน็ตใช้เพื่อรับข้อมูลข่าวสารใหม่ และใช้เพื่อความบันเทิง รองลงมา คือ เพื่อการศึกษา และวิจัยโดยต้องการมีเว็บเพจของตนเอง และใช้โปรแกรมร่วมโดยไม่ต้องลงทะเบียน

ธนส์ถ์ เกษมไชยานันท์ (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าผู้ที่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เว็บไซต์ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นอันดับหนึ่งมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ การสืบค้นข้อมูล เพื่อส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อความบันเทิง โดยปัญหา และอุปสรรคที่กลุ่มตัวอย่างประสบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ การใช้เวลาดาวนโหลดข้อมูลนาน การขัดข้องทางเทคนิค และการใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสาร

น้ำทิพย์ สำเนาประเสริฐ (2545) ได้ศึกษาเรื่องการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ระยะเริ่มต้นในเขตกรุงเทพมหานครกับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครมีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ระดับปานกลาง ได้แก่ 2-3 วันต่อสัปดาห์ และมีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตในระดับปานกลาง ได้แก่ 2 ชั่วโมงต่อครั้ง พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมใช้รับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ การสืบค้นข้อมูล ด้วยไฮเปอร์เท็กซ์ นอกจากนี้ยังพบอีกว่าลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ทชสน พุดมเศรณี (2549) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับการเลือกใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าสภาพการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูลของนักศึกษาส่วนมากใช้ศูนย์คอมพิวเตอร์ของคณะ/มหาวิทยาลัยในการสืบค้นข้อมูลและส่วนใหญ่ใช้ Google.com ในการสืบค้นข้อมูล สภาพปัจจัยแวดล้อมเกี่ยวกับการสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตในระดับมากได้แก่ การส่งงานที่อาจารย์มอบหมายตามเวลาที่กำหนด ครอบครัวยังให้เวลานักศึกษาในการสืบค้นข้อมูล เพื่อนนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตสืบค้นเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมให้สืบค้นข้อมูลผ่านบริการอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์เสิร์ชเอนจินต้องมีข้อมูลที่มีสาระถูกต้อง ทันสมัยและเชื่อถือได้ และผู้ให้บริการควรให้ความเร็วในการเข้าสู่ข้อมูลสูง ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดคือ ตัวเว็บไซต์เสิร์ชเอนจินกับการเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในการสืบค้นข้อมูล ซึ่งมีค่าสูงสุด รองลงไปได้แก่ ความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ตัวแปร ปัจจัยแวดล้อมทั้ง 6 ตัวแปร พบว่าการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยสามารถอธิบายตัวแปรตาม ได้อย่างมีนัยสำคัญ

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2539) ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ เวิลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้การสื่อสาร ผ่านระบบเวิลด์ไวด์เว็บที่มหาวิทยาลัย และสนใจเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิงมากที่สุด นักศึกษา ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ และความเป็นเจ้าของเครื่องคอมพิวเตอร์มีพฤติกรรมการ สื่อสารผ่านระบบเวิลด์ไวด์เว็บแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และพบว่านักศึกษามีการใช้ประโยชน์ จากระบบเวิลด์ไวด์เว็บ เพื่อการพัฒนาตนเองในด้านวิชาการและทักษะการใช้งานระบบ เวิลด์ไวด์เว็บ เพื่อการพัฒนาตนเองในด้านวิชาการและทักษะการใช้งานระบบเวิลด์ไวด์เว็บและใช้ ระบบเวิลด์ไวด์เว็บในการตอบสนองความต้องการด้านข่าวสารและการพักผ่อนหย่อนใจ

มนต์ชัย ศรีเพชรนัน (2547) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในระดับมัธยมตอนปลาย มีอาชีพนักเรียน สถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายใช้อินเทอร์เน็ตในวันธรรมดา มากที่สุดคือ ที่บ้าน ช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดคือ 21.01-24.00 น. เว็บไซต์ที่เข้าใช้มากที่สุดคือ เว็บไซต์กูเกิล สาเหตุที่เข้าไปใช้มากก็คือ ต้องการแสวงหาความรู้

ศักดิ์สิทธิ์ พินิจชัย (2547) ศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการแสวงหาความรู้ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าทัศนคติในการสนับสนุนการเรียนมากที่สุดคือการค้นคว้าหาข้อมูล บนอินเทอร์เน็ตทำให้ความรู้และความสนุกสนานเพลิดเพลินควบคู่กันและทัศนคติในการสนับสนุนการเรียนน้อยที่สุดในเรื่อง ความสามารถในการจดจำข้อมูลที่ค้นพบ ในขณะที่พฤติกรรมการ แสวงหาความรู้โดยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการเรียนพบว่านักศึกษามีความสามารถใช้ คอมพิวเตอร์ในโปรแกรมสำเร็จรูปได้ ร้อยละ 69.4 เคยใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตมากกว่า 12 เดือน ร้อยละ 68.9 ความถี่ในการแสวงหาความรู้โดยใช้อินเทอร์เน็ต 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 64.4 ระยะเวลาในการค้นคว้าแต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 65.2 ช่วงเวลาที่ใช้คือ 16.01-18.00 น. เว็บไซต์ที่ใช้ในการค้นคว้าหาข้อมูลได้แก่ google.com sanook.com และ kapok.com

บัญชา วิเทศชน (2549) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็น และพฤติกรรมการใช้งาน อินเทอร์เน็ตของเยาวชน ในเขตเทศบาลนคร จังหวัดอุดรธานี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 16.3

ส่วนใหญ่ร้อยละ 54 ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่พักอาศัย (บ้าน/หอพัก) รองลงมาจะใช้จากร้านอินเทอร์เน็ตที่มีกระจายอยู่ทั่วไปร้อยละ 43 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียน จึงใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 1-2 วันต่อสัปดาห์ ส่วนมากร้อยละ 96 จะใช้บริการค้นหาข้อมูล ร้อยละ 85 ฟังเพลงบนอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 72 สนทนาในอินเทอร์เน็ต สำหรับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ต 3 ด้าน คือ ด้านสื่อลามกอนาจาร การสนทนาออนไลน์ และการเล่นเกมออนไลน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอันตรายที่เกิดจากการใช้งาน โดยเฉพาะอาชญากรรมทางเพศ ที่เกิดจากการบริโภคสื่อลามกต่าง ๆ ดังนั้น ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 68 จึงมีความเห็นที่ไม่ชอบและไม่อยากให้มีสื่อลามกเหล่านี้ และสื่อลามกที่เป็นปัญหาในปัจจุบันไม่ได้อยู่ที่รูป ภาพโป๊เปลือยบนอินเทอร์เน็ตเพียงอย่างเดียว สื่ออื่นๆ ที่แพร่หลายทั่วไปยังไม่มีการดูแลและมาตรการปิดกั้นที่เป็นอยู่เป็นการแก้ไขที่ปลายเหตุ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเชื่อว่าสามารถใช้สื่อทางอื่นทดแทนได้

ปวเรศ เลขาวัฒน (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรม的开รับสื่ออินเทอร์เน็ตในการดำเนินชีวิตประจำวันของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่ในระดับสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เหตุผลในการใช้อินเทอร์เน็ตคือ เพื่อรับข้อมูล ข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆ อยู่ในระดับสูงซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือเพื่อศึกษา ค้นคว้า และเรียนรู้ตามความต้องการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ส่วนความถี่ในการเข้าใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่อสัปดาห์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่จะใช้สื่ออินเทอร์เน็ต 7 วันต่อสัปดาห์หรือทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ 5-6 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 23.5 สถานที่ที่เข้าใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ที่บ้านคิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ ที่โรงเรียนคิดเป็นร้อยละ 12.3 ระดับการให้บริการในสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อการให้ความบันเทิงเช่น เล่นเกม ฟังเพลง อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 รองลงมาคือการสืบค้นข้อมูล ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.10 และเว็บไซต์ที่เข้าไปใช้และชื่นชอบสูงที่สุดคือเว็บไซต์กูเกิล (Google) คิดเป็นร้อยละ 15.8 รองลงมาคือเว็บไซต์เดกดี (Dek-d.com) คิดเป็นร้อยละ 11.0 และเหตุผลที่เข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ที่ชื่นชอบสูงที่สุดคือส่วนใหญ่จะเข้าไปเพราะสามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมาคือใช้เพราะชอบรายการที่ให้นันทนาการและมีเพื่อนเยอะมาก คิดเป็นร้อยละ 5.8

สายสุนีย์ คำวรรณะ (2551) ได้ทำการศึกษาทักษะการสืบค้นสารสนเทศโดยใช้โปรแกรมค้นหา ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ พบว่า นักศึกษามีวัตถุประสงค์ในการสืบค้นสารสนเทศเพื่อการเรียนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ทราบแหล่งสารสนเทศจากอาจารย์ผู้สอน และจากการแนะนำของเพื่อน มีระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันประมาณ 1

ชั่วโมง นักศึกษาส่วนใหญ่เรียนรู้วิธีการสืบค้นของโปรแกรมค้นหาด้วยตนเอง และนิยมใช้โปรแกรมค้นหาของต่างประเทศ โดยเฉพาะ Google มากกว่าโปรแกรมค้นหาของไทย และไม่ทราบว่ามีการใช้โปรแกรมค้นหาอื่นๆ นอกจากโปรแกรมค้นหาประเภทค้นหาจากคำสำคัญ นักศึกษาส่วนใหญ่มีทักษะการสืบค้นสารสนเทศอยู่ในระดับต่ำและไม่เคยใช้การสืบค้นขั้นสูง รวมถึงการกำหนดรูปแบบการสืบค้นโดยใช้ตัวดำเนินการ และการระบุค้นจากเขตข้อมูลและการจำกัดการค้น ในด้านปัญหาการใช้งานโปรแกรมค้นหาได้อย่างถูกต้อง และขาดทักษะการสืบค้น ทำให้ได้ผลการสืบค้นไม่ตรงกับความต้องการ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ศึกษาเรื่องราวผลงานผลการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2551 ผลการสำรวจพบว่า จำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปทั้งสิ้นประมาณ 60.3 ล้านคน โดยในจำนวนนี้เป็นผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 16.9 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.2 และมีใช้อินเตอร์เน็ต 10.9 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.2 กรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากร 6 ปีขึ้นไป 6.5 ล้านคน มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 43.8 และมีใช้อินเตอร์เน็ต ร้อยละ 36.0 ผลสำรวจการใช้จำแนกตามเพศพบว่า เพศชายใช้คอมพิวเตอร์สูงกว่าเพศหญิงเล็กน้อย คือร้อยละ 28.4 และ 28.0 แต่เพศหญิงใช้อินเตอร์เน็ตมากกว่าเพศชาย คือร้อยละ 18.5 และ 17.9 เมื่อพิจารณาประชากรตามกลุ่มอายุเดียวกันพบว่า ประชากรกลุ่มอายุ 6-14 ปี มีอัตราการใช้คอมพิวเตอร์สูงสุดคิดเป็นร้อยละ 61.6 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 15-24 ปี ร้อยละ 54.7 และกลุ่มอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 26.5 ส่วนอัตราการใช้อินเตอร์เน็ตสูงสุดกลุ่ม 15-24 ปีเป็นกลุ่มที่ใช้สูงสุดคิดเป็น ร้อยละ 44.6 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 6-14 ปี ร้อยละ 23.6 และกลุ่มอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 19.4 และแหล่งที่มีผู้ใช้พบว่า สถานศึกษาเป็นแหล่งที่มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์และอินเตอร์เน็ตสูงสุดคือ ร้อยละ 42.3 และร้อยละ 38.9 รองลงมาใช้จากที่บ้าน โดยใช้คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 34.5 ใช้อินเตอร์เน็ต ร้อยละ 26.9 และใช้จากที่ทำงาน โดยใช้คอมพิวเตอร์ ร้อยละ 20.1 ใช้อินเตอร์เน็ต ร้อยละ 23.9 ส่วนร้านอินเตอร์เน็ต เป็นอีกแหล่งหนึ่งที่มีผู้นิยมไปใช้อินเตอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 8.8

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ได้สำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเตอร์เน็ตประจำปี พ.ศ. 2550 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 28,582 คน พบว่า เด็กอายุต่ำกว่า 20 ปี ยังเป็นกลุ่มใหญ่ที่นิยมกิจกรรมออนไลน์สุดฮิตในยุคนี้ ทั้งการสนทนาออนไลน์ การเล่นเกม การอ่านหรือเขียนบล็อก และเว็บบอร์ดมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ซึ่งกลุ่มอายุที่เข้ามาตอบแบบสอบถามมากที่สุดอยู่ในระดับอายุตั้งแต่ 20-30 ปี ทำให้กิจกรรมที่ทำบนอินเตอร์เน็ตมากที่สุดของคนกลุ่มนี้ โดยอันดับ 1 เป็นการสืบค้นข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมาเป็นอีเมลคิดเป็น

ร้อยละ 20.5 ด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลาต่างๆ ผู้ตอบระบุว่าช่วงเวลาที่ใช้มากที่สุดอยู่ในช่วงเวลา 20.01 – 24.00 น. โดยแหล่งที่มีผู้ใช้พบว่า ใช้จากที่บ้านมากที่สุด รองลงมาใช้จากที่ทำงาน และสถานที่ศึกษา ตามลำดับ

งานวิจัยต่างประเทศ

Jansen and Spink (2006) ศึกษาเรื่อง How are we searching the World Wide Web ? : A comparison of nine search engine transaction logs โดยทำการศึกษาลักษณะการเปลี่ยนแปลงในโปรแกรมค้นหา 5 โปรแกรม จากรายงานการศึกษา 9 รายการ ในอเมริกาและในยุโรป เพื่อทำการเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ใช้กับโปรแกรมค้นหาพบว่า

1. ผู้ใช้อ่านผลการสืบค้นที่ได้เฉพาะหน้าแรกๆ เท่านั้น
2. ผู้ใช้ที่อยู่ในอเมริกามีความชำนาญในการสืบค้นมากกว่าผู้ใช้ที่อยู่ในยุโรป
3. มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเกี่ยวกับการใช้ตรรกะบูลีนกับผลการสืบค้นที่ได้รับ
4. ไม่สามารถนำผลการเรียนรู้วิธีการสืบค้นของโปรแกรมค้นหาหนึ่งไปใช้ยังอีกโปรแกรมค้นหาหนึ่งได้

OCLC (2005) ศึกษาเรื่อง College Students' Perceptions of Libraries and Information พบว่า จากรายการแหล่งสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ 16 รายการ ร้อยละ 89 ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษา และร้อยละ 84 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เริ่มต้นการสืบค้นด้วยโปรแกรมค้นหาด้วยโปรแกรมค้นหา สำหรับเว็บไซต์ของห้องสมุดนั้น มีนักศึกษาเพียงร้อยละ 2 ที่ใช้เว็บไซต์ห้องสมุดเป็นแหล่งเพื่อการสืบค้นสารสนเทศเป็นอันดับแรก และโปรแกรมค้นหาที่ใช้มากที่สุดคือ Google

Behnak Yaltaghian (2004) ทำการศึกษาเรื่องลำดับโครงสร้างของการแสดงผลลัพธ์ของเครื่องมือ Search engine แสดงให้เห็นว่า การเติบโตอย่างรวดเร็วของ World Wide Web ทำให้มีปริมาณข้อมูลข่าวสารมากขึ้น กระบวนการค้นหาของ Search engine แบบเดิมๆ ไม่เพียงพอกับการจัดการกับข้อมูลที่มีจำนวนมากมายเพราะขาดโครงสร้างและระเบียบในการจัดการกับข้อมูล ผลลัพธ์ที่ได้จากการสืบค้นจะมีจำนวนมากกว่าที่จะอ่านได้ ผู้ใช้ส่วนใหญ่มักจะมองเพียงหน้าแรกเท่านั้น ดังนั้นผู้จัดทำเว็บไซต์จึงต้องทำให้เว็บไซต์ตนสามารถแสดงผลลัพธ์ในหน้าแรกของโปรแกรมสืบค้น

Saad and Zainab (2004) ทำการศึกษาเรื่อง Undergraduates in Computer Science and Information Technology using the Internet as a resource ของนักศึกษา ปีสุดท้ายในช่วงเวลาของการเริ่มทำโครงการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้งานอินเทอร์เน็ต กลยุทธ์การสืบค้นที่ใช้และปัญหาที่พบจากการสืบค้น รวมถึงพฤติกรรมและทักษะการสืบค้น สารสนเทศ จากแบบสำรวจที่ตอบกลับมาทั้งสิ้น 360 ชุด พบว่านักศึกษามีการใช้อินเทอร์เน็ตเป็น จำนวนมากถึงร้อยละ 98 และมีระดับการรู้สารสนเทศ (Information literacy) ในระดับสูง โดยใช้ กลยุทธ์การสืบค้นที่หลากหลายในการสืบค้นสารสนเทศจากอินเทอร์เน็ต นักศึกษาสามารถหา แหล่ง และสืบค้นสารสนเทศสามารถวิเคราะห์และประเมินสารสนเทศที่สืบค้นได้ นอกจากนี้ยังใช้ วิธีการต่างๆ ในการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาเพื่อนำมาสังเคราะห์ และแยกแยะสารสนเทศเพื่อการ นำมาใช้ในการทำโครงการได้ดี

Jones (2002) ศึกษาเรื่อง The Internet goes to college: How students are living in the future with today's technology โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของ อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของนักศึกษามหาวิทยาลัย และทราบถึงผลกระทบของกิจกรรมที่ทำ เป็นประจำ ด้านการเรียนและสังคม ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาร้อยละ 73 ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อ เพิ่มพูนความรู้มากกว่าการใช้ห้องสมุด ในขณะที่ร้อยละ 9 เท่านั้นที่ใช้ห้องสมุดมากกว่า อินเทอร์เน็ตและยังพบว่านักศึกษาใช้โปรแกรมค้นหาและเว็บไซต์ เป็นแหล่งค้นหาข้อมูลเพื่อการ วิจัย การคัดลอกสารสนเทศบนอินเทอร์เน็ตเป็นปัญหาใหญ่ในทุกสถาบันการศึกษา เห็นได้จาก จำนวนของเว็บเพจที่ใช้อ้างอิงในรายงานมีจำนวนเพิ่มขึ้น ในขณะที่การอ้างอิงจากหนังสือ วารสารวิชาการ วารสารการวิจัยลดลง ซึ่งถือเป็นความท้าทายของสถาบันการศึกษาในการที่จะ สอนเทคนิคการสืบค้นสารสนเทศที่ต้องการ และการประเมินสารสนเทศที่ได้จากอินเทอร์เน็ตให้กับ นักศึกษา

Eagan and Bender (1996) ศึกษาเรื่อง Spiders and worms and crawlers, Oh my: Searching on the World Wide Web ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบาย และแสดงให้เห็นความ แตกต่างระหว่างโปรแกรมค้นหบบนเวิลด์ไวด์เว็บ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการสืบค้นในการ สืบค้นข้อมูลบนเวิลด์ไวด์เว็บ เพราะมีโปรแกรมค้นหาอยู่จำนวนมาก และการทำงานของโปรแกรม ค้นหาการทำงานไม่เหมือนกัน ทำให้หาข้อมูลที่ต้องการไม่พบหรือพบเพียงเล็กน้อย รวมถึงข้อมูล บนอินเทอร์เน็ตมีการเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน ทำให้ผลการสืบค้นในครั้งก่อนอาจไม่เหมือนกับการ สืบค้นในปัจจุบัน

Hepworth (1999) ศึกษาเรื่อง A study of undergraduate information literacy and skills: The inclusion of information literacy and skills in the undergraduate curriculum ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนอร์ธดาโกตา ประเทศสิงคโปร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรู้สารสนเทศและการพัฒนาทักษะของนักศึกษา ผลการวิจัยด้านการสืบค้นสารสนเทศพบว่า แม้ว่านักศึกษาจะเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ตรรกะบูลีน แต่ยังพบว่านักศึกษาประสบปัญหาในการคิดหากลยุทธ์ในการสืบค้น นักศึกษายังไม่เข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงโครงสร้างของข้อมูลในระบบว่ามีรูปแบบอย่างไร และไม่เข้าใจว่าระบบต่างๆ ทำงานแตกต่างกันอย่างไร นักศึกษาแทบจะไม่มีการใช้เทคนิคการสืบค้นเช่น การตัดคำ การใช้คำเสมือน หรือการระบุเขตข้อมูลอื่นที่นอกเหนือจากผู้แต่งและชื่อเรื่อง ในการสืบค้นสารสนเทศ นักศึกษาจะมีปัญหาในเรื่องที่ไม่พบสารสนเทศที่ต้องการ และมีอัตราความสำเร็จในการสืบค้นต่ำ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

การสืบค้นข้อมูลจากระบบอินเทอร์เน็ตเป็นวัตถุประสงค์อันดับแรกๆ ที่ผู้ใช้ เลือกเป็นอันดับหนึ่งมากที่สุดจาก 3 อันดับแรกได้แก่ สืบค้นข้อมูล ส่งข้อมูลและจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และบันเทิง ส่วนทักษะและปัญหาการสืบค้นสารสนเทศ พบว่า ผู้ใช้มีทักษะการสืบค้นสารสนเทศในระดับต่ำ มีปัญหาในการคิดหากลยุทธ์ในการสืบค้น ไม่สามารถเลือกใช้เทคนิคที่จะนำไปใช้ในการสืบค้นให้มีประสิทธิภาพ ทำให้หาสารสนเทศที่ต้องการไม่พบหรือพบเพียงเล็กน้อย หรือได้รายการสารสนเทศจำนวนมาก ทำให้เสียเวลาในการสืบค้น และนำไปใช้ประโยชน์ได้น้อย โดยมีการใช้โปรแกรมสืบค้นค้นของกูเกิลมากที่สุด ด้วยเหตุที่การสืบค้นข้อมูลสารสนเทศในอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยสำคัญต่อการที่จะทำให้ความรู้วิทยาการต่างๆ มีการพัฒนาต่อไปอย่างมีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ จะเห็นได้ว่าการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ออกมาอย่างต่อเนื่อง

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติในการใช้เครื่องมือสืบค้น ตลอดจนศึกษาแนวทางการนำเครื่องมือสืบค้นที่มีประสิทธิภาพมาใช้รวมทั้งการศึกษากลยุทธ์การใช้เครื่องมือสืบค้นจะทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงกับที่ผู้ใช้ต้องการ เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการศึกษาของมนุษย์โดยไม่มีขีดจำกัดและมีประสิทธิภาพยิ่ง