

บทที่ 2

เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาโดยมีสาระสำคัญดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต
 - 1.1 ประวัติของอินเทอร์เน็ต
 - 1.2 ความหมายของอินเทอร์เน็ต
 - 1.3 ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต
 - 1.4 บริการบนอินเทอร์เน็ต
 - 1.5 ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต
 - 1.6 จรรยาบรรณสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
 - 1.7 อินเทอร์เน็ตกับการศึกษา
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี
 - 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
 - 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่
 - 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และข่าวสารออนไลน์
 - 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
 - 2.7 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์
3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

1.1 ประวัติของอินเทอร์เน็ต

ในปี พ.ศ. 2500 ประเทศรัสเซียส่งดาวเทียมขึ้นสู่อวกาศได้สำเร็จ กระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกาจึงได้รับรู้ว่า เทคโนโลยีขั้นสูงของประเทศยังล่าช้ากว่าของรัสเซีย ซึ่งส่งผลให้เกิดการตื่นตัวที่จะพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง รัฐบาลสหรัฐอเมริกาโดยกระทรวงกลาโหมจึงก่อตั้ง

หน่วยงานวิจัยขั้นสูงที่ชื่อว่า สำนักงานโครงการวิจัยขั้นสูง (Advanced Research Projects Agency) หรือที่รู้จักกันในนามของ อาร์พา (ARPA)

ต่อมาพ.ศ. 2508 อาร์พา (ARPA) ได้ให้ทุนแก่มหาวิทยาลัยของสหรัฐอเมริกา เพื่อการทำวิจัยในหัวข้อเรื่อง เครือข่ายการทำงานร่วมกันของคอมพิวเตอร์แบบแบ่งเวลางาน (Cooperative network of Time-Shared Computers) หลังจากนั้นอีก 3 ปี กระทรวงกลาโหมก็ได้สนับสนุนโครงการวิจัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ชื่อว่า อาร์พานีต (ARPANET) เป็นการเริ่มต้นของการทดลองระบบเครือข่าย จนกระทั่ง พ.ศ. 2512 โครงการอาร์พานีต ได้เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัย 4 แห่งเข้าด้วยกัน พ.ศ. 2514 เครือข่ายอาร์พานีตขยายใหญ่ขึ้น และสามารถเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยต่างๆ ได้ถึง 23 เครื่อง

จากการศึกษาเรื่องเครือข่ายคอมพิวเตอร์จนถึงระยะเวลานั้น ผู้พัฒนาเครือข่ายหลายคน เริ่มเห็นปัญหาของการเชื่อมโยงระบบคอมพิวเตอร์ที่มีหลากหลายชนิด และหลากหลายผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เกิดปัญหายากในการเชื่อมโยง แนวความคิดที่จะสร้างระบบเปิดจึงเกิดขึ้น กล่าวคือ กำหนดมาตรฐานกลางที่ผลิตภัณฑ์ทุกยี่ห้อสามารถจะเชื่อมโยงเข้าสู่มาตรฐานนี้ได้

แนวคิดในการเชื่อมโยงเครือข่ายเข้าด้วยกันและเชื่อมโยงในลักษณะวงกว้างเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ดั่งนั้น ในปี พ.ศ. 2515 ผู้พัฒนาเครือข่ายจึงสร้างโพรโทคอลใหม่ และให้ชื่อว่า TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol) และให้ชื่อเครือข่ายที่เชื่อมโยงโดยใช้โพรโทคอลนี้ว่า อินเทอร์เน็ต หลังจากนั้น โครงการอาร์พานีต ได้นำโพรโทคอล TCP/IP ไปใช้การพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ได้ดำเนินการต่อมา ถึงแม้ว่าในช่วงหลัง กระทรวงกลาโหมของสหรัฐอเมริกาได้ยกเลิกการสนับสนุน และหันกลับไปทำวิจัยและพัฒนาเอง เครือข่ายนี้ก็เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการพัฒนามาตรฐานต่างๆ เข้ามาใช้ประกอบร่วมกันอย่างต่อเนื่อง จนในที่สุดได้กลายเป็นมาตรฐานการสื่อสารที่ชื่อว่า TCP/IP และใช้ชื่อเครือข่ายว่า อินเทอร์เน็ต ต่อมาการบริหารและดำเนินงานเครือข่ายได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิการศึกษาวิทยาศาสตร์แห่งชาติสหรัฐอเมริกา หรือที่ใช้ชื่อย่อว่า NSF (National Science Foundation) มีการตั้งคณะกรรมการเข้ามาบริหารเครือข่ายกลางที่เปิด โอกาสให้ผู้อื่นเข้ามาเชื่อมโยง และได้ดำเนินการจนอินเทอร์เน็ต กลายเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ยิ่งใหญ่ของโลก

สำหรับในประเทศไทย เริ่มเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2530 โดยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ได้ทำการเชื่อมโยงเพื่อส่งอิเล็กทรอนิกส์เมลล์กับประเทศออสเตรเลียซึ่งทำให้มีระบบอิเล็กทรอนิกส์เมลล์เชื่อมต่อกันอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรก ต่อมาในวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2535 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้เข้าสายวงจรเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรกในช่วงระยะเวลาเดียวกันนี้ กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์

แห่งชาติ ก็ได้มีโครงการที่จะเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างมหาวิทยาลัยขึ้น เครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างมหาวิทยาลัยในประเทศไทยได้พัฒนาก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ จนทำให้มีสถาบันออนไลน์กับอินเทอร์เน็ตเป็นกลุ่มแรก ได้แก่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

การพัฒนาเครือข่ายจึงเป็นไปตามกระแสการเชื่อมโยงเข้าสู่ระบบสากล มาตรฐานการเชื่อมโยงเป็นแบบโพรโทคอล TCP/IP ตามมาตรฐานนี้มีการกำหนดหมายเลขแอดเดรสให้แก่เครือข่ายและเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยมีการสร้างเป็นลำดับขั้นเพื่อให้การเชื่อมโยงเครือข่ายเป็นระบบ แอดเดรสนี้จึงมีชื่อว่า ไอพีแอดเดรส (IP address) ไอพีแอดเดรสทุกตัวจะต้องได้รับการลงทะเบียน เพื่อจะได้มีหมายเลขไม่ซ้ำกันทั่วโลกการกำหนดแอดเดรสจะเป็นการกำหนดหมายเลขให้แก่เครือข่ายผู้ใช้เครือข่ายย่อยในเครือข่ายที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตจะเป็นสมาชิกของอินเทอร์เน็ตโดยปริยาย เพราะเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนสามารถเชื่อมโยงกับเครื่องอื่นๆได้ทั่วโลก ผู้ใช้งานอยู่ที่บ้านสามารถใช้คอมพิวเตอร์จากบ้านต่อผ่านโมเด็มมาที่เครื่องหลัก หลังจากนั้นก็จะเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายต่างๆได้ นิสิตนักศึกษาซึ่งอยู่ที่บ้านจะสามารถติดต่อกับอาจารย์ผู้สอนในมหาวิทยาลัยหรือติดต่อกับเพื่อนๆได้ ทั้งในมหาวิทยาลัยและต่างมหาวิทยาลัย หรือในต่างประเทศ อินเทอร์เน็ตจึงเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์มีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนคาดกันว่าในอนาคตเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะเชื่อมโยงคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน

เครือข่ายคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยสามารถเชื่อมโยงได้ทุกมหาวิทยาลัย โดยมีการเชื่อมโยงเข้าสู่อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันในประเทศซึ่งจัดการโดยหน่วยบริการอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า ISP (Internet Service Provider) หน่วยบริการ ISP จะมีสายเชื่อมโยงไปยังต่างประเทศเข้าสู่อินเทอร์เน็ต ในปี พ.ศ. 2515 เครือข่ายระหว่างมหาวิทยาลัยได้เชื่อมโยงกัน โดยมีแกนกลางคือศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ และให้ชื่อเครือข่ายนี้ว่า เครือข่ายไทยสาร (THAISARN - THAI Social / Scientific, Academician Research Network) การเชื่อมโยงภายในประเทศทำให้ทุกเครือข่ายย่อยสามารถเชื่อมโยงเป็นอินเทอร์เน็ตสากลได้

1.2 ความหมายของอินเทอร์เน็ต

ครรรชิต มาลัยวงศ์ (2550 : ออนไลน์) ได้อธิบายว่าอินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่โตที่สุดของโลกปัจจุบันนี้ อินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงไปยังคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ทั่วโลก นับล้านเครื่องเข้าด้วยกัน คอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่เหล่านี้ยังเชื่อมโยงไปยังคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กอีกมากมาย ทำให้มีผู้ที่เป็สมาชิกเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอยู่ทั่วโลกหลายสิบล้านคน

ความหมายของอินเทอร์เน็ตที่เราอาจกล่าวได้ว่าเป็นระบบเครือข่ายของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ ที่โยงใยคอมพิวเตอร์ทั่วทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน ภายใต้มาตรฐานการเชื่อมโยงเดียวกันคือ TCP/IP ทำให้ผู้ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์สามารถสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารและใช้บริการต่างๆ บนเครือข่ายได้ ด้วยคอมพิวเตอร์ต่างชนิด ต่างระบบ หรือใช้อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ต่างกัน

1.3 ความสำคัญของอินเทอร์เน็ต

การเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์จำนวนมากทำให้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างมากมาย กิจกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการศึกษา ถูกเชื่อมโยงให้เข้าถึงกันและกันอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งสารสนเทศที่สำคัญ มีเรื่องราวต่างๆ มากมายทั้งความรู้ ความบันเทิงหลายรูปแบบเพื่อสนองความต้องการความสนใจสำหรับบุคคลทุกวงการและทุกสาขาอาชีพ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ทำให้คนทั่วโลก ต่างเพศ ต่างวัย ต่างเชื้อชาติ ศาสนา สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้โดยไม่มีข้อจำกัด (วนิดา จันทรุจิรากร. 2547 : 21)

พฤติกรรมและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

กันยา สุวรรณแสง (2552 : 23) ได้ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมไว้ว่า คือกิริยาอาการ บทบาท ลีลา ท่าที การประพฤติ ปฏิบัติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่งของประสาทสัมผัสทั้งห้าซึ่งสามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือ

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม มีดังนี้

1. พันธุกรรม คือ การถ่ายทอดคุณลักษณะจากปู่ ย่า ตา ยาย พ่อแม่สู่ลูกหลาน มีลักษณะทางกายและทางสติปัญญา

2. สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเป็นสิ่งแวดล้อมให้บุคคลแสดงออกโต้ตอบในลักษณะต่างๆ กันซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่

2.1 สิ่งแวดล้อมทางบ้าน เช่น การอบรมเลี้ยงดู ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว บรรยากาศภายในบ้าน สิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเด็กมาก

2.2 สิ่งแวดล้อมทางโรงเรียน อันได้แก่ ครูอาจารย์ เพื่อนนักเรียน สภาพบรรยากาศภายในโรงเรียน

2.3 สิ่งแวดล้อมทางชุมชน ได้แก่ ขนบธรรมเนียม สื่อสารมวลชนต่างๆ ก็ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

2.4 วัฒนธรรม คนที่อยู่ในชั้นของสังคมที่แตกต่างกัน มีพื้นฐานทางสังคมที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมต่างกัน เพศ อายุ ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ

2.5 ภูมิประเทศ มีอิทธิพลโน้มนำให้ลักษณะนิสัยใจคอและพฤติกรรมต่างกัน

การจูงใจให้เกิดพฤติกรรม

พฤติกรรมเป็นผลมาจากมนุษย์แสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือแรงจูงใจ พฤติกรรมบางอย่างมีแรงจูงใจหลายอย่างรวมกัน ซึ่งปัจจัยในการจูงใจให้เกิดพฤติกรรม ก้นยา สุวรรณแสง (2552 : 43) ได้แก่

1. แรงจูงใจทางกาย เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย
2. แรงจูงใจทางสังคม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายหลังการเรียนรู้ อาจแบ่งออกได้หลายอย่าง ดังนี้

2.1 แสดงความต้องการทางสังคมที่คล้อยตามขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ของชุมชนของตน

2.2 ความต้องการอย่างเดียวกัน อาจทำให้คนเรามีพฤติกรรมไม่เหมือนกัน เช่น เมื่อต้องการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม บางคนเข้าห้องสมุด ในขณะที่บางคนค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต

2.3 พฤติกรรมอย่างเดียวกันอาจเนื่องมาจากความต้องการที่แตกต่างกันได้ เช่น บางคนชอบใช้อินเทอร์เน็ตเพราะต้องการหาความรู้ ในขณะที่บางคนต้องการความบันเทิง

2.4 พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งอาจสนองความต้องการได้มากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน เช่น นักเรียนที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพราะต้องการข่าวสารข้อมูล และความเพลิดเพลิน

อย่างไรก็ตามสำหรับนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ซึ่งอยู่ในช่วงวัยรุ่น ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมอีก ดังนี้

1. ปัจจัยทางบ้าน เนื่องจากนักเรียนใช้เวลาอยู่บ้านเป็นส่วนมาก ปัจจัยทางบ้านจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนวัยรุ่นเป็นอย่างมากสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่และเกิดขึ้นในบ้านล้วนส่งผลถึงพฤติกรรม เช่น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว จำนวนสมาชิกภายในบ้าน ความพร้อมของครอบครัว ฐานะทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

2. ปัจจัยทางโรงเรียน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักเรียนเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่านักเรียนจะใช้เวลาอยู่โรงเรียนน้อยกว่าอยู่บ้าน แต่โรงเรียนก็เป็นสถานที่ ที่นักเรียนได้เรียนรู้สิ่งต่างๆ ปัจจัยทางโรงเรียน เช่น ประเภทของโรงเรียน ขนาดของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียน สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน

3. ปัจจัยทางชุมชน ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่สำคัญอีกประการหนึ่ง การที่นักเรียนได้อยู่ในท่ามกลางชุมชนแบบใด ก็จะมีแนวโน้มนำที่จะแสดงพฤติกรรมตามแบบอย่างที่ได้พบเห็น ปัจจัยทางชุมชน เช่น ขนาดของชุมชน ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม เป็นต้น

4. เพื่อน ถือได้ว่าเป็นอิทธิพลที่สำคัญที่สุดของวัยรุ่น เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการ การยอมรับจากกลุ่มเพื่อน สังคมของวัยรุ่นส่วนใหญ่จึงเป็นสังคมของเพื่อน โดยอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน พฤติกรรมการสื่อสาร

ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้สามารถที่จะควบคุมข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเปิดรับหรือเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่เห็นว่าไม่น่าสนใจได้อย่างสะดวก ปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจรับข่าวสารแตกต่างกันออกไปตามแต่ละบุคคล

ชรามม์ (Schramm 1973) (ปรมะ สตะเวทิน. 2549 : 45) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการใช้อินเทอร์เน็ต มีดังนี้

1. ความสะดวกในการใช้ บุคคลจะเลือกใช้สื่อที่อยู่ใกล้ตัวและมีความสะดวกในการใช้มากที่สุด
2. ความเด่น บุคคลเลือกให้ความสนใจกับสาร ที่มีจุดเด่นต่างไปจากสารอื่น
3. ประสิทธิภาพ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน
4. การใช้ประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง
5. การศึกษาและสถานะทางสังคม การศึกษาและชั้นทางสังคมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกของผู้รับสาร

1.4 บริการบนอินเทอร์เน็ต

ระบบอินเทอร์เน็ตมีเครือข่ายทั่วโลกจึงมีผู้นิยมใช้ผ่านบริการต่าง ๆ ดังนี้ (นิลวรรณ คองกะพี. 2555 : ออนไลน์)

1. E-mail (Electronics mail) หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นบริการรับส่งข้อความผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับคนอื่น ๆ ได้ ถ้าผู้รับมีที่อยู่ตามข้อกำหนดการใช้ E-mail

2. World Wide Web หรือ WWW เป็นบริการข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมสูง ในปัจจุบัน จุดเด่นของ WWW ที่มีเหนือบริการอื่นๆ ในอินเทอร์เน็ตได้แก่ความง่ายในการใช้งานและรูปแบบการแสดงผลแบบไฮเปอร์เท็กซ์ที่เชื่อมโยงจากข้อมูลชุดหนึ่งไปสู่ข้อมูลอีกชุดหนึ่งซึ่งจะมีทั้งแบบข้อความปกติหรือมัลติมีเดีย เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว

3. IRC (Internet Relay Chat) เป็นการสนทนาโต้ตอบกันบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้การพิมพ์ข้อความหรือใช้เสียง โดยอาจสนทนากันเป็นกลุ่มหรือระหว่างบุคคล 2 บุคคลก็ได้ การสนทนาในรูปแบบนี้เป็นที่นิยมมาก เนื่องจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพูดคุยได้ทันที เรียกว่า Talks หรือ Chat

1.5 ประโยชน์ของอินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ต มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของเรา หลายๆ ด้าน ทั้ง การศึกษา พาณิชยกรรม ธุรกรรม วรรณกรรม และอื่นๆ ดังนี้ (สำนักข่าวมุสลิมไทย. 2555 : ออนไลน์)

ด้านการศึกษา

1. สามารถใช้เป็นแหล่งค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะ เป็นข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลด้าน การบันเทิง ด้านการแพทย์ และอื่นๆ ที่น่าสนใจ

2. ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จะทำหน้าที่เสมือนเป็นห้องสมุดขนาดใหญ่

3. นักศึกษาในมหาวิทยาลัย สามารถใช้อินเทอร์เน็ต ติดต่อกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เพื่อ ค้นหาข้อมูลที่กำลังศึกษาอยู่ได้ ทั้งที่ข้อมูลที่เป็น ข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหวต่างๆ เป็นต้น

เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้ระบบการเรียนการสอนในห้องเรียนเดิมเปลี่ยนไปเป็นการ เปิดโลกของนักเรียนให้รับรู้ข่าวสาร สังคม วัฒนธรรมทั่วโลก ดังนี้

1. ทำให้ผู้เรียนจัดหาข้อมูลสารสนเทศได้อย่างมากมาย หลายประเภท ไม่ว่าจะ เป็น รูปแบบข้อความ ภาพ เสียง

2. ทำให้ผู้เรียนฝึกทักษะการสืบค้นข้อมูลได้ทุกที่ ทุกเวลาและมีอิสระ

3. สนับสนุนการสื่อสารและการร่วมมือกันระหว่างผู้เรียนด้วยกัน ผู้ปกครอง ครู

4. ฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ

ด้านธุรกิจและการพาณิชย์

1. ค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ

2. สามารถซื้อขายสินค้า ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3. ผู้ใช้ที่เป็นบริษัท หรือองค์กรต่าง ๆ ก็สามารถเปิดให้บริการ และสนับสนุนลูกค้า ของตน ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เช่น การให้คำแนะนำ สอบถามปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ ลูกค้า แจกจ่ายตัวโปรแกรมทดลองใช้ (Shareware) หรือ โปรแกรมแจกฟรี (Freeware) เป็นต้น

ด้านการบันเทิง

1. การพักผ่อนหย่อนใจ สันทนาการ เช่น การค้นหาวารสารต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า Magazine online รวมทั้งหนังสือพิมพ์และข่าวสารอื่นๆ โดยมีภาพประกอบ ที่จอคอมพิวเตอร์เหมือนกับวารสาร ตามร้านหนังสือทั่วไป

2. สามารถฟังวิทยุผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้

3. สามารถดึงข้อมูล (Download) ภาพยนตร์ตัวอย่างทั้งภาพยนตร์ใหม่ และเก่า มาดูได้

จากเหตุผลดังกล่าว พอจะสรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ต มีความสำคัญ ในรูปแบบ ดังนี้

1. ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail=E-mail) เป็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผู้ส่งจะต้อง ส่งข้อความไปยังที่อยู่ของผู้รับ และแนบไฟล์ไปได้
2. เทลเน็ต (Telnet) การใช้งานคอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่งที่อยู่ไกล ๆ ได้ด้วยตนเอง เช่น สามารถเรียกข้อมูลจากโรงเรียนมาทำที่บ้านได้
3. การโอนถ่ายข้อมูล (File transfer protocol) ค้นหาและเรียกข้อมูลจากแหล่งต่างๆมาเก็บไว้ในเครื่องของเราได้ ทั้งข้อมูลประเภทตัวหนังสือ รูปภาพและเสียง
4. การสืบค้นข้อมูล (Gopher, Archie, World wide Web) การใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการค้นหาข่าวสารที่มีอยู่มากมาย ใช้สืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั่วโลกได้
5. การแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็น (Usenet) เป็นการบริการแลกเปลี่ยนข่าวสารและแสดงความคิดเห็นที่ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วโลก แสดงความคิดเห็นของตน โดยกลุ่มข่าวหรือนิวกรุป(Newsgroup)แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน
6. การสื่อสารด้วยข้อความ (Chat, IRC-internet relay chat) เป็นการพูดคุย โดยพิมพ์ข้อความตอบกัน ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากอีกวิธีหนึ่ง การสนทนากันผ่านอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนเรานั่งอยู่ในห้องสนทนาเดียวกัน แม้จะอยู่คนละประเทศหรือคนละซีกโลกก็ตาม
7. การซื้อขายสินค้าและบริการ (E-Commerce = Electronic Commerce) เป็นการซื้อ - สินค้าและบริการ ผ่านอินเทอร์เน็ต
8. การให้ความบันเทิง (Entertain) บนอินเทอร์เน็ตมีบริการด้านความบันเทิงหลายรูปแบบต่างๆ เช่น รายการโทรทัศน์ เกม เพลง รายการวิทยุ เป็นต้น เราสามารถเลือกใช้บริการเพื่อความบันเทิงได้ตลอด 24 ชั่วโมง

สรุปได้ว่าอินเทอร์เน็ต ได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับงานไอที ทำให้เกิดช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว ช่วยในการตัดสินใจ และบริหารงานทั้งระดับบุคคลและองค์กร

1.6 จรรยาบรรณสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ยีน กูวรวรรณ (2555: ออนไลน์) กล่าวว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนั้น มีเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการใช้งานระบบเครือข่ายนี้ก็ย่อมจะมีผู้ที่ประพฤติไม่ดี และสร้างปัญหาให้กับผู้อื่นเสมอ ดังนั้นแต่ละเครือข่ายจึงต้องมีการกำหนดกฎเกณฑ์ข้อบังคับไว้ และในฐานะผู้ใช้งานที่ได้รับสิทธิ์ ให้ใช้งานเครื่อข่ายนั้นก็ควรที่จะต้องเข้าใจ และปฏิบัติตามกฎที่ได้ถูก

วางไว้ เพื่อให้การอยู่ร่วมกันในระบบอินเทอร์เน็ตเป็นไปอย่างสงบสุข จึงได้มีผู้พยายามรวบรวม กฎ กติกา มารยาท และวางเป็นจรรยาบรรณอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่า Netiquette ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นเรื่องที่จะต้องปลูกฝัง กฎเกณฑ์ของแต่ละเครือข่าย จึงต้องมีและวางระเบียบเพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ และเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน อนาคตของการใช้เครือข่าย ยังมีอีกมาก จรรยาบรรณจึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ สังคมสงบสุข

บัญญัติ 10 ประการ จรรยาบรรณ ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ต้องยึดถือไว้เสมือนเป็น แม่บทแห่งการปฏิบัติเพื่อระลึกและ เตือนความจำอยู่เสมอ ดังนี้ คือ (ยี่น ภู่วรรณ. 2555 : ออนไลน์)

1. ต้องไม่ใช่คอมพิวเตอร์เพื่อทำร้าย หรือละเมิดผู้อื่น
2. ต้องไม่รบกวนการทำงานของผู้อื่น
3. ต้องไม่สอดแนม หรือมาแก้ไขเปิดดูเพิ่มข้อมูลของผู้อื่น
4. ต้องไม่ใช่คอมพิวเตอร์ เพื่อการโจรกรรมข้อมูลข่าวสาร
5. ต้องไม่ใช่คอมพิวเตอร์ สร้างหลักฐานที่เป็นเท็จ
6. ต้องไม่คัดลอกโปรแกรม ที่ผู้อื่นมีลิขสิทธิ์ และไม่ได้รับการอนุญาต
7. ต้องไม่ละเมิด การใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์ โดยที่ตนเองไม่มีสิทธิ์
8. ต้องไม่นำเอาผลงานของผู้อื่น มาเป็นของตน
9. ต้องคำนึงถึง สิ่งที่จะเกิดขึ้นกับสังคม อันติดตามมาจาก การกระทำของตน
10. ต้องใช้คอมพิวเตอร์โดยเคารพ กฎระเบียบ กติกา มารยาท

จรรยาบรรณ เกี่ยวกับการใช้ ระบบสนทนาแบบออนไลน์

1. ควรเรียกสนทนาจากผู้ที่เรารู้จัก และต้องการจะสนทนาด้วย หรือมีเรื่องสำคัญที่จะติดต่อด้วย
2. ควรระลึกเสมอว่าการขัดจังหวะผู้อื่นที่กำลังทำงานอยู่อาจจะสร้างปัญหาได้
3. ก่อนการเรียกคู่สนทนา ควรตรวจสอบสถานะ การใช้งานของคู่สนทนา ที่ต้องการเรียก เสียก่อนเพราะการเรียกแต่ละครั้ง จะมีข้อความไปปรากฏที่หน้าจอ ของฝ่ายที่ถูกเรียก ซึ่งก็สร้างปัญหาในการทำงานได้ เช่น ขณะกำลังทำงานค้าง FTP อยู่ ซึ่งไม่สามารถหยุดได้
4. หลังจากเรียกไปชั่วขณะ คู่ที่ถูกเรียกไม่ตอบกลับ แสดงว่าคู่สนทนาอาจติดงานสำคัญ ขอให้หยุดการเรียก เพราะข้อความที่เรียกไป ปรากฏบนจออย่างแน่นอนแล้ว
5. ควรใช้วาจาสุภาพ และให้เกียรติซึ่งกันและกัน

จรรยาบรรณเกี่ยวกับเว็ลด์ไวด์เว็บ

1. ห้ามใส่รูปภาพที่มีขนาดใหญ่ไว้ในเว็บเพจของท่าน เพราะทำให้ผู้ที่เรียกดูต้องเสียเวลามากในการแสดงภาพเหล่านั้น ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนมากเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยโมเด็ม ทำให้ผู้เรียกดูรูปภาพขนาดใหญ่ เบื่อเกินกว่าที่จะรอชมรูปภาพนั้นได้
2. เมื่อเว็บเพจของท่านต้องการสร้าง link ไปยังเว็บเพจของผู้อื่น ท่านควรแจ้งให้เจ้าของเว็บเพจ นั้นทราบ ท่านสามารถแจ้งได้ทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
3. ถ้ามีวิดีโอหรือเสียงบนเว็บเพจ ท่านควรระบุขนาดของไฟล์วิดีโอหรือไฟล์เสียงไว้ด้วย (เช่น 10 KB 2 MB เป็นต้น) เพื่อให้ผู้เรียกดูสามารถคำนวณเวลาที่จะใช้ในการดาวน์โหลดไฟล์วิดีโอหรือไฟล์เสียงนั้น
4. ท่านควรตั้งชื่อ URL ให้ง่าย ไม่ควรมีตัวอักษรตัวใหญ่ปนกับตัวอักษรตัวเล็ก ซึ่งจำได้ยาก
5. ถ้าท่านต้องการเรียกดูข้อมูลจาก URL ที่ไม่ทราบแน่ชัด ท่านสามารถเริ่มต้นหาจาก domain address ได้ โดยปกติ URL มักจะเริ่มต้นด้วย WWW แล้วตามด้วยที่อยู่ของเว็บไซต์ เช่น <http://www.nectec.or.th/> <http://www.tv5.co.th/> <http://www.kmitl.ac.th/>
6. ถ้าเว็บไซต์ของท่านมีการเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นๆ ด้วยรูปภาพท่านนั้น อาจทำให้ผู้เรียกดูที่ใช้โปรแกรมบราวเซอร์ที่ไม่สนับสนุนรูปภาพ ไม่สามารถเรียกชมเว็บไซต์ของท่านได้ ท่านควรเพิ่ม link ที่เป็นตัวหนังสือเพื่อเชื่อมโยงไปยังเว็บเพจอื่นๆ ด้วย
7. ท่านไม่ควรใส่รูปภาพที่ไม่มีความสำคัญต่อข้อมูลบนเว็บเพจ เนื่องจากไฟล์ของรูปภาพมีขนาดใหญ่ ทำให้เสียเวลาในการเรียกดูและสิ้นเปลือง bandwidth โดยไม่จำเป็น
8. ท่านควรป้องกันลิขสิทธิ์ของเว็บไซต์ด้วยการใส่เครื่องหมาย trademark (TM) หรือเครื่องหมาย Copyright ไว้ในเว็บเพจแต่ละหน้าด้วย
9. ท่านควรใส่อีเมลล์ที่อยู่ของท่านไว้ด้านล่างของเว็บเพจแต่ละหน้า เพื่อให้ผู้เรียกชมสามารถสอบถามเพิ่มเติม หรือติดต่อท่านได้
10. ท่านควรใส่ URL ของเว็บไซต์ไว้ด้านล่างของเว็บเพจแต่ละหน้าด้วย เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงในอนาคตสำหรับผู้ที่ยังพิมพ์เว็บเพจนั้น
11. ท่านควรใส่วันที่ของการแก้ไขข้อมูลบนเว็บไซต์ครั้งสุดท้ายไว้ด้วย เพื่อให้ผู้เรียกชมทราบว่าข้อมูลที่ได้รับนั้น มีความทันสมัยเพียงใด
12. ห้ามไม่ให้เว็บไซต์ของท่านมีเนื้อหาที่ละเมิดลิขสิทธิ์ มีเนื้อหาที่ตีความไปในทางลามกอนาจารหรือการใช้ความรุนแรง เนื้อหาที่ขัดต่อกฎหมาย ผู้จัดทำเว็บไซต์จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อเนื้อหาและข้อมูลทั้งหมดในเว็บไซต์นั้น

1.7 อินเทอร์เน็ตกับการศึกษา

ชลลัดดา พันธะพอง (2551 : 1-6) กล่าวว่า การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสารเป็นการใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสาร ระหว่างคณาจารย์และนักศึกษาศาสนาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการส่งการบ้าน นัดหมาย อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ รวมทั้งการแจกจ่ายที่อยู่ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่อยู่บนเวปไซด์ไว้บ เนื่องจากมีความสะดวก คือใช้เวลาเพียงไม่กี่นาทีเท่านั้น ผู้รับไม่จำเป็นต้องรอรับข้อมูลอยู่เหมือนการใช้โทรศัพท์ นอกจากนี้ ยังมีบริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่นักการศึกษาอีกประเภท คือ LISTSERV ซึ่งเป็นบริการที่อนุญาตให้นักการศึกษาสามารถสมัครเป็นสมาชิก ของกลุ่มสนทนา(Discussion group) ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน โดยผู้สนใจจะต้องส่งอีเมลไปยังที่อยู่ของกลุ่มสนทนา ซึ่งจะนำที่อยู่อีเมลของผู้สนใจ ไปใส่ไว้ใน ลิสต์รายชื่อสมาชิก (Mailing list) เมื่อมีผู้ส่งข้อความมายังกลุ่ม เครื่องคอมพิวเตอร์ ก็จะทำการคัดลอกและจัดส่งข้อมูลนี้ไปตามลิสต์รายชื่อสมาชิกที่มีอยู่ จะทำให้เราได้รับทราบข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลา ได้เรียนรู้ทัศนะจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ และได้แสดงข้อคิดเห็นส่วนตัว และได้ซักถามข้อสงสัย หรือขอความช่วยเหลือต่างๆ จากสมาชิกในกลุ่ม

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูลในการเรียนรู้ด้วยตนเอง

เนื่องจากข้อมูลที่อยู่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในปัจจุบันมีมากมายและกระจัดกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ดังนั้นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการใช้บริการอินเทอร์เน็ตและเลือกใช้ให้เหมาะสม เพื่อการค้นหาข้อมูลในการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถใช้อินเทอร์เน็ตในการสืบค้นข้อมูล ศึกษา ค้นคว้า และวิจัยได้หลายวิธีด้วยกัน วิธีที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ในปัจจุบัน คือ การสืบค้นทางเวปไซด์ไว้บ เนื่องจากสามารถรองรับข้อมูลได้หลายๆ รูปแบบ และเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันให้เราได้ศึกษาอย่างสะดวกสบาย และมีซอฟต์แวร์ สำหรับอ่านข้อมูลในเว็บที่สมบูรณ์แบบมากการค้นหาข้อมูล ในการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องใช้เครื่องมือช่วยค้น (Search engine) ซึ่งซอฟต์แวร์สำหรับอ่านข้อมูลในเว็บ (Web browser) ส่วนใหญ่บริการเชื่อมต่อกับเครื่องมือเหล่านี้ไว้ให้แล้ว ผู้ใช้เพียงแต่กดปุ่มสำหรับเรียกเครื่องมือนี้ขึ้นมา พิมพ์คำ หรือข้อความที่ต้องการสืบค้นลงไป เครื่องก็จะแสดงผลการค้น โดยการแสดงชื่อของข้อมูลที่เรากำลังการศึกษา (Web page) ซึ่งถ้าต้องการเข้าไปอ่าน ก็สามารถคลิกไปบนชื่อนั้นได้เลย ข้อมูลดังกล่าวจะปรากฏบนจอ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่อง ใดในโลกก็ตามในการขอเข้าใช้ (Login) บางเครื่องอาจต้องใช้รหัสลับ (Password) ด้วย หลังจากนั้นต้องทำตามคำสั่งที่ปรากฏบนจอ ซึ่งจะแตกต่างกันไปในแต่ละระบบของเครื่อง นอกจากห้องสมุดแล้ว เราอาจจะใช้คอมพิวเตอร์ที่เป็นฐานข้อมูลต่าง ๆ ได้ด้วย โดยในบางฐานข้อมูล นอกจากผู้ใช้จะเข้าไปค้นหาบทความที่เคยตีพิมพ์ในวารสารต่าง ๆ แล้วยังสามารถใช้บริการพิเศษอื่น ๆ เช่น บริการส่งอีเมลแจ้ง

ให้ทราบเกี่ยวกับบทความใหม่ ๆ ที่ได้ตีพิมพ์ในวารสารการศึกษาที่สนใจเล่มล่าสุด โดยต้องมีการกำหนดชื่อของวารสารที่สนใจไว้ล่วงหน้า หรือ มีบริการส่งแฟกซ์ บทความนั้นให้แก่ผู้ใช้ที่สนใจ

การประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตกับกิจกรรม

ปัจจุบัน มีการใช้อินเทอร์เน็ตในหลักสูตรกิจกรรมการสอนในหลาย ๆ ประเทศ เช่น ในสหรัฐอเมริกา ใช้กิจกรรมการสอนในโครงการร่วมระหว่างห้องเรียนจาก 2 โรงเรียน ขึ้นไป (Classroom exchange projects) เพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลในวิชาทางวิทยาศาสตร์ ที่เกี่ยวกับการรับรู้ทางสังคม และที่มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ เนื่องจากโครงการเหล่านี้ได้รวมเอา กิจกรรมการเรียนอื่น ๆ เอาไว้ อาทิเช่น การเก็บรวบรวมข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ การค้นคว้าวิจัย การสอบถาม ปรัชญาผู้เชี่ยวชาญ การรับรู้ทางสังคม การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ทั้งระดับประเทศ และระดับนานาชาติ นอกจากนี้ ยังมีโครงการที่เกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ของโรงเรียนแบบออนไลน์ และการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์ รวมทั้งกิจกรรมการเขียนจดหมายโต้ตอบระหว่างนักเรียน จากต่างห้องต่างโรงเรียน

การศึกษาทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต

การศึกษาทางไกลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรก ผู้เรียน และผู้สอนมีการนัดหมายเวลาที่แน่ชัด ซึ่งต้องมีเครื่องมือ และอุปกรณ์เพิ่มเติม ในการรับส่ง สัญญาณ ภาพ และเสียง เช่น กล้องถ่ายภาพ ไมโครโฟน ลำโพง และซอฟต์แวร์พิเศษทั้งในส่วนของผู้สอน และในส่วนของผู้เรียน ผู้สอนและผู้เรียนสามารถสื่อสารกันได้ทันที โดยผู้สอนไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังห้องเรียนจริง เพียงมาที่สถานที่ที่จัดเตรียมไว้ และสอนผ่านจอคอมพิวเตอร์ ส่วนผู้เรียนก็ไม่ต้องเดินทางมาหาผู้สอน เพียงไปยังห้องเรียนที่ได้จัดเตรียมไว้ และเรียนจากจอคอมพิวเตอร์ เมื่อมีข้อสงสัยก็สามารถที่จะถามผู้สอนได้ทันที ส่วนการศึกษาทางไกลในลักษณะที่สอง ผู้สอนจะต้องเตรียมเอกสาร การสอนไว้ล่วงหน้า และเก็บข้อมูลการสอนนี้ไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้เรียนสามารถจะเรียนจากทุกที่ที่สามารถเข้าใช้เครือข่ายได้ในเวลาใดก็ได้ เอกสารการสอนก็ทำได้หลายลักษณะ แต่ที่นิยมทำกันก็คือ ในลักษณะของคอมพิวเตอร์ช่วยการสอนบนเว็บ หรือ CAI on Web ถ้าผู้เรียนมีข้อสงสัยใด ๆ ก็สามารถอีเมลไปสอบถามจากผู้สอนได้

นอกจากนี้การเข้าใช้คอมพิวเตอร์เครื่องอื่นๆ ที่ต่ออยู่กับเครือข่าย และมีการอนุญาตให้เข้าไปใช้ได้ เช่น การติดต่อเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ของห้องสมุดเพื่อค้นหา ยืม ต่อเวลาการยืม หรือการจองหนังสือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ก็เป็นที่นิยมกันมาก ปัจจุบันมีห้องสมุดหลายแห่งเปิดให้บริการบริการนี้สามารถเข้าใช้ได้โดยการ ใช้คำสั่ง Telnet และตามด้วยชื่อเครื่อง หรือหมายเลขของเครื่องแล้วพิมพ์ชื่อ

การเรียนการสอนเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต

ในประเทศไทยการเรียนการสอนเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เป็นในลักษณะของการเปิดอบรมหลักสูตรระยะสั้น ให้แก่สมาชิกเครือข่าย หรือประชาชนผู้สนใจทั่วไป แต่อย่างไรก็ตามมีสถาบันการศึกษาหลายแห่งได้จัดให้มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต โดยจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชาต่างๆ ให้แก่นักศึกษา ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการเตรียมให้มีความพร้อมในการที่จะนำความรู้ไปประยุกต์ใน การค้นคว้าวิจัย หรือทำรายงาน ในรายวิชาต่าง ๆ และที่สำคัญ เป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ การจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตยังเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษา ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อ ในลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น จากการอภิปรายผ่านอีเมล การเสนอความคิดเห็นในกลุ่มสนทนา หรือการนำเสนอข้อมูลบนเว็บ เป็นต้น

ประโยชน์ของการใช้อินเทอร์เน็ตกับการศึกษา

1. การใช้เป็นระบบสื่อสารส่วนบุคคล บนอินเทอร์เน็ตมีอิเล็กทรอนิกส์เมลล์หรือเรียกย่อๆ ว่า อีเมลล์ (E-mail) เป็นระบบที่ทำให้การสื่อสารระหว่างกันเกิดขึ้นได้ง่าย แต่ละบุคคลจะมีผู้จดหมายเป็นของตนเองสามารถส่งข้อความถึงกันผ่านในระบบนี้โดยส่งไปยังผู้จดหมายของกันและกันนอกจากนี้ยังสามารถประยุกต์ไปใช้ทางการศึกษาได้
2. ระบบข่าวสารบนอินเทอร์เน็ต มีลักษณะเหมือนกระดานข่าวที่เชื่อมโยงถึงกันทั่วโลก ทุกคนสามารถเปิดกระดานข่าวที่ตนเองสนใจหรือสามารถส่งข่าวสารผ่านกลุ่มข่าวบนกระดานนี้เพื่อโต้ตอบข่าวสารกันได้
3. การใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลข่าวสารต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตมีแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงกัน และติดต่อกับห้องสมุดทั่วโลกทำให้การค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทำได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพหมายถึงสามารถค้นหาและได้มาซึ่งข้อมูลโดยใช้เวลาน้อย โดยเฉพาะบนอินเทอร์เน็ตจะมีคำหลัก (Index) ไว้ให้สำหรับการสืบค้นที่รวดเร็ว
4. ฐานข้อมูลเครือข่ายใยแมงมุม (World Wide Web) เป็นฐานข้อมูลแบบเอกสาร (Hypertext) และแบบมีรูปภาพ (Hypermedia) จนมาปัจจุบัน ฐานข้อมูลเหล่านี้ได้พัฒนาขึ้นจนเป็นแบบมัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งมีทั้งข้อความ รูปภาพ วิดิทัศน์ และเสียงผู้ใช้เครือข่ายนี้สามารถสืบค้นกันได้จากที่ต่างๆ ทั่วโลก
5. การพูดคุยแบบโต้ตอบหรือคุยเป็นกลุ่ม บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อกันและพูดคุยกันได้ด้วยเวลาจริง ผู้พูดสามารถพิมพ์ข้อความโต้ตอบกันได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดบนเครือข่าย
6. การส่งถ่ายข้อมูลระหว่างกันแบบ FTP (Files Transfer Protocol) คือสามารถที่จะโอนย้ายถ่ายเทข้อมูลระหว่างกันเป็นจำนวนมากๆ ได้ โดยส่งผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งทำ

ให้สะดวกต่อการรับ ส่งข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน โดยไม่ต้องเดินทางและข่าวสารถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

7. การใช้ทรัพยากรที่ห่างไกลกัน ผู้เรียนอาจเรียนอยู่ที่บ้านและเรียกใช้ข้อมูลที่เป็นทรัพยากรการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยได้ และยังสามารถขอใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์ในต่างมหาวิทยาลัยได้

หลักการใช้อินเทอร์เน็ต

หลักการใช้อินเทอร์เน็ต โดยใช้หลัก SMART ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

S = Safety ความปลอดภัย

M = Manners ความมีมารยาท

A = Advertising and Privacy Protection การรักษาสีทิวทัศน์ส่วนบุคคลในการเลือกรับสื่อโฆษณา

R = Research ความสามารถในการค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์

T = Technology ความเข้าใจเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ตสิ่งที่จำเป็นต้องรู้บนอินเทอร์เน็ต Protocol

โปรโตคอล (Protocol) คือ ระเบียบพิธีการในการติดต่อสื่อสาร เมื่อมาใช้กับเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม จึงหมายถึงขั้นตอนการติดต่อสื่อสาร ซึ่งรวมถึง กฎ ระเบียบ และข้อกำหนดต่าง ๆ รวมถึงมาตรฐานที่ใช้ เพื่อให้ตัวรับและตัวส่งสามารถดำเนินกิจกรรมทางด้านสื่อสารได้สำเร็จ

ข้อพึงระวังในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา

1. การสืบค้นข้อมูล เนื่องจากข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นข้อมูลที่ไม่ได้มีการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ องค์กร หรือสถาบันใด และเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้เครือข่ายทุกคนมีสิทธิที่นำเสนอความคิดเห็น เผยแพร่ข่าวสารอย่างเป็นอิสระ ดังนั้น ผู้ใช้จึงจำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูลและใช้วิจารณญาณในการเลือกสรรเอาเอง

2. การติดต่อสื่อสาร แม้ว่าการส่งอีเมลล์จะเป็นวิธีการติดต่อสื่อสารที่แสนสะดวกสบาย แต่ก็มีข้อจำกัดบางอย่าง คือ ผู้รับไม่สามารถสังเกตการแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง หรือน้ำเสียงประกอบของผู้ส่งได้เลย ดังนั้น การเขียน หรือ พิมพ์ข้อความใด ๆ ในอีเมลล์จึงจำเป็นต้องเขียนให้ชัดเจน กระชับ และถูกกาลเทศะ เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นได้

3. การเผยแพร่ข้อมูล เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายไร้พรมแดน ที่ไม่มีเจ้าของ และไม่ขึ้นกับกฎระเบียบขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ดังนั้น ผู้ใช้เครือข่ายที่ต้องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือนำเสนอข้อคิดเห็นใด ๆ บนเครือข่ายจึงจำเป็นต้องมีจรรยาบรรณในการใช้

อินเทอร์เน็ต โดยตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อผู้อื่น และหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลที่ไม่เหมาะสม คลาดเคลื่อน หรือที่อาจกระทบกระเทือน หรือสร้างความเสียหายต่อผู้อื่นได้

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา

สงบ ลักษณะ (2550 : 45) กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของคนเรา ซึ่งก็รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับการเรียนรู้ด้วยโดยพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กล่าวไว้ว่า ผู้เรียนมีความสำคัญมากที่สุด และควรที่จะมีการจัดกระบวนการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลด้วย ซึ่งมาตรา 66 ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติได้กล่าวไว้ว่า ผู้เรียนมีสิทธิได้รับการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาเพื่อให้มีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อการศึกษาในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็จะเกี่ยวข้องกันกับใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยในการเรียนรู้ด้วย โดยเทคโนโลยีการเรียนรู้จะประกอบด้วยองค์ประกอบหลักอยู่ 4 องค์ประกอบ คือ

1. เทคโนโลยีการศึกษาด้านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ ตำรา เอกสารชุดวิชาและพิมพ์อื่น ๆ
2. เทคโนโลยีด้านสื่อโสตทัศน์ เช่น วัสดุอุปกรณ์ และโสตทัศนอุปกรณ์เทปเสียงและวีดิทัศน์
3. เทคโนโลยีด้านสื่อสารมวลชน เช่น รายการวิทยุกระจายเสียงทางการศึกษาและรายการวิทยุโทรทัศน์การศึกษา
4. เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ มัลติมีเดีย เครือข่ายฐานข้อมูลและอินเทอร์เน็ต

โดยทั้ง 4 องค์ประกอบนี้เราสามารถนำมาเป็นตัวที่ช่วยให้การจัดการเรียนการสอนได้รวดเร็วและสะดวกมากยิ่งขึ้นซึ่งเทคโนโลยีโดยปกติจะเกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน 3 ลักษณะคือ

1. การเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี ได้แก่เรียนรู้ระบบการทำงานของคอมพิวเตอร์ เรียนรู้จนสามารถใช้ระบบคอมพิวเตอร์ได้ ทำระบบข้อมูลสารสนเทศเป็น สื่อสารข้อมูลทางไกลผ่าน อีเมลล์และอินเทอร์เน็ตได้ เป็นต้น
2. การเรียนรู้โดยใช้เทคโนโลยี ได้แก่การเรียนรู้ความรู้ใหม่ ๆ และฝึกความสามารถทักษะ บางประการโดยใช้สื่อเทคโนโลยี เช่น ใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนซีเอไอ เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ ทางโทรทัศน์ที่ส่งผ่านดาวเทียม การค้นคว้าเรื่องที่สนใจผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3. การเรียนรู้กับเทคโนโลยี ได้แก่การเรียนรู้ด้วยระบบการสื่อสาร 2 ทางกับเทคโนโลยี เช่น การฝึกทักษะภาษา กับโปรแกรมที่ให้ข้อมูลย้อนกลับถึงความถูกต้อง การฝึกการแก้ปัญหา กับสถานการณ์จำลอง เป็นต้น

สรุปได้ว่าเทคโนโลยีเหล่านี้จะช่วยให้ทั้งผู้สอนและนักเรียนมีการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา ซึ่งเราก็ไม่จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้แต่เฉพาะในห้องเรียน โดยถ้านักเรียนสนใจที่จะหาความรู้ด้วยตนเองก็สามารถหาข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตได้ แต่สื่อเหล่านี้ก็ไม่ค่อยน่าเป็นห่วงเท่าไร เพราะถ้าเรามีงบประมาณพอเราก็จัดหาได้ไม่ยาก แต่สิ่งที่ยังขาดแคลนคือข้อมูล เพราะถ้าขาดข้อมูล สารสนเทศไม่ดีแล้ว ตัวระบบเทคโนโลยีก็ไร้ความหมาย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี

แมคลูฮัน (McLuhan, 1990 : 14) เป็นนักทฤษฎีกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด แห่งสำนัก โทรอนโด ประเทศแคนาดา ซึ่งให้ความสนใจในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อสังคม โดยมองว่าเทคโนโลยีการสื่อสารช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้ กว้างขวางออกไป และสนใจการวิเคราะห์ในระดับจุลภาค (Micro) ซึ่งหมายถึง ประสบการณ์ของปัจเจกบุคคล ทั้งนี้แนวคิดพื้นฐานของ แมคลูฮัน ต่อเทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ ของมนุษย์คือ“สื่อ” (Media) ซึ่งเขามองว่าสื่อทุกชนิดคือการขยาย ประสบการณ์ด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of Experience) โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นได้ ขยายขยายประสบการณ์ของมนุษย์ ออกไปอย่างมากมาย พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุค ปัจจุบันทำให้อุปสรรคด้านเวลา (Time) รวมถึงระยะทางและสถานที่ (Space) หดลงไป นอกจากนี้ แมคลูฮัน ได้ให้ความสนใจ เกี่ยวกับเรื่อง“รูปแบบของสื่อ” (Form/Media)

โดย แมคลูฮัน ได้กล่าวว่า “ตัวสื่อคือสาร” (Medium is the message) เนื่องจากเขาคิดว่า การเปลี่ยนเพียงตัวสื่อเท่านั้นจะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์ แล้ว ขณะที่ โรเจอร์ (Rogers, 2001 : 23) เสนอแนวคิดพื้นฐานว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร บวกผสมกับปัจจัยอื่น ๆ จะรวมเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมกล่าวคือ โรเจอร์ เห็นว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ว่าปัจจัย ตัวนี้ก็ต้องทำงานรวมไปกับปัจจัยตัวอื่น ๆ ทั้งนี้เขาได้ค้นคว้าคุณลักษณะสำคัญ ของสื่อใหม่ (New Media) ที่ กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และได้ชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะสำคัญ ๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมี ผลต่อเนื่องไป ถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงสังคมนั้นมี อยู่ 3 ประการคือ

1. ลักษณะการตอบโต้กัน (Interactivity) ของสื่อ ซึ่งแต่เดิมการสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น จะมีอยู่ เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face-to-face communication) แต่ใน

สื่อใหม่ เช่น การใช้ประหมททางไกลผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้ได้ อย่างฉับพลันทันที อันจะทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

2. ลักษณะความเป็นปัจเจกชน (Individualize/Degasified) แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชนจะสร้าง ผู้รับสารแบบเป็น “มวลชน” (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่าง ๆ เหมือนกัน ในช่วงเวลา เดียวกัน แต่ยั้งนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้ผู้ใช้ สารสามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น

3. ลักษณะการสื่อสารที่สามารถแบ่งแยกกันเป็นส่วน ๆ ได้ อันเป็นลักษณะประการหนึ่งของสื่อ (Asynchronous nature of communication) คุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อใหม่ คือ สามารถจะแบ่งแยกกันเป็นส่วน ๆ ได้ (Asynchronize) โดยไม่มาเป็นกลุ่มก้อนเดียว นอกจากนั้นยังหมายความว่าถึงศักยภาพของสื่อที่สามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่าง ๆ ได้ด้วย กรณีการขยายตัวของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย อาจสามารถอธิบายด้วย ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ของ โรเจอร์ (Rogers) ได้เป็นอย่างดี แม้ว่าจะมีจุดเริ่มต้นของทฤษฎีจากการสื่อสารทางการเกษตร แต่ทฤษฎีดังกล่าว ถูกอธิบายปรากฏการณ์ของการเติบโตของการใช้ หรือการแพร่กระจายนวัตกรรมใดได้อย่าง ครอบคลุม ภายใต้แนวคิดนี้ องค์ประกอบสำคัญในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมมีดังนี้

นวัตกรรม (Innovation) ซึ่งอาจเป็นแนวคิดใหม่ บริการใหม่ หรือเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ มีคนในสังคมหนึ่งรับรู้ว่าเป็นของใหม่ช่องทางสื่อสาร (Communication channels) หมายถึง การสื่อสารให้คนรับรู้ถึง การมีขึ้นหรือการเกิดขึ้นของนวัตกรรมนั้น จากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งช่วงเวลาในการที่สมาชิกในสังคมนั้น ๆ ใช้ในกระบวนการตัดสินใจเพื่อ ยอมรับนวัตกรรมระบบสังคม (Social system) ที่ประกอบด้วยหน่วยต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อกระบวนการ แพร่กระจาย โรเจอร์ ยังได้เสนอ แนวคิดต่อยอดทฤษฎีแองเรอประ โยชน์ของสื่อใหม่ต่อประเทศกำลังพัฒนาไว้ว่า

1. สามารถเชื่อมโยงประชาชนที่ไร้โอกาสกับผู้กำหนดนโยบายหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจภาครัฐ อันจะทำให้เสียงของประชาชนเหล่านั้นไปมี ส่วนในกระบวนการกำหนดวาระของข่าวสาร (Agenda setting)

2. เพิ่มศักยภาพให้กับประชาชนหรือชุมชน ในการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ อันมีผลต่อการ กำหนดอนาคตของสังคมของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพตรงตามความปรารถนา หรือความต้องการ ของชุมชน

3. เพื่อเป็นช่องทางส่งผ่านข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับปัญหาสังคม และทางออกที่เป็นไปได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

พีระ จิร โสภณ (2551 : 636-639) การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญไปที่พฤติกรรมของผู้รับสาร (Audience) กล่าวคือ ผู้รับสารเป็นผู้มีความกระตือรือร้น (Active) ในการเลือกที่จะเปิดรับสื่อด้วยตนเอง ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารเป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร (Selective processes) ข่าวสาร ซึ่งกระบวนการเลือกสรรเปรียบเทียบบนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ที่มีอยู่ ด้วยกันหลายแหล่งตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน โดยปกติบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่เสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับ ความคิดและทัศนคติของตนเอง

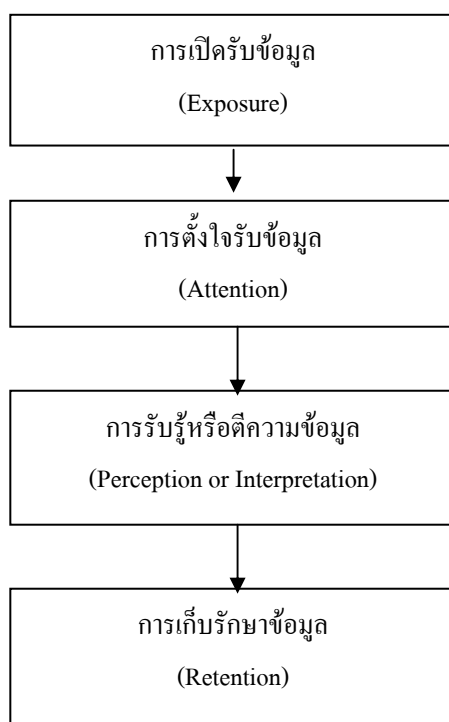
2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective perception or selective interpretation) หมายถึง กระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสาร จากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็เชื่อว่า ข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เนื่องจากผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมาย ความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective retention) หมายถึง แนวโน้มการเลือกจดจำ ข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า การที่แต่ละบุคคลมักจะเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ ตนเองเห็นว่าสนใจเท่านั้น เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่ส่งผลการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อในส่วนที่ไม่ตรงกับ ความสนใจของตนเอง

เอสซัล (Assael. 1998 : 145) กล่าวว่า การเปิดรับ (Exposure) หมายถึง การที่ประสาทสัมผัสของผู้บริโภค (การเห็น ได้ยิน สัมผัส ได้กลิ่น) ถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกเองว่า สิ่งเร้าใดที่ตรงกับความต้องการของตน ผู้บริโภคจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งเร้าที่ตนไม่สนใจ และเห็นว่าไม่สำคัญ และหากผู้บริโภคเลือกการเปิดรับก็จะเกิดขึ้นทั้งนี้การเปิดรับจะมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการรับสารด้วย โดยที่ความสนใจ (Interest) และความเกี่ยวข้อง (Involvement) ของผู้บริโภคกับสิ่งเร้าจะสะท้อนมาในระดับของความตั้งใจ (Attention) ที่ผู้บริโภคให้แก่สิ่งเร้านั้น

กระบวนการรับรู้ (Perception Process)

การรับรู้ (Perception) คือกระบวนการเลือกจัดระเบียบและตีความหมายจากข้อมูลข่าวสารทางการตลาดและสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจต่อข้อมูลหรือสารโฆษณานั้นๆ (Assael, 1998) การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน(เช่นความเชื่อประสบการณ์ความต้องการและอารมณ์) และปัจจัยภายนอก (เช่นสังคมสถานภาพการศึกษา) เวลส์ เบอร์เน็ท และ โมเรียตี (Wells, Burnett & Moriarty. 2000 : 121) กล่าวว่า การเปิดรับ (Exposure) เป็นขั้นตอนแรกในกระบวนการรับรู้ (Perception process) และอย่างน้อยที่สุดการเปิดรับจะต้องเกิดขึ้นก่อนเพราะหากผู้บริโภคไม่เคยเห็นหรือได้ยินโฆษณาหรือถ้าผู้บริโภคเป้าหมายมองข้ามหรือเปลี่ยนแปลงช่องทางการรับสารไปไม่ว่าโฆษณาจะดีเพียงใดก็จะไม่เกิดการรับรู้ว่ามีโฆษณานั้นอยู่เลยกระบวนการรับรู้มี 4 ขั้นตอนดัง ภาพประกอบ 2 กระบวนการรับรู้



ภาพประกอบ 2 กระบวนการรับรู้

1. การเปิดรับข้อมูล (Exposure) หมายถึงผู้บริโภคเปิดโอกาสให้ข้อมูลมาสู่ตัวเอง ตัวอย่างผู้ชมภาพยนตร์อาจจะเลือกที่ไม่ดูโฆษณาในโรงภาพยนตร์หรือเลือกที่จะเข้าไปดูโฆษณาการที่จะฉายภาพยนตร์ที่ผู้บริโภคต้องการดู

2. การตั้งใจรับข้อมูล (Attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตั้งใจรับข้อมูลนักการตลาดจะต้องใช้ความพยายามที่จะสร้างงานการตลาดให้มีลักษณะเด่นเพื่อทำให้เกิดการตั้งใจรับข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับและสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งโดยมักแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วเพื่อลดภาวะที่ไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า Cognitive dissonance ฉะนั้นการลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสนใจเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตนและนอกจากทัศนคติที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับและสนใจข่าวสารแล้วยังมีปัจจัยด้านสังคมจิตวิทยาและลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการที่มีผลต่อการเปิดรับและความสนใจข่าวสารด้วยปัจจัยเหล่านี้ได้แก่สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (ระดับการศึกษาอายุอาชีพรายได้ ฯลฯ) ความเชื่ออุดมการณ์ลัทธินิยมศาสนาประเพณีวัฒนธรรมประสบการณ์ ฯลฯ

3. การรับรู้หรือตีความข้อมูล (Perception or interpretation) เป็นกระบวนการขั้นต่อมาหลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมดผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อไม่เหมือนกันความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษรรูปภาพหรือคำพูดเท่านั้นแต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเองหรือตามความต้องการทัศนคติประสบการณ์ความเชื่อความหวังแรงจูงใจสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้นในบางครั้งอาจเกิดการบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของผู้รับสารเอง

4. การเก็บรักษาหรือจดจำข้อมูล (Retention) หมายถึงการที่ผู้บริโภคจดจำข้อมูลข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความต้องการทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่าหลังจากเกิดการเปิดรับและการตีความแล้วนักการตลาดต้องพยายามสร้างให้ข้อมูลข่าวสารในความทรงจำของผู้บริโภคซึ่งความจำของผู้บริโภคจะทำให้เกิดการตัดสินใจ

การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสารในบางครั้งผู้บริโภคหรือผู้รับสารอาจปฏิเสธข่าวสารตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกเปิดรับคือไม่เลือกชมอ่านหรือฟังสื่อแต่หากในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ผู้รับสารก็จะพยายามตีความข่าวสารตามความเข้าใจหรือความรู้สึกของตนเองแต่หากข่าวสารนั้นเป็นข่าวสารที่มีความชัดเจน

ในความหมายที่ทำให้เข้าใจตรงกันอยู่แล้วผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้ายโดยการเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

พรจิต สมบัติพรนิช (2547 : 4) สื่อ (Media) เป็นช่องทางสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าวสารข้อมูลบันเทิง หรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้น นับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นหนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ พัฒนารูปแบบเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่ได้หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นเพื่อการติดต่อสื่อสารในสังคม การพัฒนา รูปแบบของสื่อที่เกิดขึ้นในปัจจุบันสรรค์สร้างความก้าวหน้าของรูปแบบการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้นดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อ ออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อ คือ

1. สื่อดั้งเดิม (Traditional media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว ซึ่งผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้รับสารได้ สามารถแบ่งออกเป็น

1.1 สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือ เสียง หรือภาพไปอย่างเดียว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ

1.2 สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือภาพและเสียงไปพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

2. สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกันคือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาระบบเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีแบบปฏิสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านระบบเครือข่าย และมีศักยภาพเป็นสื่อประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากคือ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545 : 323)

1. ไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง
2. กระจายข้อมูลข่าวสารในแนวราบไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน
3. มีผลสะท้อนกลับทันทีทันใด
4. ให้ข้อมูลในลักษณะไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา
5. นำเสนอโดยใครก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นนักสื่อสารมวลชน
6. ต้นทุนในการดำเนินการน้อยกว่าการสื่อสารมวลชนในแบบดั้งเดิม
7. สามารถบริการข้อมูลข่าวสารตอบสนอง เจาะจงผู้ใช้งานได้มากกว่า
8. นำเสนอข้อมูลในระบบเชื่อมโยงแบบยืดหยุ่น ใช้งานได้ไม่เน้นลำดับชั้นของข้อมูล
9. มีผลสะท้อนกลับที่รวดเร็ว

10. แหล่งเงินทุนสนับสนุนการดำเนินการมีความหลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะการรับจ้างโฆษณา
11. เนื้อหาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา
12. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขึ้นอยู่กับเหตุผลของบุคคล

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และข่าวสารออนไลน์

สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์. (2549 : 44-50) สื่อออนไลน์ เป็นช่องทางใหม่ในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลในโลกปัจจุบัน จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ของวงการสื่อมวลชนไทยที่มีความโดดเด่นที่เป็นทั้งสื่อระหว่างบุคคล และสื่อสารมวลชนได้ในเวลาเดียวกัน

ข่าวออนไลน์ หมายถึง การนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้เป็นที่เข้าใจมากขึ้นสามารถแยกอธิบายได้ ดังนี้

ข่าว หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็นที่เกิดขึ้น เมื่อไม่นานมานี้ เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นที่นำมารายงานนั้น จะต้องอาศัยหลักการพิจารณาว่ามีคุณค่าข่าวหรือไม่ ถ้าเหตุการณ์ใดที่มีคุณค่าข่าวก็จะเลือกรายงาน แต่ถ้าไม่มีคุณค่าข่าวก็ตัดทิ้งไป ประชัน วัลลิโก (ประชัน วัลลิโก, 2538 : 15 ; อ้างอิงจาก สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549. **นิยามรูปแบบของสื่อออนไลน์**) ออนไลน์ หมายถึง ช่องทางหรือวิถีทางต่าง ๆ ในการนำเสนอข่าวสารที่เป็นที่รู้จักในยุคแห่งสังคมสารสนเทศที่มีชื่อเสียงที่สุด ได้แก่ เวิร์ลด์ไวด์เว็บ การให้บริการข่าวสารออนไลน์ทางด้านธุรกิจ เช่น America Online การส่งข้อมูลผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ซีดีรอม (CD-ROM) ซึ่งเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต และรวมถึงระบบอินทราเน็ต (Intranet) หรือแม้กระทั่งการบริการกระจายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ส่วนตัว (Bulletin Board System) เหล่านี้ล้วนมีบทบาทสำคัญและเป็นช่องทางของการรายงานข่าวออนไลน์บนโลกอินเทอร์เน็ต ทั้งสิ้น มิลลิสัน (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549 : 46 อ้างอิงจาก Millison, 2002. **Roles and channel coverage online**) การรายงานข่าวแบบดั้งเดิมมักนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งภาพยนตร์และภาพนิ่ง แต่ข่าวออนไลน์ จะเป็นการรายงานข่าวผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งหมายถึงเครื่องคอมพิวเตอร์ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการทำธุรกิจด้านข่าวสารบน สื่อออนไลน์จำนวนมาก สามารถสรุปรูปแบบการนำเสนอข่าวสารได้เป็น 6 ประเภทดังนี้ กันเตอร์ (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549 : 49 ; อ้างอิงจาก Gunter, 2003. **News and the Net**)

1. กระดานข่าวของกลุ่มข่าว (Bulletin board newsgroups) เป็นบริการกระดาน ข่าวในกลุ่มข่าวบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ให้ทั้งข้อมูลข่าวสาร และเป็นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้อย่างเสรีระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งมีทั้งรูปแบบที่มีผู้ดูแลควบคุมกระดานข่าวและที่ไม่มี ผู้ดูแล ซึ่งข้อมูลข่าวสารในการดานข่าวที่ไม่มีผู้ดูแลมักจะเป็นข่าวที่ไม่ค่อยมีคุณค่าหรือเป็นข่าวที่ไม่ มีคุณภาพ เนื่องจากขาดผู้คอยตรวจตราข้อมูลที่ผ่านเข้ามาบนกระดานข่าวนั้น ๆ

2. กลุ่มข่าว Usenet (Usenet newsgroups) เป็นบริการข่าวสารข้อมูล ที่มีการจัดแบ่งหมวดหมู่ออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความประสงค์

3. กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ (Web-site based bulletin boards) เป็นบริการกระดานข่าวที่มีระบบการจัดการที่ดีมักได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ลงทุนด้านธุรกิจที่ต้องการข่าวสารและการเฝ้าติดตามในเรื่องของตลาดหลักทรัพย์ ข้อมูลข่าวสารมีคุณภาพมากขึ้น

4. บริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail lists) เป็นบริการข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างจากบริการแบบกลุ่มข่าว (Newsgroups) เนื้อหาจะนำเสนอข้อมูลที่สรุปผลจากการประชุมทางวิชาการในเรื่องเฉพาะด้าน และนำเสนอโดยกลุ่มนักวิชาการเป็นหลัก

5. กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ (Online newswires and broadcasters) เป็นบริการของหน่วยงานที่ทำธุรกิจทางด้านข่าวสารต่าง ๆ เช่น CNN Reuters และ อ.ส.ม.ท. เป็นต้น

6. นิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (Online newspaper and magazines) เป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสารที่ใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อเสริมในการนำเสนอเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับฉบับกระดาษ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความหมายเกี่ยวกับ “ส่วนประสมทางการตลาด” ไว้หลายความหมายแต่ผู้ศึกษาได้นำเสนอเพียงบางส่วน ดังนี้

วัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย คอตเลอร์ (Kotler. 1997 : 98) ได้กล่าวถึงเครื่องมือการตลาด 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place or distribution) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งเรียกสั้น ๆ ว่า 4P's ในขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนา กลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy) ซึ่งหมายถึง โปรแกรมของบริษัทในการเลือกตลาดเป้าหมายเฉพาะอย่างและสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่เป็นเป้าหมายนั้นโดยการใช้ส่วนประสมการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ตัวสินค้าและบริการ (Goods and service) ที่ธุรกิจนำเสนอเพื่อสนองความต้องการและพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนและไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์นั้นจึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด องค์การ หรือบุคคล การศึกษาเรื่องของผลิตภัณฑ์จึงศึกษาในรูปของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (Total product) ซึ่งหมายถึงตัวสินค้า รวมทั้งความพึงพอใจและ ผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้สินค้านั้น ประกอบด้วย องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ (Product component) ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพ รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ สินค้าให้เลือก รูปแบบ ตราสินค้าและ(หรือ)สัญลักษณ์สินค้า การบรรจุหีบห่อ ขนาด การบริการ การรับประกัน การรับประกัน ฯลฯ ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจและพิถีพิถันในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น ฉะนั้น

นักการตลาดต้องให้ความสนใจเริ่มตั้งแต่บรรจุกัณฑ์ เพราะบรรจุกัณฑ์นอกจากจะมีประโยชน์ในการปกป้องรักษาสินค้าภายในให้มีคุณภาพดี แล้วบรรจุกัณฑ์จะให้ข้อมูลข่าวสารทางการตลาด และประการสำคัญ คือ การส่งเสริมการขาย มีอยู่เสมอที่ผู้บริโภคสนใจบรรจุกัณฑ์มากกว่าตัวสินค้า ฉะนั้นการตลาดจึงต้องพยายามสร้างรูปภาพ สีสนับรรจุกัณฑ์ให้สะดุดตาดึงดูดใจของผู้บริโภค ตั้งแต่เริ่มแรกเพราะบรรจุกัณฑ์ถือว่าเป็นพนักงานขายเงียบ (Silent) ได้เป็นอย่างดีเพราะมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่บรรจุภายในอย่างครบถ้วน บรรจุกัณฑ์ต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินเป็น P ตัวที่ถัดมาจาก Product ราคาเป็นต้นทุนของสินค้า (Cost) ผู้บริโภคจะต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ฉะนั้น ราคา คือ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องเสียไปในการใช้สินค้าหรือบริการ เมื่อธุรกิจดำเนินการผลิตสินค้าออกมาแล้ว ก่อนที่จะนำไปเสนอขายก็ต้องตั้งราคาให้เหมาะสม ลูกค้ายอมรับได้ ก่อนการกำหนดราคาก็ต้องหันมาคิดว่าธุรกิจมีเป้าหมายในการตั้งราคาเพื่ออะไร เช่น เพื่อขยายส่วนครองตลาด (Market share) หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ฉะนั้น ผู้จัดการตลาดต้องศึกษาระดับราคา นโยบายการตลาด และติดตามปฏิกิริยาของผู้บริโภคที่มีต่อราคา ซึ่งรายละเอียดของราคา เช่น ราคาสินค้าในรายการ ส่วนลด ส่วนยอมได้ ระยะเวลาการชำระเงิน ระยะเวลาการให้สินเชื่อ ฯลฯ กิจกรรมจะใช้การตั้งราคาโดยมีวัตถุประสงค์ใดก็ตาม หรือจะใช้กลยุทธ์การตลาดแบบใด ก็ต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมาย ซึ่งมีผลกระทบต่อราคาโดยตรง รวมทั้งจรรยาบรรณของผู้ประกอบการด้วย

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการส่งยังตลาด คือ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมและบริโภคนสุดท้ายเพราะเมื่อผู้ผลิตหรือ โรงงานอุตสาหกรรมได้ผลิตสินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะและคุณสมบัติต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคเห็นคุณค่า คือประโยชน์ที่เขาจะได้รับ พร้อมทั้งตั้งราคาอย่างเหมาะสม คือ ผู้ซื้อพอใจซื้อราคานั้น ๆ ผู้ขายได้กำไรจากการขายเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอ เพราะสินค้าจะวางขายได้ใน วงแคบ ๆ ใกล้กับโรงงานเท่านั้น ผู้ขายจึงแสวงหาแหล่งขายให้กว้างออกไปให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ หรือเรียกว่าวิธีการจัดจำหน่าย (Distribution) หรือหาสถานที่ขาย (Place) ฉะนั้นผู้ผลิตจึงต้องศึกษาและเข้าใจวิธีเลือกช่องทางในการจัดจำหน่ายที่ได้ประโยชน์และคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งจะมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องมาพิจารณา ดังนี้ ช่องทางการจำหน่าย ความครอบคลุม การเลือกคนกลางทำเลที่ตั้ง การบริหารสินค้าคงเหลือ การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้า ฯลฯ กิจกรรมหรือผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกการจัดจำหน่ายอย่างไรจึงจะดีที่สุดโดยเลือกค่าใช้จ่ายต่ำ สินค้าไปถึงลูกค้าทันเวลา และอยู่ในสภาพที่ดี

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การประสานงานของผู้ขายโดยพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อหาวิธีการจูงใจเพื่อขายสินค้าและบริการ การส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่หนึ่งของการตลาด ข่าวสารนั้นจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) ส่วนประสมในการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) ประกอบด้วย การโฆษณา คือ ผู้ให้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้กระจายข่าวสารไปยังกลุ่มบริโภค อย่างกว้างขวางโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียง โฆษณาที่ติดอยู่ภายนอกหีบห่อ แก๊ตตาลี้อก แผ่นพับ รูปเล่ม โปสเตอร์ ใบปลิว สัญลักษณ์และโลโก้ ฯลฯ นอกจากนี้ คือ การขายโดยใช้บุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ซึ่งผู้ขายจะใช้เวลาพยายามชักจูงให้ผู้ซื้อซื้อผลิตภัณฑ์โดยการออกไปพบลูกค้า ชักจูงให้เกิดการซื้อ พนักงานขายจะทราบการตอบสนองของลูกค้าทันที โดยสังเกตจากสีหน้า แววตา ความคิดเห็น ความพอใจหรือไม่พอใจโดยใช้วิธีการดังนี้ การเสนอขาย การประชุม การสื่อสารทางการตลาด การให้สิ่งจูงใจพนักงานขาย ตัวอย่างสินค้าที่ทำการขาย ฯลฯ

การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ได้จัดหาคุณค่าพิเศษหรือสิ่งจูงใจเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ และสามารถกระตุ้นการขายได้ทันทีทันใดจากกลุ่มผู้บริโภค โดยวิธีการ ดังนี้ การแจกของตัวอย่าง การสาธิตสินค้า การแจกคู่มือ การแข่งขัน ชิงโชค ลี้อตเตอร์รี่ของแถมและของขวัญ แสตมป์การค้า การให้ความบันเทิง ฯลฯ สุดท้าย คือ การให้ข่าว และประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) การให้ข่าวสาร (Publicity) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่มีลักษณะ ดังนี้ การติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคลกับผู้ฟังจำนวนมาก กิจการไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรงจากการให้ข่าวนั้น การให้ข่าวสารสามารถสร้างความเชื่อถือได้ การประชาสัมพันธ์ (Public relation) หมายถึง การสร้างทัศนคติที่ดีจากชุมชน ซึ่งอยู่ในนโยบายของสถาบันหรือองค์กรเพื่อสร้างความสนใจ ความเข้าใจ และยอมรับจากชุมชน โดยวิธีการดังนี้ การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา รายงานประจำปี การบริจาคเพื่อการกุศล การเป็นสปอนเซอร์ ฯลฯ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 38) กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาด (Marketing factors) หรือส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ธุรกิจจะต้องใช้ร่วมกันในการตัดสินใจทางการตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งรวมเรียกสั้น ๆ ว่า 4P's

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546 : 18) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดชุดหนึ่งที่บริษัทใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย จำแนก

เครื่องมือเหล่านี้เป็นกลุ่มกว้าง ๆ 4 กลุ่มที่เขาเรียกมันว่า 4P's ของการตลาด คือ สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการ ในธุรกิจการให้บริการสามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังนี้

1. การตลาดภายในของบริษัท จะรวมถึงการฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานขายบริการ ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. การตลาดภายนอกของบริษัท เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อให้บริการลูกค้า ในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ โดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 คุณภาพด้านเทคนิค

3.2 คุณภาพด้านหน้าที่

3.3 คุณภาพบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินได้ก่อนซื้อ

3.4 คุณภาพด้านประสิทธิภาพ

3.5 คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง

2.7 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์

พีระ จิตรโสภณ. (2551: 634 –635) ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อสื่อ (The Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญที่ผู้รับสารในการตัดสินใจ เลือกใช้ ประเภทสื่อ และเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อที่ผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า คนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของคนอย่างไรปัจจัยที่ควรคำนึงถึงสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

1. ความต้องการของผู้รับสาร

1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน

1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมของตน

1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่

1.4 ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร

2.1 อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและ พฤติกรรม โดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน มีความสนใจในข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นอายุจึงน่าเป็นตัวกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสาร ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงกับเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจน ภูมิหลังครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน

2.4 การศึกษา เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน

3. ความตั้งใจและประสบการณ์ ในขณะที่ตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ ดิกว่าดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสาร

4. ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นการสะท้อนให้เห็นถึง ความต้องการของคนในการที่จะตีความ ต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วน ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ แมคคอมส์ อีแมคคอมส์ และที บี แบคเกอร์ (McCombs & Becker. 1979 : 134) กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลเนื่องจากบุคคลมีความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญ

2. ต้องการให้ช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน

3. ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย สนทนา (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) หรือสนับสนุนการตัดสินใจใน สิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน

3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วอนชนก ไชยสุนทร (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี ในสาขาวิชาด้านคอมพิวเตอร์ พบว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาด้านคอมพิวเตอร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง นักศึกษาส่วนใหญ่ใน 1 สัปดาห์ มีการใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน รองลงมาใช้ประมาณ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์, ประมาณ 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ และประมาณ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ตามลำดับ นักศึกษาส่วนใหญ่ มีระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการใช้อินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง ระหว่าง 1-2 ชั่วโมง รองลงมาคือระหว่าง 3-4 ชั่วโมง, มากกว่า 4 ชั่วโมง และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ตามลำดับ นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตระหว่างเวลา 18.01-24.00 น. รองลงมาใช้ระหว่างเวลา 12.01-18.00 น. ระหว่างเวลา 00.01-06.00 น. และระหว่างเวลา 06.01-12.00 น. ตามลำดับ นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน รองลงมาใช้ที่สถาบันที่ศึกษาใช้ที่ร้านอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

ศักดิ์นรินทร์ เสือสิทธิ์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา โรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี (พี-เทค) พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยี ปทุมธานีด้านสถานที่อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของ นักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี ด้านบุคลากร อยู่ใน ระดับพึงพอใจมาก ความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยี ปทุมธานี ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาโรงเรียนเทคโนโลยีปทุมธานี ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก

เพชรธิดา บุญหนู (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาปริญญาตรี

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งศึกษาอยู่ที่วิทยาเขตรังสิต และวิทยาเขตกล้วยน้ำไท มีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในขณะมนุษย์มากที่สุด รองลงมาคือ คณะนิเทศศาสตร์และคณะบัญชี เมื่อพิจารณาสถานที่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่จะใช้อินเทอร์เน็ตที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยพบว่า ที่วิทยาเขตรังสิตห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ มีนักศึกษาเข้าใช้บริการมากที่สุด สำหรับที่วิทยาเขตกล้วยน้ำไท คือ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ คือ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (สำนักหอสมุด ชั้น 2,3) และห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ (ห้อง 933) ทั้งนี้ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ 12.01 – 15.00 น. รองลงมาคือ เวลา 21.01 – 24.00 และเวลา 09.01 – 12.00 น.

ธนศรี ภูมิพาณิชย์ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้งานอินเทอร์เน็ต จากการศึกษาพบว่า กลุ่มใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะเชื่อมต่อเข้าสู่เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 36 น้อยกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ และ ร้อยละ 70 น้อยกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ ประเภทของการบริการพบว่าส่วนใหญ่นิยมแบบ Package ซึ่งอายุการใช้งานยาวนานกว่าอัตรารายเดือนคงที่ + ส่วนเพิ่มซึ่งเมื่อถึงสิ้นเดือนถึงแม้ว่าจะใช้งานไม่ครบตามที่ได้ตกลง ผู้ใช้บริการต้องจ่ายเท่ากับอัตราการใช้งานขั้นต่ำตามที่ได้ตกลงไว้ การใช้งานแบบ Package เหมาะสำหรับผู้ใช้งานเป็นปริมาณน้อย เมื่อจำแนกตามเพศ จะพบว่า เพศชายส่วนใหญ่นิยมใช้งานแบบ Package มากกว่าเพศหญิง ซึ่งขัดแย้งกับพฤติกรรมการใช้ที่พบว่าเพศชายจะมีปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าเพศหญิง

ปราณี เอี่ยมละออภักดี (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีชั้นปีที่กำลังศึกษาแตกต่างกันมีกิจกรรมในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันในเรื่องติดตามข่าว เช่น เว็บไซต์ CNN, หนังสือพิมพ์, ข่าวหุ้น, พยากรณ์อากาศ, ในเรื่องดาวน์โหลดซอฟต์แวร์ และในเรื่องอื่นๆ โดยในเรื่องการติดตามข่าว พบว่าผู้ที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีเกิน มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1, 2, 3, และ 4 ส่วนในเรื่องการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์พบว่า ผู้ที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 มีการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1, 2, 4 และชั้นปีเกิน

ศศิธร สุกุลปีบ (2547 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตของผู้ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนตำบลจังหวัดสกลนคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35-44 ปี สมรสแล้ว มีหน้าที่ความรับผิดชอบในองค์การด้านบริหาร มีรายได้ 5,000-15,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสกลนคร พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ น้อย ส่วนมากรับรู้ข้อมูลมาจากสื่อโทรทัศน์ ใช้ทำงานในหน้าที่

ประจำ ใช้งานต่อครั้งประมาณ 1-2 ชั่วโมง นิยมแจ้งเหตุเสียโดยตรงกับพนักงาน ส่วนระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ของผู้ปฏิบัติโดยรวมมีปานกลาง และระดับความพึงพอใจด้านอื่น ๆ พบว่า ด้านบุคลากรและ ลักษณะทางกายภาพมีระดับความพึงพอใจสูง ด้านราคา การจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริม การตลาดและกระบวนการขาย มีระดับความพึงพอใจปานกลาง และพบว่า อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและภูมิลำเนา ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านราคา บุคลากร ผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่าย ดังนั้น บริษัท ทศท ควรจัดการอบรมเกี่ยวกับการติดตั้ง โปรแกรมและการใช้งานอินเทอร์เน็ตให้กับผู้ปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ให้กับผู้ปฏิบัติงาน มากยิ่งขึ้น

อากาศรณ์ ศิลประเสริฐ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมก่อนการใช้อินเทอร์เน็ต มี 2 ตัวแปร คือ ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากอินเทอร์เน็ตด้านธุรกรรมการเงิน ความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากระบบอินเทอร์เน็ตในด้านการสื่อสารและนัดหมาย และการตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมหลังการใช้อินเทอร์เน็ต 4 ตัวแปร คือ อายุ ความคาดหวังต่อประโยชน์ที่จะได้รับจากอินเทอร์เน็ตในด้านความรู้และข่าวสาร ความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตในด้านการศึกษาและเรียน ความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสารและนัดหมาย

โอภากร เขียวประเสริฐ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยธนบุรี-เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กำลังทำการศึกษาอยู่ชั้นปีการศึกษาที่ 2 ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว ส่วนที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวส่วนใหญ่เป็นประเภทคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (Desktop Computer) และไม่เคยทำการเชื่อมต่อเข้าอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีอีเมล นอกเหนือจากบริการของมหาวิทยาลัยฯ ไม่มีโฮมเพจส่วนตัว มีประสบการณ์ใช้งานอินเทอร์เน็ต 4-6 ปี เคยเข้ารับการอบรมการใช้งานและเกณฑ์ความสามารถส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ในระดับดี

ทินรัตน์ ลีนาชนกร (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนิสิต มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชาย และหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุอยู่ในช่วง 18-22 ปี เป็นนิสิตปริญญาตรีมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในหมวดวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม 3.21-4.00 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 5,001-8,000 บาท ส่วนใหญ่ มรคอมพิวเตอร์ส่วนตัวในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตภายในมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ นิสิตใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากสำนักคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน และที่บ้านมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ นิสิตใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่ำกว่า 10 ครั้ง ต่อสัปดาห์ เวลาโดยประมาณในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้งของนิสิต คือ 1-2 ชั่วโมง นิสิตส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 12.01 น.-18.00 น. วัตถุประสงค์ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต คือ ใช้เพื่อความบันเทิง ค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลทาง การศึกษา และติดต่อตามลำดับ สาเหตุที่นิสิตใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คือ สะดวก และประหยัดค่าใช้จ่าย เป็นอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และมีระบบการให้บริการที่ดี ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่านิสิตที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความเห็นเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายในการใช้อินเทอร์เน็ตภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน โดยร่วมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ณัฐภูมิ ประนม (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต : กรณีศึกษา บริษัท ทีไอที (มหาชน) สำนักงานใหญ่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับ การศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์ในหารท งานมากกว่า 16-25 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ระหว่าง 40,001-50,000 บาท ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้ บริการอินเทอร์เน็ตความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านราคา เป็นอันดับแรก รองลงมา ด้านลักษณะทาง กายภาพด้านสารส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือ บริการ และด้านบุคคลหรือพนักงาน การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ตามสถานภาพส่วนบุคคล พบว่า ผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ตที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน

สุนันท์ อวารณ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเอดีเอสแอล (ADSL) ของบริษัท ทีไอทีจำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัด ปทุมธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเอดีเอสแอล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุต่ำกว่า 25 ปี และมีอายุ 25 – 30 ปี มีค่าเฉลี่ย ของความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอายุในช่วงนี้อยู่ในวัยเรียน นักเรียน/นักศึกษา จำเป็นจะต้องค้นหา ข้อมูลสำหรับทำการบ้าน เล่นเกมออนไลน์ หรือเป็นวันทำงานต้องการรับส่งจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ หรือ การพูดคุยออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต มีรายได้ตั้งแต่ 10,000บาทขึ้นไปมีสถานภาพโสดกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ ต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่ง

กันและกัน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมากในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมหรือ ด้านใดด้านหนึ่ง ก็จะมีความคิดเห็นในส่วนประสมทางการตลาดในด้านที่เหลือในระดับมากไป

บุษรา ประกอบธรรม (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา การติดต่อสื่อสาร และบันเทิงที่มีผลต่อช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กลุ่มสถาบันการศึกษาของรัฐบาลมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตในด้านการศึกษา และด้านการติดต่อสื่อสารมากที่สุด กลุ่มสถาบันการศึกษาของเอกชนมีการใช้งานด้านบันเทิงมากที่สุด เมื่อจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาพบว่า กลุ่มที่ศึกษาในสาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์มีการใช้อินเทอร์เน็ตทั้ง 3 ด้านมากที่สุด เมื่อจำแนกตามชั้นปีพบว่า ชั้นปีที่ 3 มีการใช้งานด้านการศึกษาและการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ส่วนชั้นปีที่ 1 มีการใช้งานด้านบันเทิงมากที่สุด เมื่อจำแนกตามลักษณะที่พักอาศัยพบว่า นักศึกษาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต ในด้านการศึกษาและการติดต่อสื่อสาร นิยมเล่นอินเทอร์เน็ตที่บ้านหรือที่พักอาศัยของตนเอง เช่น บ้าน หอพัก อพาร์ทเมนท์ คอนโดมีเนียม เป็นต้น ยกเว้นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตในด้านบันเทิงมักใช้อินเทอร์เน็ต ตามร้านอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ โดยเมื่อศึกษาจำนวนชั่วโมงในการเล่นอินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มผู้ใช้งานด้านการศึกษา ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านบันเทิง ใช้งานประมาณ 2-3 ชั่วโมง โดยใช้ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. จะเห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ต่อนักศึกษาเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเรียนสาขา หรือชั้นปีใด หรือสถาบันการศึกษาใดก็ตาม ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ อาจารย์ เจ้าของเว็บไซต์ หรือธุรกิจต่างๆ เป็นต้น ควรคำนึงถึงการนำเสนอข้อมูลในด้านบวก โดยอาจสื่อสารผ่านทางเว็บไซต์ อีเมล เว็บบอร์ด ไฮไฟ หรือบล็อกต่างๆ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มนักศึกษาอย่างมาก

ทยาพร ร่มโพธิ์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต ของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประชาอุทิศ (จันทาบอนุสรณ์) ปีการศึกษา 2551 ผลงานวิจัย นักเรียนส่วนใหญ่นิยมการใช้บริการเกมออนไลน์ ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาเว็บไซต์หรือเกมส์เกี่ยวกับอะไรที่นักเรียนสนใจ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้นำมาเฝ้าระวังภัยที่เข้ามาเกี่ยวกับเกมส์จากการเล่นเกมส์ นอกจากนี้ยังใช้วางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และแนะนำเว็บไซต์เกมส์ที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ในการการสร้างเสริมความรู้ให้นักเรียนต่อไป

นภัสกร กรวยสวัสดิ์ (2553 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ได้แก่ ลักษณะทางสังคมและบรรทัดฐานของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจและความสามารถของบุคคล ทักษะคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

ความปลอดภัยของระบบและความเป็นส่วนตัว คุณค่าทางด้านความบันเทิง การได้รับประโยชน์จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังได้นำ เสนอผลกระทบที่เกิดจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านความปลอดภัยของข้อมูล

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการแสวงหาความรู้บนอินเทอร์เน็ต ด้านการหาเพื่อนและพูดคุยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ด้านการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง และด้านจรรยาบรรณในการใช้อินเทอร์เน็ต ปัจจัยเหล่านี้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งหมดนี้ถือเป็นส่วนสำคัญ