

ความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Employee's satisfaction of Department of
International Trade Promotion website

นายคณิน โยธานัก
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Kanin Yothanak
E-mail: kaninyo711@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Management,
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจำแนกตามปัจจัยด้านประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือบุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 286 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่มีปัจจัยด้านประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ทำงาน ความถี่ในการใช้เว็บไซต์ต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์ต่อครั้ง และลักษณะการใช้งานเว็บไซต์ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน และบุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่มีปัจจัยด้านประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารได้แก่ สถานภาพอาชีพ และอุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับเว็บไซต์ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ไม่ต่างกัน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; เว็บไซต์; กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study employee's satisfaction of Department of International Trade Promotion website 2) To study employee's satisfaction of Department of International Trade Promotion website separated by personal factors and media exposure behavioral.

The sample group was 286 people of employee's Department International Trade Promotion. The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA (F-test), in case of its had statistical significant different testing a pair of variables by LSD was used to test hypothesis for each pair in order to see which pair are different.

The results of hypothesis testing showed that employee's Department of International Trade Promotion. with personal factors and media exposure behavioral include age, sex, work experience, frequency of website usage per week, duration of website usage per time and website usage characteristics, were different, making the satisfaction of the Department of International Trade Promotion website, was different. and employee's Department of International Trade Promotion. with personal factors and media exposure behavioral include occupation and Equipment for website exposure were different, making the satisfaction of the Department of International Trade Promotion website, not different.

Keywords: satisfaction; website; Department of International Trade Promotion

บทนำ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการส่งเสริมการค้าส่งออก การขยายตลาดสินค้าและธุรกิจบริการของไทยด้วยการพัฒนาเว็บไซต์ www.ditp.go.th เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร สินค้าและบริการต่างๆ ของไทย รวมทั้งเพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงาน และกิจกรรมตลอดจนข้อมูลข่าวสารทางการค้าที่สำคัญให้แก่ผู้นำเข้าผู้ส่งออก และประชาชนทั่วไปมาตั้งแต่ปี 2550 และได้มีการปรับปรุงรูปแบบและข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บไซต์มาอย่างต่อเนื่องโดยบุคลากรของกรมฯ เพื่อให้เว็บไซต์มีข้อมูลที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้ใช้ แต่เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน ทำให้รูปแบบติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเปลี่ยนแปลงไป การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถทำได้รวดเร็วผ่านระบบเครือข่ายสื่อสารและอุปกรณ์เคลื่อนที่ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือ Tablet PC อีกทั้งมีการนำ Application บนอุปกรณ์เคลื่อนที่มาใช้เป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ มากขึ้น ประกอบกับปัจจุบันสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้มีการกำหนด “มาตรฐานเว็บไซต์ภาครัฐ (Government Website Standard)” ขึ้น เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ ของรัฐใช้เป็นมาตรฐานในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการ เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ อันจะช่วยยกระดับการพัฒนา e-Government ให้ก้าวหน้าสู่ระดับมาตรฐานสากล

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนา ต่อยอด ขยายผล ระบบเว็บไซต์ของหน่วยงาน ให้สามารถรองรับเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทันสมัย ทั้งในส่วนของ Web Browser ที่ใช้งานบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ และการเข้าถึงข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น Smartphone และ Tablet ตลอดจนการยกระดับการให้บริการเว็บไซต์ให้สามารถรองรับการใช้งานในรูปแบบมาตรฐานที่ทุก

คนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์ได้ (Web Accessibility) ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดการให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นมาตรฐานสากล เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ แนวโน้มในการเข้าถึงข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศของกรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ จำแนกตามปัจจัยและพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ของบุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อันนำไปสู่การพัฒนาหรือการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรและพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร

ขอบเขตการวิจัย

1. **ด้านเนื้อหา** การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรอิสระคือ ปัจจัยด้านประชากร และพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ตัวแปรตาม คือความพึงพอใจของบุคลากรต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

2. **ประชากร** ในการศึกษา คือบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ที่เปิดใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน จึงกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยขนาดของกลุ่มประชากร คือ บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จำนวนทั้งสิ้น 682 คน (ข้อมูลอ้างอิงจาก สำนักบริหารกลางและกลุ่มงานเจ้าหน้าที่และกลุ่มงานพัสดุ ณ วันที่ 31 มกราคม 2562) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างคือ 286 คน

ตัวแปรศึกษาในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพอาชีพ ประสบการณ์ทำงาน ความถี่ในการใช้เว็บไซต์ต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์ต่อครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับเว็บไซต์ และลักษณะการใช้งานเว็บไซต์

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา และด้านการใช้งาน

สมมติฐานการวิจัย

บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีปัจจัยประชากร เพศ อายุ สถานภาพทางอาชีพ ประสบการณ์ทำงาน และพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการใช้เว็บไซต์ต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์ต่อครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับเว็บไซต์ และลักษณะการใช้งานเว็บไซต์ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
2. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรและพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร นำไปเป็นแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ให้เหมาะสมกับปัจจัยประชากรและพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยมีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดที่เกี่ยวกับเว็บไซต์

ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี คือ การออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และลักษณะของเว็บไซต์ โดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้เป็นหลัก เว็บไซต์ที่ออกแบบอย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีความเรียบง่าย มีความสม่ำเสมอ สะท้อนเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้นได้ มีเนื้อหาที่มีประโยชน์ มีระบบ Navigation ที่ใช้งานง่าย มีลักษณะที่น่าสนใจและดึงดูด มีโลโก้และชื่อเว็บไซต์ ทุกหน้า เข้าถึงข้อมูลได้โดยไม่ต้องเข้าเมนูที่ซับซ้อน สามารถเข้าถึงข้อมูลให้ได้มากที่สุดโดยไม่ต้องบังคับให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติม หรือเลือกใช้เบราว์เซอร์ชนิดใดชนิดหนึ่ง สามารถแสดงผลในหน้าจอที่มีความละเอียดต่างๆ กันได้ มีคุณภาพในการออกแบบ เลี่ยงลาย background ที่ลายตา เลือกสี background และ สี font ให้เหมาะสม ขนาดตัวอักษรพอเหมาะ รองรับเว็บไซต์ที่อาจมีข้อมูลเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ลิงค์ต่างๆ เชื่อมโยงไปยังหน้าที่มีอยู่จริง ไม่มี “broken link” ควรใช้เวลาในการดาวน์โหลดน้อย แสดงผลเร็ว และหมั่น ปรับปรุงเนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ

สุวิช ธิระโคตร (2554) กล่าวว่า เว็บไซต์เป็นสื่อที่อยู่ในการควบคุมของผู้ใช้โดยสมบูรณ์ นั้นหมายความว่าผู้ใช้มีโอกาสที่จะเลือกคลิกและไม่คลิกที่ใดก็ได้ตามความต้องการและสามารถไป ยังทุก ๆ แห่ง ได้อย่างง่าย เพียงการใช้เมาส์คลิกตามลิงก์ต่าง ๆ ดังนั้น การออกแบบเว็บไซต์ จึงมีความสำคัญที่จะดึงดูดให้ผู้ใช้เข้าชมและทำกิจกรรมร่วมในเว็บไซต์ของเราให้มากที่สุด สรุปปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้ใช้ซึ่งเป็นเรื่องประกอบหนึ่งในความสำเร็จหรือล้มเหลวของการสร้างเว็บไซต์ได้ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ใช้มักไม่อดทนกับอุปสรรคและปัญหาที่เกิดจากการออกแบบที่ผิดพลาด เช่น หากผู้ใช้งานหาข้อมูลจากเว็บไซต์ไม่ได้ หรือไม่สามารถมองเห็นประโยชน์ของเว็บไซต์นั้น ๆ หรือดูเว็บแล้วไม่เข้าใจว่าใช้งานอย่างไรมักจะเปลี่ยนเว็บไปยังเว็บอื่น ๆ อย่างรวดเร็ว
2. ผู้ใช้มีทางเลือกมากขึ้นที่จะเข้าใช้บริการเว็บไซต์อื่น เนื่องจากมีเว็บเกิดขึ้นจำนวนมากในทุกๆ วัน ดังนั้น ถ้าออกแบบเว็บไม่น่าพอใจดูแล้วสับสน ผู้ใช้จะนำข้อผิดพลาดต่าง ๆ ของเว็บไปเปรียบเทียบกับเว็บอื่น แล้วตัดสินใจที่จะไม่กลับมาที่เว็บนี้อีก
3. ผู้ใช้หลายคนชื่นชอบเว็บไซต์ที่สวยงามและมีความสะดวกในการใช้งานมากกว่า เว็บที่ดูสับสน วุ่นวายมีข้อมูลจำนวนมาก แต่ค้นหาข้อมูลที่ต้องการไม่พบหรือใช้เวลานานในการแสดงหน้าเว็บ
4. หากผู้ที่มีความประทับใจกับเว็บไซต์หนึ่งแล้ว จะทำให้อยากกลับมาเข้าใช้อีกครั้ง

2. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา (2559) สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งใด นอกจากนี้ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นต่อเมื่อ สิ่งนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ซึ่งความพึงพอใจที่ เกิดขึ้น สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตาม ค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล

ปิยบุตร ชัยสวัสดิ์ (2560) ได้สรุปไว้ว่าความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ก็จะทำให้เกิดความพอใจ ชอบใจเกิดเป็นทัศนคติด้านบวก ที่แสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบที่แสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลประเมินว่าจะเป็นไปได้ในลักษณะทิศทางบวก หรือทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยา คือเฉย ๆ ต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็ได้

3. แนวคิดลักษณะประชากรของผู้รับสาร

วชิรวัชร งามละม่อม (2558) ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคล นี้สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกที่ต่างต่างกัน การตัดสินใจที่ต่างต่างกันที่มีสาเหตุมา จากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง

4. ทฤษฎีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสาร (Media exposure)

ชานันต์ รัตนโชติ (2552) ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตาม ผู้รับสารจะเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารตามความต้องการหรือความคาดหวังที่ต่างต่างกันไปในแต่ละคน ผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) โดยกระบวนการเลือกสรรข่าวสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิเช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสาร คือ บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า “cognitive dissonance” ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน

นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคมจิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น

ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ ที่มีส่วนในการกำหนดการเลือกเปิดรับข่าวสารอีกด้วย

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองในขั้นตอนต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วแต่แต่ละคนอาจจะตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามที่ตนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selection Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทรรศนคติของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้นการสื่อสารมวลชนอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารอาจจะไม่สนใจจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จดจำก็เป็นได้เสมอ

5. ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดรุณี ฐิตาภิวินกุล (2552) ได้ศึกษา การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ วีอาร์ซีพีติดต่อทคอมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์ ผลการศึกษา ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์วีอาร์ซีพีติดต่อทคอม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารด้านการบริหารงาน ด้านกิจกรรม ด้านสังคมและด้านการแสดงความคิดเห็น ในระดับปานกลาง โดยด้านการบริหารงาน มีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารหัวข้อวิสัยทัศน์ผู้บริหาร มากที่สุด ด้านกิจกรรม มีความพึงพอใจต่อหัวข้อซีพีพร้อมกิจกรรมมากที่สุด ด้านสังคม มีความพึงพอใจต่อหัวข้อบัวบานจะจำ มากที่สุด และด้านการแสดงความคิดเห็นมีความพึงพอใจต่อหัวข้อสังคมซีพี (กระดานสนทนา) มากที่สุดสำหรับด้านรูปแบบและระบบการใช้งาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรูปแบบในการปรับ Homepage ให้เข้ากับเทศกาลต่าง ๆ มากที่สุด และด้านระบบการใช้งานมีความพึงพอใจต่อความสะดวกและรวดเร็วในการเปิดรับเว็บไซต์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มากที่สุด

วรรณกร ไชยนา (2553) ศึกษาเรื่องความพึงใจของบุคลากรสำนักวิจัยคณะกรรมการกีฬามวยต่อเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากร พฤติกรรมการเปิดรับของบุคลากร และความพึงพอใจเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มลักษณะประชากรที่มีความพึงพอใจเว็บไซต์ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญคือ ระดับการศึกษา ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญพบว่าบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยที่เปิดเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 35 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีตำแหน่งระดับผู้อำนวยการกอง มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป ประสบการณ์การทำงาน 6 ปีขึ้นไป และประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต 2-3 ปี

2. พฤติกรรมการเปิดเว็บไซต์ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย พบว่าส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่ทำงานทุกวัน ใช้ประโยชน์ในด้านติดตามข่าวสารต่างๆ ต้องการใช้อินเทอร์เน็ตด้านค้นหาข้อมูลต่างๆ เปิดรับเว็บไซต์ สำนักงานคณะกรรมการกีฬา 1 ครั้ง/สัปดาห์ ใช้เวลาในการเปิดเว็บไซต์ 30 นาที – 1 ชั่วโมง ระหว่างเวลา 13.01-16.00 น.

3. เนื้อหาของเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยที่มีผลต่อความพึงพอใจของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยพบว่า เนื้อหาเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยที่เปิดรับมากที่สุดคือข่าวประชาสัมพันธ์ เปิดรับเนื้อหาจากเว็บไซต์ สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยมากกว่าเว็บไซต์อื่น คือข้อมูลความเคลื่อนไหวของวงการกีฬามวยไทย ความต้องการเพิ่มเนื้อหา คือข้อมูลพระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 คิด

ว่าเนื้อหาในเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาหมยเน้นการให้ข้อมูลข่าวสารด้านกีฬาโดยเฉพาะ และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์ ไม่มีความเป็นปัจจุบันและไม่ทันสมัย

ศิริพร พุทธิพัตร (2553) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของบุคลากรต่อเว็บไซต์กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรกรมเจ้าท่ามีการใช้ประโยชน์และมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมเจ้าท่า โดยภาพรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่า มีการใช้ประโยชน์ ด้านการใช้บริการข้อมูลสารสนเทศ ด้วยการใช้เพื่อรับทราบ/ติดตามข้อมูลข่าวสารของกรม และใช้เป็นแหล่งค้นคว้าเพื่อการศึกษาปฏิบัติงาน และมีการใช้ประโยชน์ด้านการใช้เป็น แหล่งติดต่อสื่อสาร ด้วยการใช้เป็นแหล่งข้อมูล/องค์ความรู้ของหน่วยงานอยู่ระดับมาก ลักษณะประชากรต่างกันมีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเว็บไซต์กรมเจ้าท่า โดยภาพรวมและรายด้านที่แตกต่างกัน กล่าวคือ บุคลากรกรมเจ้าท่าที่สังกัดด้านการบริหาร มีการใช้ประโยชน์เว็บไซต์โดยภาพรวมและในด้านการใช้เป็นแหล่งติดต่อสื่อสารมากกว่าบุคลากรที่สังกัดบ้านสร้าง กำกับดูแลความปลอดภัยทางน้ำ และมีการใช้ประโยชน์ในด้านบริการข้อมูลสารสนเทศ มากกว่าบุคลากร ที่สังกัดด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางน้ำ และด้านการกำกับดูแลความปลอดภัยทางน้ำ ส่วนระดับความพึงพอใจเว็บไซต์กรมเจ้าท่า พบว่า พนักงานราชการมีความพึงพอใจในด้านการบริการข้อมูลสารสนเทศ มากกว่าข้าราชการ และมีความพึงพอใจในด้านการออกแบบนำเสนอเว็บไซต์มากกว่าลูกจ้าง และข้อมูลสารสนเทศบนเว็บไซต์กรมเจ้าท่าที่บุคลากรสนใจต่างกัน มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเว็บไซต์กรมเจ้าท่า โดยภาพรวมและรายด้านที่แตกต่างกัน

อิลฮาม ยีดิน (2554) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจ ต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาล” จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย คือ เพศหญิงมีจำนวน 308 คน และเพศชาย จำนวน 92 คน ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี ในส่วนของความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ด้านข้อมูลข่าวสารสามลำดับแรกได้แก่ การนำข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาล นำข้อมูลข่าวสารไปเป็นหัวข้อในการสนทนา และทราบข้อมูลระเบียบวิธีปฏิบัติการณ์การขอรับรองฮาลาลตามลำดับ ส่วนของความพึงพอใจในด้านรูปแบบพบว่า ความพึงพอใจในการจัดข้อมูลที่เป็นหมวดหมู่ ขณะที่ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบข้อมูลน่าสนใจอยู่ในลำดับท้าย ความพึงพอใจด้านการใช้งานพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงเว็บไซต์อยู่ในลำดับแรก

วรพงศ์ พิรอด (2555) การเข้าถึงเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการเข้าถึงเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน Mobile phone/Smartphone โดยส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตที่บ้าน/หอพัก โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวัน และมีการใช้งานแต่ละครั้งมากกว่า 2 ชั่วโมง โดยใช้รับทราบข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยเฉพาะการตรวจสอบผลการเรียน การศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาในการใช้งานเว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในด้านรูปแบบการนำเสนอข่าวสารและด้านเนื้อหาข่าวสารเว็บไซต์มหาวิทยาลัยกรุงเทพอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการใช้เทคโนโลยีของเว็บไซต์ นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่อง “ความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ” มีวัตถุประสงค์แรก คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และประการที่สอง คือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจำแนกตามปัจจัยประชากรและพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตาม

ธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional Study) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม(Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประชากรกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง ในการศึกษา คือบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ที่เปิดใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน จึงกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดย ขนาดของกลุ่มประชากร คือ บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จำนวนทั้งสิ้น 682 คน (ข้อมูลอ้างอิงจาก สำนักบริหารกลางและกลุ่มงานการเจ้าหน้าที่ และกลุ่มงานพัสดุ ณ วันที่ 31 มกราคม 2562) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 286 ตัวอย่าง และใช้วิธีแบบสุ่มบังเอิญ โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกแจงแบบสอบถามผ่านระบบ IP Messenger ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในรูปแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Online Questionnaire) โดยมี ระยะเวลาในการทำวิจัยระหว่าง เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 – เมษายน พ.ศ. 2562 ณ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่มซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพอาชีพ ประสบการณ์ทำงาน และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้ต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการเปิดรับเว็บไซต์ต่อครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับเว็บไซต์ และลักษณะการใช้งานเว็บไซต์

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร เพศ และจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร อุปกรณ์ที่ใช้ในการเปิดรับเว็บไซต์ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามปัจจัย อายุ สถานภาพอาชีพ ประสบการณ์ทำงาน และ จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการใช้ต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการเปิดรับเว็บไซต์ต่อครั้ง และลักษณะการใช้งานเว็บไซต์ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และหากการวิเคราะห์พบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. **ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ** โดยภาพรวมมีระดับพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศอยู่ในระดับมาก โดย ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา และด้านการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ เท่ากัน

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีปัจจัยด้านประชากร เพศ อายุ และประสบการณ์ทำงานในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน

2.2 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีปัจจัยด้านประชากร ด้านสถานภาพอาชีพ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ไม่ต่างกัน

2.3 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านความถี่ในการใช้เว็บไซต์ต่อสัปดาห์ ด้านระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์ต่อครั้ง และด้านลักษณะการใช้งานเว็บไซต์ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน

2.4 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านอุปกรณ์ที่บุคลากรภายในใช้เปิดเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ไม่ต่างกัน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยภาพรวมมีระดับพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

1.1 **ด้านรูปแบบ** ของเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีระดับพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความเห็นว่าด้านรูปแบบของเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ควรจะมีการออกแบบแสดงถึงเอกลักษณ์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี คือ การออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของเว็บไซต์ โดยคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้เป็นหลัก เว็บไซต์ที่ออกแบบอย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีความเรียบง่าย มีความสม่ำเสมอ สะท้อนเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้นได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Padoungkiat (2011) ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) ในการออกแบบเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กรเป็นหลัก เนื่องจากเว็บไซต์จะสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กร ตัวอย่างเช่น ถ้าเราต้องออกแบบเว็บไซต์ของธนาคารแต่เรา กลับเลือกสีส้มและกราฟิกมากมาย อาจทำให้ผู้ใช้คิดว่าเป็นเว็บไซต์ของสวนสนุกซึ่งส่งผลต่อความเชื่อถือขององค์กรได้

1.2 **ด้านเนื้อหา** ของเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีระดับพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความเห็นว่าด้านเนื้อหา ของเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ควรจะมีที่มาของเนื้อหาที่น่าเชื่อถือและไม่ซ้ำใคร สอดคล้องกับแนวคิดของ Zhang (2000) ความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliable) คือ ข้อมูลถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือมีความเหมาะสม ครบถ้วนสมบูรณ์ เนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ และนำเสนอข้อมูลใหม่ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ Padoungkiat (2011) ได้กล่าวถึง เนื้อหา (Useful Content) ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในเว็บไซต์ เนื้อหาในเว็บไซต์ต้องสมบูรณ์และได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้ทันสมัยอยู่เสมอ ผู้พัฒนาต้องเตรียมข้อมูลและเนื้อหาที่ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้องและสมบูรณ์ เนื้อหาที่สำคัญที่สุดคือเนื้อหาที่ทีมผู้พัฒนา

สร้างสรรค์ขึ้นมาเอง และไม่ไปซ้ำกับเว็บอื่น และสอดคล้องกับ แนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญ ลักษิตานนท์ (2546) กล่าวถึง ลักษณะของเว็บไซต์ที่ดี ต้องมีข้อมูลที่สมควรเป็น ข้อมูลใหม่ มีความถูกต้อง มีการอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อมูล

1.3 ด้านการใช้งาน ของเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีระดับพึงพอใจอยู่ในระดับ มาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีความเห็นว่าด้านการใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ควรไม่ต้องลงโปรแกรมใดๆ เพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ ธวัชชัย ศรีสุเทพ (2544) การออกแบบเว็บไซต์ที่ดี จะต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลให้ได้มากที่สุดโดย ไม่ ต้องบังคับให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรมเพิ่มเติม หรือเลือกใช้เบราว์เซอร์ชนิดใดชนิดหนึ่ง และ สอดคล้องกับ แนวคิดของ สุวิษ ธีระโคตร (2554) ได้กล่าวถึงการใช้งานเว็บไซต์ที่ดีไม่มีการบังคับให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรม อื่นใดเพิ่มเติม นอกเหนือจากเว็บเบราว์เซอร์ ควรเป็นเว็บที่แสดงผลได้ดีในทุกระบบปฏิบัติการ สอดคล้องกับ แนวคิดของ อิลฮาม ยีดิน (2554) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจ ต่อเว็บไซต์ ผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาล” ผลวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจด้านการใช้งานพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึง เว็บไซต์อยู่ในลำดับแรก

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรภายในต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เพศ อายุ สถานภาพอาชีพ ประสบการณ์ทำงาน ด้านความถี่ในการใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่อสัปดาห์ ด้าน ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่อครั้ง ด้านอุปกรณ์ที่บุคลากรภายในใช้เปิด เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และด้านลักษณะการใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่าง ประเทศ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ สามารถสรุปได้ ดังนี้

2.1 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีเพศ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจ เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยภาพรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้าน รูปแบบและด้านการใช้งาน ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นประจำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ทำให้มีความคุ้นเคย กับเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทั้งรูปแบบและการใช้งาน จึงมีความชำนาญและมีความพึง พอใจมากกว่าผู้ชาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Wilo, Goidhaborsadore, & Yates , 2002: 114 (อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) กล่าวไว้ว่า เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสาร มากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีที่เกิดจากการรับข่าวสารนั้นด้วย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen,1959 (อ้างถึงใน สุรางค์ ไคว์ตระกูล, 2541) ที่ศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความแตกต่างกันระหว่าง เพศชายกับเพศหญิงยังพบว่า เพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิดของเพศหญิง แต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสาร และการวิเคราะห์ข้อมูล สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพงศ์ พิรอด (2555) ศึกษาเรื่อง การเข้าถึงเว็บไซต์เพื่อ การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการเข้าถึงเว็บไซต์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ พบว่า นักศึกษาที่มี เพศ ต่างกันมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพแตกต่างกัน อาจสืบเนื่องมาจากความต้องการข้อมูลในแต่ละด้าน ของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ตามลักษณะของบุคคล จึงทำ ให้มีความพึงพอใจใน เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย กรุงเทพต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทินี พิศวิลัย (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการ

ทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่มี เพศ แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ไม่แตกต่างกัน

2.2 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีอายุ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการ ใช้งาน ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่อายุต่างกัน ในแต่ละ ช่วง จะมีลักษณะงาน ระดับบังคับบัญชา หน้าที่ ความรับผิดชอบ ต่างกัน โดยบุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ ที่มีอายุมากส่วนใหญ่จะเป็นหัวหน้าหรือผู้บริหารงาน ซึ่งมีการใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริม การค้าระหว่างประเทศน้อยกว่าระดับปฏิบัติการที่ส่วนใหญ่ยังมีอายุน้อยกว่า รวมทั้งเรื่องของอายุ ที่มีผลต่อ การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จึงมีผลกับการใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สอดคล้อง กับ แนวคิดของ กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ (2548) ได้กล่าวว่า อายุกับการทำงาน (Age and Job Performance) เป็นที่ยอมรับกันว่าผลงานของบุคคลจะลดน้อยลงในขณะที่อายุเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม บุคคลที่มีอายุมากจะถือว่าเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานสูง และสามารถปฏิบัติหน้าที่การทำงานที่จะ ก่อให้เกิดผลผลิตสูงได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดร.ณิ ธิตาภวิวัฒนกุล (2552) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์วีอาร์ซีพีที่ต่อทคอมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของ พนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์ พบว่า สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์วีอาร์ซีพีที่ต่อทคอมในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่รายละเอียดผลการทดสอบ พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์วีอาร์ซีพี ต่อทคอม ด้านการบริหารงานและด้านกิจกรรม แตกต่างกัน

2.3 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีสถานภาพอาชีพ ต่างกัน ทำให้ความ พึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อาจเป็นเพราะ บุคลากร ภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และลูกจ้างใน สังกัดกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีแนวคิด ทศนคติ และค่านิยม ต่อเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้า ระหว่างประเทศ คล้ายกัน หรืออาจเป็นเพราะ เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศสามารถ ตอบสนองความต้องการของบุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทุกสถานภาพอาชีพได้ จึง ทำให้ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยรวมไม่ต่างกัน ไม่สอดคล้องกับแนวคิด ของ กาญจนา แก้วเทพ (2545) ได้กล่าวว่า อาชีพ คนที่มีอาชีพแตกต่างกันก็จะมองโลก และมีแนวคิด ทศนคติ และค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน เช่น คนที่รับราชการก็จะมีหัวอนุรักษ์นิยมสูง มักคำนึงถึง ยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ และเกียรติภูมิของการเป็นราชการเป็นสำคัญ ในขณะที่คนทำงานในภาคเอกชน จะคำนึงถึงรายได้ และการมีศักดิ์ศรี ของตนด้วยเงินทองที่สามารถจะซื้อ หรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการ เพื่อรักษาสุขภาพทางสังคมของตน และแม้แต่คนที่มีอาชีพเดียวกัน ก็มีความคิดเห็นตลอดจนพฤติกรรมที่ แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร พุทธิพัตร (2553) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึง พอใจของบุคลากรต่อเว็บไซต์กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรกรมเจ้าท่าที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความพึงพอใจเว็บไซต์กรมเจ้าท่าด้านการบริการข้อมูลสารสนเทศ และด้านการออกแบบ และ นำเสนอเว็บไซต์ที่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า บุคลากรกรมเจ้าทานั้นต้องการที่จะใช้ประโยชน์และมีความพึง พอเว็บไซต์ที่แตกต่างกันไป

2.4 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีประสบการณ์ทำงานในกรม ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรูปแบบด้านเนื้อหา และด้านการใช้งาน ต่างกัน ผู้วิจัยมี ความเห็นว่า บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีประสบการณ์ทำงานในกรมส่งเสริม

การค้าระหว่างประเทศ จะความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มากกว่าผู้ที่มิประสบการทำงานน้อยกว่า อาจเป็นเพราะ บุคลากรภายในที่มีประสบการณ์ทำงานในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมากกว่า มีความเข้าใจในองค์กร และวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ทำให้เห็นถึงประโยชน์และความจำเป็นในภาพรวมมากกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์ (2540) ได้กล่าวถึง ความแตกต่างของระยะเวลาของการทำงานเมื่อบุคคลประกอบอาชีพใดใด องค์กรหนึ่งเป็นระยะเวลาานบุคคลนั้นจะเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กรตลอดจนเกิดการยอมรับในสภาพความเป็นอยู่กฎเกณฑ์หรือระเบียบแบบแผนของงานที่ตนทำ และสอดคล้องกับแนวคิดของ กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ (2548) ความอาวุโสในการทำงานกับการทำงาน (Tenure and Job Performance) ผู้อาวุโสในการทำงานจะมีผลงานสูงกว่าบรรดาพนักงานใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณกร ไชยนา (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของบุคลากรสำนักวิจัยคณะกรรมการกีฬามวยต่อเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย การกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่า ลักษณะประชากร จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย ต่างกัน

2.5 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านความถี่ในการใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่อสัปดาห์ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา และด้านการใช้งาน ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็น จำนวนความถี่ในการใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่อสัปดาห์ แสดงถึงจำนวนกระบวนการเลือกรับข่าว โดยที่จะเลือกเปิดผ่านเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ภายในหนึ่งสัปดาห์ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน หรืออาจเป็นเพราะหน้าที่ความรับผิดชอบของลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน นำไปสู่ความพึงพอใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) สรุปได้ว่า ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปญดาธิกา จารุสกุล (2554) ศึกษา เรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจในเนื้อหา รูปแบบ และประโยชน์ จาก เว็บไซต์ <http://www.prd.go.th> ของเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ในส่วนกลาง ผลการวิจัยพบว่า ด้านความถี่ในการเปิดรับเว็บไซต์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเนื้อหา รูปแบบ และประโยชน์จาก เว็บไซต์ <http://www.prd.go.th> ความถี่ในการเปิดรับเว็บไซต์ ซึ่งหมายความว่าเปิดรับเว็บไซต์มากครั้งเท่าใดก็ยิ่งมีความพึงพอใจในเนื้อหารูปแบบและประโยชน์จากเว็บไซต์มากขึ้นเท่านั้น

2.6 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่อครั้ง ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านเนื้อหา และด้านการใช้งาน ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ระยะเวลาในการใช้เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่อครั้ง ของบุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ แสดงถึงการเลือกรับรู้หรือตีความ เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งต้องใช้เวลาในการรับรู้หรือตีความ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน หรืออาจเป็นเพราะหน้าที่ความรับผิดชอบของลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกัน นำไปสู่ความพึงพอใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองในขั้นตอนต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วแต่ละคนอาจจะตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น ไม่สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ วรณกร ไชยนา (2553) ศึกษาเรื่องความพึงใจของบุคลากรสำนักวิจัยคณะกรรมการกีฬาหมวย ต่อเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬาหมวย การกีฬาแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรสำนักวิจัยคณะกรรมการกีฬาหมวยใช้เวลาในการเปิดรับเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬาหมวยแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬาหมวยต่างกัน

2.7 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านอุปกรณ์ที่บุคลากรภายในใช้เปิดเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อุปกรณ์ที่บุคลากรภายในใช้เปิดเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ถึงแม้จะต่างกันแต่ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ไม่ต่างกัน นั้น อาจเป็นเพราะ พฤติกรรมใช้อุปกรณ์เปิดเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ส่วนใหญ่ใช้ คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก ที่เป็นอุปกรณ์ในการทำงานของบุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศอยู่แล้ว ทำให้มีพฤติกรรมด้านอุปกรณ์คล้ายกัน หรืออาจเป็นเพราะวัตถุประสงค์ในการพัฒนา เว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เพื่อนำเสนอและเรียกใช้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ บนเว็บไซต์ของหน่วยงาน ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และผ่านระบบเครือข่ายสื่อสารจากอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น Smart phone และ Tablet ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการได้ในทุกอุปกรณ์ จึงทำให้ความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ประมว สตะเวทิน (2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) ส่วนหนึ่งในการเป็นผู้รับสารของ เรานั้น ขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสาร คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบ อ่านหนังสือพิมพ์ บางคนชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ ฯลฯ ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และ ปริญ ลักขิตานนท์ (2546) กล่าวถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่มีเป็นจำนวนมากมากกว่าจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ดังนั้น การนำข้อมูลหรือบริการในเว็บไซต์ให้สามารถนำเสนอผ่านช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์, นุจรี บุรีรัตน์ (2557) การศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้อุปกรณ์การสื่อสารต่างกันความพึงพอใจเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ ไม่ต่างกัน

2.8 บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านลักษณะการใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยรวมต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา และด้านการใช้งาน ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า บุคลากรภายในกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีลักษณะการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันตามหน้าที่และความรับผิดชอบ ส่งผลให้ลักษณะการใช้งานเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเพื่อประโยชน์และตอบสนองความต้องการแตกต่างกัน มีผลให้ความพึงพอใจเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ ประมว สตะเวทิน (2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ความต้องการ (Need) ในกระบวนการเลือกของมนุษย์มีปัจจัยหนึ่งที่เป็นปัจจัยที่สำคัญ มากที่สุดคือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางใจและกายทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นการเลือกตอบสนองความต้องการของเรา และ ยังกำหนดการเลือกของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อแสดงรสนิยม และเพื่อความพอใจ ฯลฯ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตาม ผู้รับสารจะเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารตามความต้องการหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสาร (Selective

Process) โดยกระบวนการเลือกสรรข่าวสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณกร ไชยนา (2553) ศึกษาเรื่องความพึงใจของบุคลากรสำนักวิจัยคณะกรรมการกีฬามวยต่อเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย พบว่า เว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยที่บุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการกีฬามวย ที่บุคลากรเปิดรับมากกว่าเว็บไซต์อื่นแตกต่างกันมี ผลต่อความพึงพอใจเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกีฬามวยในภาพรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 แสดงว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐาน

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ. (2548). *ทัศนคติของพนักงานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรบริษัท คูเวต ปีโตรเลียม (ประเทศไทย) จำกัด. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) บัณฑิตมหาวิทยาลัย, มหาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์ และนุจรี บุรีรัตน์. (2557). *ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร, ปีที่ 8 ฉบับที่ 1, หน้า 164.*
- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศาลาแดง.*
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). *จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : ไทยเจริญการพิมพ์.*
- จาริณี อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2559). *ความพึงพอใจและพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของลูกค้าชาวไทย ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการ จัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- ชานันต์ รัตน์โชติ. (2552). *ประโยชน์ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- ดรุณี จิตาภิวัฒน์กุล. (2552). *การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ วีอาร์ซีพีต่อทคอมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานเครือเจริญโภคภัณฑ์. การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย/กรุงเทพฯ.*
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). *คัมภีร์ WEB DESIGN คู่มือออกแบบเว็บไซต์ฉบับมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.*
- นันทินี พิศวิลัย. (2558). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาบริหารสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์. (2540). *การสื่อสารในองค์กรกับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*

- ปิยบุตร ชัยสวัสดิ์. (2560). *ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้ใช้บริการสถาบันทันตกรรม*. การค้นคว้าอิสระ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปัญดาริกา จารุสกุล. (2554). *ความคาดหวังและความพึงพอใจในเนื้อหา รูปแบบ และประโยชน์ จากเว็บไซต์ <http://www.prd.go.th> ของเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ในส่วนกลาง*. ค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วชิรวรรณ งามละม่อม. (2558). *การบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM)*. กรุงเทพฯ: สถาบัน TDRM
- วรวงศ์ พิรอด. (2555). *การเข้าถึงเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณกร ไชยนา. (2553). *ศึกษาเรื่องความพึงใจของบุคลากรสำนักวิจัยคณะกรรมการกึ่งหมายต่อเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการกึ่งหมาย การกึ่งหมายแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริพร พุทธิพัตร. (2553). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของบุคลากรต่อเว็บไซต์กรมเจ้าท่า กระทรวงคมนาคม*. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งาม อาง ปทพานิช และปริญญา ลักษิตานนท์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สุรางค์ โค้วตระกูล. (2541). *จิตวิทยาการศึกษา พิมพ์ครั้งที่ 4*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิช ธีระโคตร. (2554). *เว็บไซต์:ทฤษฎีและหลักการ*. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- อิลฮาม ยีดิน. (2554). *ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจ ต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาล*. วิทยานิพนธ์ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Padoungkiat. (2011). *การออกแบบเว็บไซต์*. ค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://patamweb.blogspot.com/>
- Zhang, P. & von Dron, G. M. (2000). *Satisfiers and dissatisfiers: A two-factor model for website design and evaluation*. Journal of American Society for Information Science, 51(14), 1253- 1268.