

พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารในองค์กร :
ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

สุคนธ์ เมฆเนย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์สารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2549

ISBN 974 - 671 - 458 - 9

Employee's Behavior towards the use of Intranet for Organization

Communication :

**A case study on "THAI Sphere" of Thai Airways International Public
Company Limited**

Sukon Meknuy

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts (Communication)

Department of Information Communication

Graduate School, Dhurakij Pundit University

2006

ISBN 974 - 671 - 458 - 9

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุสทิพย์ ศาสตรระรุจิ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้ความเป็นกันเอง และให้ความกรุณาดูแล เอาใจใส่อย่างดียิ่ง ซึ่งผู้เขียนมีความรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านอาจารย์ได้ให้ความเมตตา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกินส์ ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุกบรรทัด และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว ประธานและกรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนการตรวจทาน ปรับปรุงแก้ไขในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบคุณที่สุดสำหรับ คุณแม่ ยูพิน เมฆเนย ที่คอยให้กำลังใจ จนสำเร็จการศึกษาที่ได้ตั้งความหวังไว้ รวมทั้งความจริงใจ กำลังใจและคำปรึกษาที่ดีเสมอมาจาก เพื่อน ๆ พี่ๆ น้องๆ และอีกหลายท่านที่ไม่ได้เอ่ยนาม

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความตั้งใจของทุกๆ ท่านที่ต้องการให้ผู้วิจัยได้สำเร็จการศึกษา เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้พัฒนาตนเองและก่อให้เกิดประโยชน์กับส่วนรวมต่อไป

สุคนธ์ เมฆเนย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย

.....
..... ฉ

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

.....
..... ง

กิตติกรรมประกาศ

.....
..... จ

สารบัญตาราง

.....
..... ช

บทที่

.....	1. บทนำ	1
.....	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
.....	1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
.....	1.3 สมมติฐานในการวิจัย	9
.....	1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
.....	1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	10
.....	2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์กร	11
2.2 ทฤษฎี การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	18
2.3 ทฤษฎี สื่อใหม่	20
2.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์กร	26
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
3. ระเบียบวิธีวิจัย	39
3.1 ประชากร และวิธีการสุ่มตัวอย่าง	39
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	41
4. ผลการวิจัย	44
4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของพนักงานการบินไทย	44
4.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงานการบินไทย	47

4.3	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere.....	53
4.4	การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรของการบินไทย	55
	4.5 การทดสอบสมมติ ซ	57

สารบัญ (ต่อ)

หน้า		
	5. สรุปผลการศึกษา	
.....	87	
	5.1 สรุปผล	
การศึกษา	87	
.....	5.2 อภิปรายผล	
ศึกษา		
....	91	
	5.3 ข้อเสนอ	
แนะ		
.....	97 บรรณานุกรม	
.....		
.....	99	
ภาคผนวก		
.....		
.....	104	
ประวัติผู้เขียน		
.....		
.....	123	



สารบัญตาราง

ตารางที่
หน้า

3.1 แสดงจำนวนแบบสอบถาม ตามสัดส่วน
ของพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ.สำนักงานใหญ่
(วิภาวดี)..... 40

3.2 แสดงจำนวนแบบสอบถาม ตามสัดส่วน
ของพนักงาน ที่ปฏิบัติงาน ที่สนามบินดอน
เมือง..... 40

4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน

กลุ่มตัวอย่าง แยกตาม เพศ ชายและหญิง	44
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
กลุ่มตัวอย่าง แยกตาม ช่วงอายุ	45
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
กลุ่มตัวอย่าง แยกตาม ระดับการศึกษา	45
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
กลุ่มตัวอย่าง แยกตามอายุการทำงานกับบริษัทการบินไทยฯ	46
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
กลุ่มตัวอย่าง แยกตาม ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์	46
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
กลุ่มตัวอย่าง	แยกตามสถานที่ปฏิบัติงาน
	47
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere (วันต่อสัปดาห์).	
	47
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ในแต่ละครั้ง	
	48
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere บ่อยที่สุด	
	48
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ประโยชน์ที่พนักงานได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere.....	49
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม กิจกรรมที่พนักงานเข้าไปทำในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere.....	50

4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ประเภทข่าวที่พนักงานเข้าไปอ่านในอินเทอร์เน็ต THAI	
Sphere.....	50

สารบัญญัตราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม สาเหตุที่พนักงานเข้ามาใช้	
WEBBOARD.....	51
4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม หัวข้อWEBBOARD ที่พนักงานเข้าไปใช้	
.....	52
4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ต	
.....	53
4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ปัจจัยด้านเนื้อหา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ อินเทอร์เน็ต	
.....	54
4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรของ การบินไทย	
.....	55
4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นต้องใช้ อินเทอร์เน็ต THAI	
Sphere.....	57
4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน	
แยกตาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์คุ้มค่าของ อินเทอร์เน็ต THAI	
Sphere....	57
4.20 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม	
การใช้ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของเพศชาย และหญิง	
.....	58

4.21	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การใช้ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของกลุ่มอายุต่างๆ	58
4.22	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การใช้ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของกลุ่มระดับการศึกษา	59
4.23	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การใช้ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของกลุ่มอายุงาน	60
4.24	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การใช้ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของกลุ่มความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์	60
4.25	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม การใช้ อินเทอร์เน็ต ของพนักงานที่ สำนักงานใหญ่ และที่สนามบินดอนเมือง	61
4.26	แสดงภาพรวมของการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สถานภาพของพนักงานและพฤติกรรมการสื่อสารผ่าน อินเทอร์เน็ต	62

ญ

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

4.27	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของ ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	63
4.28	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของ ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	64
4.29	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของ การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	65
4.30	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของ	

.....	66
4.31 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	
.....	67
4.32 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
การใช้ Webboard ผ่าน ระบบ อินทราเน็ต กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	
.....	68
4.33 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา	
.....	69
4.34 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา	
.....	70
4.35 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา	
.....	71
4.36 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา	
.....	72
4.37 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา	
.....	73
4.38 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา	
.....	74
4.39 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต กับ วัฒนธรรมองค์กร	
.....	75
4.40 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธฺ์ของ	
ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต กับ วัฒนธรรมองค์กร	
.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

หน้า

4.41	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของ การใช้ประโยชน์จากการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กับวัฒนธรรมองค์กร 77
4.42	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของ ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กับวัฒนธรรมองค์กร 79
4.43	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของ ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กับวัฒนธรรมองค์กร 81
4.44	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของ การใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กับวัฒนธรรมองค์กร 82

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารในองค์กร: ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
ชื่อผู้เขียน	สุคนธ์ เมฆเนย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์สารสนเทศ
ปีการศึกษา	2548

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา (1) พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทยฯ (2) ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และ เนื้อหา กับพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงาน (3) ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงาน กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทยฯ ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง เป็นพนักงานผู้ที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) และที่สนามบินดอนเมือง จำนวน 399 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วทดสอบสมมุติฐานโดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติ T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) และวิเคราะห์ด้วยสถิติสหสัมพันธ์ของ Pearson ผลการวิจัยพบว่า

1. สถานภาพของพนักงานบริษัทการบินไทยฯ ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตTHAI Sphere ของพนักงานโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมของระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต มีเพียงระดับการศึกษาเท่านั้นที่แตกต่างกัน รวมถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ที่มีความแตกต่างกันไปตาม อายุที่ปฏิบัติงาน และระดับความชำนาญในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ส่วนเพศ กับ ระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการใช้ Webboard

2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และเนื้อหา ที่แตกต่างกันของอินเทอร์เน็ต โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร ของพนักงาน แตกต่างกัน ยกเว้นพฤติกรรมของระยะเวลาและความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเทคโนโลยี ส่วนปัจจัยด้านเนื้อหา มีเพียงพฤติกรรมด้านการใช้ประโยชน์เท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ของพนักงาน มีความสัมพันธ์ กับ วัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไปและเปลี่ยนไปในทางบวก จึงกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรของ บริษัทการบินไทยฯ เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะสร้างสรรค์

DPU

Thesis Title	Employee's Behavior towards the use of Intranet for Organization Communication : A case study on "THAI Sphere" of Thai Airways International Public Company Limited
Author	Sukon Meknuy
Thesis Advisor	Assis. Prof. Dr. Kullatip Satararuji
Department	Communication and Information Technology
Academic Year	2005

ABSTRACT

The purposes of this survey research were to study (1) The behavioral communications of Thai Airways staffs towards the use of Intranet "THAI Sphere". (2) The effects of Technology and Contents in Intranet towards the behavioral communications of Thai Airways staffs. (3) The relationships between organization culture and behavioral communications of Thai Airways staffs. This study was carried out on a sample group of Thai Airways staffs who work at Head office and Donmuang International Airport only. Totally 399 samples were collected for this Thesis by using questionnaires and analyzed in percentages, means and standard deviations. The hypothesis was proved by T-Test analysis, One-way ANOVA analysis and Pearson Correlation Coefficient. The results were summarized as follow :

1. The different in most status of Thai Airways staffs causes a different in behavioral communications towards the Use of Intranet "THAI Sphere" but the length of the time using on Intranet had significant relationships with level of educational background only. In case of information exposure through Intranet, only the different in period of working years and experience in computer had significant relationships. Also found that using of webboard had no significant relationships with sex and level of educational background.

2. Most of the different in Technology and Contents in Intranet "THAI Sphere" had significant relationships with behavioral communications, except the length of the time and frequency of using on Intranet had no significant relationships with Technology. For the Contents of Intranet had no significant relationships with the advantage of using the Intranet.

3. The overall of organization culture of Thai Airways International Public Company Limited had been changing in the form of constructive styles.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมปัจจุบัน อยู่ในสังคมสารสนเทศโลก (Global Information Society) โดยเกี่ยวโยงกับระบบเศรษฐกิจทั่วโลกที่ต้องใช้ข้อมูล ข่าวสาร เพราะการสื่อสารเป็นการเผยแพร่ทรัพยากรสารสนเทศผ่านการเชื่อมต่อเครือข่ายโลก เช่น อินเทอร์เน็ต ดังนั้น สารสนเทศจึงเป็นพื้นฐานของข้อมูลที่สำคัญ ปัจจุบันการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างองค์กร (Internetworking Enterprise) ได้แก่ อินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต เอ็กซ์ทราเน็ต และเครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมที่สร้างสังคมเครือข่ายเชื่อมโยงทั้งโลก (Global Internetworked Society) สามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มที่จากการต่อเชื่อมและเป็นเครือข่ายที่สำคัญยิ่ง สำหรับองค์กร สามารถใช้สำหรับการปฏิบัติงานได้ในทุกที่ ทุกเวลา ผู้สังคมสารสนเทศโลกอย่างแท้จริงได้ การเติบโตของอินเทอร์เน็ตที่สัมพันธ์กับเทคโนโลยีและการปฏิบัติงาน ขององค์กรในปัจจุบันคือระบบ อินทราเน็ต และยังมี การส่งผ่านระหว่างองค์กร หรือไปยังหุ้นส่วน (เอ็กซ์ทราเน็ต) รวมถึงเครือข่ายอื่นๆ ด้วย

อินทราเน็ต เป็นเครือข่ายที่ออกแบบเพื่อบริการด้านความต้องการข้อมูลภายในองค์กรของบริษัท โดยใช้แนวความคิดและเครื่องมือเดียวกับ WEB มีความสามารถในการใช้งานคล้ายกับ Internet โดยใช้งานง่ายและราคาประหยัด พนักงานและผู้บริหารสามารถดูประวัติย่อของพนักงานในองค์กร, แผนธุรกิจ, ระเบียบข้อบังคับ กระบวนการทำงาน และทบทวนเอกสารที่ต้องการโดยใช้ Hyperlink ในการค้นหาวัดดูได้จากฐานข้อมูล สามารถใช้ อินทราเน็ต ตรวจสอบการใช้งานของ Software ในงานที่เฉพาะเจาะจง อีกทั้ง อินทราเน็ต ยังมีความสามารถในการสื่อสารและ สามารถเชื่อมต่อกับระบบ Internet ภายนอกองค์กรได้ ทำให้องค์กรกระทำการกิจกรรมทาง e-commerce เช่น ประสานงานกับ Suppliers และลูกค้า เชื้อระดับบัญชีรายการสินค้าก่อนที่จะจัดส่ง และอื่นๆอีกมากมาย กิจกรรมเหล่านี้เป็นการติดต่อกับภายนอกองค์กร ซึ่งอำนวยความสะดวกโดยผ่านการทำงานของระบบ Extranet ได้

ข้อมูลที่ถูกส่งผ่านทางระบบ อินทราเน็ต ข้อมูลจะถูกเก็บไว้อย่างปลอดภัย ภายใต้ระบบ “Firewall” ระบบนี้เป็นอุปกรณ์ที่ทำงานเหมือนคนเฝ้าประตูระหว่าง อินทราเน็ต ขององค์กรและเครือข่ายภายนอก (อย่างเช่น Internet) ข้อมูลที่ถูกส่งเข้ามาทั้งหมดจะถูกตรวจสอบโดยคอมพิวเตอร์

ผ่านระบบ Firewall และพนักงานขององค์กรสามารถท่องไปใน Internet แต่ผู้ใช้ที่ไม่ได้รับอนุญาต จะไม่สามารถเข้าไปใช้งานได้ การจัดการแบบนี้ทำให้เกิดความรวดเร็วในข้อมูลและ Software อย่างปลอดภัยแก่พนักงานขององค์กรเองและกับตัวองค์กรด้วย ระบบอินเทอร์เน็ต ยังมีพลังในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร, กระบวนการต่าง ๆ และช่วย Reengineering การทำงานได้ในหลาย ๆ ส่วนขององค์กร

THAI Sphere เป็นอินเทอร์เน็ต องค์กร ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เนื่องจาก บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นองค์กร รัฐวิสาหกิจชั้นนำระดับชาติแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในฐานะ ผู้ให้บริการด้านธุรกิจการบิน ที่มีเครือข่ายครอบคลุมในหลายภูมิภาคทั่วโลก และมีสาขาในหลายประเทศ จากจำนวนพนักงานกว่า 25.000 คน ดังนั้นการติดต่อสื่อสาร และการเข้าถึงข้อมูล อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ไม่ว่าพนักงานจะปฏิบัติงานอยู่ ณ. สาขาใดก็ตาม จึงทำให้ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องก้าวให้ทันตามกระแสโลกที่มีการพัฒนาการด้านการสื่อสาร ซึ่งก้าวล้ำหน้าไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ระบบอินเทอร์เน็ต สำหรับองค์กรของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จึงได้ถือกำเนิดขึ้น เมื่อ วันที่ 1 สิงหาคม 2540 ในนามว่า THAI Sphere เพื่อสนองตอบการก้าวไปกับกระแสโลกในด้านการสื่อสาร ซึ่งในต้นทศวรรษที่ 21 นี้ ที่องค์กรชั้นนำหลายองค์กรในประเทศไทย ได้เริ่มมีการนำเอา อินเทอร์เน็ต มาพัฒนาใช้กับองค์กรมากขึ้น เช่นเดียวกัน อาทิ เช่น การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย องค์กรโทรศัพท์ การประปา ธนาคารต่างๆ และรวมทั้งองค์กรอื่นๆอีกมากมาย

THAI Sphere ได้เริ่มต้นขึ้นที่หน่วยงานด้าน คอมพิวเตอร์ ของบริษัท ซึ่งเริ่มมาจากการให้บริการเกี่ยวกับ e-mail หรือ Electronic Mail แก่พนักงาน เป็นอันดับแรก หลังจากนั้นจึงได้มีการพัฒนาจนเกิดเป็น Home Page ของ WEB THAI Sphere ขึ้น ซึ่งบรรจุเรื่องราว หัวข้อต่างๆไว้มากมาย อันเป็นประโยชน์แก่พนักงานที่สามารถเข้าไปดู หรือใช้ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ในทุกเวลาที่ต้องการ อาทิ เช่น กฎระเบียบบริษัท ข้อบังคับต่างๆ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อของแต่ละหน่วยงาน สารความรู้ เรื่องราวเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ข้อมูลของชมรมต่างๆ แนะนำ WEB เต็มประจำสัปดาห์ และเรื่องจำเป็นอื่นๆในด้านการทำงานของพนักงานรวมทั้งยังจัดให้มี THAI Sphere WEBBOARD เพื่อให้พนักงานได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นอีกด้วย

1.1.1 THAI Sphere อินเทอร์เน็ต ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้จัดตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1.1.1.1 เพื่อให้มีพัฒนาการได้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการติดต่อสื่อสาร

1.1.1.2 เพื่อเป็นการสร้างวัฒนธรรมที่ดีในบริษัท ให้มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ก่อให้เกิดความรัก ความสามัคคีในหมู่คณะ

1.1.1.3 เพื่อจะเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ที่

เป็นประโยชน์ ต่อส่วนรวม และต่อบริษัท

1.1.1.4 เป็นศูนย์กลางที่ให้บริการ ข่าวสารต่างๆ ข้อมูลที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ให้กับพนักงาน

จากจุดเริ่มต้น เมื่อปี พ.ศ. 2540 THAI Sphere ได้ผ่านการพัฒนารูปแบบให้ทันสมัยมาแล้วถึง 3 ครั้ง ด้วยกัน และยังคงพัฒนาต่อไป ให้ทันตามกระแสการสื่อสารของโลกอย่างต่อเนื่องโดยตลอด โดยจะเห็นได้จากสถิติ ในการเข้าใช้ THAI Sphere ของพนักงานที่มากขึ้นกว่า 10 ล้านครั้งต่อเดือน และในอนาคตอันใกล้ นี้ จะมีการปรับปรุงครั้งใหญ่สำหรับ THAI Sphere ในรูปแบบใหม่ที่เป็น Enterprise portals หรือ Corporate portals โดยมีการปรับปรุงจัดเก็บฐานข้อมูลใหม่ ที่เรียกว่า Enterprise Resource Planning หรือ ERP เป็นระบบการรวบรวมฐานข้อมูลที่เคยถูกเก็บไว้อย่างกระจัดกระจายและซ้ำซ้อนนำมาจัดเก็บไว้ใหม่ให้เป็นเพียงฐานข้อมูลเดียว และเพื่อใช้งานได้สะดวกรวดเร็วมากขึ้น และสามารถครอบคลุมการปฏิบัติงานได้ครบทุกอย่าง ซึ่งจะเป็ประโยชน์อย่างยิ่งกับพนักงานและองค์กร

เมื่อการใช้งานจาก Intranet และ Internet เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ หลายๆ องค์กรต้องเผชิญกับความยากลำบากในการจัดการกับข้อมูลที่มีมากเกินไป ข้อมูลเหล่านั้นกระจัดกระจาย และยังมีฐานข้อมูลเป็นจำนวนมากในระบบที่ต่างกัน การหาความสัมพันธ์และข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำจึงต้องใช้เวลาและต้องอาศัยกระบวนการเข้าถึงระบบที่มีอยู่มากมาย (multiple system) ด้วยเหตุนี้ องค์กรจึงเสียเวลาเพิ่มขึ้นในการปฏิบัติงาน แนวทางการแก้ปัญหาในการเข้าถึงข้อมูลที่กระจัดกระจาย คือ Corporate portals

Kounadis (อ้างถึงใน ชลิตและคณะ, 2548 : 6) ให้คำจำกัดความของ “Corporate Portal” ว่าเป็นการเข้าถึงข้อมูลที่มีความเป็นส่วนตัวผ่าน web browser ไปสู่ข้อมูลทางธุรกิจที่สำคัญที่ถูกจัดไว้ภายในและภายนอกขององค์กรหนึ่ง ๆ ช่องทางเหล่านี้ทำให้เกิดการจัดการข้อมูล, ข่าวสาร, และความรู้ การทำงานผ่านสื่อที่มีฐานบน Intranet (เช่น web browser) ทำให้มีการเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การสืบค้นข้อมูลแบบก้าวหน้าและเทคนิคการจัดทำดัชนีต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานมากยิ่งขึ้น

Corporate portals ทำให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลแบบ Single-point ไปสู่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรได้และ Application สามารถใช้บน Intranet, Internet และ Extranets ได้ ดังนั้นองค์กรใหญ่ ๆ หลายองค์กรกำลังจัดทำ portals ขึ้นมาใช้แล้ว เช่น ธนาคารนครหลวงไทย การไฟฟ้า เป็นต้น

บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ เป็นจุดแข็ง ในการแข่งขันทางธุรกิจในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อนำมาสนับสนุนการบริหารงานภายในองค์กร การให้บริการสารสนเทศกับธุรกิจร่วมทุน การพัฒนาทรัพยากรบุคคล สร้างมาตรฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พัฒนาโครงสร้างภายในและสนองตอบกลยุทธ์การ

บริหารงานสารสนเทศขององค์กร ปัจจุบัน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้ก่อตั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่บริหารจัดการสารสนเทศขึ้นมาคือ กองบริหารสารสนเทศ แผนกพัฒนาระบบข้อมูล / การพัฒนากลยุทธ์และผลิตภัณฑ์ (Strategy & Product Development / Information Systems Division) ทำหน้าที่ผลิตและให้บริการสารสนเทศแก่พนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ภายใต้เว็บไซต์ชื่อว่า “ THAISphere ” เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2540 และให้บริการสารสนเทศภายในองค์กรในรูปแบบของ อินทราเน็ต อินเทอร์เน็ตเพื่อสนับสนุนการสื่อสารภายในขององค์กร สนับสนุนการบริหารงานและสารสนเทศแก่พันธมิตรทางการค้า โดยข้อมูลจะถูกปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์ ขณะเดียวกันยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางของสารสนเทศภายในองค์กรอย่างเต็มรูปแบบ

1.1.2 แนวคิดของ THAI Sphere ในการพัฒนาให้ทันสมัยยิ่งขึ้น โดยออกแบบให้อยู่ในรูปแบบของ Enterprise portals ซึ่งเป็น อินทราเน็ต ขององค์กรในยุคใหม่ ที่ได้รับการสนับสนุนการจัดเก็บข้อมูลแบบ ERP.

ชลิต และคณะ (2548 : 6) ได้อธิบายพื้นฐานอย่างกว้าง ๆ เกี่ยวกับ ERP โดยมีแนวความคิดและหลักการในการบริหารและจัดการระบบข้อมูล ERP ซึ่งย่อมาจาก Enterprise Resource Planning คือการวางแผนทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กรโดยรวม หรือการบริหารและจัดการให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุดของทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กร เพื่อให้รองรับการแข่งขันในทางธุรกิจที่รุนแรง ในอนาคต หลักการพื้นฐานของธุรกิจต่างๆไป คือ 4 M ซึ่งได้แก่ Man (ทรัพยากรบุคคล) Machine (เครื่องมือ, อุปกรณ์เครื่องจักร) Material (วัตถุดิบสำหรับการผลิตสินค้าหรือบริการ) สุดท้ายที่เป็นเรื่องใหญ่ของทุกองค์กร Money (เงิน) ดังนั้นการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้ประโยชน์สูงสุดคือการจัดการ 4 M เหล่านี้นั่นเอง โดยมีหลักบริหารและการจัดการว่าควรจะทำอย่างไรจึงจะใช้ทรัพยากรเหมาะสมมากที่สุด ในการผลิตสินค้าและบริการที่ดี อันจะนำไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจในอนาคต การจัดเตรียมทรัพยากรในการผลิตที่เหมาะสม เพื่อให้การใช้ต้นทุนที่เหมาะสมสามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ได้ ซึ่งการจัดการดังกล่าวคือ

1.1.2.1 การบริหารและการจัดการวัตถุดิบต่างๆ ให้มีปริมาณที่เพียงพอและให้ทันกับเวลาที่ต้องการในสายการผลิตสินค้านั้นๆ

1.1.2.2 การบริหารและการพัฒนาบุคคลให้มีคุณภาพดีขึ้นและใช้ทรัพยากรเหล่านั้นให้เหมาะสมกับปริมาณงาน

1.1.2.3 การบริหารและการจัดการอุปกรณ์ เครื่องจักร เครื่องมือ ในสายการผลิตรวมไปถึงการวางแผนการซ่อมอุปกรณ์เหล่านั้นจะไม่กระทบต่อสายการผลิต

1.1.2.4 การบริหารและการจัดการเงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้ในกิจการอย่างเหมาะสมและเพียงพอ

ปัจจุบันการวางแผนในภาพรวมไม่สามารถดำเนินประสิทธิภาพ ไม่สามารถรวบรวมข้อมูลเพื่อการตัดสินใจสำหรับการดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากต้องรวบรวมข้อมูลจากหลายๆ ระบบ ทำให้เสียทั้งเวลาและแรงงานในการรวบรวมข้อมูล

นอกจากสาเหตุหรือปัจจัยหลักๆ ที่กล่าวมาแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัญหาในการรองรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น Internet การใช้ Web Application หรือการทำธุรกิจทาง Electronics จากภาพรวมของโครงสร้างและปัญหาของระบบสารสนเทศ ระบบ ERP ใหม่ซึ่งจะเป็นคำตอบให้กับปัญหาหลักขณะโครงสร้างและการทำงานของระบบ

กฤษดา วิสุทธิรานนท์ (2546 : 12) ระบบ ERP คือระบบสารสนเทศสำหรับองค์กรที่นำแนวคิดและวิธีการบริหารของ ERP มาทำให้เกิดเป็นระบบเชิงปฏิบัติในองค์กร การบริหารเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์สูงสุดของทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กร อย่างไรก็ตามจากหลักการอย่างง่ายของการบริหารองค์กรนั้นถ้าเราพิจารณาในโลกของการบริหารธุรกิจจริงๆ นั้นการบริหารแบบ ERP ไม่ได้ง่ายอย่างที่คิด ในองค์กรหนึ่งๆ นั้นไม่ได้มีกิจกรรมทางธุรกิจเพียงกิจกรรมเดียวแต่จะประกอบด้วยกิจกรรมทางธุรกิจมากมาย และกิจกรรมต่างๆ เหล่านั้นก็มีการเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อจะได้ขับเคลื่อนองค์กรไปสู่จุดมุ่งหมาย ตัวอย่างเช่น ในองค์กรหรือวิสาหกิจหนึ่งๆ โครงสร้างของกิจกรรมพื้นฐานโดยทั่วไปจะประกอบด้วยกลุ่มของกิจกรรม 3 กลุ่มใหญ่ คือ การจัดซื้อจัดจ้าง การผลิต และการขาย ซึ่งถ้าเราเชื่อมโยงกิจกรรมพื้นฐานทั้ง 3 กิจกรรมเข้าด้วยกัน เราก็จะได้ห่วงโซ่ของกิจกรรมตามรูปแบบที่ต้องการ

ระบบ ERP เป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ในการบริหารองค์กร เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น รวมทั้งจะช่วยให้สามารถวางแผนการลงทุนและการบริหารทรัพยากรขององค์กรโดยรวม เกิดประสิทธิภาพโดยแนวคิด (Concept) ของระบบ ERP คือ เป็นระบบข้อมูลที่จะทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงข้อมูลของกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กรเพื่อทำให้การประสานงานระหว่างกิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กรราบรื่นและลดปัญหากำแพงข้อมูลที่เกิดขึ้น ทำให้สามารถบริหารองค์กรแบบบูรณาการหรือแบบองค์กรรวม ดังนั้นการพัฒนาระบบข้อมูลจึงมีความจำเป็น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ระบบ ERP จะมีโครงสร้างทางทฤษฎีที่เป็น Single Database คือข้อมูลซึ่งถูกป้อนจากระบบต่างๆ ซึ่งประกอบเป็นระบบ ERP จะถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลกลางเพียงฐานข้อมูลเดียว เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการประมวลผลของระบบงานต่างๆ เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลนั้นๆ การที่ข้อมูลถูกเก็บไว้เป็น Single Database และเป็นข้อมูลที่ใช้ร่วมกันในระบบย่อยของ ERP จึงเรียกระบบลักษณะนี้ว่าเป็น Integrated Information System การที่ระบบ ERP มีโครงสร้างเป็น Single Database นั้น ทำให้ระบบ ERP ลดปัญหาความซ้ำซ้อนของระบบข้อมูลความผิดพลาดของข้อมูลหรือข้อมูลไม่ถูกต้องตรงกันระหว่างระบบต่างๆ ทำให้เราสามารถแสดงผลข้อมูลต่างๆ ได้อย่าง

รวดเร็วกว่าและถูกต้อง คือเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูลจากระบบใดระบบหนึ่งเกิดขึ้น การแสดงผลข้อมูลจากระบบต่างๆ จะได้ข้อมูลซึ่งมีความถูกต้องเสมอ

ระบบ Corporate E-Mail นับตั้งแต่เริ่มมีการพัฒนาใช้งานระบบ E-Mail (Electronic Mail) ขึ้นในบริษัทฯ ราวกลางปี 2540 ได้ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล และระหว่างหน่วยงาน มีความสะดวกรวดเร็วกว่าเดิม เป็นอย่างมาก อีกทั้งระบบเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสาร ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไปยังบุคคลหรือองค์กรอื่นได้ทั่วโลก ซึ่งในระยะเริ่มแรกจนถึงปัจจุบันระบบ E-Mail ที่เปิดให้บริการ มีลักษณะที่เรียกว่า POP3 Mail หรือหลายท่านคงจะคุ้นเคยในชื่อของ “Royal Mail” โดยอาศัยเครื่อง Mail Server ที่บริษัทฯ ติดตั้งขึ้นทำหน้าที่รับส่งข้อมูลร่วมกับ Mail Server ขององค์กรอื่น การให้บริการในลักษณะ POP3 ผู้ใช้ต้องติดตั้งโปรแกรม Mail Client ไว้ที่เครื่อง PC ที่เชื่อมต่ออยู่ในระบบเครือข่าย เพื่อทำหน้าที่ในการรับส่งข้อความจากผู้ใช้งานระบบผ่านเครื่อง Mail Server รวมถึงทำหน้าที่จัดเก็บข้อความ (Messages) และสมุดรายชื่อส่วนตัว (Personal Contacts) ไว้ที่ Local Disk ของเครื่อง PC ซึ่งตั้งแต่เริ่มต้นจนปัจจุบันบริษัทฯ ได้กำหนดให้โปรแกรม Netscape ทำหน้าที่เป็นโปรแกรม Web Browser และ Mail Client แต่อาจมีผู้ใช้งานบางท่านใช้งานระบบผ่านโปรแกรม Outlook Express ซึ่งเป็น Mail Client ที่ติดตั้งมาพร้อมกับระบบปฏิบัติการ Windows ก็สามารถใช้งานได้เช่นเดียวกัน

1.1.3 ถึงแม้ว่าการใช้งานระบบ POP3 Mail จะได้รับความนิยมและถูกนำมาพัฒนาใช้งานกับองค์กรต่าง ๆ เป็นจำนวนมากก็ตาม แต่ก็มีข้อจำกัด/ปัญหาในการใช้งานบางประการ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

1.1.3.1 ปัญหาการติดตั้งโปรแกรม Mail Client เนื่องจากการใช้งานระบบ POP3 Mail ก่อนที่ผู้ใช้จะสามารถใช้งานระบบ E-Mail ได้ จำเป็นต้องมีการติดตั้งโปรแกรม Mail Client ซึ่งในกรณีนี้เป็นภาระให้กับผู้ใช้และ IT Support Staff ในการให้คำแนะนำ และดำเนินการติดตั้งโปรแกรมให้ถูกต้องตามมาตรฐาน รวมทั้งต้องมีการติดตาม Update/ Upgrade ให้กับโปรแกรม Mail Client เพื่อให้มีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยสูงสุด

1.1.3.2 ปัญหาของความไม่สะดวกในการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากการติดตั้งโปรแกรม Mail Client ผู้ติดตั้งจำเป็นต้องกำหนดข้อมูลของ Mail Server และข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ (User profile) ซึ่งได้แก่ สมุดรายชื่อส่วนตัว เป็นต้น ไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องนั้น ซึ่งในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น การเปลี่ยน Mail Server จำเป็นต้องไปแก้ไข ในเครื่องคอมพิวเตอร์ทุกเครื่องที่มีการติดตั้ง Mail Client หรือ ในกรณีที่ผู้ใช้ต้องการ เปลี่ยนไปใช้งานในเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องใหม่ จะมีการดำเนินการถ่ายโอนข้อมูลส่วนตัวไปยังเครื่องใหม่ด้วย

1.1.3.3 ปัญหาในด้านระบบเครือข่าย เนื่องจากการใช้งานในระบบ POP3 Mail เมื่อผู้ใช้เริ่มใช้งานระบบ E-Mail เครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้จะ get mail ทั้งหมดของผู้ใช้จากเครื่อง

Mail Server มาเก็บไว้ใน Local Disk ของเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยผู้ใช้ไม่มีสิทธิเลือกว่าจะ get mail ฉบับนั้นๆหรือไม่ ซึ่งในกรณีดังกล่าว หากมีการใช้งานพร้อมๆกันหลายๆเครื่อง หรือมี Mail ที่ต้องอ่านมายัง Local Disk จำนวนมาก อาจส่งผลกระทบต่อการใช้งานของผู้ใช้งานอื่นได้ โดยเฉพาะกับการใช้งานของสำนักงานสาขาต่างจังหวัด และต่างประเทศ เนื่องจากโดยทั่วไป สาขาเหล่านี้จะมีช่องความเร็วในการส่งผ่านข้อมูลไม่สูงนัก

1.1.3.4 ปัญหาการบริหารจัดการ Mail เนื่องจากการใช้งานในระบบ POP3 Mail ข้อมูลของผู้ใช้จะอยู่ในเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้ใช้ใช้งาน ดังนั้น หากผู้ใช้ที่มีการเปลี่ยนแปลง การใช้งานจากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่ง ไปยังอีกเครื่องหนึ่งในแต่ละวัน (หน่วยงานส่วนใหญ่ไม่สามารถจัดให้พนักงานทุกท่านมีเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นส่วนตัวได้) ในกรณีนี้ mail ของผู้ใช้ก็จะกระจายไปยังเครื่องต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยาก ในการบริหารจัดการ mail

1.1.3.5 ปัญหาด้านความปลอดภัย โปรแกรม Mail Client เป็นช่องทางหนึ่งซึ่งอาจถูกโจมตีโดยหนอนไวรัสหรือผู้ไม่หวังดีได้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับปรุงให้มีความทันสมัย และมีความปลอดภัยสูงสุดในการใช้งาน ซึ่งการดำเนินการนี้ ทั้งผู้ใช้งานและ IT Support Staff จำต้องมีภาระในการร่วมกัน Update patches / Upgrade โปรแกรมให้ทันสมัยอยู่เสมอ ความปลอดภัยของ mail เนื่องจาก mail ของผู้ใช้ในระบบ POP3 Mail จะถูกจัดเก็บในเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งในกรณีดังกล่าวผู้ใช้งานคนอื่นๆ ที่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ร่วมกัน อาจสามารถเรียกดูได้ ประกอบกับ การใช้งานในลักษณะนี้ ผู้ใช้ต้องรับผิดชอบกับ mail ที่เก็บในเครื่องคอมพิวเตอร์นั่นเอง โดยอาจทำการสำรองไว้ใน media อื่น เป็นต้น

จากข้อจำกัดและปัญหาที่สรุปให้ทราบข้างต้น ฝ่ายบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงได้มีการริเริ่มโครงการ Corporate E-Mail ที่มีประสิทธิภาพสามารถแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดข้างต้น มาพัฒนาใช้งานในองค์กร พร้อมทั้งกำหนดนโยบายให้ระบบ Corporate E-Mail เป็นระบบ Mailing System ระบบเดียวที่ใช้งานในบริษัทฯ และสามารถรองรับการใช้งานของพนักงานได้ จากทุกหนทุกแห่ง ระบบดังกล่าวเป็นระบบ E-Mail ซึ่งเป็นที่ยอมรับของหลายองค์กร และนำมาพัฒนาใช้งานอยู่ทั่วโลก มีทิศทางในการพัฒนาระบบอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง สามารถรองรับความต้องการการใช้ระบบ E-Mail ของบริษัทฯ ได้ โดยเน้นการใช้งานระบบ ผ่านโปรแกรม Web Browser ที่จัดเก็บข้อความและสมุดรายชื่อไว้ที่ส่วนกลางบนเครื่อง Mail Server ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานระบบมากยิ่งขึ้นไป จากการใช้งานผ่านโปรแกรม Web Browser นี้ อีกนัยหนึ่งอาจเรียกระบบ Corporate E-Mail นี้ว่า “Web Mail”

การใช้งานระบบ E-Mail ระบบใหม่นี้ มีจุดประสงค์หลักประการหนึ่ง ที่ต้องการอำนวยความสะดวก ให้ฝ่ายบริหารและพนักงานในการติดต่อสื่อสารให้อยู่ภายในระบบเดียวกัน ถึงแม้ว่าจะปฏิบัติงาน อยู่ในพื้นที่และเวลาที่แตกต่างกันทั่วโลก สามารถเชื่อมต่อเครื่อง PC ผ่านระบบ

เครือข่ายของบริษัทฯไปยังMail Server ที่มีการบริหารจัดการที่สามารถเปิดให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และจากการที่สมาชิกระบบทุกรายถูกลงทะเบียนอยู่ภายในระบบเดียวกันนี้เอง จึงสามารถกำหนดให้ ผู้ใช้งานอยู่ภายในกลุ่มเดียวกันได้ คือการเข้าสู่ระบบสามารถเรียกใช้งานด้วยชื่อของ Mail Server เพียงชื่อเดียวทั่วโลก โดยเชื่อมต่อโปรแกรม Web Browser จึงทำให้เกิดความสะดวกในการจดจำของผู้ใช้ระบบและผู้ติดต่อสื่อสารมากยิ่งขึ้น

การเปิดให้บริการระบบ Corporate E-Mail ในลักษณะของ Web Mail พนักงานภายในองค์กร จะได้รับประโยชน์อย่างมาก จากความสะดวกในการใช้งานระบบจากที่ใด ๆก็ได้ สามารถติดต่อสื่อสารกับพนักงานที่เป็นสมาชิก ของระบบได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในอนาคตจะมีการพิจารณาความเหมาะสมในการให้บริการระบบ E-Mail เป็นบริการพื้นฐานที่พนักงานทุกคนจะมี E-Mail Address ของตนเอง ซึ่งผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้บริษัทฯ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการระบบลงได้อย่างมาก

จากที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นมาและการพัฒนาใน THAI Sphere ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) รวมทั้งปัญหาต่างๆที่จะนำไปใช้ในการปรับปรุงให้ดีขึ้นในอนาคต โดยจะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อฝ่ายพนักงาน และกับองค์กรต่อไป

1.1.4 ปัญหาในการวิจัย

1.1.4.1 ลักษณะพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในปัจจุบันเป็นอย่างไร

1.1.4.2 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีและเนื้อหาของอินเทอร์เน็ตTHAI Sphere มีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) หรือไม่

1.1.4.3 พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์อย่างไร กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ ของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยต้องการทราบถึง พฤติกรรมของพนักงานการบินไทย ในการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย มหาชน จำกัด รวมถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการใช้ และให้ทราบถึงผลกระทบต่อวัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขพัฒนาให้ดีขึ้น โดยแยกได้ 3 หัวข้อ ดังนี้

1.2.1 เพื่อต้องการทราบถึง พฤติกรรมในการสื่อสารผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และ เนื้อหาที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย

1.3 สมมติฐานในการวิจัย

1.3.1 สมมติฐานข้อที่ 1 พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ตTHAI Sphereของพนักงานแตกต่างกันไปตามสถานภาพของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

1.3.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัย ทางด้านเทคโนโลยี และ เนื้อหา ที่แตกต่างกันของ อินทราเน็ต THAI Sphereมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

1.3.3 สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ตTHAI Sphereของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ไปในทางสร้างสรรค์

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) และพนักงานที่สนามบินดอนเมืองเป็นหลัก โดยเลือกจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 394 ตัวอย่าง

2. การวิจัยครั้งนี้ไม่รวมถึงพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สถานีต่างจังหวัด และพนักงานที่ปฏิบัติงานในต่างประเทศ

3. เก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามกับพนักงานของบริษัทการบินไทย โดยเก็บข้อมูล ประมาณ 1 เดือน (เมษายน 2549)

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 นำผลที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้เสนอกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อไปเป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุง ทางด้านเทคโนโลยีและ เนื้อหาของอินทราเน็ต THAI Sphereให้เหมาะสม ยิ่งขึ้น และเป็นที่น่าสนใจแก่พนักงานผู้ใช้ต่อไป

1.4.2 เพื่อเป็นแนวทางอันเป็นประโยชน์ในการศึกษาเกี่ยวกับการใช้ อินทราเน็ต ขององค์กร อื่นๆอีกต่อไป

1.4.3 ผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้ เพื่อไปใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 **THAI Sphere** หมายถึง ระบบอินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กร เป็นระบบที่ใช้ใน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานภายในองค์กร

1.5.2 **พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต** หมายถึง ความถี่ในการใช้ วัตถุประสงค์ของการใช้ ระยะเวลาในการใช้ การเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ความมีอิสระในการแสดงความคิดเห็น หัวข้อที่นิยมเข้าไปใช้ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

1.5.3 **ปัจจัย ทางด้านเทคโนโลยี** หมายถึง ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ความรวดเร็วในการแสดงผล รูปแบบที่ทันสมัย ความสวยงาม สีสันสดใส ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย ประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่าย ความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล

1.5.4 **ปัจจัย ทางด้านเนื้อหา** หมายถึง ความสมบูรณ์ของเนื้อหา ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ความหลากหลายของเนื้อหา เพิ่มพูนความรู้ใหม่ๆ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร ทันทต่อเหตุการณ์

1.5.5 **วัฒนธรรมองค์กร** หมายถึง ความภูมิใจที่ได้ทำงาน การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ การมีความสัมพันธ์ที่ดี การมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหา การมีความสุข และสนุกกับการทำงาน ความอิสระแสดงความคิดเห็น การทำงานเป็นทีม รวมทั้งสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก ได้เป็นอย่างดี

1.5.6 **พนักงาน** หมายถึง บุคลากรของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในการวิจัยนี้เน้นเฉพาะผู้ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ (ถนนวิภาวดี) และที่สนามบินดอนเมือง เท่านั้น

1.5.7 **สถานภาพของพนักงาน** หมายถึง อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ สถานที่ปฏิบัติงาน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย มหาชน จำกัด ซึ่งได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในงานวิจัยนี้มี 5 หัวข้อหลักดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร
- 2.2 ทฤษฎี การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 2.3 ทฤษฎี สื่อใหม่
- 2.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์กร
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร

กริช สืบสนธิ์ (2537 : 87) พบว่า พฤติกรรมทุกประเภทของมนุษย์จะต้องมีแรงกระตุ้นมาจากความต้องการหรือจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การสื่อสารก็เป็นพฤติกรรมที่มีจุดประสงค์เป็นแรงกระตุ้นเช่นกัน ทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการกระทำขึ้นเป็นการให้ข่าวสารและรู้ถึงการกระทำโต้ตอบของบุคคลอื่นๆ

พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรโดยทั่วไปนั้นหมายถึง สภาพของการสื่อสารที่ดูได้จากความรอบรู้ของบุคลากรแต่ละคนเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่างๆที่ไหลวนเวียนอยู่ในองค์กร

จากแนวความคิดของนักนิเทศศาสตร์หลายๆท่าน จะพบว่าแต่ละท่านมองภาพรวมของพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรแตกต่างกันออกไปซึ่งแท้ที่จริงพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรก็คือพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรที่ทำการสื่อสารกันนั่นเอง

จึงน่าจะสรุปได้ว่า พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กรหมายถึง ลักษณะต่างๆของบุคลากรที่ทำการสื่อสารและสังเกตได้จากภายนอก แต่เน้นตรงเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ทำการสื่อสารกันนั้น ต้องเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ทั้งนี้เพราะพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรจะถูกควบคุมโดยกฎต่างๆ และเพื่อสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยและควบคุมการกระทำต่างๆของบุคลากรในองค์กร วัฒนธรรมในองค์กรอาจจะมองเป็นในลักษณะของเป็นความเชื่อ การคาดหวัง ทัศนคติร่วม ซึ่งมีการถ่ายทอดได้จากพนักงาน

เสนาะ ตีเยาว์ (2538 : 77) สำหรับพฤติกรรมการสื่อสารของบุคลากรในองค์กรจะศึกษาได้จากลักษณะต่างๆ ของบุคลากรที่ทำการสื่อสารกันและสังเกตได้จากภายนอกในหลายๆลักษณะ เช่น วิธีการที่ใช้ในการสื่อสาร, ความสนใจในชนิดของข่าวสารและการรับข่าวสาร เป็นต้น

1. วิธีการที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารวิธีการที่ใช้ในการสื่อสารของบุคลากรที่อยู่ในองค์กรสามารถกระทำได้หลายวิธีด้วยกันหากพิจารณาจากสื่อและช่องทางการสื่อสารแล้วจะพบว่า สื่อและช่องทางเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารให้ติดต่อกันได้ หากขาดสื่อและช่องทางแล้วย่อมไม่มีทางที่ข่าวสารจะถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าสื่อและช่องทางเป็นสิ่งที่นำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือเป็นสิ่งที่ช่วยให้ข่าวสารไปถึงผู้รับสารนั่นเอง โดยพิจารณาได้จากปัจจัยต่างๆของสื่อและช่องทาง ได้แก่ การเลือกและความสามารถของสื่อและช่องทางในการเลือกสื่อและช่องทางนั้นจะต้องพิจารณาว่า มีสื่อและช่องทางใดให้เลือกใช้ได้บ้าง สื่อและช่องทางใดสามารถเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด สื่อและช่องทางใดเหมาะสมกับเนื้อหาสาระของข่าวสารมากที่สุด

2. ความสนใจชนิดของข่าวสาร สำหรับข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้น ได้อธิบายไว้ว่าข่าวสาร หมายถึง รหัสหรือสัญลักษณ์, เนื้อหา และการปฏิบัติต่อข่าวสาร ซึ่งข่าวสารทุกอย่างไม่ว่าจะมีรหัสหรือสัญลักษณ์อย่างไรจะต้องมีเนื้อหาของข่าวสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร จากกระบวนการสื่อสารทั้งหมดพบว่า ข่าวสารจะปรากฏก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้นมาและได้แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาให้เห็น ดังนั้น ข่าวสารจึงมีหน้าที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมาย และจะมีปฏิกิริยาตอบสนองก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งโดยอาศัยทักษะของผู้รับสารเป็นสำคัญ

3. การรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้น หากพิจารณาผู้รับสาร ผลของการสื่อสารและปฏิกิริยาตอบสนองในกระบวนการสื่อสารแล้วจะพบว่า ผู้รับสารอาจจะเป็นคนๆหนึ่ง คนกลุ่มหนึ่งหรือคนทั้งหมดในองค์กรก็ได้ พื้นฐานของผู้รับสารมี 2 ประการคือ การกำหนดรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสารส่งข่าวสารผ่านสื่อ หรือช่องทางอย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตน ซึ่งผู้รับสารอาจจะมีปฏิกิริยาตอบสนองไปยังผู้ส่งสารได้ ดังนั้น บทบาทของผู้รับส่งข่าวสารคือเป็นผู้พยายามรับรู้เรื่องราวข่าวสารอยู่เป็นประจำ เป็นผู้มีความรู้สึกที่รวดเร็วและถูกต้อง และเป็นผู้มีปณิธานสามารถบังคับความสนใจของตนให้มาอยู่ที่เรื่องราวที่ผู้ส่งสารกำลังเสนอให้

เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อหรือช่องทางแล้ว สิ่งก็ตามมาก็อาจได้รับความรู้ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในตัวผู้รับสารได้ หากพิจารณาในแง่ของกระบวนการสื่อสารแล้วพบว่า ผู้รับสารเป็นจุดหมายปลายทางของการสื่อสารผลที่อาจจะเกิดขึ้นในตัวผู้รับสารนั้นเป็นการคาดเดาของผู้ส่งสารที่ต้องการให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทางที่ต้องการนั่นเอง

ธงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์ (2542 : 35) การสื่อสารองค์กรมีคุณลักษณะมุ่งเน้นถึงการประสานร่วมมือกันของคน ผู้ทำงานควบคู่กับการมุ่งถึงเป้าหมายของทุกฝ่ายในองค์กรเป็นสำคัญ และเกิดขึ้นบนพื้นฐานภายในกรอบของระบบองค์กรที่จัดไว้

แนวคิดและการพัฒนาการของการจัดระบบการสื่อสารขององค์กร ได้พัฒนาการมายาวนานควบคู่ไปกับแนวคิดทางด้านการบริหารจัดการ ซึ่งนับได้ตั้งแต่ยุคสมัยการปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นต้นมา ระบบและลักษณะของการสื่อสารในองค์กรสมัยเดิม

1. เนื้อหาการสื่อสารมุ่งที่เนื้อหานี้ เพื่อสู่เป้าหมายขององค์กร และจะทำให้การสื่อสารทั้งหลายดำเนินไปโดยสัมพันธ์กับงานในหน้าที่
2. ทิศทางการไหลของการติดต่อสื่อสารมักเป็นแนวดิ่งจากบนลงล่าง
3. ลักษณะของสื่อสัญลักษณ์ / ช่องทางที่ใช้ ส่วนมากมักเป็นลายลักษณ์อักษร ที่เขียนขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกัน
4. รูปแบบการติดต่อสื่อสารมักจะเป็นแบบทางการ มีระเบียบแบบแผนคล้ายหนังสือราชการ

การจัดองค์กรตามแนวทฤษฎีของ Weber (อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์, 2542 : 33) ได้มีการเน้นถึงการจัดระเบียบและกำหนดแผนการทำงานที่เป็นทางการเอาไว้คล้ายกับระบบราชการ โดยแนวคิดของ Weber จะจัดองค์กรให้มีลักษณะเป็นระบบปิด

- (1) มีการกำหนดขั้นพื้นฐานและระดับสูง-ต่ำ
- (2) การแบ่งแรงงานกันทำ
- (3) การรวมศูนย์

แนวคิดใหม่ของ Miles (อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์, 2542 : 39) ได้เสนอความคิดด้านมนุษยสัมพันธ์ น่าจะมีการพิจารณามองในขอบเขตที่กว้างกว่าและลึกซึ้งกว่า จะเห็นว่าการจัดระบบการสื่อสารแบบมุ่งเน้นความสัมพันธ์ของคนนั้น ซึ่งจะสามารถสร้างสิ่งที่ดีให้เกิดขึ้นคู่กับประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างผลงานให้สำเร็จได้ดีขึ้น โดยจะสำเร็จได้มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับทักษะ และความคล่องตัวในการสื่อสารและประสานความเข้าใจให้เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขและสถานการณ์ต่างๆเป็นสำคัญ

การจัดระบบการสื่อสารบนพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กร วัฒนธรรมองค์กรคือค่านิยม แนวคิดกับความเชื่อ ซึ่งได้มีการพัฒนาสร้างสมและขัดเกลามานาน จนกระทั่งกลายเป็นสิ่งที่ยึดมั่นของสมาชิกขององค์กรในการยึดถือปฏิบัติ ส่วนใหญ่แล้ววัฒนธรรมองค์กรมักเกิดขึ้นจากผู้ที่ก่อตั้งได้บรรจงสร้างขึ้น และบางอย่างอาจจะสะท้อนออกมาในรูปแบบสัญลักษณ์ และประเพณีปฏิบัติ ที่เข้าใจกันระหว่างสมาชิกและสังเกตเห็นได้โดยสายตาจากบุคคลภายนอก วัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นกรอบที่มีอิทธิพลเหนือสมาชิก และสามารถกำกับพฤติกรรมสมาชิกได้ จึงเปรียบเสมือน บทบัญญัติขององค์กรที่ได้หลอมขึ้นจากหลายๆสิ่งรวมกัน จึงกลายเป็นเสมือนคำขวัญหรือแนวทางปฏิบัติที่สมาชิกต่างยึดมั่นและนำมาใช้ร่วมกัน

เสนาะ ดิยาว (2519 : 10) การสื่อสารเป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานขององค์กรที่ทำให้กิจกรรมต่างๆดำเนินไปโดยราบรื่นและเกิดการประสานงานขึ้นระหว่างสมาชิกขององค์กร รูปแบบต่างๆของการสื่อสารที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเกิดขึ้นภายในคือ ระหว่างสมาชิกด้วยกันหรือเกิดขึ้นภายนอกองค์กรคือระหว่างองค์กรกับสังคม ก็ล้วนแต่เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆทั้งสิ้น กระบวนการทางการสื่อสารเหล่านี้เกิดขึ้นในลักษณะและรูปแบบต่างๆ แต่ละรูปแบบก็แสดงให้เห็นทัศนะของการมององค์กรในแง่มุมที่ไม่เหมือนกัน เช่น หากมององค์กรว่าเป็นระบบๆ หนึ่ง การสื่อสารก็เป็นผลผลิตของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆของระบบนั้น หากมีแนวความคิดว่าองค์กรเป็นโครงสร้างอย่างหนึ่งก็สรุปได้ว่า การสื่อสารทุกอย่างเป็นเรื่องของเหตุผล และหากพิจารณาว่าองค์กรเป็นการประกอบด้วยบุคคลหลายๆคนแล้ว การสื่อสารก็เป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความหมายเท่านั้น เนื่องจากองค์กรได้มีวิวัฒนาการมานานจึงทำให้เป็นการยุ่งยากที่จะวินิจฉัยว่าองค์กรเป็นระบบหรือโครงสร้างหรือบุคคลอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น

เสนาะ ดิยาว (2519 : 22) กิจกรรมทางการติดต่อสื่อสารเป็นงานขั้นพื้นฐานขององค์กรทุกประเภท จึงเป็นความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญต่อกิจกรรมทางการติดต่อสื่อสารและต้องศึกษาว่าจะทำอย่างไร จึงจะทำให้การใช้เวลาและทรัพยากรในเรื่องของการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและปรับปรุงให้ดีขึ้น เพราะการขาดประสิทธิภาพการติดต่อสื่อสารในองค์กรนั้นย่อมก่อให้เกิดปัญหาต่างๆมากมาย ต้องเสียค่าใช้จ่ายทำให้ขวัญในการทำงานลดลง กระทบต่องานขององค์กร บทบาทของการสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมืออันสำคัญที่จะทำให้น้ำที่ต่างๆขององค์กรดำเนินไปอย่างราบรื่นและช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานและกับองค์กรด้วย

สมยศ นาวิการ (2544 : 136) ได้จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบคือ

1. การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำ หรือแบบวจนะ (Verbal Communication) หมายถึงการสื่อสารทั่วไปที่ต้องอาศัยคำ (Word) หรือเลขจำนวน (Number) หรือการเน้น (Punctuation) เป็นลักษณะของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปภาพพูด ภาษาเขียน หรือภาษาคณิตศาสตร์ก็ได้เพื่อใช้ในการสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน ผู้รับได้ข่าวสารตรงตามที่ผู้ให้ข่าวสารต้องการ ดังนั้นการสื่อสารแบบวจนะภาษา จึงเป็นการใช้ถ้อยคำวาจาหรือลายลักษณ์อักษรที่สามารถตีความได้โดยตรงหรือโดยอ้อม

2. การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำ หรือแบบวจนะภาษา (Non-Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารโดยไม่ใช้ภาษาคำพูด เป็นการใช้ท่าทางที่จะช่วยให้ผู้พูดสะดวกในการที่จะสื่อสารมากยิ่งขึ้น ท่าทางที่แสดงออกเป็นธรรมชาติและเป็นลักษณะสากล ที่ทุกคนดูแลเข้าใจได้ เช่นอาการสั่นศีรษะแสดงการปฏิเสธ หรือพยักหน้าแสดงถึงการเข้าใจหรือเห็นด้วย ร้องไห้แสดงว่าเศร้าโศกเป็นต้น ซึ่งมีความหมายพิเศษสำหรับบางคนขึ้นอยู่กับการรับและความเข้าใจของแต่ละคน

การสื่อสารโดยไม่ใช่ถ้อยคำ มีลักษณะเป็นสากลยอมรับกัน กล่าวอีกในหนึ่งก็คือ ภาษาที่ใช้ในการแสดงออกซึ่งเป็นการใช้ท่าทางกริยาต่างๆ แสดงได้ถึงความต้องการของมนุษย์ แต่ท่าทางเป็นเพียงสัญลักษณ์ใช้ในการสื่อสารที่ไม่ใช่ถ้อยคำลักษณะใดลักษณะหนึ่งเท่านั้น ยังมีการสื่อสารที่ไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียนในลักษณะอื่นๆอีก ส่วนในเรื่องอวัจนะภาษาในการสื่อสารมีมากกว่าแค่ภาษากาย (body language) ภาษาเวลา สถานที่ จังหวะการหยุด โทนของเสียง น้ำเสียง สีหน้า การแสดงออก ฯลฯ

มัลลิกา ต้นสอน (2546 : 102) ให้ความหมายของการสื่อสาร (Communication) ว่าเป็นการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจจากผู้ส่งสาร (sender) ไปยังผู้รับสาร (receive) เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเกิดความเข้าใจร่วมกัน เพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบของกระบวนการสื่อสารที่ให้ความสำคัญกับผู้ส่งข่าวสาร ผู้รับสาร กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อมูลย้อนกลับ (feedback) ที่ทำให้การสื่อสารสะดวกขึ้น ตลอดจนพิจารณาเสียงรบกวน (noise) ที่เข้ามาสอดแทรกทำให้การสื่อสารขาดประสิทธิภาพจึงได้สรุปเรื่องของการสื่อสาร ซึ่งมีสาระสำคัญๆ ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. เป็นการกำหนดเป้าหมายและอธิบายองค์กร
2. เป็นการสร้างแผนเพื่อความสำเร็จขององค์กร
3. เป็นการจัดระบบงานและทรัพยากรอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด
4. เป็นการคัดเลือก การพัฒนา และการประเมินพนักงานองค์กร
5. เป็นการชักนำ การสั่งการ การจูงใจ และการสร้างบรรยากาศในการทำงาน
6. เป็นการควบคุมปฏิบัติงานผ่านการกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน ในการจัดระบบควบคุม

การติดตาม ตรวจสอบ ประเมิน และการตัดสินใจแก้ไขปัญหา

ปรมะ สตะเวทิน (2539 : 78) อธิบายว่า ผู้รับสารเป็นตัวชี้ว่า การสื่อสารประสบผลสำเร็จ หรือล้มเหลว หากพิจารณาว่าการสื่อสารในองค์กรเน้นที่การแจ้งข่าวให้บุคคลขององค์กรได้ทราบเรื่องราวทั่วไปเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ถ้าหากว่าผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานไม่สามารถสร้างความเข้าใจกันได้อันเนื่องมาจากข่าวสารที่ได้รับไม่เพียงพอ หรือได้รับข่าวสารที่ไม่ชัดเจน อันเนื่องมาจากความบกพร่องของผู้ส่งสาร หรือขาดทักษะในการตีความหมาย รับรู้และทำความเข้าใจกับเนื้อหาของข่าวสาร หรืออาจจะมีอุปสรรคจากสิ่งรบกวนต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในองค์กรแล้ว ผลที่อาจเกิดขึ้นแก่องค์กรโดยรวมก็คือ การดำเนินงานไม่สามารถไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อหรือช่องทางแล้ว สิ่งที่มาคือ อาจจะทำให้ผู้รับสารได้รับรู้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในตัวผู้รับสารได้ หากพิจารณาในแง่ของกระบวนการสื่อสารแล้วพบว่า ผู้รับสารเป็นจุดหมายปลายทางของการสื่อสารผลที่อาจจะ

เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารนั้น จึงเป็นการคาดเดาของผู้ส่งสาร ที่ต้องการให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมในทิศทางที่ต้องการ นั่นเอง

ปรมา สตะเวทิน (2539 : 314) กล่าวว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อประสิทธิภาพ ของผู้รับสาร ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่ การอ่านออกเขียนได้ ก็จะต้องมีการศึกษาระดับหนึ่ง การมีความรู้ ความเข้าใจ คำศัพท์ในบางประโยค ก็ต้องการความรู้ในระดับหนึ่งเช่นเดียวกัน สาขาวิชาที่จบมาก็มี อิทธิพลที่ทำให้บุคคลนั้นมีความรู้ความเข้าใจ หรือสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งต่างกัน

มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องที่ได้ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารต่างกันออกไป เช่น บุคคลที่มีการ ศึกษาสูง ก็จะมี ความสนใจในข่าวสาร กว้างขวาง แต่จะไม่เชื่ออะไรง่ายๆ จะต้องมีหลักฐานหรือ เหตุผลมาสนับสนุนเพียงพอ จึงจะเชื่อ หรือผู้ที่มีการศึกษามากจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อที่มีคุณภาพ

กล่าวโดยสรุป การศึกษา เป็นตัวแปรหนึ่งที่ นักนิเทศศาสตร์จะต้องตระหนัก และ เรียนรู้ให้ดีกว่าก่อนทำการสื่อสาร เพราะผู้รับสารที่มีการศึกษาต่างกัน จะได้ผลทางด้าน ทักษะการ สื่อสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกัน

อินทราเน็ตขององค์กร ระบบอินทราเน็ตเป็นเครือข่ายที่ออกแบบเพื่อบริการด้านความ ต้องการข้อมูลภายในองค์กร

Frenzel (2004 : 14) ทุกวันนี้ ไอที เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน และการ ปฏิบัติการขององค์กรเป็นอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเทคโนโลยีอื่นๆ ดังนั้นผู้บริหารระดับสูง ของหลายๆองค์กร จึงเล็งเห็นความสำคัญของ ไอที ที่เข้ามามีบทบาทในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และสามารถลดค่าใช้จ่ายขององค์กรได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังคงหากกลยุทธ์ใหม่ๆ เกี่ยวกับการใช้ ไอที อย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถเพิ่มพูนศักยภาพให้กับองค์กรเอง รวมไปถึงพนักงานขององค์กรอีกด้วย อินทราเน็ต จึงเป็นคำตอบสำหรับการพัฒนาไอทีกับองค์กร อินทราเน็ต สามารถให้พนักงานของ องค์กรได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารขององค์กรได้อย่างรวดเร็ว และมั่นใจได้ในความปลอดภัยของข้อมูล นั้นๆว่าจะไม่รั่วไหลออกสู่ภายนอกองค์กร อินทราเน็ตยังได้ช่วยขยายวงในการสื่อสารให้กว้างขึ้นทั้ง ระหว่างพนักงานในองค์กรเอง และกับผู้บริหารอีกด้วย ผลสืบเนื่องจากการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อคิดเห็นระหว่างกันนี้ก็จะ ได้ข้อมูลย้อนกลับมายังองค์กร เพื่อการแก้ไขปรับปรุงองค์กรให้มี ศักยภาพที่ดียิ่งขึ้น

ดังนั้น อินทราเน็ตในรูปแบบ Web-Base System จึงเริ่มใช้กันอย่างแพร่หลายจากอดีต จนถึงปัจจุบันแต่ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจึงได้มีการแก้ไขข้อจำกัดของ Web-Base System ซึ่งเป็นระบบแยกส่วนที่ได้รับข้อมูลมาจากแต่ละสาขางาน การเก็บข้อมูลจึงซ้ำซ้อน ยากต่อการ เรียกใช้และข้อมูลอาจไม่ตรงกัน อันเป็นที่มาของ ERP ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญของ Web-Base Business ซึ่งรวมข้อมูลจากทุกสาขางานในองค์กรให้เป็นหนึ่งเดียว ตลอดจนรองรับกิจกรรมด้าน

อื่นๆได้อีกมากมาย (Integrated System) ดังนั้น ERP จึงมีขีดความสามารถที่จะรองรับทฤษฎี Strategic Thrusts ทั้ง 6 ประการ

Wiseman (อ้างถึงใน Frenzel, 2004 : 39) ซึ่งได้ให้กรอบของการพัฒนากลยุทธ์ไว้จาก Theory of strategic thrusts

1. Differentiation การให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ต้องมีความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับลูกค้า

2. Cost สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ 2 ฝ่าย คือทั้งลูกค้าและบริษัท

3. Innovation เปลี่ยนแปลงรูปแบบตัวสินค้า และวิธีผลิตให้สอดคล้องกับพื้นฐานทางธุรกิจที่เปลี่ยนไป

4. Growth การรักษาความได้เปรียบจากการขยายตัวทางธุรกิจ โดยมีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย

5. Alliance ได้ประโยชน์จากการมีคู่ค้าพันธมิตร

6. Time ซึ่งความได้เปรียบด้านเวลาและความรวดเร็วกับคู่แข่งทางธุรกิจโดยเฉพาะเรื่องเวลา Time ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน

Keen (อ้างถึงใน Frenzel, 2004 : 40) ได้แสดงให้เห็นองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีว่ามี 4 องค์ประกอบ คือ 1. เงินทุน 2. เทคโนโลยี 3. การจัดการ 4. เวลา (Time)

จากคำกล่าวของ Keen ที่ว่า “ เวลาอาจหาซื้อแบบสำเร็จรูปได้จากชั้นวางของทั่วไป ” กลยุทธ์ใหม่ๆ จึงคำนึงถึงเรื่อง Time นี้เป็นอันดับแรกในการพัฒนาองค์กร ดังนั้นจึงต้องมีตัวเร่งเพื่อคอยกระตุ้นในการที่จะหาหนทางไปสู่การใช้เวลาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการนำ ERP มาใช้กับองค์กรนั่นเอง

องค์กรสมัยใหม่ ต้องมีการเตรียมพร้อมที่จะรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยการจัดอบรมพนักงานในทุกกระดับ เพื่อให้ได้เข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่นั้น แล้วนำไปใช้กับองค์กรในทางที่จะเกิดประโยชน์สูงสุด ในระดับความสามารถของตนและองค์กรยังต้องเปิดใจกว้างในการทำสำรวจความพึงพอใจในทุกด้านของพนักงาน รวมทั้งลูกค้าเพื่อที่จะหาข้อบกพร่องนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป Online Polling Techniques สามารถช่วยให้เกิดความรวดเร็วของคำตอบในเรื่องนี้ได้ องค์กรในอนาคตจะมีพนักงานระดับผู้บริหารน้อยลง อันเนื่องจากการเพิ่มศักยภาพของพนักงานทั่วไปให้สูงขึ้น และมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามารองรับการทำงานในองค์กรได้สะดวกและรวดเร็ว

จากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับ พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร ข้างต้นนี้ ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นกรอบในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย (มหาชน) จำกัด เพื่อให้เข้าใจถึง

โครงสร้างพื้นฐาน กระบวนการพัฒนาของอินทราเน็ตภายในองค์กรทั่วไป และการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและพฤติกรรม รวมทั้งวิธีการสื่อสารภายในองค์กรอันก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2.2 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ จะมุ่งเน้นเกี่ยวกับการเลือก (choice) การรับ(reception)และวิธีการตอบสนองของผู้รับสาร

Katz et al. (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 236) ได้กล่าวว่า การวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นการศึกษาเกี่ยวกับ (1) สถานะด้านสังคมและจิตวิทยาของ (2) ความต้องการ ซึ่งทำให้เกิด (3) ความคาดหวัง จาก (4) สื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ อันนำไปสู่ (5) แบบแผนที่แตกต่างกันของการเปิดรับสื่อ (หรือ การทำกิจกรรมอื่นๆ) ซึ่งทำให้เกิด (6) ความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (7) ผลอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลที่ไม่ได้ตั้งใจ

กาญจนา แก้วเทพ (2541 : 306) ได้อธิบายถึงแนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อไว้ดังนี้ คือ โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพ การงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงมือกระทำ เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงเป็นการกระทำกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน (Goal-oriented activity) ในท่ามกลางสถานะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกเดียวของบุคคล หากเป็นเพียงตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่นๆมีฐานะเป็นคู่แข่งโดยปริยาย สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าว ก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ

ส่วน Kippax and Murray (อ้างถึงใน นิชดา เตรียมชัยศรี, 2542 : 23) ได้นำความคิดของ Katz et al. ไปศึกษาโดยนอกจากจะเน้นเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังได้เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่ออีกด้วย และจุดประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้เพื่อต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อกับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษาเป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคือ อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยคือ อายุ ตั้งแต่ 9-11ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคม และความต้องการของตนเอง

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย เพราะต้องใช้ความรู้ในการเลือกสื่อที่มีคุณภาพ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลที่เราสสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลก และเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย โดยหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุ และภาพยนตร์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มักจะมีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย รวมทั้งเข้าใจได้ถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของ Kippax และคณะ สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อแบบต่างๆอีกด้วย

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของ Wenner (อ้างถึงใน นิชดา เตรียมชัยศรี, 2542 : 24) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) นั้น สามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratifications เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นหรือใช้เพื่อการชกแจงใจ

3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏอยู่ในเนื้อหาของสื่อ

4. Para-Orientational Gratifications หมายถึงกระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์การลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

สรุปจาก แนวคิดและทฤษฎี การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ข้างต้นนี้ ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นกรอบในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินทราเน็ตเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย มหาชน จำกัด เพื่อให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมการรับรู้ การเลือกใช้สารของผู้รับสารและผู้ใช้สื่อ ซึ่งนำมาเพื่อประโยชน์และความพึง

พอใจของบุคคลเหล่านั้น อันจะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมของพนักงานการบินไทย ในการใช้ระบบอินทราเน็ต โดยผ่านสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีชื่อว่า THAI Sphere

2.3 ทฤษฎี สื่อใหม่

กิตติ กันภัย (2543 : 91-140) การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ในสังคมสารสนเทศ ในความหมายการศึกษาการสื่อสารของมนุษย์ ในบริบทสังคมยุคสารสนเทศ โดยมีสื่อคอมพิวเตอร์เป็นตัวกลาง/ช่องทางในกระบวนการสื่อสาร รวมถึงมิติในการมองการสื่อสารลักษณะนี้ในมิติหลัก คือการเกิดขึ้นของชุมชนใหม่ โดยมีเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์เป็นตัวการสำคัญ รวมทั้งการมองประเด็นปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นไปแล้ว ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน และที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต จากปฏิสัมพันธ์ระหว่างคน คอมพิวเตอร์ และสังคม ที่เป็นประเด็นถกเถียงและหาคำตอบในเชิงวิชาการด้านการสื่อสารระดับนานาชาติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะกระตุ้น ให้มีการเปิดมณฑลการศึกษาในด้านนี้ให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อนักปฏิบัติการที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารและประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

สภาพสังคมในภาพของอนาคต พอลจะอธิบายลักษณะที่โดดเด่นของปรากฏการณ์นี้ได้ 7 ประการคือ

1. สื่อใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงการปฏิวัติอันรวดเร็วนี้ เห็นได้ชัดว่าเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นส่วนใหญ่

2. เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้เกิดการบูรณาการระหว่างสื่อ เช่น โทรทัศน์กับโทรศัพท์ หรือโทรทัศน์ โทรศัพท์ และคอมพิวเตอร์ในเครื่องเดียวกันหรือฟังกัน

3. สื่อจะมีลักษณะ “Interactive” มากขึ้น ผู้บริโภคสื่อจะสามารถควบคุมคัดเลือกข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น เช่น นิตยสารและหนังสือพิมพ์จะผลิตเนื้อหาที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มมากขึ้น คนดูโทรทัศน์จะอาศัยรีโมทคอนโทรล เพื่อเลือกช่องทีวีที่ตรงกับความสนใจ และความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น กล่าวคือ ผู้บริโภคสื่อจะใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการตอบสนองหรือแสดงปฏิริยาต่อตัวสื่อต่างๆมากขึ้น และผู้บริโภคจะไม่เป็นผู้เปิดรับข้อมูลข่าวสารประเภทที่ตกเป็นรอง (Passive receive of information) หรือคอยตั้งรับอย่างเดียวอีกต่อไป แต่ผู้บริโภคจะสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบสื่อ (reformat) ออกแบบเนื้อหาเสียใหม่ (redesign) ให้ตรงกับความต้องการส่วนตัว

4. ความหลากหลายของเทคโนโลยีใหม่ๆ จะมีบทบาทในการเป็นระบบเชื่อมโยงให้เกิดการสื่อสาร (Intermedia systems) มากขึ้น คำว่า “Intermedia” นั้นเป็นคำที่เกิดขึ้นโดย Gumpert และ Cathcert (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543 : 95) หมายความว่าใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเป็นช่องทางให้เกิด (establishing) คงไว้ (maintaining) และปรับรื้อ (regulating) ปรากฏการณ์สื่อสาร

ระหว่างบุคคล เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ส่งจดหมาย คุยกับคนรู้จัก หรือทำความรู้จักกับคนแปลกหน้า โดยที่ไม่เห็นหน้าของกันและกัน

5. ความหลากหลายของเทคโนโลยีใหม่ๆ จะทำให้เกิดการเก็บสะสมข้อมูลเอาไว้ใช้งานในอนาคต (stockpiles of information) เนื่องจากข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ จะถูกผลิตขึ้นมามากมาย และรวดเร็วจนใช้งานไม่ทัน การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างระบบเก็บสะสมเพื่อใช้งานจึงเป็นแนวโน้มที่สำคัญ รูปแบบของการเก็บที่เป็นที่รู้จักกันดีก็คือ ฐานข้อมูล (data bases) ซึ่งอาศัยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือสำคัญ

6. เทคโนโลยีใหม่ๆ จะทวีความนิยมขึ้นเรื่อยๆ แทบจะทุกครัวเรือนในประเทศไทยมีโทรทัศน์ วิทยุ โทรศัพท์มือถือ และคอมพิวเตอร์กำลังได้รับความนิยม และขยายตัวเข้าสู่ครัวเรือนอย่างรวดเร็ว ทั้งในส่วนกลางและระดับภูมิภาคท้องถิ่น กล่าวอีกนัยหนึ่ง “ข้อมูลข่าวสาร” กำลังแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว เท่าเทียม และทั่วถึง (democratized) โดยอาศัยเทคโนโลยีเป็นฐาน

7. เทคโนโลยีใหม่ๆ จะสัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์มากขึ้น เทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารจะสร้างความชาญฉลาด (intelligent) ให้กับคอมพิวเตอร์ เช่น เทคโนโลยีเกี่ยวกับไบโอแก๊วนาแสง ทำให้คอมพิวเตอร์ฉลาดขึ้น โดยช่วยให้ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ทั่วโลกได้พูดคุยกันอย่างรวดเร็วและง่ายดาย

แนวโน้มทั้งหมด 7 ประการข้างต้น คือ การปฏิวัติข้อมูลข่าวสารภายใต้ยุคสารสนเทศที่กำลังเกิดขึ้นและดำเนินไปหากจะแยกองค์ประกอบพื้นฐานของยุคนี้ออกเป็นส่วน ๆ จะพบว่า มีองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้ คือ ข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ และปฏิสัมพันธ์เชิงพลวัตระหว่างองค์ประกอบดังกล่าว

บทบาทของคอมพิวเตอร์ในสังคมยุคสารสนเทศ ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่า เทคโนโลยีมีบทบาทอย่างยิ่งต่อกิจกรรมของมนุษย์ เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องกับดำเนินไปของสรรพชีวิตในแทบจะทุกอริยาบถ อันที่จริงเทคโนโลยีเพิ่งจะได้รับการยอมรับว่า ไม่ใช่เป็นผู้ถูกกระทำ (passive) เมื่อไม่นานมานี้เอง ในอดีตคนมักจะมีมองเทคโนโลยีในฐานะที่เป็น “เครื่องมือ” (instruments) ที่ถูกจัดแจงและจัดการโดยคนที่สร้างมันขึ้นมาและโดยคนที่ใช้มัน ปัจจุบันเทคโนโลยีพยายามพิสูจน์ตัวเองว่าไม่ได้ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของชีวิตมนุษย์ และได้ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล และระหว่างหน่วยงาน มีความสะดวกรวดเร็วกว่าเดิม

Miller (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543 : 97) ได้แยกความแตกต่างระหว่าง เครื่องมือ (tools) กับ “เทคโนโลยี” ให้เห็นว่า “เครื่องมือ” นั้นทำหน้าที่สนับสนุนความต้องการของมนุษย์โดยตรง (serve human objectives) เป็นการขยายด้วยภาพทรงกายของมนุษย์อย่างเห็นผลในทันทีทันใด (immediate extension of the biological capacities) และสามารถจะถูกซึมซับจนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ผลิตมันขึ้นมา (absorbed into the culture) เช่น เครื่องพิมพ์ดีด เครื่องถ่าย

เอกสาร แต่ในทางตรงกันข้าม “เทคโนโลยี” กลับมีเป้าประสงค์ในตัวของมันเอง (take on purpose of their own) เทคโนโลยีนั้นพัฒนาไกลกว่าความสามารถของมนุษย์ที่พัฒนาขึ้นมาแรก ๆ แล้วก้าวหน้าไปเรื่อยๆ ตามกำลังศักยภาพของมันรวมทั้งเทคโนโลยีนั้นกลายเป็นส่วนสำคัญในระบบการอธิบายวัฒนธรรมหนึ่ง เช่น ระบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เป็นเทคโนโลยีที่ก้าวไกลรวดเร็วจนมนุษย์แทบจะไม่สามารถควบคุมขอบเขตการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตได้เลย และยังเป็นสื่อที่มีส่วนในการสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรมได้อีกด้วย

Chesebro และ Bonsall (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543 : 97) จัดให้คอมพิวเตอร์เป็น “เทคโนโลยี” ไม่ใช่ “tool” เพราะความก้าวหน้าในการพัฒนาด้านคอมพิวเตอร์เป็นจุดกำเนิดของนวัตกรรมพื้นฐาน ซึ่งทำให้คำว่า “ข้อมูล”(information) มีความหมายชัดเจนขึ้น รวมทั้งคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดการเลือกกระบวนการเก็บรวบรวม (collected) การดัดแปลง (processed) และแพร่กระจาย (distributed) ข่าวสารอีกด้วย

การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication) ในความหมายของสถานภาพ และคุณสมบัติพื้นฐาน

Walther (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543 : 101) ให้ความหมาย CMC เอาไว้กว้าง ๆ คือการประชุมทางไกลโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (computer conferencing) และ การใช้ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (synchronous) หรืออาจต่างเวลากัน (asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (text messages) ซึ่งจะถูกลำเลียง (relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

จากนิยามของ Walther ดังกล่าวจะเห็นได้ว่า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับ CMC และเฉพาะอย่างยิ่งระบบเชื่อมโยงระหว่างคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารที่จะทำหน้าที่เป็นสะพานลำเลียงสารที่ถูกใส่รหัส

CMC ในยุคเริ่มต้นถูกมองว่า เป็นทั้งอุปกรณ์ที่อาศัยเทคโนโลยีใหม่เพื่อใช้เป็นเครื่องมือ (mean) ของการบริหารงานภายในองค์กร คอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการสื่อสารที่มีสื่อเป็นศูนย์กลาง แต่แนวโน้มในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงวิชาการ CMC มีฐานะเป็น “สาขาอกใหม่” ซึ่งมีต้นตอจาก “New Media Technology” ที่ศึกษาสื่อใหม่ๆ ที่ได้เกิดขึ้นและ “เทคโนโลยีสื่อใหม่” ในที่นี้ก็คือ คอมพิวเตอร์ที่เปลี่ยนสภาพจากอุปกรณ์ (tool) ในสำนักงานหรือองค์กรธุรกิจ มาเป็นสื่อที่มีความโดดเด่น (dominance) ยุคข้อมูลข่าวสารมาแรง และกำลังจะแซงสื่อรุ่น เก่าๆ อย่างสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

ความต่างของ CMC กับสื่อรุ่นก่อนที่สำคัญคือ ความต่างในแง่ท่าทีของการกระทำต่อสื่อ CMC เป็นสื่อประเภทที่จะใช้เมื่อใดก็ได้ ไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลาในการเสนอเนื้อหาเหมือนสื่ออื่น ๆ

ลักษณะสำคัญอีกประการของ CMC คือ ความเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะเป็นสากล (universal medium) อยู่ในตัวของมันเอง กล่าวคือ เป็นทั้งเครื่องรับและลำเลียงข่าวสาร (information processing machine) ซึ่งมีศักยภาพเหมือนกับเครื่องรับ และลำเลียงข้อมูลข่าวสารอย่างอื่น ๆ ที่มีอยู่ทั่วไป ฉะนั้นคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกันเป็นระบบเครือข่าย ในฐานะที่เป็นอุปกรณ์การสื่อสารอย่างหนึ่ง จึงสามารถที่จะจัดการ (transformations) กับข้อมูลข่าวสารที่ถูกสื่อสารอย่างเป็นทางการ เป็นสากล คือที่ใดก็ได้

เนื่องเพราะลักษณะอันเป็นสากลของคอมพิวเตอร์ที่โยงใยกันเป็นเครือข่ายดังกล่าวข้างต้น การที่จะระบุคุณสมบัติของอุปกรณ์สื่อสารชนิดนี้ ในแง่หน้าที่ในการสื่อสาร (communication function) ที่เรารู้จักกัน ให้ชัดเจนลงไปจึงเป็นเรื่องค่อนข้างยาก ตัวอย่างเช่น คอมพิวเตอร์ที่โยงใยกันเป็นเครือข่ายนั้นมีพันธกิจในด้านการเป็นสื่อกลางของการสื่อสารระหว่างบุคคล (person-to-person communication medium) ทั้งนี้โดยการประยุกต์ใช้ “e-mail”, “voice-mail” และ “desktop video conferencing”

คอมพิวเตอร์ถูกนำมาใช้สนับสนุนการต่อรองระหว่างกลุ่ม (group negotiation) และการสร้างเวทีในการถกเถียงแสดงความคิดเห็น (discussion forums) อาทิ “hatbox” การ Chat หรือการเล่นเกมส์ที่อาศัยการปฏิสัมพันธ์ (interactive gaming) นอกจากนี้คอมพิวเตอร์ยังถูกใช้ในฐานะที่เป็นสื่อกลางของการสื่อสารมวลชน (mass communication medium) แสดงหน้าที่คล้ายคลึงกับสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และ โทรทัศน์ หน้าที่ของคอมพิวเตอร์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าคอมพิวเตอร์มีศักยภาพในการสื่อสารที่มีสื่อเป็นศูนย์กลางในหลากหลายรูปแบบ คุณลักษณะดังกล่าวนี้เองที่ทำให้คอมพิวเตอร์แตกต่างไปจากสื่อใหม่ (new media) ชนิดอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นก่อน อย่างเช่น โทรศัพท์ ซึ่งถูกออกแบบให้มีหน้าที่เดียวคือถ่ายทอดสัญญาณเสียง อาจกล่าวได้ว่าคอมพิวเตอร์เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีเอกลักษณ์พิเศษชนิดแรก ที่สามารถแสดงศักยภาพในแง่วิธีการสื่อสารที่เทคโนโลยีเก่าทำได้ทั้งหมด หรืออาจจะทำได้มากกว่า

การเกิดขึ้นของ CMC กระตุ้นความสนใจของนักวิจัยด้านการสื่อสารระหว่างบุคคล ดังจะเห็นได้จากการที่งานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาธรรมชาติของ CMC โดยมุ่งประเด็นความสนใจไปที่กระบวนการความนึกคิดทางสังคมมากขึ้น (Social cognitive processes) กระบวนการระหว่างบุคคล (interpersonal processes) และกระบวนการทางจิตวิทยา (psychological processes) ซึ่งมีผลกระทบต่อวิธีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของบุคคล และการศึกษาในประเด็นเหล่านี้ยังเป็นการศึกษาในแนวเปรียบเทียบให้เห็นความเหมือนและความต่างระหว่าง CMC กับการสื่อสารแบบกลุ่ม (group communication) และการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (face-to-face communication) ในบริบทปกติที่ไม่มี CMC ด้วย

คำนิยามคำว่า “สื่อใหม่” ของ Rogers และ Rice (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543 : 105) ที่เน้นในเรื่องของกระบวนการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ (computing) และการปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (interactivity) นี้เองที่มีอิทธิพลต่อการสร้างกรอบการวิเคราะห์ (framework) ที่ได้ใช้ศึกษา แยกแยะเปรียบเทียบระบบสื่อ (ทั้งเก่าและใหม่) ที่ได้แอบอิงอยู่กับลักษณะทางเทคนิคของคอมพิวเตอร์และประเภทของพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

จากที่กล่าวมาข้างต้น อาจสรุปได้ว่า “เทคโนโลยี” เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้ผลสะท้อนต่อสังคมทั่วไปในวงกว้าง รวมทั้งได้ส่งผลกระทบต่อความสนใจในวงวิชาการที่มีต่อสื่อใหม่ซึ่งกำเนิดจากเทคโนโลยีใหม่ จึงเกิดเป็นสาขาการศึกษา “New Media” ที่มี “CMC” เป็นศูนย์กลางของการศึกษา ผลจากการศึกษาและถกเถียงของนักวิชาการต่อเรื่องดังกล่าวสามารถอธิบายได้ 2 แนวทางคือ

แนวทางแรก เสนอผลต่อสังคมและคนในสังคม โดยเน้นที่ตัวคอมพิวเตอร์ (personal computers) ในฐานะที่เป็นอุปกรณ์การถ่ายทอคล้ายข้อมูล เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดผล เช่น ทำให้เกิดภาษาแสดง เกิดระบบวัฒนธรรมใหม่ เกิดผลทางจิตวิทยาซึ่งลดทอนความเป็นธรรมชาติของความเป็นมนุษย์ลง เนื่องจากการสื่อสารที่มีแต่ตัวอักษรล้วน ๆ มุ่งเน้นเพื่อการใช้งาน (task oriented) สนใจประสิทธิภาพสูงสุดภายในเวลาจำกัด

และแนวทางที่สองคือ ผลของ CMC ที่ทำให้เกิดชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะที่มีประเด็นแอบแฝงภายในมากมายที่น่าศึกษา ยิ่ง ความสัมพันธ์ระหว่าง CMC กับสังคมชนิดใหม่ที่เกิดขึ้น ซึ่งได้รับการขนานนามว่า “สังคมไซเบอร์” (cyber society)

ชุมชนใหม่ : ชุมชนเทียม (Pseudo-community) ซึ่งชุมชนนี้มีความหมายเป็นของตัวเอง แต่เป็นความหมายที่เพิ่งจะเกิดขึ้น (emergent) และยังคงแตกต่างไปจากความหมายทางสังคมในสังคมอื่นๆ ที่ปรากฏอยู่ในเชิงกายภาพที่สัมผัสได้ด้วยตาเนื้อชัดเจนกว่า ในการศึกษาความหมายทางสังคมหรือความเป็นสังคมที่สร้างขึ้นใน CMC ที่จะเป็นชุมชนขึ้นมาได้ มีความสัมพันธ์กับปัจจัย ที่มีผลกระทบต่อ CMC ด้วย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. รูปแบบของการแสดงออก (Focus of Expression)

สื่อคอมพิวเตอร์มักจะถูกใช้เป็นโอกาสในการแสดงออก โดยการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น รูปแบบใหม่ของการใช้ถ้อยคำ (forms of speech) หรือประเภทของการใช้ถ้อยคำสื่อสาร (genres) ก็จะมีลักษณะเฉพาะตัว เป็นคุณสมบัติเฉพาะของชุมชนหรือกลุ่มนั้น ตัวอย่างของรูปแบบใหม่ของการใช้ภาษาและถ้อยคำสื่อสารมีมากมาย อาทิเช่น การใช้ “graphic icons” ที่เป็นเครื่องหมายวรรคตอนการแสดงหน้ายิ้ม เป็นการแสดงออกชนิดใหม่ที่รู้จักกันดี ผู้ใช้สื่อในกลุ่มชุมชนยังใช้วิธีการอื่น ๆ ในการแสดงความหมายเชิง อวัจนภาษา (nonverbal information) อีกด้วย อาทิ การใช้ตัวอักษรที่เป็นตัวพิมพ์ใหญ่ (ในกรณีภาษาอังกฤษ) และเครื่องหมายดอกจัน เพื่อให้ความหมายแสดงการเน้นย้ำความสำคัญ และการใช้วัจนภาษา (verbal) เขียนอธิบายรายละเอียดของ

พฤติกรรม หรือการใช้ตัวอักษรย่อ (acronyms) แสดงอารมณ์ความรู้สึก เช่น ROLF แทน “rolling on the floor laughing” เพราะผู้สื่อสารไม่สามารถได้ยินเสียงหัวเราะของผู้ที่สนทนาด้วย

2. อัตลักษณ์ (Identity)

CMC เกิดขึ้นในบริบทที่ไม่รู้ว่าใครเป็นใคร ไม่เห็นหน้ากัน ดังนั้นคนจะค่อย ๆ สร้าง “อัตลักษณ์ on-line” (on-line identities) ขึ้นมา เพื่อ ปกปิดเพศ (genders) บุคลิกภาพ (appearances) รสนิยมทางเพศ (sexual orientation) และลักษณะที่แสดงตัวตนที่แท้จริง รวมทั้งสร้างอัตลักษณ์ซ้อน (multiple identities) ขึ้นมา และพบว่าผู้สื่อสารจะให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการปิดบังความจริง รวมทั้งพยายามรักษาความลับโดยระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวขึ้น อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้สื่อสารพบว่า สาเหตุที่คนไม่กล้าเปิดเผยความจริงส่วนตัวไม่ใช่เพราะว่าคนกลัวว่าผู้อื่นจะรู้ความจริง แต่เป็นเพราะการปกปิดเป็นส่วนหนึ่งของมายาอันน่าหลงใหล

3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมในกระบวนการสื่อสาร

ความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจเคยรู้จักเห็นหน้าค่าตากันมาก่อนแล้ว ก่อนที่จะมาสื่อสารใน CMC เช่นในบริบทของคนทำงานในองค์กรเดียวกัน การรู้จักคุ้นเคย หรือเคยคุยกันมาก่อนในชุมชนอื่น ๆ ของ CMC ก่อนที่จะมาสื่อสารและสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างกัน ในชุมชนเฉพาะแบบ การสื่อสารครั้งแรกนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนขึ้นในการสื่อสารครั้งต่อไป ที่อยู่ภายใต้บริบทเดียวกัน

พบว่ารูปแบบความสัมพันธ์ของผู้สื่อสาร เป็นไปอย่างหลวมๆ ไม่ลึกซึ้ง ผู้สื่อสารแสดง มิตรภาพและความผูกพันต่อกันในระดับปานกลาง การเล่าเรื่องโอ้อวด (flaming) เป็นวิธีการหนึ่งที่ ผู้สื่อสารใช้ในความสัมพันธ์แบบเปิดเผย ทำทนาย อธิบายว่าการเล่าเรื่องโอ้อวดให้ผู้สื่อสารฟัง คือ การเล่นลักษณะหนึ่ง การเล่นลักษณะนี้ มักจะพบได้เสมอในกลุ่มเด็กที่มักจะแสดงออกกับเพื่อนๆ เพื่อยืนยันการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม นอกจากนั้นปัจจัยเรื่องเพศในกลุ่มยังมีผลต่อลักษณะรูปแบบ และความเข้มข้นของความสัมพันธ์ ที่จะแตกต่างกันไปตามสัดส่วนของเพศหญิงและ ชายอีกด้วย

4. บรรทัดฐานของการแสดงออกทางพฤติกรรม (Behavioral norms)

การเกิดขึ้นและดำเนินไปอย่างต่อเนื่องของกลุ่ม CMC ใด ๆ มักจะนำไปสู่ การพัฒนา บรรทัดฐาน ความหมาย บุคลิกภาพ และความสัมพันธ์ที่สมาชิกในกลุ่มจะใช้ร่วมกัน เพื่อ กำหนดการแสดงออกในทางพฤติกรรม และบรรทัดฐานในกลุ่มเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอาจถูก นำไปใช้เป็นบรรทัดฐานสำหรับกลุ่มอื่นๆด้วยก็อาจเป็นไปได้ ตัวอย่างของบรรทัดฐานในระดับกลุ่ม เฉพาะ เช่น การใช้สัญลักษณ์แสดงความหมายด้านอารมณ์ ความรู้สึก เพื่อแสดงความต้องการ ความรัก ความสนใจ ไปจนถึงความต้องการทางเพศในโปรแกรม IRC โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการ สนทนาในห้องส่วนตัว (private chat) ซึ่งจะไม่พบสัญลักษณ์เหล่านี้ใน Usenet ทั่วไป

กล่าวโดยสรุป ผู้สื่อสารใน CMC ได้พัฒนารูปแบบในการแสดงออกซึ่งทำให้กลุ่มคนเหล่านี้สามารถสื่อสารในระบบสังคมสารสนเทศ รวมทั้งสามารถสร้างความหมาย และผลิตรหัส (codify) เพื่อเข้าใจความหมายเฉพาะกลุ่มได้ รูปแบบในการแสดงออกที่ถูกพัฒนาขึ้นนี้ยังก่อให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ที่มีลักษณะปรับเปลี่ยนได้ไม่ตายตัวขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมของกลุ่ม สร้างความสัมพันธ์ในลักษณะหลากหลาย ตั้งแต่แบบเล่นละครตบตา ไม่จริงจัง ไม่จริงจัง ไปจนถึงขั้นการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งโรแมนติกทั้งในระดับที่เป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว หรือเครือข่ายหลายคนร่วมสื่อสารสัมพันธ์ และที่โดดเด่นน่าจับตาที่สุด ก็คือการแสดงออกดังกล่าวนำไปสู่การสร้างบรรทัดฐานใหม่ที่ทำหน้าที่ควบคุมกำกับการปฏิสัมพันธ์ และรักษาสภาพทางสังคมที่กลุ่มพึงปรารถนาเอาไว้

จากแนวคิดทฤษฎีสื่อใหม่ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารในองค์กร ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย (มหาชน) จำกัด เพื่ออธิบายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสังคมหรือกับองค์กร ในหลายแง่มุม อันเป็นผลมาจาก การพัฒนาทางเทคโนโลยีของสื่อ ที่มีความทันสมัย ครอบคลุมข้อมูลได้กว้างขวางขึ้น และมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบัน

2.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์กร

กรีซ สปีบนธรี (2537 : 2) วัฒนธรรมขององค์กร หมายถึง ความเชื่อ ความคาดหวัง และค่านิยมที่มีการเรียนรู้ รวมถึงมีการร่วมกันในระหว่างสมาชิกขององค์กร และมีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่พนักงานอีกรุ่นหนึ่ง วัฒนธรรมองค์กรก็ยังเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมของผู้ก่อตั้ง และภารกิจขององค์กรวัฒนธรรมองค์กรนี้เป็นตัวก่อให้เกิดความรู้สึกขององค์กร (Sense of Identity) หรือความรู้สึกของการมีชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งก็หมายถึงพนักงานในองค์กรเป็นใคร พนักงานในองค์กรทำอะไรอยู่ และพนักงานในองค์กรทำอะไรเพื่ออะไร วัฒนธรรมจะรวมไปถึงแนวความคิดที่ดีเด่นขององค์กร วัฒนธรรมองค์กรจะช่วยให้การทำให้หน้าที่สำคัญต่างๆ ขององค์กรประสบผลสำเร็จ นั่นก็หมายถึง

1. วัฒนธรรมเป็นตัวที่ก่อให้เกิดความรู้สึกของการมีส่วนร่วม หรือความมีชื่อเสียงของบริษัทจากการที่พนักงานรับรู้หรือเชื่อ
2. วัฒนธรรมช่วยในการก่อให้เกิดการทุ่มเท หรือการเอาจริงเอาจังของพนักงาน ต่อบางสิ่งบางอย่าง หรือต่อการปฏิบัติการ
3. วัฒนธรรมจะช่วยในการก่อให้เกิดความมั่นคงหรือเสถียรภาพให้กับองค์กร ในฐานะที่เป็นระบบของสังคมอันหนึ่ง

4. วัฒนธรรมช่วยก่อให้เกิดกรอบในการอ้างอิงสำหรับพนักงานที่จะนำไปใช้ และจะนำไปเพื่อใช้ในการปฏิบัติการขององค์กร และถูกนำไปใช้ในฐานะที่เป็น Guide Line หรือเป็นแนวทางสำหรับการประพฤติ หรือพฤติกรรมที่เหมาะสม

วัฒนธรรมองค์กรจะช่วยหล่อหลอมพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรนั้นๆ เนื่องจากวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพนักงาน หรือผู้จัดการในทุกระดับ วัฒนธรรมสามารถมีผลกระทบต่อความสามารถขององค์กร ที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงทิศทางการกลยุทธ์ของบริษัทได้ วัฒนธรรมที่มีความเข้มแข็งเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นอกเหนือจากช่วยก่อให้เกิดความอยู่รอดแล้ว ยังเป็นพื้นฐานสำหรับการดำเนินงานในเชิงแข่งขันที่เหนือกว่าหรือที่ดีขึ้น ความสามารถพิเศษที่มีอยู่ในวัฒนธรรมขององค์กรหนึ่งองค์กรใดนั้น คู่แข่งขันก็จะพยายามอย่างยิ่งที่จะเลียนแบบ ดังนั้นการที่จะรักษาไว้ ผู้ที่มีความสามารถเฉพาะหรือแนวคิดในการที่จะสร้างความสามารถเฉพาะในองค์กรหนึ่งๆนั้น น่าจะใช้เป็นกลยุทธ์สำหรับผู้จัดการที่จะวางแผนได้ดังเช่น บริษัท Maytag ได้วางกลยุทธ์ของการสร้างวัฒนธรรมในการดำเนินงานเชิงแข่งขัน

ความเข้าใจของระดับผู้จัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมของบริษัทหรือองค์กรนั้น และเป็นสิ่งจำเป็นถ้าหากว่าบริษัทนั้นต้องการที่จะบริหารจัดการอย่างมีกลยุทธ์แล้วนั้น ความเข้าใจของผู้จัดการเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์กรนั้นซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งขาด วัฒนธรรมขององค์กรอาจก่อให้เกิดสภาวะการณ์วางกลยุทธ์แบบไม่เล็งการณ์ไกลหรือแบบที่ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงคือพอใจกับสิ่งที่มีอยู่หรือใช้สามัญสำนึกเก่าๆ เดิมๆ ถ้าหากผู้จัดการในเชิงกลยุทธ์ไม่เห็นความสำคัญของสภาวะ หรือเงื่อนไขภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะเขาได้ยึดมั่นอย่างมากในความเชื่อแบบต่างๆไปของเขาหากวัฒนธรรมองค์กรเป็นในลักษณะเช่นนี้ ก็จะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ขัดขวางความสำเร็จในการที่บริษัทจำเป็นต้องเปลี่ยนทิศทางในเชิงกลยุทธ์ กรณีนี้ได้เกิดขึ้นที่ บริษัท IBM ในช่วงปี 1980 เป็นต้นมา เมื่อบริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นทางด้าน Mainframe Computer ทำให้บรรดาผู้จัดการทั้งหลายขาดการย่ำแน่น หรือมุ่งเน้นทางด้าน PC (Personal Computer) การที่จะเปลี่ยนแปลงในด้านทิศทาง วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ หรือนโยบายต่างๆนั้นจะไม่ประสบผลสำเร็จเลย ถ้าหากว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นไปกระทบต่อวัฒนธรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับหรือปฏิบัติกันอยู่ในองค์กรนั้นๆ หากเป็นเช่นนั้นจะมีพวกที่ชอบขัดขวาง แม้กระทั่งพวกที่คิดปองร้ายการขัดขวาง และการปองร้ายก็จะเกิดขึ้นเนื่องจากพนักงานจะต่อสู้และขัดขวางการเปลี่ยนแปลงปรัชญาหรือแนวคิดและแนวพัฒนาขององค์กร โดยหลักโครงสร้างทั่วไปขององค์กร หากวัฒนธรรมภายในองค์กรนั้นสอดคล้องกับกลยุทธ์ใหม่ที่องค์กรหรือบริษัทนั้นได้นำเสนอ ลักษณะวัฒนธรรมองค์กรเช่นนี้ถือได้ว่าเป็น “ความเข้มแข็งภายในองค์กร” ถ้าหากว่าวัฒนธรรมขององค์กรไม่สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่นำเสนอแล้ว จะถือได้ว่าเป็น “ความอ่อนแออย่างมากภายใน”

คำจำกัดความของวัฒนธรรมองค์กร ความหมายมีได้หลายแง่ ในแง่ของความเป็นส่วนรวมกันของทางด้านพฤติกรรม ที่ได้รับการสังเกตเห็นกันได้ชัดเจน ซึ่งบุคลากรต่างๆในองค์กรนั้น มีการปฏิสัมพันธ์กัน รวมทั้งจะเป็นบรรทัดฐานที่เป็นส่วนร่วมกันในระหว่างกลุ่มทำงานในองค์กรนั้น และเป็นค่านิยมที่เด่นที่เห็นได้ชัด ที่เกิดขึ้นในองค์กรรวมทั้งเป็นปรัชญา ซึ่งเป็นตัวชี้นำแนวนโยบายขององค์กรให้กับพนักงานหรือลูกค้า รวมทั้งเป็นกฎเกณฑ์ในการที่จะทำตามทีบุคลากรในองค์กรนั้นทำตามหรือปฏิบัติตาม หรือที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร เรียกได้ว่าเป็นความร่วมมือกัน อาจจะเป็นความหมายของความรู้สึกหรือบรรยากาศ ซึ่งเกิดขึ้นในองค์กรและมีการแชร์หรือร่วมมือกันในระหว่างสมาชิกขององค์กรทั้งภายในและภายนอก ลักษณะวัฒนธรรมในองค์กรอาจจะมองเป็นในลักษณะของเป็นความเชื่อ การคาดหวัง ทัศนคติร่วมกัน ซึ่งมีการถ่ายทอดจากพนักงานในรุ่นหนึ่งหรือในช่วงระยะเวลาหนึ่งไปสู่พนักงานอีกรุ่นหนึ่ง โดยความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐานของพนักงานในรุ่นต่อมา

นอกจากนี้วัฒนธรรมในองค์กรนั้นจะมีลักษณะการเรียนรู้และเป็นการบูรณาการภายใน (Internal Integration) ซึ่งแบ่งแยกจากกลุ่มหนึ่ง คือกลุ่มของวัฒนธรรมองค์กรขององค์กรหนึ่งให้แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของอีกองค์กรหนึ่ง วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง แบบแผนที่มีการสร้างสรรค์ คิดและพัฒนาขึ้นโดยกลุ่มหนึ่ง ซึ่งจะมีการเรียนรู้เพื่อใช้จัดการกับปัญหาต่างๆหรือโอกาสต่างๆเพื่อทำการปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกหรือบูรณาการภายใน ซึ่งจะก่อเกิดทิศทางเป็นไปในทางเดียวกัน และจะมีการส่งเสริมและถ่ายทอดไปสู่สมาชิกใหม่ ไปในทิศทางที่ถูกต้องเพื่อที่จะรับรู้ คิด รู้สึก สร้างทัศนคติความเชื่อและความคาดหวังในการปฏิบัติการและแก้ไขปัญหาร่วมกันทั้งองค์กร

Robbins (อ้างถึงใน กริช สืบสนธิ, 2537 : 48) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมองค์กรไว้ว่า ระบบของความหมายร่วมกันที่เกิดจากสมาชิกขององค์กร ทำให้สามารถแยกความแตกต่างขององค์กรหนึ่งออกจากองค์กรอื่นๆได้ เป็นระบบของความหมายร่วมกันเป็นกลุ่มของคุณลักษณะสำคัญ ซึ่งองค์กรให้คุณค่า โดยมีลักษณะที่สำคัญ 10 ประการ ดังนี้

1. การริเริ่มส่วนตัวบุคคล (Individual Initiative) ได้แก่ความรับผิดชอบในอิสรภาพและความเป็นอิสระซึ่งแต่ละคนมี
2. ความอดทนต่อความเสี่ยง (Risk Tolerance) ได้แก่ระดับที่พนักงานได้ถูกกระตุ้นให้ก้าวร้าว เปลี่ยนแปลงและแสวงหาความเสี่ยง
3. การกำหนดทิศทาง (Direction) ได้แก่ระดับที่องค์กรกำหนดวัตถุประสงค์ และความคาดหวังในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน
4. การประสานงานหรือการร่วมมือกัน (Integration) ได้แก่ระดับที่หน่วยงานในองค์กรต่างๆ ได้รับการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมประสานและร่วมมือกัน

5. การสนับสนุนทางการจัดการ (Management Support) ได้แก่ระดับหัวหน้าที่ได้จัดเตรียมหรือให้การติดต่อสื่อสารอย่างชัดเจน ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชา

6. การควบคุม (Control) ได้แก่เรื่องของกฎระเบียบ การควบคุมและบังคับบัญชาโดยตรง ซึ่งนำมาใช้ในการดูแลและควบคุมพฤติกรรมของพนักงาน

7. เอกลักษณ์ (Identity) ได้แก่ระดับของสิ่งที่สมาชิกสร้างขึ้นมาเป็นลักษณะเฉพาะขององค์กรในฐานะส่วนรวมมากกว่าในฐานะของกลุ่มตนเอง

8. ระบบการให้รางวัล (Reward System) ได้แก่ระดับของการกำหนดการให้รางวัล เช่น การขึ้นเงินเดือน การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

9. ความอดทนต่อความขัดแย้ง (Conflict Tolerance) ซึ่งได้แก่ระดับของพนักงานที่ถูกกระตุ้นจากลักษณะที่ปรากฏความขัดแย้งในหมู่สมาชิก และการวิพากษ์วิจารณ์โดยตรง

10. แบบแผนการติดต่อสื่อสาร (Communication Patterns) ได้แก่ระดับของการติดต่อสื่อสารในองค์กรที่ถูกจำกัดโดยระดับของคำสั่งตามสายงานอย่างเป็นทางการ

อมเรศ ศิลาอ่อน (2528 : 95) กล่าวว่า องค์กรที่ไม่มีวัฒนธรรมหรือมี แต่วัฒนธรรมมีความอ่อนแอ มักจะมีปัญหาในด้านของความสามัคคี พฤติกรรมกระจัดกระจาย ไม่มีทิศทางมักมีความตึงเครียดในกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะพนักงานต่างระดับกัน พนักงานมักไม่ค่อยมีปัญหาในการปฏิบัติงาน ถ้าทุกคนรู้ว่าใครควรจะทำอะไร เมื่อไร จะเห็นได้ชัดว่าวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งและเด่นชัดในองค์กรหนึ่งๆพนักงานมักจะทำงานด้วยความมั่นใจ ด้วยความสบายใจ ด้วยความเต็มใจ และมีการเกื้อกูลกัน อันเกิดจากความสัมพันธ์ที่ดีในหน่วยงาน

ประชุม โปธิกุล (2531 : 45-46) ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมองค์กรเอาไว้ดังนี้คือ

1. อิสรภาพส่วนบุคคล (Individual Autonomy) เป็นระดับความรับผิดชอบ ความมีเสรีภาพ และให้โอกาสในการแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของปัจเจกบุคคลในองค์กรที่ตนมีอยู่หรือกระทำอยู่

2. โครงสร้าง (Structure) เป็นระดับของการมีกฎเกณฑ์ ข้อบังคับและการนิเทศสั่งการ ซึ่งใช้เป็นการควบคุมดูแลพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร

3. สิ่งสนับสนุน (Support) ระดับความช่วยเหลือและการให้ความอบอุ่นในการทำงานของผู้บังคับบัญชาต่อลูกน้อง

4. เอกลักษณ์ (Identity) เป็นภาพรวมของสมาชิกในองค์กรทั้งหมดมากกว่ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือกลุ่มเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง

5. รางวัลการปฏิบัติงาน (Performance-Reward) จำนวนรางวัลที่องค์กรจัดสรรไว้ให้ (เงินเดือนเพิ่มขึ้น ความก้าวหน้าในอาชีพ) เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร

6. ความอดทนในเรื่องความขัดแย้ง (Conflict Tolerance) ระดับความขัดแย้งระหว่างเพื่อนสมาชิก หรือระหว่างกลุ่ม และความเต็มใจที่จะเปิดเผยตนเองในเรื่องความแตกต่างของตน (หรือการแสดงออกถึงความต้องการหรือเจตจำนง)

7. ความอดทนในเรื่องของการเสี่ยง (Risk Tolerance) คือ ระดับที่สมาชิกในองค์กรได้รับการส่งเสริมให้มีการแสดงออกในการคัดค้าน มีการใช้วัฒนธรรม มีการเลี้ยงให้ความหมายไว้ว่า วัฒนธรรมองค์กร เป็นวิถีทางในการทำงานภายในองค์กร (The Way Things are Done Around Here)

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2534 : 4) ได้ให้ทัศนะว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นแบบแผนของคติฐานเบื้องต้น (Basic Assumptions) ซึ่งถูกสร้างขึ้นมา ค้นพบขึ้นมา พัฒนาขึ้นมา โดยกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งเมื่อกลุ่มนั้นต้องเผชิญกับปัญหาในการปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก และปัญหาการเข้ากันได้ภายในของกลุ่ม แบบแผนที่จะได้รับการถ่ายทอดไปยังคนรุ่นหลังหรือสมาชิกรุ่นใหม่ต่อไป เพื่อให้เขาได้แนวทางที่ถูกต้องในการรับรู้ การคิด และความรู้สึกที่ตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าว

สุนทร วงศ์ไวยวรรณ (2540 : 28) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของวัฒนธรรม ก็คือสภาพแวดล้อม ค่านิยม ประวัติศาสตร์ ผู้ก่อตั้งวิบุรุษ ขนบธรรมเนียมประเพณี ล้วนเป็นสิ่งสำคัญและมีบทบาทในการรักษาหล่อหลอมและสร้างวัฒนธรรม ข่ายการสื่อสารวัฒนธรรมจะช่วยสื่อสารทั้งเรื่องราวของวัฒนธรรมและการจัดการ พร้อมกับมีส่วนในการสร้างองค์กร และมีความสำคัญต่อองค์กรเช่นเดียวกับการสื่อสารในองค์กรตามปกติ นั้น วัฒนธรรมจึงเป็นค่านิยม หรือความเชื่อ และพฤติกรรมร่วมของกลุ่มคน วัฒนธรรมองค์กร เป็นปรากฏการณ์ของกลุ่มคนจำนวนหนึ่งในหน่วยงาน ไม่ใช่ความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและการกระทำของคนๆ เดียว แต่ละคนในหน่วยงานอาจมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและการกระทำแตกต่างกันออกไป สิ่งต่างๆ เหล่านี้ไม่ใช่วัฒนธรรม เพราะไม่ใช่เป็นสิ่งที่มิหรือเห็นร่วมกันในกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง จึงสรุปได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นความคิด ความเชื่อ และค่านิยมที่หลายๆคนยอมรับและนำไปปฏิบัติ จนสามารถที่จะคาดคะเนถึงพฤติกรรมของคนที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันได้

มัลลิกา ต้นสอน (2546 : 122) กล่าวไว้ว่า ในองค์กรจะมีความเกี่ยวข้องปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่างๆอย่างหลากหลาย โดยบุคคลจะร่วมมือกันในการนำความรู้ ทักษะ ความสามารถ และความพยายาม เพื่อที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถ ในการอยู่ร่วมกันและทำงานประสานกับบุคคลอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า

“การทำงานเป็นทีม” (Team work) ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหาคความซับซ้อนในการทำงานลงได้ โดยความร่วมมือกันของพนักงาน

ไพบูลย์ ช่างเรียน (2532 :10) ในระบบสังคมนั้นประกอบไปด้วยระบบย่อยต่างๆ มากมายและมีความสำคัญกลับซับซ้อนในเรื่องของโครงสร้างหน้าที่ และองค์ประกอบ อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรม (Culture) ก็ถือว่าเป็นระบบย่อยระบบหนึ่งในสังคมที่มีความสำคัญ และมีลักษณะซับซ้อนตลอดจนมีโครงสร้างหน้าที่ของระบบ ในขณะที่เดียวกันระบบวัฒนธรรมก็มีความสำคัญ และมีอิทธิพลต่อระบบอื่นๆ ในสังคมด้วย สังคมและวัฒนธรรมจึงมีความใกล้ชิดกันมาก โดยวัฒนธรรมจะปรุงแต่งให้บุคคลมีพฤติกรรมตามแนวทางของสังคม ตลอดจนกำหนดทัศนคติความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ให้แก่บุคคล สร้างบุคลิกภาพของคน สิ่งต่างๆ เหล่านี้ได้ประกอบกันเข้ามาเป็นแบบแผนของวัฒนธรรมส่วนรวมหรือสังคม

ดังนั้น วัฒนธรรมจึงมีอิทธิพลแทรกซึมอยู่ในทุกสังคม ซึ่งวัฒนธรรมบางอย่างมีผลต่อการขัดขวางหรือการส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าของการบริหารงาน และการพัฒนาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้าได้

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เราจะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ขึ้น เนื่องจากมนุษย์เป็นผู้ที่มีมันสมองหรือความคิด ดังนั้นในการถ่ายทอดวัฒนธรรม ทำให้มนุษย์สามารถที่จะคิดค้นและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่ได้ เพื่อความเหมาะสม ตลอดจนสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับวัฒนธรรมและสังคมมนุษย์ให้สูงขึ้น จึงทำให้วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปดังเช่น เรื่องของสิทธิเสรีภาพ ความคิดทางการเมืองการปกครองการบริหารหรือวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมา การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ย่อมจะก่อให้เกิดสังคมมีความเจริญก้าวหน้า และยังสามารพัฒนาารวมทั้งถ่ายทอดสู่รุ่นต่อไปได้

วัฒนธรรมองค์กรตามแนวคิดของ Cooke et al.(อ้างถึงใน มจรุต ประเสริฐศรี, 2537 :12) กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นพฤติกรรมในการแสดงออกของพนักงานในองค์กร ที่มีการรับรู้ การยึดถือและได้ประพฤติปฏิบัติต่อกันมา การมีบรรทัดฐานในการทำงานของพนักงานในองค์กร รวมถึงการปฏิบัติตัวของพนักงานในองค์กร จากแนวคิดนี้แบ่งวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 3 ลักษณะได้ดังนี้

1. **ลักษณะสร้างสรรค์ (Constructive Styles)** หมายถึง องค์กรที่ให้ความสำคัญของค่านิยมในการทำงาน โดยมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กร คือความต้องการความสำเร็จ ต้องการมิตรสัมพันธ์ รวมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรมีความสัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกัน เป็นลักษณะของการทำงานที่จะส่งผลให้บุคลากรประสพผลสำเร็จในการทำงานได้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ ด้วยกันคือ

1.1 ลักษณะเน้นความสำเร็จ (Achievement) คือองค์กรที่มีภาพรวมของค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกของบุคลากรที่ดี มีการตั้งเป้าหมายการทำงานร่วมกัน มีความเป็นเหตุเป็นผล ทุกคนกระตือรือร้นและมีความสนุกกับการทำงาน รู้สึกว่างานท้าทายและมีความหมาย ซึ่งจัดเป็นบุคลากรที่อุทิศกำลังกายกำลังใจให้กับวัตถุประสงค์ขององค์กร มุ่งการทำงานเป็นทีมและมุ่งความสำเร็จของงานอยู่ในเกณฑ์สูง

1.2 ลักษณะเน้นสำนึกแห่งตน (Self-Actualizing) คือองค์กรที่มีภาพรวมเกี่ยวกับการพฤติกรรมในการแสดงออกในเชิงสร้างสรรค์ เป้าหมายของการทำงานคำนึงถึงคุณภาพและปริมาณ พร้อมๆกันกับความก้าวหน้าของพนักงาน ทุกคนมีความภูมิใจในงานที่ได้รับมอบหมายถึงแม้ว่าจะเป็นงานง่ายก็ทำตามก็จะทำงานนั้นๆอย่างเต็มใจ พนักงานทุกคนได้รับการสนับสนุนให้มีการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาและเป็นอิสระ

1.3 ลักษณะเน้นบุคคลและการกระตุ้น (Humanistic-Encouraging) คือองค์กรที่ให้ความสำคัญกับพนักงาน โดยถือว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กร จึงมีค่านิยมและพฤติกรรมในการบริหารแบบมีส่วนร่วม เน้นให้บุคคลเป็นศูนย์กลาง มีความสนุกกับงานได้รับการสนับสนุนทั้งในเรื่องหน้าที่การงานและสวัสดิการต่างๆ ทำให้ขวัญกำลังใจดีลดอัตราการเปลี่ยนงานของบุคลากรในองค์กรได้เป็นอย่างดี

1.4 ลักษณะเน้นไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative) คือองค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทุกคนในองค์กรมีความเป็นกันเอง เปิดเผย มีความรู้สึกเอื้ออาทรต่อเพื่อนร่วมงาน ก่อให้เกิดความอบอุ่นและการยอมรับซึ่งกันและกัน มีความจริงใจต่อกัน เห็นความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานมากกว่ามุ่งแข่งขันเพื่อเอาชนะ ซึ่งกันและกัน

2. ลักษณะเฉื่อยชา (Passive Styles) หมายถึง องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกที่ผู้มุ่งเน้นบุคคลยึดถือกฎระเบียบแบบแผน โดยพนักงานส่วนใหญ่มักเห็นคล้อยตามผู้บริหาร ฟังพาผู้บริหารและพยายามหลีกเลี่ยงงานที่ต้องใช้ความรับผิดชอบ ส่วนใหญ่พนักงานจะมีความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานในลักษณะการปกป้องตนเองเป็นสำคัญ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะดังนี้คือ

2.1 ลักษณะการเห็นพ้องด้วย (Approval) คือองค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการแสดงออกที่มุ่งเน้นให้บุคคลมีการยอมรับซึ่งกันและกัน และหลีกเลี่ยงการขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น มีการปฏิบัติตัวในลักษณะที่คล้อยตาม และเห็นด้วยกับความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ร่วมงาน

2.2 ลักษณะเน้นกฎระเบียบ (Conventional) คือองค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมที่ยึดถือประเพณี กฎ ระเบียบแบบแผนขององค์กร ทุกคนต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด มีค่านิยมในระบบอาวุโส มีลักษณะอนุรักษนิยม และแสดงถึงบุคคลในองค์กรแบบระบบราชการ ว่า

มีพฤติกรรมแบบอนุรักษ์นิยม จึงแสวงหาความมั่นคงและความสะดวกสบายเพื่อตนเอง ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ขาดความมั่นใจที่จะทำงานที่มีความเสี่ยงสูงหรือไม่แน่นอน อันจะมีผลกระทบกับตำแหน่งหน้าที่การงานนิยมปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนหรือธรรมเนียมเก่าๆ เพราะเชื่อว่าเป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ มีความเคารพผู้ที่มีอายุมากกว่า

2.3 ลักษณะเน้นการพึ่งพา (Dependent) คือองค์การที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกถึงสายการบังคับบัญชาแบบรวมศูนย์ การตัดสินใจอยู่ที่ผู้นำกลุ่ม ซึ่งทุกคนจะต้องปฏิบัติตามการตัดสินใจนั้น เชื่อว่าการตัดสินใจนั้นถูกต้อง ไม่สนใจคุณภาพของงาน ไม่ชอบงานท้าทายทำงานโดยไม่มีจุดมุ่งหมาย มักทำตามคำแนะนำหรือคำสั่งชี้แนะจามผู้นำ จัดเป็นผู้ตามที่ดีและมีความระมัดระวังในตนเองสูง ซึ่งสอดคล้องกับ มนุษย์ในระบบราชการที่อยู่ในลักษณะพอพระ คือเอาใจทั้งผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ไม่เป็นตัวของตัวเอง ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง

2.4 ลักษณะเน้นการหลีกเลี่ยง (Avoidance) คือองค์การที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกที่มุ่งเน้นการลงโทษเมื่อได้ทำงานผิดพลาด แต่เมื่อทำงานเสร็จก็ไม่ได้รับรางวัลตอบแทน พนักงานจะมีพฤติกรรมที่เกี่ยงงานกันทำ หลีกเลี่ยงการทำงานที่อาจก่อให้เกิดความผิดพลาด งานที่ต้องใช้การตัดสินใจมักจะเลี่ยงไปให้เพื่อนร่วมงานทำแทนตน โดยจะเลือกปฏิบัติงานที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Robbins (อ้างถึงใน กริช สืบสนธิ์, 2537 : 48) ที่กล่าวว่า พนักงานอาจมีพฤติกรรมในการปกป้องตนเองในรูปของการหลีกเลี่ยงการกระทำ หลีกเลี่ยงจากการถูกตำหนิ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้จะส่งผลเสียต่อองค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาว องค์กรจะพัฒนาเปลี่ยนแปลงด้วยความยากลำบาก

3. **ลักษณะก้าวร้าว (Aggressive)** คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมแสดงออกในลักษณะผู้นำที่มุ่งเน้นงาน และเน้นความต้องการความมั่นคงของพนักงาน มุ่งเน้นอำนาจ และการแข่งขันชิงดีชิงเด่น มีการต่อต้านและเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นในเรื่องระเบียบ โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

3.1 ลักษณะการเห็นตรงกันข้าม (Oppositional) เป็นองค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมแสดงออกของการเผชิญหน้าเป็นอย่างมาก ขาดการวางแผนล่วงหน้า มีค่านิยมในการแก้ปัญหาด้วยการเจรจาต่อรอง มักก่อให้เกิดความขัดแย้งกับผู้อื่นอยู่เสมอ พนักงานจะแสดงความขัดแย้งในลักษณะการสงสัยไม่ไว้วางใจผู้อื่น และการตำหนิความคิดเห็นของผู้อื่นอยู่เสมอ ชอบต่อต้านการเปลี่ยนแปลง คัดค้านอย่างไม่มีเหตุผล เป็นพวกขวางโลก ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและเพื่อนร่วมงานได้

3.2 ลักษณะเน้นอำนาจ (Power) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมแสดงออกของการบริหารแบบไม่มีส่วนร่วม เน้นอำนาจตามหน้าที่ รางวัลที่ได้รับจากองค์กรคือ การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งเพื่อสามารถควบคุมผู้ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าได้ เป็นวัฒนธรรมที่บุคคลในองค์กร

แสวงหาความยกย่องจากเพื่อนร่วมงาน การยอมรับนับถือ บังคับให้กลุ่มเชื่อฟังตามความคิดเห็นของตนโดยอ้างความอาวุโส ใช้ความเป็นผู้รู้เป็นผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่ที่สูงกว่าหรือมีประสบการณ์มากกว่า ชอบแสดงพฤติกรรมให้เห็นว่า ตนอยู่เหนือคนอื่น ๆ

3.3 ลักษณะเน้นการแข่งขัน (Competitive) คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกในลักษณะการแข่งขันกันทำงานให้มีการแพ้-ชนะ มุ่งการแข่งขันกันเพื่อรักษาคุณค่าของตนเอง มีความต้องการชนะและดีกว่าคนอื่น และวัดผลสำเร็จของงานในลักษณะเปรียบเทียบกับผลงานของผู้อื่น และไม่ชอบเห็นใครเหนือกว่าตน

3.4 ลักษณะเน้นความสมบูรณ์แบบ (Perfectionistic) คือ ในองค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกในลักษณะยึดระเบียบ ทำงานหนักแต่ไม่มีคุณภาพ ตั้งความหวังในการทำงานไว้สูง ทำงานอย่างละเอียดถี่ถ้วน แต่ผลผลิตที่ได้ต่ำ พฤติกรรมบุคคลเป็นแบบ Conformity คือเป็นบุคคลที่ใจไม่กว้าง ไม่ค่อยยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ชอบสร้างแบบแผนและกฎเกณฑ์ของตนให้ผู้อื่นคล้อยตาม

ตามแนวคิดของ Cooke et al.(อ้างถึงใน กริช สืบสนธิ, 2537 : 112) ได้กล่าวเอาไว้ว่า วัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ แสดงถึงวัฒนธรรมองค์การทางบวกที่ให้ประสิทธิภาพกับองค์การสูงสุด นั่นคือองค์กรที่มีความเป็นเลิศ (Excellent Organization) คือ วัฒนธรรมดังกล่าวจะมีลักษณะสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูงมาก ที่ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของบุคคลในองค์กร มีวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นความสำเร็จ มุ่งไม่ตรีสัมพันธ์ ส่งเสริมให้บุคลากรมีความสัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกัน บรรยากาศดี มีลักษณะการทำงานเป็นทีม สนับสนุนซึ่งกันและกัน มีการยอมรับความคิดสร้างสรรค์และการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ องค์กรก็จะมีความทันสมัยอยู่เสมอ ดังนั้น วัฒนธรรมประเภทนี้จะมีพนักงานขององค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้้องค์กรประสบความสำเร็จ มีผลผลิตที่มีทั้งคุณภาพและปริมาณ

ในทางตรงกันข้าม ถ้าองค์กรมีวัฒนธรรมแบบลักษณะก้าวร้าวและลักษณะเฉื่อยชาสูง จะทำให้พนักงานยึดติดอยู่กับกฎระเบียบ นิยมการพึ่งพา หลีกเลียงงานหรืองานที่จะมีผลกระทบกับตำแหน่งหน้าที่การงาน ถ้าทำงานก็จะได้รับการตอบแทนเพียงเล็กน้อย แต่ถ้าได้กระทำผิดจะต้องถูกลงโทษตามกฎระเบียบที่ได้วางไว้ ทำให้ทุกคนทำงานโดยยึดกฎระเบียบ ขาดความคิดสร้างสรรค์ ไม่กล้าแสดงออก การติดต่อสื่อสารในองค์กรทำได้ยาก จะทำให้บุคลากรในองค์กรที่มีวัฒนธรรมแบบนี้พึ่งพาผู้บริหารหรือหัวหน้างานมากที่สุด มีอัตราการเปลี่ยนงานบ่อย ไม่มีการพัฒนาบุคลากร ก่อให้เกิดความเครียดในการทำงานสูง ความพึงพอใจในงานลดลง ทำให้้องค์กรประเภทที่ว่านี้มีวัฒนธรรมองค์กรในทางลบ

จากแนวคิดเกี่ยวกับ วัฒนธรรมขององค์กร ดังกล่าวนี้ ผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นกรอบในการวิจัยเรื่อง ความพฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินทราเน็ตเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร

ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย (มหาชน) จำกัด เพื่อสามารถที่จะอธิบายได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรที่เกิดขึ้นนั้นมาจากสาเหตุใด และมีลักษณะหรือรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงไปในทางใด

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภนาถ บัวบางพลู (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายโทรคมนาคม ผลการวิจัยพบว่า

1. พนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายโทรคมนาคมที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อายุงาน และในตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน ยกเว้น เพศ และ กลุ่มสายงาน

2. พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายโทรคมนาคม สัมพันธ์กับความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3. ความคาดหวัง ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายโทรคมนาคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์ ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

4. ความคาดหวัง ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายโทรคมนาคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

5. การใช้ประโยชน์ ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือข่ายโทรคมนาคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

จิตติมา กาญจนินทุ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนารัฐกิจชุมชนของ บริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพด้านการสื่อสารของรัฐกิจชุมชนเป็นแบบดั้งเดิมคืออาศัยสื่อมวลชน โดยเฉพาะการใช้สื่อบุคคลเป็นหลักในการหาข่าวสารข้อมูลหรือติดต่อระหว่างกัน รวมทั้งเป็นการรับฟังข่าวสารจากทางราชการหรือองค์กรเอกชนขนาดใหญ่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่ได้มีการโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็น สำหรับศักยภาพทางอินเทอร์เน็ตในการพัฒนารัฐกิจชุมชนนั้น ถูกใช้อย่างไม่เต็มศักยภาพ เนื่องจากปัจจัยหลายๆด้าน ตลอดจนเรื่องการฝึกอบรม และต้องทำให้คนในชุมชนยอมรับนวัตกรรมให้ได้ ในท้ายสุดคือต้องมีการสร้างเครือข่ายองค์กร

นิชดา เตรียมชัยศรี (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า

1. พนักงานที่มี เพศ อายุ ลักษณะงาน และระยะเวลาการใช้ แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ผ่านระบบเครือข่าย อินทราเน็ต แตกต่างกัน ส่วนตำแหน่งงาน และ อายุงาน ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

2. พนักงานที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย อินทราเน็ต

3. พนักงานที่มี อายุ อายุงาน ลักษณะงาน และระยะเวลาการใช้ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ในการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย อินทราเน็ต แตกต่างกัน ส่วนตำแหน่งงาน และเพศที่ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน

4. การเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย อินทราเน็ต นั้นหมายความว่า หากมีการเปิดรับข่าวสาร ผ่านระบบเครือข่าย อินทราเน็ต มาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารมาก ตามไปด้วย

ฐิติรัตน์ พุทธิสารชัย (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการนำบริการเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการทำงานของพนักงานบริษัทร่วมทุนในเขต กทม. ผลการวิจัยพบว่า

1. เพศที่แตกต่างกัน มีปริมาณการใช้งานเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน ส่วน อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีปริมาณการใช้งานเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

2. ระดับความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการได้รับประโยชน์ จากบริการเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต ไม่แตกต่างกัน

3. เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน ได้รับประโยชน์จากบริการเครือข่ายระบบ อินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน

วชิระ ต้นสกุล (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยในเรื่อง ความพึงพอใจของพนักงาน บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการใช้ระบบ อินทราเน็ต เพื่อการสื่อสารในองค์กร พบว่า พฤติกรรมการใช้ อินทราเน็ต มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ อายุการทำงาน ส่วนความพึงพอใจของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ อายุการทำงาน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ เพศและ อายุ ในการวิจัยยังพบอีกว่า พฤติกรรมการใช้ อินทราเน็ต ในระยะเวลาการใช้และลักษณะการใช้งานที่ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงาน แตกต่างกัน

เมธินี มอร์เตโร (2541 : บทคัดย่อ) จากผลการวิจัย เรื่องความคิดเห็นต่อการสื่อสารใน องค์กร และทัศนคติของพนักงานต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การวิจัยในครั้งนี้พบว่า พนักงานของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ได้มีความคิดเห็นต่อการ แปรรูปรัฐวิสาหกิจ อย่างจำกัด กล่าวคือ การได้รับข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งสื่อต่างๆ เกี่ยวกับการแปร

รูปรัฐวิสาหกิจ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยน้อยมาก หรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารนี้เลย รวมถึงการสื่อสารในองค์กร ได้กล่าวถึงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจกันในวงจำกัด ซึ่งจะเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเฉพาะผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น และเป็นการสื่อสารจากระดับบนลงล่าง ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้นการสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) เป็นสิ่งสำคัญมากในการติดต่อสื่อสารในองค์กร มีการแลกเปลี่ยน ทักษะคติ และความคิดเห็น สามารถช่วยทำให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และก่อให้เกิดความพึงพอใจ ฉะนั้นควรให้ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

ธิดา วุฒิเชียร (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคติของข้าราชการ สำนักงานงบประมาณ ที่มีต่อการใช้ Micro Computer ในการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการ ของสำนักงานงบประมาณ มีทัศนคติต่อการใช้ ไมโครคอมพิวเตอร์ ในการปฏิบัติงานในระดับสูง โดยตำแหน่ง และเป็นปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติดังกล่าวในขณะที่ปัจจัยอื่นๆอันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาระดับซี สถานภาพสมรส ระดับเงินเดือน สายงานที่ปฏิบัติ ระยะเวลารับราชการ ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และความเข้าใจเรื่องการใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ ไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างในทัศนคติดังกล่าว

สุสิทธิ์ โชควิวัฒน์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการจัดการสื่อสารภายในธนาคารแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การที่ผู้บริหารระดับสูงมีการกำหนดกลยุทธ์ วัตถุประสงค์หลักขององค์กร ตลอดจนค่านิยมร่วมและมีการปรับโครงสร้างองค์กร จากเดิมที่มีรูปทรงพีระมิดเป็นลักษณะแนวนอนนั้น ทำให้เกิดความรวดเร็วในการวางแผน การตัดสินใจ ตลอดจนการมอบหมายงานเป็นไปด้วยความคล่องตัว ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงและมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาใช้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารจัดการ ที่มีการกำหนดกระบวนการบริหารและการบรรลุเป้าหมาย การทำความเข้าใจพื้นฐานการบริการลูกค้า ทดสอบความแตกต่างระหว่างลูกค้าที่เปลี่ยนใจไปใช้บริการ หรือซื้อสินค้าจากองค์กร/บริษัทเดิม ซึ่งพบว่าองค์กรจะต้องเรียนรู้และเพิ่มความสำคัญในเรื่องละเอียดอ่อน ที่จะทำความเข้าใจข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าที่มีความแตกต่างกันไปให้ลึกซึ้ง ซึ่งการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดวัตถุประสงค์หลัก วิสัยทัศน์ ตลอดจนค่านิยมร่วม ทำให้พนักงานธนาคารแห่งประเทศไทยได้รับความพอใจ เกิดความภูมิใจและภักดีต่อองค์กร โดยมีจุดหมายร่วมกัน

อัยยา สวนแก้ว (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ลักษณะและพฤติกรรมของการสื่อสารภายในองค์กรของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ เมื่อวิเคราะห์โดยรวมแล้วพบว่าเจ้าหน้าที่ระดับผู้บริหารชั้นต้นและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ

1. มีความเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการบริหารแตกต่างกัน
2. มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แตกต่างกัน

3. มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน แตกต่างกัน

4. การสื่อสารเพื่อการบริหารเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ภายในเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน

มรุต ประเสริฐศรี (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรของ รัฐวิสาหกิจการไฟฟ้า : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า การไฟฟ้าทั้งสามแห่งส่วนใหญ่มีลักษณะสร้างสรรค์ โดยการไฟฟ้านครหลวงมีค่าเฉลี่ยสูงสุดและรองลงมาคือ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคและการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ส่วน การไฟฟ้านครหลวงและการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคมีรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรแบบเฉื่อยชาและก้าวร้าว รวมอยู่ด้วย และพบค่าเฉลี่ยของวัฒนธรรมองค์กรแบบเฉื่อยชาและก้าวร้าวของการไฟฟ้านครหลวง มีระดับสูงกว่าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำหรับการทดสอบของภูมิหลังทางประชากรศาสตร์ที่มี อิทธิพลต่อรูปแบบวัฒนธรรมขององค์กรทั้งสามรูปแบบ พบว่า ในการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ระดับการศึกษาและระดับที่ดำรงตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับรูปแบบสร้างสรรค์ ระดับ การศึกษา ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานและเงินเดือนปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับรูปแบบเฉื่อยชา ซึ่ง ในขณะที่ รูปแบบก้าวร้าวนั้นมีเพียงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เพียงตัวเดียว คือระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน สำหรับการไฟฟ้านครหลวง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบสร้างสรรค์ พบว่าปัจจัยระยะเวลาที่ ปฏิบัติงาน ระดับที่ดำรงตำแหน่ง และตำแหน่งงานในปัจจุบัน เพียง 3 ตัวแปรเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบวัฒนธรรมแบบก้าวร้าว ของการไฟฟ้านครหลวง

อภิวัฒน์ เปรมบุญ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม องค์กรกับความพึงพอใจในการทำงานของข้าราชการสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระดับ 1-ระดับ 6 ใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า

1. ข้าราชการระดับ 1-ระดับ6 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติมีลักษณะวัฒนธรรมองค์กร เป็นแบบตั้งรับ-เฉื่อยชามากที่สุด

2. ตัวแปร อายุ รายได้ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรม องค์กรแบบสร้างสรรค์ ในขณะที่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ตำแหน่ง และระยะเวลาในการ ปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับ-เฉื่อยชา นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าการ ศึกษา ตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กรแบบตั้งรับ-ก้าวร้าว

3. ตัวแปร เพศ อายุ ตำแหน่งงานและระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการทำงาน

4. วัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อการสื่อสารภายในองค์กร : ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นระเบียบวิธีวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ประชากร และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร ผู้ที่มีสิทธิในการเข้าใช้ระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ซึ่งเป็นพนักงานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) และที่สนามบินดอนเมือง มีจำนวนทั้งหมด 23,044 คน

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่สำรวจด้วยแบบสอบถาม ซึ่งเป็นพนักงานที่เคยใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere เฉพาะที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) และที่สนามบินดอนเมือง ทั้งเพศชายและหญิง จำนวน 394 คน ที่ได้มาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ซึ่งคิดเป็นประมาณ 1.7 % ของจำนวนประชากรผู้ที่มีสิทธิในการเข้าใช้อินเทอร์เน็ต

$$n = \frac{N}{1 + N e} \quad 2$$

แทนค่าในสูตร

$$n = \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} = 393.17$$

$$N = \text{ขนาดของประชากร (23,044)}$$

$$e = \text{ความคลาดเคลื่อน (0.05)}$$

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในงานวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบสำรวจด้วยวิธีแจกแบบสอบถาม ซึ่งเก็บข้อมูลจากพนักงานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ที่เคยใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere จำนวน 394 ตัวอย่าง โดยกำหนดสัดส่วนของ การแจกแบบสอบถามตามสัดส่วนจำนวนของพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) และที่สนามบินดอนเมืองในแต่ละหน่วยงานของกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับลักษณะของประชากร โดยได้จัดแสดงไว้ในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนแบบสอบถาม ตามสัดส่วนของพนักงานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี)

หน่วยงาน	พนักงาน	%	แบบสอบถาม
OPERATION (DO)	1,620	7.03	28 ชุด
COMMERCIAL (DN)	1,196	5.19	20 ชุด
CUSTOMER SERVICE (DA)	5,444	23.62	92 ชุด
CORP. PLANNING & IT. SERVICE (DY)	384	1.66	7 ชุด
OTHER SUPPORT	1,848	8.02	35 ชุด

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนแบบสอบถาม ตามสัดส่วนของพนักงานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ที่สนามบินดอนเมือง

หน่วยงาน	พนักงาน	%	แบบสอบถาม
TECHNICAL (DT)	3,805	16.51	65 ชุด
GROUND CUSTOMER SERVICE (DK)	2,038	8.84	35 ชุด
CATERING (DC)	2,311	10.03	40 ชุด
CARGO & MAIL COMMERCIAL (FZ)	1,614	7.00	28 ชุด
GROUND SUPPORT EQUIPMENT SERVICE (D2)	2,577	11.18	44 ชุด
รวมทั้งหมด	23,044	100	394 ชุด

PERSONAL REPORT AS OF MARCH 2006

ที่มา บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

การวิจัยครั้งนี้ไม่รวมถึงพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สถานี ต่างจังหวัด และต่างประเทศ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถาม 4 หัวข้อหลักดังนี้

3.2.1 คำถามด้านสถานภาพของพนักงาน

3.2.1.1 เพศ

3.2.1.2 อายุ

3.2.1.3 ระดับการศึกษา

3.2.1.4 อายุการทำงานกับการบินไทย

3.2.1.5 ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

3.2.1.6 สถานที่ปฏิบัติงาน

3.2.2 คำถามด้าน พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ อินเทอร์เน็ตของพนักงาน

3.2.3 คำถามเกี่ยวกับ ปัจจัย ทางด้านเทคโนโลยี และ เนื้อหา ที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงาน

3.2.4 คำถามด้าน วัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานี้นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อการตรวจสอบถึงความครอบคลุมของเนื้อหา การใช้ภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถามเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้

2. การหาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยได้นำแบบสอบถามที่ได้นี้จำนวน 20 ชุดไปทำการทดสอบกับกลุ่มทดสอบ (Pre-Test) เพื่อหาข้อบกพร่องของแบบสอบถามว่าพนักงานผู้ตอบแบบสอบถามความเข้าใจตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการจริง โดยใช้สถิติวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α) เพื่อการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่า (α) = 0.8002

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากพนักงานผู้ที่เคยเข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ต THAI Sphere โดยกำหนดสัดส่วนจำนวนของแบบสอบถาม ให้เป็นสัดส่วนตามจำนวนพนักงานในแต่ละหน่วยงานทั้งที่สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) และที่สนามบินดอนเมือง รวมทั้งหมด 394 ตัวอย่าง โดยไม่รวมถึงพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สถานี ต่างจังหวัด และต่างประเทศ

การเก็บข้อมูลตัวแปร แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. เลือกคำตอบเพื่อจัดกลุ่ม เพื่อให้ได้ตัวแปร ในระดับ Nominal และ Ordinary
2. การแบ่งเป็น Scale 5 ระดับ เพื่อให้ได้ตัวแปรในระดับ Ordinary

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการประมวลผลทางสถิติจากคำถามที่แบ่งคำตอบเป็น 5 Scales กำหนดคะแนนดังนี้

1. เป็นประจำ / มากที่สุด / เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 คะแนน
2. บ่อยครั้ง / มาก / เห็นด้วย = 4 คะแนน
3. บางครั้ง / ปานกลาง = 3 คะแนน
4. นานๆครั้ง / น้อย / ไม่เห็นด้วย = 2 คะแนน
5. ไม่เคย / ไม่มี / ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง / ไม่ได้ใช้ = 1 คะแนน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรที่กำหนดจากการศึกษาในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ

และตัวแปรตาม ดังนี้

3.4.1.1 **สมมติฐานข้อที่ 1** พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ตTHAI Sphere ของพนักงาน แตกต่างกันไปตามสถานภาพของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สถานภาพของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ตของพนักงาน

3.4.1.2 **สมมติฐานข้อที่ 2** ปัจจัย ทางด้านเทคโนโลยี และ เนื้อหา ที่แตกต่างกันของ อินทราเน็ตTHAI Sphere มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ตTHAI Sphere ของ พนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันไป

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัย ทางด้านเทคโนโลยี และ เนื้อหาของระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ตของพนักงาน

3.4.1.3 **สมมติฐานข้อที่ 3** พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ตTHAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ไปในทางสร้างสรรค์

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ตของพนักงาน

ตัวแปรตาม ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

3.4.2 การประมวลผลข้อมูล

3.4.2.1 ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ ของแบบสอบถามทั้งหมดอีกครั้งก่อนการประมวลผลข้อมูล

3.4.2.2 ลงรหัส (Coding) เพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูล (Data)

3.4.2.3 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในการคำนวณ และประมวลผลข้อมูล

3.4.2.4 นำผลที่ได้จากการประมวลผลข้อมูลนี้ มาอธิบายความหมาย และทำรายงานผลการวิจัย

3.4.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.4.3.1.1 ค่าร้อยละ(Percentage) โดยแสดงในรูปแจกแจงความถี่ซึ่งอธิบายข้อมูล สถานภาพของพนักงาน และพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ตของพนักงาน

3.4.3.1.2 ค่าเฉลี่ย (Means) โดยแสดงในรูปตารางของค่าเฉลี่ย ซึ่งอธิบายข้อมูล ปัจจัย ทางด้านเทคโนโลยี และ เนื้อหา รวมทั้ง อธิบายข้อมูลด้าน วัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

3.4.3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.4.3.2.1 สถิติ T-Test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ย (Means) สองค่า เช่น เพศ สถานที่ปฏิบัติงาน

3.4.3.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ย (Means) ตั้งแต่ 3 ค่า ขึ้นไป วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของตัวแปร โดยใช้การทดสอบแบบ F-Test

3.4.3.2.3 สถิติสหสัมพันธ์ Pearson Product Moment Correlation Coefficient เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการสื่อสารกับวัฒนธรรมองค์กร ของการบินไทย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร : ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานผู้ที่เคยใช้บริการอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) และที่สนามบินดอนเมืองทั้งหมด 399 แบบสอบถาม (จากเดิมที่ได้คำนวณไว้ 394 แบบสอบถาม) ได้ผลแสดงค่าเป็นสถิติพื้นฐานโดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

- 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของพนักงานการบินไทย
- 4.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงานการบินไทย
- 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere
- 4.4 การเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
- 4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของพนักงานการบินไทย

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละเพศ ชาย และหญิง ของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ชาย	221	55.4
หญิง	178	44.6
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง แยกตามเพศ ชาย และหญิง ที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนมากที่สุดเป็น เพศ ชาย จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 และรองลงมาเป็น เพศ หญิง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงอายุ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
21 – 30 ปี	66	16.5
31 – 40 ปี	142	35.6
41 – 50 ปี	148	37.1
51 – 60 ปี	43	10.8
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน ตามช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนมากที่สุดอยู่ใน ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 และรองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 กลุ่มตัวอย่าง ช่วงอายุ 21 - 30ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และน้อยที่สุดอยู่ใน ช่วงอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ม.4 – ม.6 / ปวช.	35	8.8
ปวส. / อนุปริญญา	66	16.5
ปริญญาตรี	244	61.2
ปริญญาโท	54	13.5
ปริญญาเอก	0	0
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน ตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 และรองลงมาได้แก่ การศึกษาระดับ ปวส. / อนุปริญญา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 การศึกษาระดับ ปริญญาโท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 การศึกษาระดับ ม.4 – ม.6 / ปวช.จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ และน้อยที่สุดได้แก่ การศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.0

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุการทำงาน กับบริษัทการบินไทยฯ

อายุการทำงาน	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
1-5 ปี	66	16.5
6-10 ปี	53	13.3
11-15 ปี	83	20.8
16-20 ปี	104	26.1
21-25 ปี	54	13.5
25 ปี ขึ้นไป	39	9.8
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน ตามอายุการทำงาน กับบริษัทการบินไทยฯ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ช่วงอายุงาน 16-20 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาได้แก่ช่วงอายุงาน 11-15 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ช่วงอายุงาน 1-5 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 ช่วงอายุงาน 21-25 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ช่วงอายุงาน 6-10 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ และน้อยที่สุดได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุงาน 25 ปี ขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละตามความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

ความชำนาญ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ชำนาญน้อยมาก	18	4.5
ชำนาญน้อย	74	18.5
ชำนาญระดับปานกลาง	229	57.4
ชำนาญระดับดี	71	17.8
ชำนาญระดับดีมาก	7	1.8
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน ตามความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนมากที่สุด ผู้มีความชำนาญระดับปานกลางจำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาได้แก่ ผู้มีความ

ชำนาญระดับน้อย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ผู้มีความชำนาญระดับดี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ผู้มีความชำนาญระดับน้อยมากจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับและน้อยที่สุดได้แก่ ผู้มีความชำนาญระดับดีมาก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละตามสถานที่ปฏิบัติงาน

สถานที่ปฏิบัติงาน	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
สำนักงานใหญ่(วิภาวดี)	183	45.9
สนามบินดอนเมือง	216	54.1
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงาน ตามสถานที่ปฏิบัติงาน ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ที่มีจำนวนมากที่สุดได้แก่พนักงานที่ปฏิบัติงาน อยู่ที่สนามบินดอนเมืองจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 และน้อยที่สุดได้แก่พนักงานที่ปฏิบัติงาน อยู่ที่สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9

4.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงานการบินไทย

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere (วันต่อสัปดาห์)

ความถี่	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
1 – 2 วัน	142	35.6
3 - 4 วัน	135	33.8
5 – 6 วัน	44	11.0
ทุกวัน	78	19.6
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง แยกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere (วันต่อสัปดาห์) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนที่มากที่สุดคือ มีความถี่ ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1-2 วัน จำนวน 142 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.6 รองลงมา คือ ความถี่ 3-4 วัน จำนวน 135 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.8 และ ความถี่ 5-6 วัน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตามลำดับ ส่วนน้อยที่สุดได้แก่ กลุ่มที่มีความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ทุกวัน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละตามระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere (ต่อครั้ง)

ระยะเวลา	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
น้อยกว่า 15 นาที	111	27.8
16 – 30 นาที	211	52.9
31 – 45 นาที	50	12.5
46 – 60 นาที	15	3.8
มากกว่า 60 นาที ขึ้นไป	12	3.0
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง ตามระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere (ต่อครั้ง) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนที่มากที่สุดคือ มีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต 16-30 นาที จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา คือ ระยะเวลา น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และ ระยะเวลา 31-45 นาที จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และ ระยะเวลา 46-60 นาที จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ ส่วนน้อยที่สุดได้แก่ ระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ต มากกว่า 60 นาที ขึ้นไป จำนวน 12 คน และคิดได้เป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนของช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere บ่อยที่สุด

ช่วงเวลา	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
06:00 – 12:00 น.	122	30.6
12:00 – 18:00 น.	236	59.1
18:00 – 24:00 น.	31	7.8
24:00 – 06:00 น.	10	2.5
รวม	399	100

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง ตามช่วงเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphereบ่อยที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนที่มากที่สุดคือ ชอบใช้อินเทอร์เน็ตบ่อยครั้ง ในช่วงเวลา 12.00-18.00 น. จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.1 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 0600-12.00 น. จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 และ ช่วงเวลา 18:00 – 24:00 น.จำนวน 31 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.8 ตามลำดับ ส่วนที่น้อยที่สุดได้แก่ ใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงเวลา 24:00 – 06:00 น. จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.10 ประโยชน์ที่พนักงานได้รับ จากการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ประโยชน์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
เพื่อความผ่อนคลาย เพลิดเพลิน	230	57.6
แสวงหาข่าวสารเพื่อไปสนทนากับผู้อื่น	216	54.1
เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะวิชาการ	159	39.8
เพื่อก้าวทันเทคโนโลยี สื่อนี้ใหม่	127	31.8
ค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ	194	48.6
เพื่อแบ่งปันความรู้และช่วยเหลือแนะนำผู้อื่น	97	24.3
สามารถติดต่อได้กับทุกสำนักงานทั่วโลก	46	11.5
อื่นๆ	17	4.3

จากตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง ตามประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่า จากพนักงานกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่มีอยู่ (100 %) จำนวน 399 คน มีจำนวนพนักงานที่เลือกใช้ประโยชน์เพื่อความผ่อนคลาย เพลิดเพลินมากที่สุดคือ จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 รองลงมา คือ เลือกใช้ประโยชน์ในการแสวงหาข่าวสารเพื่อไปสนทนากับผู้อื่น จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.1 เลือกใช้ประโยชน์ในการค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 เลือกใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะวิชาการ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 คน เลือกใช้ประโยชน์เพื่อก้าวทันเทคโนโลยี สื่อนี้ใหม่ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 เลือกใช้ประโยชน์เพื่อแบ่งปันความรู้และช่วยเหลือแนะนำผู้อื่น จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และเลือกใช้ประโยชน์เพื่อที่จะสามารถติดต่อได้กับทุกสำนักงานทั่วโลก จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ ส่วนที่น้อยที่สุดได้แก่ การเลือกใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.11 กิจกรรมที่พนักงานเข้าไปทำในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

กิจกรรม	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
อ่านข่าวสารทั่วไป	309	77.4
เข้า WEBBOARD	223	55.9
รับส่ง e-mail	154	38.6
ค้นหาข้อมูลทาง INTERNET	164	41.1
DOWNLOAD ข้อมูลจาก INTERNET	51	12.8
ค้นหาข้อมูล ภายในองค์กร	215	53.9
ออกบัตรโดยสารพนักงาน	152	38.1
อื่นๆ	11	2.8

จากตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง แยกตามกิจกรรมที่พนักงานเข้าไปทำในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่า จากพนักงานกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่มีอยู่ (100 %) จำนวน 399 คน มีจำนวนพนักงาน เข้าไปเพื่ออ่านข่าวสารทั่วไป มากที่สุดคือ จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.4 เพื่อเข้า WEBBOARD จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 เข้าไปเพื่อค้นหาข้อมูลภายในองค์กร จำนวน 215 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 53.9 เข้าไปเพื่อค้นหาข้อมูลทาง INTERNET จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 เข้าไปเพื่อรับส่ง e-mail จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 เข้าไปเพื่อออกบัตรโดยสารพนักงาน จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 และเข้าไปเพื่อ DOWNLOAD ข้อมูลจาก INTERNET จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ ส่วนที่น้อยที่สุดได้แก่ เข้าไปทำกิจกรรมอื่นๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.12 ประเภทข่าวที่เข้าไปอ่านในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ประเภทข่าว	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ข่าวสารวันนี้	189	47.4
ข่าวเกี่ยวกับเรื่องภายในบริษัท	320	80.2
ข่าว ท่องเที่ยว-บันเทิง-กีฬา	185	46.4
ข่าวเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	124	31.1
ข่าวด้านธุรกิจการบิน	116	29.1
ข่าวการเมือง	72	18.0
อื่นๆ	12	3.0

จากตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละ ของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง แยกตามประเภทข่าวที่พนักงานสนใจเข้าไปอ่านในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่า จากพนักงานกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่มีอยู่ (100 %) จำนวน 399 คน มีจำนวนพนักงาน เข้าไปเพื่ออ่านข่าวเกี่ยวกับเรื่องภายในของบริษัทมากที่สุดคือ 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 เข้าไปเพื่ออ่านข่าวสารวันนี้ จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 เข้าไปเพื่ออ่านข่าวท่องเที่ยว-บันเทิง-กีฬา จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 เข้าไปเพื่ออ่านข่าวเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 เข้าไปเพื่ออ่านข่าวด้านธุรกิจการบิน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 เข้าไปเพื่ออ่านข่าวการเมือง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ และที่น้อยที่สุดคือเข้าไปอ่านข่าวอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.13 สาเหตุที่ท่านเข้ามาใช้ WEBBOARD

สาเหตุ	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี	115	28.2
ติดตามความเคลื่อนไหวในหมู่พนักงาน	267	66.9
ข่าว ท่องเที่ยว-บันเทิง-กีฬา	204	51.1
วิเคราะห์เรื่องราว จากทัศนะ แนวคิด ของพนักงาน	70	17.5
ไม่ต้องเปิดเผยตัวจริง(การสื่อสารที่ไม่ต้องเผชิญหน้า)	205	51.4
แจ้งข่าวและรับรู้เรื่องราวข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่พนักงาน	58	14.5
ได้ร่วมสนทนากับผู้ที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน	107	26.8
ได้ประโยชน์ จากการซื้อขาย แลกเปลี่ยน	19	4.8

จากตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน และร้อยละ ของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง แยกตามสาเหตุที่เข้ามาใช้ WEBBOARD ในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่า จากพนักงานกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่มีอยู่ (100 %) จำนวน 399 คน มีจำนวนพนักงาน เข้าไปเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวในหมู่พนักงาน มีจำนวนที่มากที่สุดคือ 267 คน คิดเป็นร้อยละ 66.9 เข้าไปเพราะไม่ต้องเปิดเผยตัวจริง เป็นการสื่อสารที่ไม่ต้องเผชิญหน้า จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 มีสนใจเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยว-บันเทิง-กีฬา จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 เข้าไปเพราะเห็นว่าสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 เข้าไปเพื่อร่วมสนทนากับผู้ที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน (Cyber Society) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 เข้าไปวิเคราะห์เรื่องราวจากทัศนะ แนวคิดของพนักงาน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และเข้าไปแจ้งข่าวและรับรู้เรื่องราวข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่พนักงาน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตามลำดับ และที่น้อยที่สุดคือ เข้าไปเพราะได้ประโยชน์ จากการซื้อขาย แลกเปลี่ยนจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.14 หัวข้อWEBBOARD ที่เข้าไปใช้

หัวข้อWEBBOARD	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
บริษัทของเรา	307	76.9
ท่องเที่ยว-บันเทิง-กีฬา	232	58.1
เทคโนโลยี	118	29.6
เศรษฐกิจ การเงิน	47	11.8
ครอบครัว สุขภาพ	112	28.1
ซื้อขาย ทั่วไป	164	41.1
เคล็ดลับการทำงาน	76	19.0

จากตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของพนักงานกลุ่มตัวอย่าง แยกตามหัวข้อ WEBBOARD ที่เข้าไปใช้ในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่า จากพนักงานกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่มีอยู่ (100 %) จำนวน 399 คน มีจำนวนพนักงาน เข้าไปในหัวข้อเกี่ยวกับเรื่องภายในบริษัทของเรา มากที่สุดคือจำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.9 เข้าไปในหัวข้อเกี่ยวกับการท่องเที่ยว-บันเทิง-กีฬา มีจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 เข้าไปในหัวข้อเกี่ยวกับการซื้อขาย ทั่วไป จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 เข้าไปใน หัวข้อเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีจำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 เข้าไปในหัวข้อเกี่ยวกับครอบครัว และ สุขภาพ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 เข้าไปใน หัวข้อเกี่ยวกับเคล็ดลับในการทำงานจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ และที่เข้าน้อยที่สุด คือ เข้าไปในหัวข้อเกี่ยวกับเรื่อง เศรษฐกิจ และการเงิน มีผู้เข้าไปแสดงความคิดเห็นเพียง 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere

4.3.1 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.15 แสดงปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		— X	S.D.
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	34	8.5	188	47.1	160	40.1	16	4.0	1	0.3	3.60	0.71
ความรวดเร็วในการแสดงผล	15	3.8	159	39.8	192	48.2	29	7.3	4	1.0	3.46	1.65
รูปแบบที่ทันสมัย	11	2.8	143	35.8	221	55.4	19	4.8	5	1.3	3.34	0.67
ความสวยงาม และสีสัน	5	1.3	146	36.6	214	53.6	31	7.8	3	0.8	3.30	0.66
จัดหมวดหมู่ได้ชัดเจน	8	2.0	156	39.1	203	50.9	31	7.8	1	0.3	3.35	0.66
ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย	12	3.0	183	45.9	186	46.6	16	4.0	2	0.5	3.47	0.65
ความสะดวกของระบบ ออกบัตรโดยสารพนักงาน	51	12.8	164	41.1	138	34.6	44	11.0	2	0.5	3.55	0.87
มีความมั่นใจในระบบ รักษาความปลอดภัยของข้อมูล	8	2.0	114	28.6	221	55.4	51	12.8	5	1.3	3.17	0.72
ลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร	45	11.3	149	37.3	155	38.8	37	9.3	13	3.3	3.44	0.92
ความสามารถของ Corporate e-mail	20	5.0	125	31.3	185	46.4	58	14.5	11	2.8	3.21	0.85
มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive	7	1.8	103	25.8	216	54.1	59	14.8	14	3.5	3.08	0.78
ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน	9	2.3	86	21.6	168	42.1	105	26.3	31	7.8	2.84	0.93
ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network	6	1.5	107	26.8	226	56.6	55	13.8	5	1.3	3.14	0.71
รวม	231	4.5	1,823	35.1	2,485	47.9	551	10.62	97	1.9	3.30	-

จากตารางที่ 4.15 ข้อมูลที่ได้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่พนักงานให้ความเห็นว่ามีผลต่อการเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere โดยความเห็นว่ามีผลต่อการเข้าไปใช้น้อยที่สุดคือ 1.00 และมากที่สุดคือ 5.00 ภาพรวมของปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่พนักงานเห็นว่ามีผลต่อการเข้าไปใช้มากที่สุด คือ ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมาคือ ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่พนักงานเห็นว่ามีผลต่อการเข้าไปใช้น้อยที่สุดคือ ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางน้อย

4.3.2 ปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.16 แสดงปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านเนื้อหา	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		— X	S.D.
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
ความสมบูรณ์ของเนื้อหา	7	1.8	141	35.3	236	59.1	14	3.5	1	0.3	3.55	2.93
ความถูกต้องและน่าเชื่อถือของเนื้อหา	8	2.0	132	33.1	239	59.9	19	4.8	1	0.3	3.32	0.61
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	6	1.5	148	37.1	204	51.1	38	9.5	3	0.8	3.29	0.69
นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	16	4.0	186	46.6	171	42.9	25	6.3	1	0.3	3.48	0.69
ความหลากหลายในเนื้อหา	19	4.8	170	42.6	187	46.9	21	5.3	2	0.5	3.46	0.69
เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี	22	5.5	159	39.8	185	46.4	30	7.5	3	0.8	3.42	0.74
เพิ่มพูนความรู้รอบตัว	29	7.3	195	48.9	147	36.8	25	6.3	3	0.8	3.56	0.75
เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์	30	7.5	167	41.9	174	43.6	25	6.3	3	0.8	3.49	0.76
รวม	137	4.29	1,298	40.66	1,543	48.34	197	6.17	17	0.53	3.45	-

จากตารางที่ 4.16 ข้อมูลที่ได้ ปัจจัยด้านเนื้อหาที่พนักงานให้ความเห็นว่ามีส่วนต่อการเข้าไปใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere โดยมีความเห็นว่ามีส่วนต่อการเข้าไปใช้น้อยที่สุดคือ 1.00 และมากที่สุดคือ 5.00 ภาพรวมของปัจจัยด้านเนื้อหาที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านเนื้อหาที่พนักงานเห็นว่ามีส่วนต่อการเข้าไปใช้มากที่สุด คือ เพิ่มพูนความรู้รอบตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ ความสมบูรณ์ของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ปัจจัยด้านเนื้อหาที่พนักงานเห็นว่ามีส่วนต่อการเข้าไปใช้น้อยที่สุดคือ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง

4.4 การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

การเปลี่ยนแปลง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เห็นด้วย ปานกลาง		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		-- x	S.D.
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
มีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กรมากขึ้น	59	14.8	182	45.6	128	32.1	27	6.8	3	0.8	3.74	1.69
รู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น	15	3.8	178	44.6	155	38.8	43	10.8	8	2.0	3.37	0.80
มีความสัมพันธ์ที่ดีและมีความกลมเกลียวกับหน่วยงานอื่นๆมากขึ้น	13	3.3	133	33.3	200	50.1	47	11.8	6	1.5	3.25	0.76
มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม	12	3.0	133	33.3	204	51.1	45	11.3	4	1.0	3.26	0.74
มีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น	19	4.8	150	37.6	174	43.6	52	13.1	4	1.0	3.37	1.27
แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น	24	6.0	178	44.6	152	38.1	34	8.5	11	2.8	3.48	0.84

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		เห็นด้วย		เห็นด้วย ปานกลาง		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		X	S.D.
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
การทำงานเป็นทีมในองค์กร ได้ดีขึ้น	10	2.5	106	26.6	201	50.4	73	18.3	9	2.3	3.16	1.65
ปัญหาที่เสนอไป ได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี	5	1.3	128	32.1	190	47.6	63	15.8	13	3.3	3.12	0.80
ได้รับความช่วยเหลือ เกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี	13	3.3	132	33.1	195	48.9	53	13.3	6	1.5	3.23	0.78
มีการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น	22	5.5	138	34.6	177	44.4	53	13.3	9	2.3	3.28	0.84
นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น	17	4.3	88	22.1	197	49.3	87	21.8	10	2.5	3.04	0.84
มีความรู้สึกว่าองค์กรนี้มีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ	19	4.8	142	35.6	177	44.4	48	12.0	13	3.3	3.27	0.85
ได้รับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก	32	8.0	148	37.1	172	43.1	35	8.8	12	3.0	3.38	0.87
ก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจากไมตรีสัมพันธ์	10	2.5	111	27.8	212	53.1	59	14.8	7	1.8	3.15	0.76
รวม	270	49	1947	34.9	2534	45.4	719	12.9	115	2.1	3.29	-

จากตารางที่ 4.17 ผลข้อมูลที่ได้ เป็นความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) อันสืบเนื่องมาจากการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere โดยมีความเห็นว่าผลต่อการเปลี่ยนแปลงน้อยที่สุดคือ 1.00 และมากที่สุดคือ 5.00 ภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง วัฒนธรรมองค์กรที่พนักงานมีความเห็นว่ามีเปลี่ยนแปลงมากที่สุด คือ มีความ

ภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กรมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ปัจจัยด้านเนื้อหาที่พนักงานเห็นว่ามีผลต่อการเข้าไปใช้น้อยที่สุดได้แก่ พนักงานนำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04 อยู่ในระดับปานกลาง

ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการให้บริการอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความจำเป็นต่อผู้ใช้ THAI Sphere

ความคิดเห็น	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
จำเป็น	389	97.5
ไม่จำเป็น	10	2.5
รวม	399	100

ตารางที่ 4.19 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์คุ่มค่า เพื่อสื่อสารในองค์กร

ความคิดเห็น	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
คุ่มค่าแล้ว	213	53.4
ยังไม่คุ่มค่า	186	46.6
รวม	399	100

จากการสำรวจพบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มีความจำเป็นถึง 97.5% ส่วนผู้ที่มีความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นเพียง 2.5% แต่พนักงานที่มีความคิดเห็นว่าเป็นการใช้ประโยชน์เพื่อการสื่อสารในองค์กร คุ่มค่าแล้ว และยังไม่คุ่มค่า มีจำนวนไม่ต่างกันมาก โดยมีความเห็นว่าคุ่มค่าแล้วมีจำนวนมากกว่าคือ 53.4% ส่วนความเห็นว่ายังไม่คุ่มค่า 46.6%

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานจากข้อมูลที่เก็บได้จากแบบสอบถาม แล้วทดสอบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Statistical Package for Social Science (SPSS) ดังนี้

4.5.1 สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงานแตกต่างกันไปตามสถานภาพของพนักงานบริษัทการบินไทย

4.5.1.1 เพศ กับ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ใช้การทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของเพศชาย กับ เพศหญิง แบบ Independent-Sample T-Test โดยพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้ THAI Sphere

ของเพศชายและ หญิง

พฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	Sig. (2-tailed)
ความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.036
ระยะเวลาในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.932
การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.015
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.003
ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.181
การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.405

จากผลของการทดสอบสมมติฐาน ด้วยเครื่องมือทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระหว่างเพศชาย และเพศหญิง พบว่า ความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere และ ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere ได้ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ 0.036, 0.015 และ 0.003 ตามลำดับ แสดงว่าเพศชาย และเพศหญิง มีความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน และมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ตไม่เท่ากัน

4.5.1.2 อายุ กับ พฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere

ใช้การทดสอบผลต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มอายุต่างๆ แบบ One-way ANOVA โดยพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้ THAI Sphere ของกลุ่มอายุต่างๆ

พฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	Sig. (2-tailed)
ความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.000
ระยะเวลาในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.087
การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.004
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.006
ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต Thai Sphere	0.106

การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.004
--	-------

จากผลของการทดสอบสมมติฐาน ด้วยเครื่องมือทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระหว่างกลุ่มช่วงอายุต่างๆ พบว่า ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere การใช้ประโยชน์ที่ได้จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere และ การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ได้ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ 0.000, 0.004, 0.006 และ 0.004 ตามลำดับ แสดงว่ากลุ่มช่วงอายุต่างๆ มีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน มีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต และมีการใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ไม่เท่ากัน

4.5.1.3 ระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ใช้การทดสอบผลต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มระดับการศึกษาต่างๆ แบบ One-way ANOVA โดยพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้ THAI Sphere ของกลุ่มการศึกษา

พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	Sig. (2-tailed)
ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.000
ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.049
การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.456
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.000
ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.896
การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.191

จากผลของการทดสอบสมมติฐาน ด้วยเครื่องมือทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ระหว่างกลุ่มพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างๆ ซึ่งพบว่า ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere และ ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ได้ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ 0.000, 0.049 และ 0.000 ตามลำดับ แสดงว่ากลุ่มพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างๆกัน มีความถี่ และระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน รวมทั้งมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ตไม่เท่ากัน

4.5.1.4 อายุงาน กับ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ใช้การทดสอบผลต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มอายุการทำงานต่างๆ แบบ One-way ANOVA โดยพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้ THAI Sphere ของกลุ่มอายุงาน

พฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	Sig. (2-tailed)
ความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.002
ระยะเวลาในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.806
การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.046
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.018
ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.001
การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.006

จากผลของการทดสอบสมมติฐานด้วยเครื่องมือทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ของกลุ่มพนักงานที่มีช่วงอายุงานต่างกัน พบว่า ความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere และ ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ได้ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ 0.002, 0.046 และ 0.001 ตามลำดับ แสดงว่าพนักงานที่มีช่วงอายุงานต่างกัน มีความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน และมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ตไม่เท่ากัน

4.5.1.5 ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์กับพฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ใช้การทดสอบผลต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มพนักงานที่มีความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ต่างๆ แบบ One-way ANOVA โดยพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้ THAI Sphere

ของกลุ่มระดับความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

พฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	Sig. (2-tailed)
ความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.000
ระยะเวลาในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.264
การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.001
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.000

ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.012
การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.041

จากผลของการทดสอบสมมติฐานด้วยเครื่องมือทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ของกลุ่มพนักงานที่มีความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ต่างกัน พบว่า ความถี่ในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere และ การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ได้ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ 0.000, 0.001, 0.000, 0.012 และ 0.041 ตามลำดับ แสดงว่าพนักงานที่มีความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ มีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน มีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ตไม่เท่ากัน รวมทั้งมีปริมาณในการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere และการใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน

4.5.1.6 สถานที่ปฏิบัติงานกับพฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ใช้การทดสอบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพนักงาน ที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่(วิภาวดี) กับ สนามบินดอนเมือง แบบ Independent-Sample T-Test โดยพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้ THAI Sphere

พนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ และสนามบินดอนเมือง

พฤติกรรมการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	Sig. (2-tailed)
ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.008
ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.636
การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.009
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.005
ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.692
การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere	0.030

จากผลของการทดสอบสมมติฐานด้วยเครื่องมือทางสถิติเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ของกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ และสนามบินดอนเมือง พบว่า ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere และ การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ได้ค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า

ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ 0.008, 0.009, 0.005, และ 0.030 ตามลำดับ แสดงว่าพนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ และสนามบินดอนเมือง มีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน มีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่เท่ากัน รวมทั้งมีการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน

สรุปภาพรวมของ สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงานแตกต่างกันไปตามสถานภาพของพนักงานบริษัทการบินไทย ตารางที่ 4.26 แสดงภาพรวมของการทดสอบสมมติฐานที่ 1 สถานภาพของพนักงาน

และพฤติกรรมการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

พฤติกรรมการสื่อสาร	เพศ	อายุ	การศึกษา	อายุงาน	ความชำนาญ	สถานที่ปฏิบัติงาน
ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Thai Sphere	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Thai Sphere	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Thai Sphere	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Thai Sphere	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Thai Sphere	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน
การใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Thai Sphere	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	ไม่แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลให้พฤติกรรมบางอย่างที่แตกต่างกัน เช่น เพศที่ต่างกัน จะมีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน และมีปริมาณการเข้าร่วม

กิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ตไม่เท่ากัน เป็นต้น ซึ่งมีพฤติกรรมบางหัวข้อที่มีความแตกต่างกันในทุกสถานภาพ กล่าวคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และสถานที่ปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน จะมี ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere และปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน

4.5.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และเนื้อหา ที่แตกต่างกันของอินทราเน็ต THAI Sphere ผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ใช้การทดสอบหาสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) หาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีค่าเป็นเชิงปริมาณ 2 ตัวแปร โดยพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ผลการทดสอบดังนี้

4.5.2.1 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

4.5.2.1.1 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	0.049	0.329
ความรวดเร็วในการแสดงผล	0.006	0.901
รูปแบบที่ทันสมัย	0.045	0.374
ความสวยงาม และสีสัน	0.122	0.014
จัดหมวดหมู่ได้ชัดเจน	0.030	0.549
ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย	0.055	0.271
ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน	0.022	0.666
มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.050	0.315
ลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร	0.030	0.545
ความสามารถของ Corporate e-mail	0.087	0.083
มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive	0.089	0.077
ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน	-0.009	0.851

ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network	0.126	0.012
ภาพรวมของปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.085	0.091

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน มีเพียงปัจจัยความสวยงาม และสีสันทัน และความมั่นใจในระบบของ Software และ Network ที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าชมของพนักงาน คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.014 และ 0.012 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.122 และ 0.126 ตามลำดับ มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยเรื่อง ความสวยงาม และสีสันทัน กับ ปัจจัยเรื่อง ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีความถี่ในการเข้าไปใช้บริการมากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.2.1.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	0.066	0.188
ความรวดเร็วในการแสดงผล	0.025	0.623
รูปแบบที่ทันสมัย	0.034	0.497
ความสวยงาม และสีสันทัน	0.061	0.226
จัดหมวดหมู่ได้ชัดเจน	-0.070	0.164
ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย	-0.065	0.192
ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน	0.144	0.004
มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.004	0.931
ลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร	-0.016	0.757
ความสามารถของ Corporate e-mail	0.019	0.701
มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive	0.027	0.592
ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน	-0.045	0.366
ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network	0.052	0.299

ภาพรวมของปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.034	0.498
------------------------------	-------	-------

ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน มีเพียงปัจจัยความสะดวกของระบบ ออกบัตรโดยสารพนักงาน ที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเข้าชมของพนักงาน คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.004 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.144 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยเรื่อง ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีระยะเวลาในการเข้าไปใช้บริการมากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.2.1.3 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	0.109	0.029
ความรวดเร็วในการแสดงผล	0.163	0.001
รูปแบบที่ทันสมัย	-0.021	0.671
ความสวยงาม และสีสันทัน	0.080	0.110
จัดหมวดหมู่ได้ชัดเจน	0.018	0.725
ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย	0.076	0.130
ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน	0.072	0.151
มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.020	0.690
ลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร	0.171	0.001
ความสามารถของ Corporate e-mail	0.061	0.223
มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive	0.093	0.064
ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน	0.046	0.355
ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network	0.008	0.881
ภาพรวมของปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.140	0.005

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.005 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.140 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความรวดเร็วในการแสดงผล และปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ต THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.029, 0.001 และ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.109, 0.163 และ 0.171 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยเรื่อง ปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความรวดเร็วในการแสดงผล และปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.2.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบ

อินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	0.172	0.001
ความรวดเร็วในการแสดงผล	0.194	0.000
รูปแบบที่ทันสมัย	0.063	0.212
ความสวยงาม และสีสันทัน	0.089	0.074
จัดหมวดหมู่ได้ชัดเจน	0.072	0.152
ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย	0.086	0.086
ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน	0.227	0.000
มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.067	0.181
ลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร	0.202	0.000
ความสามารถของ Corporate e-mail	0.088	0.078
มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive	0.002	0.973
ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน	-0.030	0.553
ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network	0.041	0.415

ภาพรวมของปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.189	0.000
------------------------------	-------	-------

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.189 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความรวดเร็วในการแสดงผล ปัจจัยความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน และปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร ที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.001, 0.000, 0.000 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.172, 0.194, 0.227 และ 0.232 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความรวดเร็วในการแสดงผล และปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

4.5.2.1.5 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบ

อินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	0.150	0.003
ความรวดเร็วในการแสดงผล	0.080	0.110
รูปแบบที่ทันสมัย	0.064	0.203
ความสวยงาม และสีสันทัน	0.110	0.027
จัดหมวดหมู่ได้ชัดเจน	0.063	0.210
ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย	0.153	0.002
ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน	0.143	0.004
มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	0.060	0.235
ลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร	0.185	0.000
ความสามารถของ Corporate e-mail	0.090	0.074
มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive	0.016	0.749

ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน	0.067	0.183
ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network	0.075	0.134
ภาพรวมของปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.170	0.001

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.170 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความสวยงาม และสีสัน ปัจจัยขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย ปัจจัยความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน และ ปัจจัยในเรื่องลดค่าใช้จ่ายด้านงานเอกสารขององค์กรนั้น มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.003, 0.027, 0.002, 0.004 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.150, 0.110, 0.153, 0.143 และ 0.185 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความสวยงาม และสีสัน ปัจจัยขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย ปัจจัยความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน และปัจจัยในเรื่องการลดค่าใช้จ่ายด้านงานเอกสารขององค์กร มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีการเปิดรับข่าวมากตามไปด้วย

4.5.2.1.6 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.32 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้ Webboard ผ่าน ระบบ อินเทอร์เน็ต

THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	PearsonCorrelation	Sig. (2-tailed)
ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล	0.108	0.031
ความรวดเร็วในการแสดงผล	0.101	0.044
รูปแบบที่ทันสมัย	0.020	0.683
ความสวยงาม และสีสัน	0.004	0.943
จัดหมวดหมู่ได้ชัดเจน	0.029	0.561
ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย	0.109	0.029
ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน	0.104	0.039
มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล	-0.019	0.706
ลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร	0.185	0.000

ความสามารถของ Corporate e-mail	0.073	0.144
มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive	0.152	0.002
ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน	0.118	0.018
ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network	0.074	0.141
ภาพรวมของปัจจัยด้านเทคโนโลยี	0.154	0.002

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.002 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.154 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความรวดเร็วในการแสดงผล ปัจจัยขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย ปัจจัยความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน ปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับ ด้านงานเอกสารขององค์กร ปัจจัยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive และ ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.031, 0.044, 0.029, 0.039, 0.002 และ 0.018 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.108, 0.101, 0.109, 0.104, 0.185, 0.152 และ 0.118 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความรวดเร็วในการแสดงผล ปัจจัยขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย ปัจจัยความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน ปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่ายของด้านงานเอกสารขององค์กรได้ดี ปัจจัยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive และ ความพร้อมของ Computer ที่รองรับการใช้งาน และมีอิทธิพลต่อการใช้ Webboard

4.5.2.2 ปัจจัยในด้านของเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

4.5.2.2.1 ปัจจัยด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต ตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านเนื้อหา	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสมบูรณ์ของ เนื้อหา	0.062	0.217
ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา	0.110	0.028
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	0.106	0.035

นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	0.054	0.286
ความหลากหลายของเนื้อหา	0.096	0.055
เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี	0.075	0.132
เพิ่มพูนความรู้รอบตัว	0.060	0.236
เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์	0.028	0.571
ภาพรวมของปัจจัยด้านเนื้อหา	0.107	0.033

ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.033 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.107 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีปัจจัยความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา และ ปัจจัยการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร ที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบ THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.028 และ 0.035 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.110 และ 0.106 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา และ ปัจจัยการสร้างความสัมพันธ์ที่ ดีในองค์กร มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.2.2.2 ปัจจัยด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.34 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านเนื้อหา	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสมบูรณ์ของ เนื้อหา	0.101	0.044
ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา	0.138	0.006
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	0.075	0.137
นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	0.091	0.069
ความหลากหลายของเนื้อหา	-0.017	0.733
เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี	0.026	0.608
เพิ่มพูนความรู้รอบตัว	0.056	0.264

เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์	0.017	0.741
ภาพรวมของปัจจัยด้านเนื้อหา	0.108	0.031

ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการใช้สื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.031 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation เท่ากับ 0.108 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันโดยมีปัจจัยความสมบูรณ์ของเนื้อหา และปัจจัยความถูกต้อง ที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.044 และ 0.006 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.101 และ 0.138 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความสมบูรณ์ของเนื้อหา และปัจจัยด้านความถูกต้อง ที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.2.2.3 ปัจจัยด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.35 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านเนื้อหา	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสมบูรณ์ของ เนื้อหา	-0.044	0.383
ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา	0.050	0.317
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	0.077	0.123
นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	0.136	0.007
ความหลากหลายของเนื้อหา	0.099	0.049
เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี	0.155	0.002
เพิ่มพูนความรู้รอบตัว	0.161	0.001
เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์	0.085	0.091
ภาพรวมของปัจจัยด้านเนื้อหา	0.081	0.105

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์ที่ได้จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับปัจจัยด้านเนื้อหา โดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน มีเพียงปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี และปัจจัยในการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.007, 0.002 และ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.136, 0.155 และ 0.161 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือพนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี และปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.2.2.4 ปัจจัยด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.36 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านเนื้อหา	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสมบูรณ์ของ เนื้อหา	-0.040	0.423
ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา	0.088	0.081
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	0.059	0.239
นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	0.176	0.000
ความหลากหลายของเนื้อหา	0.117	0.019
เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี	0.134	0.007
เพิ่มพูนความรู้รอบตัว	0.171	0.001
เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์	0.117	0.020
ภาพรวมของปัจจัยด้านเนื้อหา	0.096	0.055

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา โดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน มีเพียงปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ ที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.000, 0.019, 0.007, 0.001

และ 0.020 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.176, 0.117, 0.134, 0.171 และ 0.117 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.2.2.5 ปัจจัยด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.37 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านเนื้อหา	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสมบูรณ์ของ เนื้อหา	-0.019	0.704
ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา	0.074	0.141
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	0.094	0.062
นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	0.164	0.001
ความหลากหลายของเนื้อหา	0.110	0.028
เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี	0.179	0.000
เพิ่มพูนความรู้รอบตัว	0.137	0.006
เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์	0.155	0.002
ภาพรวมของปัจจัยด้านเนื้อหา	0.116	0.021

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.021 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.116 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ ที่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere คือ

มีค่า Sig. (2-tailed) 0.001, 0.028, 0.000, 0.006 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.164, 0.110, 0.179, 0.137 และ 0.155 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.2.2.6 ปัจจัยด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับการใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere

ตารางที่ 4.38 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต

THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา

ปัจจัยด้านเนื้อหา	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
ความสมบูรณ์ของ เนื้อหา	-0.001	0.985
ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา	0.167	0.001
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร	0.031	0.534
นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	0.184	0.000
ความหลากหลายของเนื้อหา	0.129	0.010
เพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี	0.151	0.002
เพิ่มพูนความรู้รอบตัว	0.112	0.026
เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์	0.155	0.002
ภาพรวมของปัจจัยด้านเนื้อหา	0.127	0.011

ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับ ปัจจัยด้านเนื้อหา โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.011 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.127 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมี ปัจจัยความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.001, 0.000, 0.010, 0.002, 0.026 และ 0.002 ซึ่ง

น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.167, 0.184, 0.129, 0.151, 0.112 และ 0.155 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีการใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วยเช่นกัน

4.5.3 สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

4.5.3.1 ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.39 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กรมากขึ้น	-0.002	0.975
รู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้น	0.046	0.359
มีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆ มากขึ้น	0.016	0.746
มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จ มากกว่าเดิม	0.011	0.826
มีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น	0.087	0.084
แสดงความคิดเห็น ได้อย่างอิสระเสรี เพิ่มขึ้น	0.068	0.173
การทำงานเป็นทีมในองค์กร ได้ดีขึ้น	0.017	0.729
ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี	0.042	0.403
ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี	0.016	0.750
มีการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น	0.002	0.963

นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น	0.002	0.965
มีความรู้สึกว่างค์กรนี้มีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ	-0.036	0.478
ได้รับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้ความ เป็นวัฒนธรรมโลก	0.002	0.969
ก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์	0.043	0.387
ภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร	0.037	0.467

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งโดยภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร ในข้อใดที่สัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าใช้ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere

4.5.3.2 ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.40 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ต THAISphereกับวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กรมากขึ้น	0.050	0.324
รู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้น	0.059	0.241
มีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆ มากขึ้น	0.057	0.255
มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จ มากกว่าเดิม	0.043	0.391
มีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น	0.184	0.000
แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรี เพิ่มขึ้น	0.108	0.030
การทำงานเป็นทีมในองค์กร ได้ดีขึ้น	0.024	0.636
ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี	0.074	0.142
ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี	0.042	0.401
มีการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น	0.146	0.003

นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น	0.137	0.006
มีความรู้สึกว่างค์กรนี้มีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ	0.161	0.001
ได้รับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้ความ เป็นวัฒนธรรมโลก	0.102	0.042
ก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์	0.114	0.023
ภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร	0.151	0.003

ความสัมพันธ์ระหว่าง ระยะเวลาในการใช้ของพนักงาน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.003 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.151 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระเสรีเพิ่มขึ้น การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การนำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่างค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้ความเป็นวัฒนธรรมโลก การก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.000, 0.030, 0.003, 0.006, 0.001, 0.042 และ 0.023 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.184, 0.108, 0.146, 0.137, 0.161, 0.102 และ 0.114 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่ใช้ระยะเวลาในการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มาก จะมีความเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การนำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่างค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้ความเป็นวัฒนธรรมโลก การก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ มากขึ้นตามไปด้วย

4.5.3.3 การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.41 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์การใช้ประโยชน์จากการใช้การสื่อสารผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กรมากขึ้น	0.069	0.167
รู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น	0.195	0.000
มีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น	0.149	0.003

ตารางที่ 4.41 (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม	0.145	0.004
มีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น	0.148	0.003
แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรี เพิ่มขึ้น	0.200	0.000
การทำงานเป็นทีมในองค์กร ได้ดีขึ้น	0.035	0.487
ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี	0.178	0.000
ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี	0.122	0.015
มีการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น	0.170	0.001
นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น	0.155	0.002
มีความรู้สึกที่องค์กรนี้มีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ	0.133	0.008
ได้รับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้ความ เป็นวัฒนธรรมโลก	0.157	0.002
ก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์	0.160	0.001
ภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร	0.224	0.000

จากความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.003 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.151 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระเสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การนำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่างค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก การก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.000, 0.003, 0.004, 0.003, 0.000, 0.000, 0.015, 0.001, 0.002, 0.008, 0.002 และ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.195, 0.149, 0.145, 0.148, 0.200, 0.178, 0.122, 0.170, 0.155, 0.133, 0.157 และ 0.160 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่ใช้ประโยชน์จากการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มาก จะมีความเห็นว่า มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การนำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่างค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก การก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ มากขึ้นตามไปด้วย

4.5.3.4 ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.42 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบ

อินทราเน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กร มากขึ้น	0.054	0.286
รู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้น	0.109	0.029
มีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆ มากขึ้น	0.084	0.095
มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จ มากกว่าเดิม	0.016	0.757

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น	0.101	0.043
แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรี เพิ่มขึ้น	0.172	0.001
การทำงานเป็นทีมในองค์กร ได้ดีขึ้น	-0.033	0.506
ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี	0.177	0.000
ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี	0.079	0.116
มีการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น	0.100	0.046
นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น	0.090	0.073
มีความรู้สึกว่องไวกว่าองค์กรนี้มีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ	0.163	0.001
ได้รับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้ความ เป็นวัฒนธรรมโลก	0.159	0.001
ก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์	0.070	0.161

ภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร	0.145	0.004
---------------------------------------	-------	-------

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.004 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.145 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การรู้สึกว่าองค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.029, 0.043, 0.001, 0.000, 0.046, 0.001 และ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.109, 0.101, 0.172, 0.177, 0.100, 0.163, และ 0.159 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มาก จะมีความเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การรู้สึกว่าองค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก มากขึ้นตามไปด้วย

4.5.3.5 ปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.43 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กรมากขึ้น	0.065	0.196
รู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น	0.179	0.000

มีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆ มากขึ้น	0.138	0.006
มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จ มากกว่าเดิม	0.134	0.008
มีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น	0.068	0.178
แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรี เพิ่มขึ้น	0.154	0.002
การทำงานเป็นทีมในองค์กร ได้ดีขึ้น	0.024	0.626
ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี	0.104	0.037
ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี	0.085	0.091
มีการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น	0.177	0.000
นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น	0.078	0.119
มีความรู้สึกว่างค์กรนี้มีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ	0.134	0.007
ได้รับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้ความ เป็นวัฒนธรรมโลก	0.174	0.000
ก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์	0.098	0.051
ภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร	0.177	0.000

ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน มีค่า Sig. (2-tailed) 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.177 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การรู้สึกว่างค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้ความเป็นวัฒนธรรมโลก คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.000, 0.006, 0.008, 0.002, 0.037, 0.000, 0.007 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.179, 0.138, 0.134, 0.154, 0.104, 0.177, 0.134 และ 0.174 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ พนักงานที่การเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มาก จะ

มีความเห็นว่า มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับหน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การรู้สึกว่าองค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก มากขึ้นตามไปด้วย

4.5.3.6 การใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มีความสัมพันธ์ กับ วัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.44 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความภูมิใจที่ได้ทำงานกับองค์กรมากขึ้น	0.072	0.150
รู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น	0.232	0.000
มีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น	0.104	0.037

ตารางที่ 4.44 (ต่อ)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)
มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม	0.068	0.177
มีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น	0.154	0.002
แสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรี เพิ่มขึ้น	0.206	0.000
การทำงานเป็นทีมในองค์กร ได้ดีขึ้น	0.032	0.518
ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี	0.208	0.000
ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี	0.133	0.008
มีการพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น	0.180	0.000
นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น	0.169	0.001
มีความรู้สึกว่าองค์กรนี้มีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ	0.156	0.002

ได้รับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก	0.193	0.000
ก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์	0.156	0.002
ภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร	0.231	0.000

ความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere กับ วัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมจะมีความสัมพันธ์กัน และมีค่า Sig. (2-tailed) 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และมีค่า Pearson Correlation 0.231 มีค่าเป็นบวก ซึ่งแสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน โดยสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของ วัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้น การมีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไป ได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่าองค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก สามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก และการก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ คือ มีค่า Sig. (2-tailed) 0.000, 0.037, 0.002, 0.000, 0.000, 0.008, 0.000, 0.001, 0.002, 0.000 และ 0.002 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Pearson Correlation 0.232, 0.104, 0.154, 0.206, 0.208, 0.133, 0.180, 0.169, 0.156, 0.193 และ 0.156 มีค่าเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

กล่าวคือ พนักงานที่มีการใช้ Webboard มาก จะมีความเห็นว่า การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไป ได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่าองค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก สามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก และการก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ มากขึ้นตามไปด้วย

จากการวิจัยในเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสาร ภายในองค์กร : ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในจำนวน

แบบสอบถามทั้งหมด 399 แบบสอบถาม มีจำนวน 168 แบบสอบถามที่ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้อินทราเน็ต THAI Sphere ทั้งผู้ที่คิดว่า อินทราเน็ต THAI Sphere มีความจำเป็นต่อการสื่อสารภายในองค์กร และผู้คิดว่าไม่มีความจำเป็นต่อองค์กร รวมทั้ง ผู้ที่มีความเห็นว่า อินทราเน็ต THAI Sphere มีการใช้งานอย่างคุ้มค่ากับองค์กร และผู้ที่มีความเห็นว่ายังไม่คุ้มค่าสามารถสรุปเป็นกลุ่มของความเห็น โดยเรียงลำดับตามกลุ่มที่ให้ความเห็นเพิ่มเติมจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

พนักงานที่เห็นว่า THAI Sphere มีความจำเป็นต่อการสื่อสารภายในองค์กร มีจำนวน 97.5 % ของผู้ให้ความเห็น อันเนื่องมาจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- (1) ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานอื่น
- (2) ความสะดวก รวดเร็วในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร
- (3) เพิ่มความรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยี
- (4) ติดต่อสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร
- (5) ประหยัดค่าใช้จ่าย และทรัพยากร
- (6) ทราบข้อมูลด้านต่างๆของบริษัท
- (7) เป็นองค์กรระดับชาติ
- (8) สามารถแสดงความคิดเห็นได้

พนักงานที่เห็นว่า THAI Sphere ไม่มีความจำเป็นต่อการสื่อสารภายในองค์กร มีจำนวน 2.5 % ของผู้ให้ความเห็น อันเนื่องมาจากเหตุผลดังต่อไปนี้

- (1) มีการจำกัด ระยะเวลาการใช้งานตามระดับพนักงาน
- (2) เครื่องคอมพิวเตอร์มีน้อย ไม่สามารถให้บริการได้ทั่วถึง
- (3) ข้อมูลข่าวสารไม่ค่อยชัดเจน
- (4) ไม่ค่อยมีโอกาสได้ใช้

พนักงานที่เห็นว่า THAI Sphere มีการใช้งานอย่างคุ้มค่าแล้ว มีจำนวน 53.4 % ของผู้ให้ความเห็น เนื่องจากเหตุผลดังนี้

- (1) ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ
- (2) ประหยัดค่าใช้จ่าย
- (3) ทำให้พนักงานทราบข่าวสารของบริษัท
- (4) ประหยัดเวลา
- (5) มีผู้ใช้จำนวนมาก
- (6) ซื้อโรงเรียนได้รับการแก้ไขเร็วกว่าเดิม
- (7) สะดวกในการออกบัตรโดยสารพนักงาน

(8) เป็นการลงทุนเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

พนักงานที่เห็นว่า THAI Sphere มีการใช้งานยังไม่คุ้มค่า มีจำนวน 46.6 % ของผู้ให้ความเห็น เนื่องจากเหตุผลดังนี้

- (1) พนักงานบางกลุ่มไม่มีโอกาสได้ใช้
- (2) อุปกรณ์ยังไม่เพียงพอสำหรับพนักงาน
- (3) ไม่มีเวลาใช้บริการ
- (4) พนักงานเข้าไปใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับงาน
- (5) พนักงานบางกลุ่มไม่เห็นความสำคัญของการใช้
- (6) สามารถพัฒนาไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นได้อีก
- (7) ข้อมูลข่าวสารที่ได้ บางครั้งไม่ตรงกับความเป็นจริง
- (8) ไม่ได้ได้รับความคิดเห็นที่ตรงกับเรื่องที่ต้องการความคิดเห็น
- (9) ข้อมูลข่าวสารไม่ทันต่อเหตุการณ์
- (10) ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้เต็มที่ เพราะมีการแสดงข้อมูลส่วนตัว
- (11) ข้อมูลของบริษัทบางอย่างยังไม่ได้นำมาแสดง
- (12) ยังมีการใช้เอกสารอยู่มาก
- (13) จำกัด Website ในการเข้าชม
- (14) ไม่สามารถเข้าไปดูได้ตลอดเวลาที่ต้องการ

ข้อเสนอแนะอื่นๆเพิ่มเติมของพนักงานที่ได้จากแบบสอบถาม

- (1) เครื่องคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ และประสิทธิภาพของเครื่องยังไม่สามารถใช้งาน
ได้เต็มที่
- (2) ข้อมูลไม่ค่อยทันต่อเหตุการณ์(Update) เท่าที่ควร
- (3) ควรมีการกำหนดการสิทธิ์ในการเข้าใช้บริการ ให้เหมาะสมกับพนักงานแต่ละคน
- (4) ควรเพิ่มหัวข้ออื่นๆที่น่าสนใจ เช่นข้อมูลบริษัท และข้อมูลแต่ละหน่วยงาน
- (5) ควรปิดปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่แสดงความคิดเห็น
- (6) ตัวหนังสือเล็ก อ่านยาก
- (7) ควรเพิ่มความเร็วในการ Download ข้อมูล
- (8) ควรที่สามารถเปิดใช้ระบบได้จากที่อื่นๆ
- (9) จำกัดการส่ง File ทาง E-mail เพราะมักจะเต็ม และส่งไม่ได้
- (10) หัวข้อต่างๆดูยาก
- (11) ควรสามารถ Post รูปภาพใน Webboard ได้
- (12) เพิ่มการสร้าง Link ใน Webboard
- (13) ควรมีการส่งเสริมจิตสำนึกในการใช้ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร
- (14) หน้าเว็บหลักที่เป็นภาษาอังกฤษ ควรมีภาษาไทยบอกว่าจะ Link ไปหัวข้อต่างๆ
อย่างไร
- (15) ควรพัฒนาให้ใช้งานเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารภายในองค์กรให้มากขึ้น
- (16) พนักงานบางคนขอ Password ส่วนตัวแต่หัวหน้าไม่อนุมัติ

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารในองค์กร : กรณีศึกษา THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานที่สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี) และสนามบินดอนเมือง รวมทั้งหมด 399 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1.1 สถานภาพของพนักงานบริษัทการบินไทย ที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงานบางพฤติกรรมแตกต่างกัน

5.1.1.1 เพศชายและเพศหญิง มีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน และมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่เท่ากัน

5.1.1.2 กลุ่มช่วงอายุต่างๆ มีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์ของพนักงานบริษัทการบินไทย แตกต่างกัน มีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และมีการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ไม่เท่ากัน

5.1.1.3 กลุ่มพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างๆกัน มีความถี่ และระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน รวมทั้งมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่เท่ากัน

5.1.1.4 พนักงานที่มีช่วงอายุการทำงานต่างกัน มีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน และมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่เท่ากัน

5.1.1.5 พนักงานที่มีความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ มีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน มีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่เท่ากัน รวมทั้งมีปริมาณการเปิดรับข่าว

5.1.1.6 พนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ. สำนักงานใหญ่ และสนามบินดอนเมือง มีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน

มีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ตไม่เท่ากัน รวมทั้งมีการใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แยกต่างหาก

พฤติกรรมที่มีความแตกต่างกันในทุกสถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere และปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แยกต่างหาก

5.1.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และเนื้อหา ที่แตกต่างกันของอินทราเน็ต THAI Sphere บางปัจจัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แยกต่างหาก

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี บางปัจจัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แยกต่างหาก

5.1.2.1 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยเรื่อง ความสวยงาม และสีสัน กับ ปัจจัยเรื่อง ความมั่นใจในระบบของ Software และ Network มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีความถี่ในการเข้าไปใช้บริการมากตามไปด้วย

5.1.2.2 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยเรื่อง ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีระยะเวลาในการเข้าไปใช้บริการมากตามไปด้วย

5.1.2.3 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยเรื่อง ปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยด้านความเร็วในการแสดงผล และปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบ อินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.2.4 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความเร็วในการแสดงผล และปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.2.5 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความสวยงาม และสีสัน ปัจจัยขั้นตอนของการใช้งานเข้าใจได้ง่าย ปัจจัยความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน และปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะเห็นได้ว่าพนักงานเหล่านี้ มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.2.6 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ปัจจัยความเร็วในการแสดงผล ปัจจัยขั้นตอนของการใช้งานเข้าใจง่าย ปัจจัยความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน ปัจจัยเรื่องลดค่าใช้จ่าย ในด้านงานเอกสารขององค์กร ปัจจัยการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive และ ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน ซึ่งมี

อิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

ปัจจัยเกี่ยวกับด้านเนื้อหา บางปัจจัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

5.1.2.7 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา และ ปัจจัยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.2.8 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความสมบูรณ์ของ เนื้อหา และปัจจัยความถูกต้อง ที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.2.9 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี และปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.2.10 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.2.11 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.2.12 พนักงานที่เห็นว่า ปัจจัยความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของเนื้อหา ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยความหลากหลายของเนื้อหา ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และปัจจัยที่เป็นเรื่องราวที่ทันต่อเหตุการณ์ มีอิทธิพลต่อการเข้าไปใช้บริการมาก จะมีการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มากตามไปด้วย

5.1.3 **ความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมองค์กร กับพฤติกรรมการสื่อสาร** ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงาน มีพฤติกรรมการสื่อสารบางอย่างที่มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

5.1.3.1 ความถี่ในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere กับวัฒนธรรมองค์กร ของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยภาพรวมแล้ว ไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในข้อใดที่สัมพันธ์กับความถี่ในการเข้าใช้ THAI Sphere

5.1.3.2 พนักงานที่ใช้ระยะเวลาในการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มาก จะมีความเห็นว่า มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การนำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่างค์กรมีความทัดเทียมได้กับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับเอาวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก การก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ มากขึ้น

5.1.3.3 พนักงานที่ได้ใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มาก จะมีความเห็นว่า มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสุขสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับหน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม การมีความสุขและสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การนำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่างค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก การก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ มากขึ้น

5.1.3.4 พนักงานที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มาก จะมีความเห็นว่า มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น การรู้สึกว่างค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก มากขึ้น

5.1.3.5 พนักงานที่มีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มาก จะมีความเห็นว่า มีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรในประเด็น การรู้สึกได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสุขสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับหน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความรู้สึกว่างค์กรมีความ

ทัดเทียมได้กับองค์กรชั้นนำอื่นๆ การรับเอาวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับ
ความเป็นวัฒนธรรมโลก มากขึ้น

5.1.3.6 พนักงานที่มีการเข้าไปใช้ Webboard มาก จะมีความเห็นว่า การรู้สึกได้รับการ
สนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมากขึ้น การมีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลม
เกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความสุข และสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความ
คิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี การ
ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี การพัฒนาทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ
เพิ่มขึ้น นำเอาภาษาแสดงมาใช้ใน Webboard มากขึ้น การรู้สึกว่าองค์กรมีความทัดเทียมกับองค์กร
ชั้นนำอื่นๆ การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก สามารถเชื่อมต่อกับความเป็นวัฒนธรรมโลก และ
การก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจาก ไมตรีสัมพันธ์ มากขึ้น

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลของการวิจัยนี้ พบว่า

5.2.1 สถานภาพต่างๆของพนักงาน ก่อให้เกิดพฤติกรรมในการใช้ อินทราเน็ต THAI
Sphere โดยรวมแตกต่างกัน แต่มีเพียงบางพฤติกรรม ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งในส่วนที่ไม่แตกต่างกันนี้
ไม่ได้เป็นไปตามผลการศึกษาของ Kippax and Murray (อ้างถึงใน นิชดา เตรีมชัยศรี, 2542 :23) ที่
ได้เสนอผลการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ มีอิทธิพลต่อการ
แสดงออกถึงพฤติกรรมการสื่อสาร เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ

สถานภาพของเพศ พบว่า เพศชาย และเพศหญิง ไม่มีความแตกต่างในเรื่อง ระยะเวลา
ที่ใช้อินทราเน็ต การเปิดรับข่าว และการใช้ Webboard ซึ่งอธิบายได้ว่า ปัจจุบัน หญิง ชาย มีความ
ทัดเทียมกันในการที่จะแสวงหาความรู้จากสื่อผ่านระบบอินทราเน็ต ที่ไม่มีการกีดกันในเรื่องเพศ
ส่วนเรื่องการใช้ประโยชน์จากอินทราเน็ตนั้นยังคงแตกต่างกันอยู่ ระหว่างหญิงและชาย

สถานภาพของอายุ พบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ รวมทั้งการเปิดรับ
ข่าว ให้เหตุผลได้ว่า สื่ออินทราเน็ต THAI Sphere นั้น มีขีดความสามารถในการให้บริการ
ตลอดเวลา แต่ด้วยข้อจำกัดของพนักงาน ที่จะได้ใช้เฉพาะช่วงเวลาพัก ซึ่งเป็นช่วงสั้นๆ จากข้อมูลที่ได้
คือ ระยะเวลาที่ใช้ 16-30 นาที เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงไม่เห็นความแตกต่าง เพราะมีระยะเวลาใช้
ที่ใกล้เคียงกัน อันเป็นผลต่อเนื่องไปถึงการเปิดรับข่าวสารด้วย

สถานภาพทางด้านการศึกษา พบว่า ในกลุ่มพนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มี
ความถี่ และระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน รวมทั้ง
มีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินทราเน็ตไม่เท่ากัน และความแตกต่างนี้สอดคล้องกับ
การศึกษาของ ปรมะ สตะเวทิน (2539 : 314) กล่าวว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อ

ประสิทธิภาพของผู้รับสาร บุคคลที่มีการศึกษาสูง ก็จะมีความสนใจในข่าวสาร กว้างขวาง ผู้รับสารที่มีการศึกษาต่างกัน จะได้ผลทางด้าน ทักษะการสื่อสาร ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมกรรมการสื่อสารแตกต่างกัน

สถานภาพด้านอายุการทำงาน พบว่า พนักงานที่มีช่วงอายุงานต่างกัน มีความถนัดในการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere แตกต่างกัน โดยมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน และมีปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่เท่ากัน แสดงให้เห็นว่า พนักงานมีความใฝ่รู้มากน้อยตามอายุงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานที่เข้าทำงานแล้วระยะหนึ่ง จะมีความใฝ่รู้มากเพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

สถานภาพด้านความชำนาญในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ พบว่า ระดับความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ของพนักงาน มีผลกับพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต ในทางแตกต่างเกือบทุกด้าน ยกเว้นเพียง ระยะเวลาในการใช้เท่านั้น แสดงให้เห็นว่า คนที่รู้เรื่องคอมพิวเตอร์ดีกว่า มีโอกาสใช้ประโยชน์จาก THAI Sphere ได้มากกว่าซึ่งเป็นไปตามการศึกษาของ Kippax and Murray (อ้างถึงใน นิชดา เตรีมชัยศรี, 2542 :23) ที่ว่า อาชีพ ความชำนาญเฉพาะด้าน เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ

สถานภาพของสถานที่ปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ และ สนามบินดอนเมือง มีพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตไปในทางแตกต่างเกือบทุกด้าน อธิบายได้ว่า ลักษณะการทำงานของทั้งสองแห่งแตกต่างกัน กล่าวคือ ที่สำนักงานใหญ่ ทำเป็นแบบ Office Time ส่วนที่สนามบินดอนเมือง ทำงานตลอด 24 ชั่วโมงโดยแบ่งเป็นผลัด ดังนั้นช่วงเวลา และระยะเวลาในการใช้ จึงแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere พบว่าพฤติกรรมการใช้ประโยชน์นี้ มีความแตกต่างไปตามสถานภาพของพนักงานได้แก่ สถานภาพของเพศ อายุ อายุการทำงาน ความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ และสถานที่ปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kippax and Murray (อ้างถึงใน นิชดา เตรีมชัยศรี, 2542 :23) ที่พบว่า ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ

5.2.2 ผลการวิจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ ของปัจจัยด้านเทคโนโลยี และเนื้อหา กับพฤติกรรม การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphereของพนักงาน พบว่า

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับ การใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร ปริมาณของการเข้าร่วมกิจกรรม ปริมาณของการเปิดรับข่าวสาร และการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere และปัจจัยด้านเนื้อหา โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับ ความถนัดในการใช้ การสื่อสาร ระยะเวลาในการใช้การสื่อสารผ่าน ปริมาณการเปิดรับข่าวสาร และการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere สอดคล้องกับแนวคิดของ กริช สืบสนธิ์ (2537 : 87) ที่กล่าวถึง

พฤติกรรมการสื่อสารว่า พฤติกรรมทุกประเภทของมนุษย์จะต้องมีแรงกระตุ้นมาจากความต้องการหรือจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การสื่อสารก็เป็นพฤติกรรมที่มีจุดประสงค์เป็นแรงกระตุ้น โดยผลการศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere นี้เป็นไปตามแนวคิดของ เสนาะ ดิยาว (2538 : 77) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลที่อยู่ในองค์กร ศึกษาได้จาก วิธีการที่ใช้ในการสื่อสาร ความสนใจในชนิดของข่าวสาร และ การรับข่าวสาร สนับสนุนผลการวิจัยข้างต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินทราเน็ตของพนักงาน เช่น การใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร ปริมาณการเข้าร่วมกิจกรรม หรือ ปริมาณการเปิดรับข่าว ผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ซึ่งเป็นลักษณะที่สะท้อนถึง วิธีการที่ใช้ในการสื่อสาร ความสนใจในชนิดของข่าวสาร และ การรับข่าวสาร นั้น มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านเนื้อหา หรือทั้ง 2 ปัจจัย

นอกจากนี้ยังได้พบว่า พฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเทคโนโลยีได้แก่ ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ความรวดเร็วในการแสดงผล และการลดค่าใช้จ่าย ด้านงานเอกสารขององค์กร และปัจจัยด้านเนื้อหาได้แก่ ปัจจัยการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้ด้านเทคโนโลยี และปัจจัยการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wenner (อ้างถึงใน นิชดา เตรียมชัยศรี, 2542 :24) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) จัดอยู่ในกลุ่มของ Orientational Gratifications ซึ่งหมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อใช้ในการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา และอาจสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) กาญจนา แก้วเทพ (2541 : 306) ได้อธิบายถึงแนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อไว้ดังนี้ คือ โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง และเมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงเป็นการกระทำกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน (Goal-oriented activity) ในท่ามกลางสถานะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกเดียวของบุคคล หากเป็นเพียงตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ สำหรับทิศทางการที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าว ก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ

ดังนั้นลักษณะของการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการสื่อสาร ซึ่งต้องอาศัยเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง ตามที่ Walther (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543 :101) ให้ความหมาย CMC เอาไว้กว้าง ๆ ว่า คือ การประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (Computer conferencing) และ การใช้ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic

Mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (Synchronous) หรือต่างเวลากัน (Asynchronous) โดยที่ผู้ส่งสารใส่รหัส (Encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (Text Messages) ซึ่งจะถูกถ่ายทอด (Relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร ซึ่งการสื่อสารแบบ CMC จัดว่าอยู่ในสาขาของสื่อใหม่ (New Media) โดยนิยามของ Rogers และ Rice (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543 :105) เน้นเรื่องกระบวนการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ และการปฏิสัมพันธ์กัน (Interactivity) ทำให้เกิดผลสะท้อนต่อสังคมในวงกว้าง 2 แนวทาง คือ ส่งผลกระทบต่อคนในสังคม ว่าทำให้เกิดภาษาแสดง เกิดวัฒนธรรมใหม่ เกิดผลทางจิตวิทยาซึ่งลดทอนความเป็นธรรมชาติของมนุษย์ลง เนื่องจากการสื่อสารที่มีแต่ัวงภาษาล้วนๆ มุ่งเน้นเพื่อการใช้งาน (Task Oriented) สนใจประสิทธิภาพสูงสุดภายในเวลาที่จำกัด และอีกแนวทางหนึ่ง คือ ผลของ CMC ทำให้เกิดชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะที่มีประเด็นแอบแฝงภายในมากมาย จึงเกิดสังคมชนิดใหม่ที่เรียกว่าเป็น “สังคมไซเบอร์” (Cyber Society) จากคำอธิบายทั้ง 2 แนวทางนี้เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ใช้ Webboard

5.2.3 เมื่อพิจารณาผลความสัมพันธ์ของ พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรของการบินไทย ในภาพรวมนั้นวัฒนธรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้การสื่อสาร การใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร ปริมาณการเข้าร่วมทำกิจกรรม ปริมาณในการเปิดรับข่าวสาร และปริมาณการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere ซึ่งหมายถึงว่า ผู้ที่ใช้เวลาในการสื่อสาร เพื่อใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร ด้วยการเข้าร่วมทำกิจกรรม และเปิดรับข่าวสาร รวมถึงการใช้ Webboard ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต THAI Sphere มาก ก็ จะมีความเห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวกมากขึ้น โดยผลกระทบจาก พฤติกรรม การใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ซึ่งในบางพฤติกรรมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของ วัฒนธรรมองค์กรไปในทางที่ดีขึ้น เช่นมีความสุขและสนุกกับการทำงานเพิ่มขึ้น การแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรีเพิ่มขึ้น การรับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอก และสามารถเชื่อมต่อกับผู้อื่น เป็นวัฒนธรรมโลก การก่อให้เกิดสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจากมิตรสัมพันธ์ การมีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความกลมเกลียวกับ หน่วยงานอื่นๆมากขึ้น การมีความกระตือรือร้นที่จะ แก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม ปัญหาที่เสนอไปได้รับความร่วมมือในการแก้ไข เป็นอย่างดี ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดี การรู้สึกว่าการมีความ ทัดเทียมได้กับองค์กรชั้นนำอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสนาะ ดิยาว (2519 :10) ที่กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการพื้นฐานขององค์กรที่ทำให้กิจกรรมต่างๆดำเนินไปโดยราบรื่นเกิด จากการประสานงานระหว่างสมาชิกขององค์กร ผสานกับแนวคิดของ ชงชัย สันติวงษ์และชนาธิป สันติวงษ์ (2542 : 35) ที่กล่าวไว้ว่า การสื่อสารองค์กรมีคุณลักษณะมุ่งเน้นถึง การประสานร่วมมือกันของคนผู้ทำงานที่ควบคู่ไปกับการมุ่งถึงเป้าหมายของทุกฝ่ายในองค์กรเป็นสำคัญ และเกิดขึ้นบน

พื้นฐานภายในกรอบของระบบองค์กรที่จัดไว้ และ Miles (อ้างถึงใน ชงชัย สันติวงษ์ และชนาธิป สันติวงษ์, 2542 : 39) ได้เสนอไว้ว่า การจัดระบบการสื่อสารแบบมุ่งเน้นความสัมพันธ์ของคนนั้น จะสามารถสร้างสิ่งที่ดีให้เกิดขึ้นคู่กับประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างผลงานให้สำเร็จได้ดีขึ้น

จากผลการวิจัยที่ได้พบว่า พนักงานที่ได้ใช้ระบบอินทราเน็ต THAI Sphere มีความเห็น ว่าวัฒนธรรมองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวกับการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานภายใน และความสนใจ กระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าว มีความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น สรุปได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรของบริษัทรถบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นวัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Cooke และคณะ (อ้างถึงใน มรุต ประเสริฐศรี, 2537 :12) ทั้ง 4 ลักษณะที่แสดงให้เห็นว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ กล่าวคือ

5.2.3.1 ลักษณะเน้นความสำเร็จ (Achievement) โดยพนักงานมีความรู้สึกภูมิใจ ผูกพัน และหวงแหนองค์กรนี้มากขึ้น และมีความรู้สึกว่าการนี้ มีความทัดเทียมในด้านเทคโนโลยีเมื่อเทียบกับองค์กรชั้นนำในระดับนานาชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กริช สืบสนธิ์ (2537 : 2) ที่ว่า ก่อให้เกิดความรู้สึกของการมีส่วนร่วม หรือ การมีชื่อเสียงของบริษัท หรือกับองค์กรนั้นๆ

พนักงานรู้จักการทำงานเป็นทีม ได้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มัลลิกา ต้นสอน (2546 : 122) ที่กล่าวถึง “การทำงานเป็นทีม” (Team work)จะนำมาซึ่งความสำเร็จ และแนวคิดของ Robbins (อ้างถึงใน กริช สืบสนธิ์, 2537 : 48) ที่ว่า การประสานงานหรือการร่วมมือ (Integration) โดยที่หน่วยงานในองค์กรต่างๆ ได้รับการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมประสานและร่วมมือกัน

5.2.3.2 ลักษณะเน้นสัจการแห่งตน (Self-Actualizing) พนักงานมีการพัฒนาทักษะของตนเองในการใช้ภาษาอังกฤษ และได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไพบูลย์ ช่างเรียน (2532 :10) ที่ว่า วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ของคนในองค์กร

ทำให้สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรี เพิ่มขึ้นมากกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประชุม โพธิกุล (2531 : 45-46) ที่ว่า อิสรภาพส่วนบุคคล เป็นระดับความรับผิดชอบ ความมีเสรีภาพ และโอกาสในการแสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของปัจเจกบุคคลในองค์กร

5.2.3.3 ลักษณะเน้นบุคคลและการกระตุ้น (Humanistic-Encouraging) รู้สึกมีความสุข และสนุกสนานกับการทำงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wenner (อ้างถึงใน นิชดา เตรีมชัยศรี, 2542 :24) ที่ว่า เพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ เช่น เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ของพนักงานในองค์กร

ส่วนเรื่องการได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้ เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประชุม โพธิกุล (2531 : 45-46) ที่ว่า ได้รับการสนับสนุน (Support)

ความช่วยเหลือในการทำงานของผู้บังคับบัญชาต่อลูกน้อง ให้ได้รับความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา เป็นสิ่งจำเป็นของวัฒนธรรมองค์กรลักษณะสร้างสรรค์

5.2.3.4 ลักษณะเน้นไมตรีสัมพันธ์ (Affiliative) ทำให้หน่วยงานต่างๆในการบินไทย มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมากขึ้น และรู้สึกว่าได้ได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงาน เพิ่มมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อมเรศ ศิลาอ่อน (2528 : 95) กล่าวว่า องค์กรที่ไม่มีวัฒนธรรม หรือมี แต่วัฒนธรรมมีความอ่อนแอ มักจะมีปัญหาในด้านความสามัคคี มักมีความตึงเครียดในกลุ่มต่างๆ จะเห็นได้ชัดว่าวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งและสร้างสรรค์นั้น พนักงานมักจะทำงานด้วยความมีมิตรไมตรีต่อกัน และช่วยเหลือกันด้วยความเต็มใจ

ก่อให้เกิดความอบอุ่นจากไมตรีสัมพันธ์ขึ้นในกลุ่มสังคม Cyber ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุนทร วงศ์ไวยวรรณ (2540 : 28) ที่ว่า วัฒนธรรมเป็นค่านิยม ความเชื่อและพฤติกรรมร่วมของกลุ่มคน วัฒนธรรมองค์กรเป็นปรากฏการณ์ของกลุ่มคนจำนวนหนึ่งในหน่วยงานโดยสร้างเอกลักษณ์ร่วมกันในหมู่สมาชิก และตระหนักว่าแต่ละคนเป็นพวกเดียวกันหรืออยู่ในกลุ่มเดียวกันเพราะมีค่านิยมความชอบที่คล้ายคลึงกันจนเกิดเป็นชุมชนที่อบอุ่นขึ้นในระบบอินทราเน็ต

ผลกระทบต่อวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์กับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการสื่อสารขององค์กร จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงไปทั้งในทางบวกและลบ แต่จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกมากกว่าเทคโนโลยีใหม่ๆที่เข้ามารองรับการทำงานของพนักงานได้สะดวก รวดเร็ว รวมทั้งในด้านของ Interactive และการใช้งานของ Corporate E-mail ช่วยส่งเสริมให้การสื่อสารขององค์กรเป็นไปด้วยความคล่องตัว ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้แก่องค์กรเพื่อไปสู่ความสำเร็จ ส่วนในเรื่องความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรที่ต้องเข้าไปดูแลอย่างใกล้ชิด อันเกิดจาก “สังคมไซเบอร์” (Cyber Society) ใน Webbaord ที่อาจจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรไปในทางลบได้ เช่นการแสดงความคิดเห็นที่เกินเลยขอบเขต หรือมีข้อความพาดพิงถึงผู้อื่นไปในทางเสียหาย รวมทั้งเรื่องการใช้ภาษา เช่นภาษาสแลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติ กันภัย (2543 : 91-140) และสมยศ นาวิการ (2544 : 136) ที่ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับเรื่องการใช้วัจนภาษา (verbal)และอวัจนภาษา (nonverbal information) ว่ารูปแบบใหม่ของการใช้ถ้อยคำจะมีลักษณะเฉพาะตัว และเป็นคุณสมบัติเฉพาะของชุมชนหรือกลุ่มนั้น ซึ่งมีผลต่อความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมองค์กรทั้งสิ้น

วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เราจะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ขึ้น เนื่องจากมนุษย์เป็นผู้ที่มีมันสมองหรือความคิด ดังนั้นในการถ่ายทอดวัฒนธรรมทำให้มนุษย์สามารถที่จะคิดค้นปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขึ้นใหม่ได้ เพื่อความเหมาะสม

ตลอดจนสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับวัฒนธรรมและสังคมมนุษย์ให้สูงขึ้น จึงทำให้วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปเช่นในเรื่องของ สิทธิเสรีภาพทางความคิด หรือนวัตกรรมใหม่ๆที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมา การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ทำให้สังคมมีความเจริญก้าวหน้าและสามารถพัฒนาต่อไปได้ กล่าวโดยรวมผลของการวิจัยนี้สรุปได้ว่าวัฒนธรรมองค์กรของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกหรือเปลี่ยนแปลงไปในทางสร้างสรรค์นั่นเอง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากการวิจัยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไข ระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ไว้ดังนี้

5.3.1.1 ผู้บริหารที่มีหน้าที่ในการดูแลระบบอินทราเน็ต ควรจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์ให้เพียงพอต่อผู้ใช้งาน และเครื่องคอมพิวเตอร์ควรมีประสิทธิภาพที่ทันสมัยสามารถรองรับระบบการใช้งานได้เต็มที่

5.3.1.2 ผู้ที่ดูแลในด้านเนื้อหาบนอินทราเน็ต ควรปรับปรุงเนื้อหาให้ทันต่อเหตุการณ์ (Update) รวมทั้งควรเพิ่มหัวข้ออื่นๆที่น่าสนใจ เช่นข้อมูลบริษัท และข้อมูลในแต่ละหน่วยงานให้ดียิ่งขึ้น

5.3.1.3 การนำเสนอข้อมูลบนอินทราเน็ต ควรปกปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่แสดงความคิดเห็น เพื่อให้แสดงความคิดเห็นต่างๆได้อย่างเต็มที่

5.3.1.4 ควรปรับปรุงระบบการจัดเก็บ E-mail ให้มีความจุมากขึ้นรวมทั้งการจัดส่ง File ทาง E-mail ให้สามารถส่งได้อย่างสมบูรณ์และรวดเร็วขึ้น

5.3.1.5 ควรพัฒนาให้ใช้งานเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารภายในองค์กรให้มากขึ้น เช่น ควรพิจารณาระบบการอนุญาตให้เข้าใช้งาน เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าใช้ได้อย่างทั่วถึง และมีความเป็นธรรม

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบอินทราเน็ต เพื่อการสื่อสารของพนักงานบริษัท การบินไทย (มหาชน) จำกัด ได้ศึกษาเฉพาะตัวแปรที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้ โดยสอบถามจากพนักงานผู้ใช้บริการเท่านั้น หากงานวิจัยครั้งต่อไปต้องการที่จะศึกษาในแง่มุมอื่นๆได้อีกหลายแง่มุม เช่นอาจจะศึกษาในประเด็นของทัศนคติเชิงเปรียบเทียบระหว่างผู้ที่มีสิทธิ์ได้ใช้งาน ในระบบอินทราเน็ตและผู้ไม่มีสิทธิ์ได้ใช้งาน ว่ามีทัศนคติต่อการใช้การสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ตอย่างไรและนำมาประกอบกับการศึกษาในงานวิจัยนี้จะได้ภาพรวมของการใช้งานระบบอินทราเน็ตนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

5.3.2.2 งานวิจัยนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบอินทราเน็ตเพื่อการสื่อสาร เน้นเฉพาะพนักงานของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ซึ่งผลที่ได้สามารถอธิบายได้เฉพาะปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ภายในองค์กรของบริษัทการบินไทยเท่านั้น สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาเชิงเปรียบเทียบกับการใช้อินทราเน็ตขององค์กรอื่น เช่น การเปรียบเทียบกับการใช้ระบบอินทราเน็ตในหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจอื่นๆ

5.3.2.3 งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาภาพรวมของพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบอินทราเน็ต THAI Sphere ของพนักงาน ซึ่งผลของงานวิจัยสามารถอธิบายลักษณะของการใช้กว้างๆได้ แต่หากจะศึกษาเพิ่มเติมเจาะลึกในประเด็นต่างๆ อาจใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกตการณ์ การวิเคราะห์เนื้อหา หรือการสัมภาษณ์เจาะลึก ช่วยศึกษาเพิ่มเติม ได้แก่ การใช้ Webboard ผ่านระบบอินทราเน็ต ในประเด็น ความเหมาะสมของเนื้อหาที่แสดงบน Webboard เป็นต้น

5.3.2.4 งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลเฉพาะหน่วยงานที่ สำนักงานใหญ่ และที่สนามบินดอนเมืองเท่านั้น ดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยในครั้งต่อไป ยังมีหน่วยงานอื่นรวมทั้งพนักงานที่อยู่ในต่างประเทศด้วยที่จะต้องทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม

5.3.2.5 งานวิจัยนี้อาจจะเป็นพื้นฐาน สำหรับผู้ที่สนใจในเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารขององค์กร ในยุคโลกาภิวัตน์ ที่ระบบอินทราเน็ต มีส่วนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับพนักงานขององค์กร เพื่อที่จะทำการศึกษากับองค์กรอื่นๆต่อไป

Draft

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ และ กิตติ กันภัย. (2543). **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). **สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- กริช สืบสนธิ์. (2537). **วัฒนธรรมและพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองการ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษฎา วิสาชีวานนท์. (2546). **สู่การเป็นผู้นำในการใช้ ERP**. กรุงเทพฯ : ศ.ศ.ท.
- ธงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์. (2542). **องค์กรกับการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสนาะ ดิเขาว์. (2519). **การสื่อสารในองค์กร**. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2539). **หลักและทฤษฎีสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ไพบุลย์ ช่างเรียน. (2532). **วัฒนธรรมกับการบริหาร**. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- มัลลิกา ตันสอน. (2546). **พฤติกรรมองค์กร** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ด้านสุทธาการพิมพ์.
- สุนทร วงศ์ไวยสุวรรณ. (2540). **วัฒนธรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ : โฟร์เพช.
- สมยศ นาวิก. (2544). **การติดต่อสื่อสารขององค์กร** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บทความ

- ไกรฤทธิ บุญเกียรติ. (2530, พฤศจิกายน). “วัฒนธรรมองค์กร.” นิตยสารการทำเรื่อง. หน้า 16.
- ประชุม โพธิกุล. (2531, 30 มีนาคม). “วัฒนธรรมองค์กร Organization Culture.” มิตรครู. หน้า 45-46.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2534, 30 กันยายน). “วัฒนธรรมองค์กรกับการปฏิบัติงานของพนักงาน.” เพิ่มผลผลิต. หน้า 4.
- อมเรศ สีลาอ่อน. (2528, 7 มกราคม). “วัฒนธรรมองค์กร.” สไตล์. หน้า 95.
- ชลิต และคณะ. (2548, มีนาคม). “ERP.” วารสาร DT news การบินไทย, 11,123. หน้า 6.

วิทยานิพนธ์

- จิตติมา กาญจนินทุ. (2545). **สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนาธุรกิจชุมชนของ บริษัท ยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตติรัตน์ พุทธิสารชัย. (2544). **พฤติกรรมกรรมการนำบริการเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการทำงานของพนักงานบริษัทร่วมทุนในเขต กรุงเทพฯ.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธิดา วุฒิเชียร. (2539). **ทัศนคติของข้าราชการ สำนักงานประมง ที่มีต่อการใช้ Micro Computer ในการปฏิบัติงาน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นิชดา เตรียมชัยศรี. (2542). **การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ของพนักงานธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมธินี มอร์เตโร. (2541). **ความคิดเห็นต่อการสื่อสารในองค์กร และทัศนคติของพนักงานต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- มรุต ประเสริฐศรี. (2540). วัฒนธรรมองค์การของรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้า : การศึกษาเปรียบเทียบ ระหว่างการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) การไฟฟ้านครหลวง (กฟน.) และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ในเขตกรุงเทพและเขตปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศุภนาฏ บัวบางพลู. (2546). พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่ม บริษัทเครือข่ายโทรคมนาคม. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุทธิพร โชควิวัฒน์. (2545). การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการจัดการสื่อสารภายในธนาคารแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วชิระ ต้นสกุล. (2543). ความพึงพอใจของพนักงาน บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) ต่อ การใช้ระบบ อินเทอร์เน็ต เพื่อการสื่อสารในองค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อภิวัฒน์ เปรมบุญ. (2545). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์การกับความพึงพอใจในการทำงานของข้าราชการสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระดับ 1-ระดับ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อัยยา สวนแก้ว. (2542). ลักษณะและพฤติกรรมของการสื่อสารภายในองค์กรของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- คัมภีร์ มากแก้ว. (2548, ธันวาคม). ระบบ Corporate E-mail วารสาร การบินไทย. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2549, จาก http://thaisphere.thaiairways.co.th/corporate_e-mail/html

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

- Frenzel, Carroll. W. and John, C. (2004). **Management Of Information Technology** (4 th ed.). Canada.
- Habermann, F. (2000). **Making ERP a Success Communication Vol.43**. Boston.
- Katz, Elihu and Jay, G. Blunder and M. Gurevitch. (1974). **Utilization of Mass Communication By The Individual. In The Uses of Mass Communications**. Beverly Hills.
- Kippax, Susan, and Murray, John. P. (1980). **Using of Mass Media Need Gratification and Perceived Utility Communication Research Vol.7**.
- Taro, Yamane. (1973). **Statistic : An Introductory Analysis** (3 rd ed.). Harper International Edition, Tokyo.
- Wenner, Lawrence. A. (1985). **The Nature of News Gratifications. Media Gratifications Research. Current Perspective**. Beverly Hills.

DPUC

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารในองค์กร :

ศึกษากรณี THAI Sphere ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์เท่านั้น ข้อมูลของท่านเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในเรื่องนี้เป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของพนักงานการบินไทยทุกท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของพนักงานการบินไทย

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องหน้าคำตอบที่ท่านเลือกตามความเป็นจริง

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 21 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 31 – 40 ปี
<input type="checkbox"/> 41 - 50 ปี	<input type="checkbox"/> 51 - 60 ปี
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> ม.4 – ม.6 / ปวช. / หรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> ปวส. / อนุปริญญา / หรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท
<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก	
4. อายุการทำงานกับการบินไทย

<input type="checkbox"/> 1 – 5 ปี	<input type="checkbox"/> 16 - 20 ปี
<input type="checkbox"/> 6 – 10 ปี	<input type="checkbox"/> 21 - 25 ปี
<input type="checkbox"/> 11 – 15 ปี	<input type="checkbox"/> 25 ปี ขึ้นไป
5. ระดับความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์

<input type="checkbox"/> มีความชำนาญระดับน้อยมาก	<input type="checkbox"/> มีความชำนาญระดับน้อย
<input type="checkbox"/> มีความชำนาญระดับปานกลาง	<input type="checkbox"/> มีความชำนาญในระดับดี
<input type="checkbox"/> มีความชำนาญระดับดีมาก	
6. สถานที่ปฏิบัติงาน

<input type="checkbox"/> สำนักงานใหญ่ (วิภาวดี)	<input type="checkbox"/> สนามบินดอนเมือง
---	--

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของพนักงานการบินไทย

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องหน้าคำตอบที่ท่านเลือกตามความเป็นจริง

7. ท่านใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere กี่วันต่อสัปดาห์
- | | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 – 2 วัน | <input type="checkbox"/> 3 - 4 วัน |
| <input type="checkbox"/> 5 – 6 วัน | <input type="checkbox"/> ทุกวัน |
8. ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ในแต่ละครั้ง
- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 15 นาที | <input type="checkbox"/> 15 – 30 นาที |
| <input type="checkbox"/> 30 – 45 นาที | <input type="checkbox"/> 45 – 60 นาที |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 60 นาที ขึ้นไป | |
9. ช่วงเวลาใดที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere บ่อยที่สุด
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 06:00 – 12:00 น. | <input type="checkbox"/> 12:00 – 18:00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18:00 – 24:00 น. | <input type="checkbox"/> 24:00 – 06:00 น. |
10. ประโยชน์ที่ท่านได้รับ จากการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- เพื่อความผ่อนคลาย เพลิดเพลิน
 - แสวงหาข่าวสารเพื่อไปสนทนากับผู้อื่น (ไม่ตกข่าว)
 - เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ
 - เพื่อก้าวทันเทคโนโลยี สื่อใหม่ (New Media)
 - ค้นหาข้อมูลบางอย่างเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ
 - เพื่อแบ่งปันความรู้และช่วยเหลือแนะนำผู้อื่น
 - สามารถติดต่อได้กับทุกสำนักงานทั่วโลก (Globalization System)
 - อื่นๆ โปรดระบุ
11. กิจกรรมใดที่ท่านเข้าไปทำในอินเทอร์เน็ต THAI Sphere (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- อ่านข่าวสารทั่วไป
 - เข้า WEBBOARD
 - รับส่ง e-mail
 - ค้นหาข้อมูลทาง INTERNET
 - DOWNLOAD ข้อมูลจาก INTERNET
 - ค้นหาข้อมูลภายในองค์กร
 - ออกบัตรโดยสารพนักงาน
 - อื่นๆ โปรดระบุ

12. ข่าวประเภทใดที่ท่านเข้าไปอ่านในอินทราเน็ต THAI Sphere (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข่าวสารวันนี้ (ทันต่อเหตุการณ์)
- ข่าวเกี่ยวกับเรื่องภายในบริษัท
- ข่าว ท่องเที่ยว-บันเทิง-กีฬา
- ข่าวเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
- ข่าวด้านธุรกิจการบิน
- ข่าวการเมือง
- อื่นๆ โปรดระบุ

13. สาเหตุที่ท่านเข้ามาใช้ WEBBOARD (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพราะสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี
- เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวในหมู่นักงาน
- วิเคราะห์เรื่องราวจากน่านาทัศนะแนวคิดที่หลากหลายของพนักงาน
- ไม่ต้องเปิดเผยตัวจริงเพราะว่าเป็นการสื่อสารที่ไม่ต้องเผชิญหน้า
- แจ้งข่าวและรับรู้เรื่องราวข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่พนักงาน
- ได้ร่วมสนทนากับผู้ที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน(สังคมเฉพาะกลุ่ม Cyber Society)
- ได้ประโยชน์จากการซื้อขาย แลกเปลี่ยน
- อื่นๆ โปรดระบุ

14. หัวข้อเรื่องใดใน WEBBOARD ที่ท่านชอบเข้าไปใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> บริษัทของเรา | <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยว-บันเทิง-กีฬา |
| <input type="checkbox"/> เทคโนโลยี | <input type="checkbox"/> เศรษฐกิจ การเงิน |
| <input type="checkbox"/> ครอบครัว สุขภาพ | <input type="checkbox"/> ซื้อขาย ทั่วไป |
| <input type="checkbox"/> เคล็ดลับการทำงาน | |

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และเนื้อหา มีผลทำให้ท่านเข้ามาใช้อินเทอร์เน็ตTHAI Sphere มากน้อยเพียงไร

ปัจจัยด้าน (เทคโนโลยี)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15. ความสะดวกในการค้นหาข้อมูล					
16. ความรวดเร็วในการแสดงผล					
17. มีรูปแบบที่ทันสมัย					
18. มีความสวยงาม สีสันสดใส					
19. จัดหมวดหมู่ได้ชัดเจน					
20. ขั้นตอนการใช้งานเข้าใจง่าย					
21. ความสะดวกของระบบออกบัตรโดยสารพนักงาน					
22. มีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล					
23. สามารถช่วยลดค่าใช้จ่าย งานเอกสารขององค์กร ได้จริง					
24. พอใจในความสามารถของ Corporate e-mail					
25. มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็น Interactive					
26. ความพร้อมของอุปกรณ์ Computer ที่รองรับการใช้งาน					
27. มีความมั่นใจในระบบของ Software และ Network					

ปัจจัยด้าน (เนื้อหาสาระ)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
28. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา					
29. ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเนื้อหา					
30. เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้แก่องค์กร					
31. สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้จริง					
32. มีความหลากหลายของเนื้อหา					
33. เพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี เช่น ด้านการบิน, การสื่อสาร, สื่อ Multimedia					
34. เพิ่มพูนความรู้รอบตัว					
35. เป็นเรื่องราวที่น่าสนใจทันต่อเหตุการณ์ (Up to Date)					

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมองค์กร ของ การบินไทย

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านเห็นว่าการใช้ THAI Sphere มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมองค์กรของการบินไทย ไปอย่างไร

ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนไป	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย ยิ่ง
36. ท่านมีความรู้สึกภูมิใจ ผูกพันและหวงแหน องค์กรนี้มากขึ้น					
37. ท่านได้รับการสนับสนุนในการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ จาก THAI Sphere มากขึ้น					
38. ทำให้หน่วยงานต่างๆในการบินไทย มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมากขึ้น					
39. การใช้THAI Sphere ทำให้มีความกระตือรือร้นที่จะแก้ไขปัญหาให้ประสบความสำเร็จมากกว่าเดิม					
40. รู้สึกมีความสุขและสนุกสนานกับการทำงานเพิ่มมากขึ้น					
41. การใช้THAI Sphere ทำให้สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ เสรี เพิ่มขึ้นกว่าเดิม					
42. THAI Sphere ทำให้ พนักงานรู้จักการทำงานเป็นทีม ได้ดีขึ้น					
43. ข้อร้องเรียนหรือปัญหาต่างๆขององค์กรที่นำเสนอไว้ในTHAI Sphere ได้รับความร่วมมือในการแก้ไขเป็นอย่างดี					
44. ท่านรู้สึกว่าได้รับความช่วยเหลือเกื้อกูลจากเพื่อนร่วมงาน เพิ่มมากขึ้น					
45. THAI Sphere ทำให้มีการพัฒนาตนเองในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น					
46. ได้มีการนำเอา ภาษาสแลง มาใช้ใน Webboard เพิ่มมากขึ้น					
47. มีความรู้สึกว่าองค์กรนี้มีความทัดเทียมในด้านเทคโนโลยี เมื่อเทียบกับ องค์กรชั้นนำอื่นๆ					
48. ได้รับวัฒนธรรมอื่นๆจากภายนอกและสามารถเชื่อมต่อกับ ความเป็นวัฒนธรรมโลก (Globalization)					
49. ก่อให้เกิดกลุ่มสังคม Cyber ที่มีแต่ความอบอุ่นจากไมตรีสัมพันธ์					

50. ท่านคิดว่าการใช้สื่อ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere มีความจำเป็น กับการสื่อสารภายในองค์กรของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) หรือไม่

() จำเป็น เพราะ.....

() ไม่จำเป็น เพราะ.....

51. ท่านคิดว่าสื่อ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ใช้ประโยชน์ได้คุ้มค่า กับการสื่อสารภายในองค์กร ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แล้วหรือไม่

() คุ้มค่าแล้ว เพราะ.....

() ยังไม่คุ้มค่า เพราะ.....

52. ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงแก้ไขสื่อ อินเทอร์เน็ต THAI Sphere ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณพนักงานทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นาย สุคนธ์ เมฆเนย
เกิดวันที่	1 เมษายน 2502
สำเร็จการศึกษา	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
ปีการศึกษา	2531
ตำแหน่ง	นายช่างอากาศยาน
สถานที่ทำงาน	บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

DPU