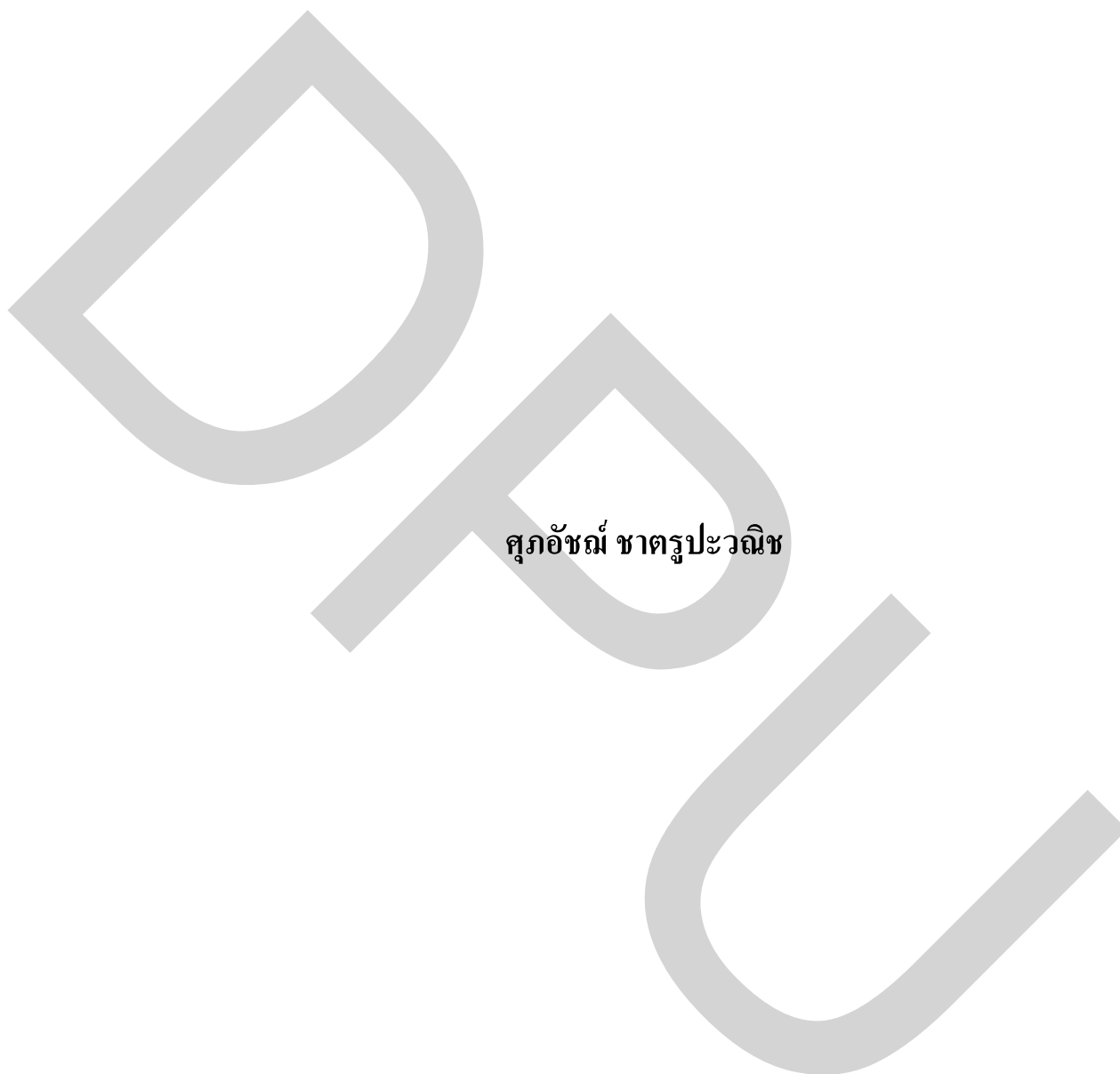


วิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรม
การส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน บมจ. แสตนลิริ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตรสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2550

**The Analysis of The Diffuseness of Electronic Mails: The Case Study of
Electronic Mail Forwarding Behavior by Sansiri Plc Employees**



Suppaach Chatarupavanich

**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**

2007

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน บมจ.แสนสิริ
ชื่อผู้เขียน	ศุภอรรถ ชาติประวณิช
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร. อัครวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์สารสนเทศ
ปีการศึกษา	2549

บทคัดย่อ

การศึกษากการวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน บมจ.แสนสิริ ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงานบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และเพื่อศึกษาปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน โดยการศึกษาในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ที่เกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ พนักงานบมจ.บริษัทแสนสิริ ที่ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่าลงมา จำนวน 200 คน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา และลักษณะวิชาชีพ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติ t-test และ F-test

2. การทดลองเกี่ยวกับประเภทเนื้อหาข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ต่อปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มตัวอย่างการทดลองคำนวณจากตารางสำเร็จของ Krejcie & Morgan จำนวน 132 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) แบ่งเป็นชาย 66 คน และหญิง 66 คนจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากขั้นตอนที่หนึ่ง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 200 คน ทำการทดลองส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ไปยังระบบบริหารเนตภายในองค์กร (Microsoft Outlook) เพื่อวัดค่าการเปิดอ่าน

จดหมาย พร้อมกับวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายผ่านระบบ Internet Counter Tracking ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น หลังจากนั้นนำมาคำนวณหาส่วนต่าง เพื่อหาค่าปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน ที่จากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากกลุ่มตัวอย่างถึงบุคคลอื่น

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20-30 ปี อายุการทำงานอยู่ในช่วง 1-5 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีลักษณะวิชาชีพอื่น ๆ

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน มีการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน 6-10 ฉบับ และเคยรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน 1-5 ฉบับ รูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับส่วนใหญ่เป็นรูปแบบของข้อความธรรมดา (Text Message) รองลงมา คือ รูปภาพ โปรแกรมไฟล์เกมส์ อาทิ EXE, Flash ฯลฯ และ คลิปวิดีโอ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เคยส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน ปริมาณการส่ง 1-5 ฉบับต่อวัน มีพฤติกรรมการส่งต่อ e-mail เป็นแบบข้อความธรรมดา (Text Message) และ e-mail ที่เป็นรูปภาพในปริมาณปานกลาง ส่วน e-mail ที่เป็นโปรแกรมไฟล์ เกมส์ คลิปวิดีโอ และอื่นๆ มีปริมาณการส่งต่อน้อย ส่วนใหญ่มีปริมาณการส่งต่อมากสำหรับ e-mail ที่มีขนาดเล็กกว่า 1 เมกกะไบต์ โดยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ กีฬา บันเทิงและดาราศาสตร์หรือผู้มีชื่อเสียง โหราศาสตร์ เรื่องแปลก และเรื่องเพศ มีพฤติกรรมการส่งต่อสูงสุดในระดับปานกลาง ซึ่งหัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ เนื้อหาที่อยู่ในกระแสนิยม และเนื้อหาให้แง่คิด ให้ความสำคัญในระดับมาก โดยส่วนใหญ่จะใช้เวลาวางจากการทำงาน หรือช่วงหลังเลิกงานในการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่น

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อายุการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง และรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 2 การทดลองเกี่ยวกับประเภทเนื้อหาข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน จากการทดลอง พบว่า

1. ปริมาณการกระจายตัวโดยรวมของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันจากการวัดค่าโดย Internet Counter Tracking พบว่า ค่าเฉลี่ยของปริมาณการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน โดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ย 127.69 ครั้งในระยะเวลา 2 สัปดาห์ โดยส่วนใหญ่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ชลธรรมะ และความเชื่อมีปริมาณการกระจายตัว โดยรวมสูงสุด 179 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุและภัยธรรมชาติได้รับการกระจายตัวน้อยที่สุด 103 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย

2. ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจากการทดลอง จากการวัดค่าจากระบบ Microsoft Outlook พบว่า ค่าเฉลี่ยของปริมาณการกระจายตัวจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างนั้น มีค่าเฉลี่ย 76.5 ครั้งในระยะเวลา 2 สัปดาห์ โดยส่วนใหญ่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรม และการดำเนินคดีมีปริมาณการกระจายตัว โดยรวมสูงสุด 86 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับธรรมะ ศาสนาและความเชื่อ มีการกระจายตัวน้อยที่สุด เพียง 56 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย

3. ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของบุคคลอื่น ที่ได้ปริมาณการวัดจากส่วนต่างๆของการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ถึงกลุ่มตัวอย่างการทดลอง ผ่านระบบ Microsoft Outlook และค่าการวัดการเปิดอ่าน โดยรวมผ่านระบบ Internet Counter Tracking พบว่า ค่าเฉลี่ยของปริมาณการกระจายตัวจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันในส่วนของบุคคลอื่นนั้น มีค่าเฉลี่ย 51.15 ครั้งในระยะเวลา 2 สัปดาห์ ส่วนใหญ่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ชลธรรมะ ความเชื่อ มีปริมาณการกระจายตัวของบุคคลอื่น โดยรวมสูงสุด 123 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุและภัยธรรมชาติ มีการกระจายตัวของบุคคลอื่นน้อยที่สุด เพียง 22 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย

Thesis Title	The Analysis of The Diffuseness of Electronic Mails: The Case Study of Electronic Mail Forwarding Behavior by Sansiri Plc Employees
Author	Suppaach Chatarupavanich
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr. Asawin Natepokaew
Department	Information Communication
Academic Year	2006

ABSTRACT

The Analysis of The Diffuseness of Electronic Mails: The Case Study of Electronic Mail Forwarding Behavior by Sansiri Plc Employees has derived with the objective to analyze the non-work electronic mail forwarding of Sansiri Plc's employees on several angles such as personal characteristics, quantity and content of received non-work electronic mails, forwarding behavior and the diffuseness of electronic mails with different content. The study puts emphasis on two aspects:

1. The study of factors concerning personal characteristics, quantity and content of received non-work electronic mails with relations to forwarding behavior. The sampling group is 200 employees of Sansiri Plc in the ranks down from department managers, categorized by genders, age, employment period, educations and job natures. The tool used in the gathering of raw data is questionnaire, while data analysis has been measured in terms of frequency, percentage, average rate, standard deviation (SD) of differences and the hypothesis test through using the T-test and F-test statistics.

2. There has been an experiment on electric mails' content types and their relations to the quantity of electronic mail's diffuseness. A sample size of 132 has been calculated through the Krejcie & Morgan sample size table and could be equally divided by male and female groups. The sampling group was also randomly selected from the larger employee group of 200, to whom electronic mails with 13 content types were sent and whose recipient's acceptance rate was measured. The researcher's owned internet counter tracking was also used to calculated

differences, forwarding rate and eventually degree of diffuseness of electronic mails with different content types.

The results of the study are:

On the hypothesis test on relations between personal characteristics and behaviors in using electronic mails, it was found that the majority of Sansiri's employees are females aged between 20-30 with the employment period of between 1-5 years and bachelor degrees.

In analyzing the general behavior in using electronic mails via the corporate intranet (Microsoft Outlook) of the sample group, it was found that most of the group members received more than 10 electronic mails per day, from which 6-10 mails were related to works and 1-5 non-work mails. The formats of electronic mails received were mostly plain text message, picture files, program and game files such as EXE and Flash and video clips.

Most of the sampling group used to send about 1-5 non-work electronic mails per day and moderately tended to forward those text and picture electronic mails to others. There was a low quantity of electronic mails containing computer program, game and video clip files, while the forwarding rate of those files was even lower for files sizing less than 1 megabyte. It was also found that electronic mails with content related to science & technology, sports, entertainment, celebrities & movie stars, horoscope, weird stories and sex were forwarded at a medium to high rate. Content related to current affairs, interesting topics and food for thoughts was considered as highly popular. Most of the sampling group spent free-from-work and after-work time to forward mails.

In conclusion on this part of research, personal characteristics, age, employment period and electronic mails' content have significant influence on mail forwarding behavior of the sampling group.

On the part of the study of electric mails' content types and their relations to the quantity of electronic mail's diffuseness, it was found that:

1. On the diffuseness of electronic mails with different content types which was measured by internet counter tracking, the results were that the average recipient acceptance rate of electronic mails with different content types was measured at 127.69 times in a target period of two weeks. The forwarding rate of content related to religion, dharma and superstitious belief

topped at 179 times, while that of content manifesting accident and natural calamities came the lowest, especially in comparison with the average, at 103 times.

2. On the diffuseness of electronic mails with different content types which was measured by Microsoft Outlook's tracking system, the average recipient acceptance rate of electronic mails with different content types was measured at 76.5 times in a target period of two weeks. The forwarding rate of content related to social movement, crimes and criminal prosecutions topped at 86 times, while that of content on religion, dharma and superstitious belief came the lowest, especially in comparison with the average, at 56 times.

3. On the other recipients' diffuseness of electronic mails with 13 different content types which was measured by Microsoft Outlook's tracking and the internet counter tracking systems together, the average other recipient acceptance rate of electronic mails with different content types was measured at 51.15 times in a target period of two weeks. The forwarding rate of content related to religion, dharma and superstitious belief was the highest at 123 times, while that of content manifesting accident and natural calamities came the lowest, especially in comparison with the average, at 22 times.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความช่วยเหลือ แนะนำ และการสนับสนุนจาก ผศ.ดร.อัศวิน เนตร โปธิ์แก้ว กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางในการทำวิจัยมาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกทราบบ้างซึ่งเป็นอย่างยิ่งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ศ.สุกัญญา สุตบรรทัด ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำแนวทางการศึกษา รวมถึงการปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ พ.ท.รศ.ดร. เศรษฐพงศ์ มะลิสวรรณ และ รศ.ศิริชัย พงษ์วิชัย ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึงให้คำชี้แนะแนวทางในการใช้สถิติเพื่อการวิจัย รวมถึงให้คำปรึกษาเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีแนวทางการวิจัยที่มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ที่ให้โอกาสในการทำการวิจัยในหัวข้อเกี่ยวกับการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มุ่งศึกษาพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ขอขอบคุณฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ที่ให้ความอนุเคราะห์และอำนวยความสะดวกในการใช้ระบบคอมพิวเตอร์สารสนเทศภายในบริษัท เพื่อดำเนินการทดลองเกี่ยวกับการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และขอขอบคุณเพื่อนๆ พนักงานบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ทุกคน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและความคิดเห็นเกี่ยวกับการวิจัย

ขอขอบคุณ คุณจิรสุดา อรุณศรี โปรแกรมเมอร์ ฝ่ายการตลาดออนไลน์ บริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ที่ให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาระบบ Internet Counter Tracking ซึ่งเป็นโปรแกรมสำคัญสำหรับการทดลองในงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณฉัฐยา รัศมีเลิศกุล นักวิจัย บริษัท พลัส พร็อพเพอร์ตี้ จำกัด ที่ให้คำปรึกษาและขอแนะนำเกี่ยวกับการใช้สถิติเพื่อการวิจัย โดยเฉพาะการจัดรูปแบบการนำเสนอผลข้อมูลจากโปรแกรม SPSS ในครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ-คุณแม่ ที่สนับสนุนทุนการศึกษาในครั้งนี้นี้ ขอขอบพระคุณญาติผู้ใหญ่ รวมถึงพี่ๆ เพื่อนๆ ทุกคน ที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา และหากมีข้อผิดพลาดใดๆ ในงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอน้อมรับไว้แต่ผู้เดียว

ศุภอชฌ์ ชาตรูปะวงษ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฅ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ.....	ด
บทที่ 1	
บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหำนำวิจัย.....	8
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	9
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	10
1.6 ข้อยำกั้ดการวิจัย.....	10
1.7 คำนิยามศัพท์.....	11
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต และการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	15
2.1.1ระบบอินเทอร์เน็ต.....	15
2.1.2ระบบอินทราเน็ต.....	16
2.1.3ระบบเอ็กทราเน็ต.....	16
2.2 ความรู้เกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) และอีเมลล์ขยะ (junk mail).....	17
2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์.....	17
2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอีเมลล์ขยะ.....	18
2.2.3แนวคิดเกี่ยวกับจดหมายลูกโซ่.....	19
2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์.....	22
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.1 แนวคิดการจัดประเภทของข่าวสาร.....	23
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ การใช้และความพึงพอใจ.....	27
2.4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร	27
2.4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้และความพอใจต่อสื่อ.....	31
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายข้อมูลข่าวสาร	32
2.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์.....	32
2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร.....	33
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
3.1 ประชากร.....	38
3.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	39
3.2.1 ส่วนที่หนึ่ง การทดสอบสมมติฐานการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์.....	39
3.2.1.1 เครื่องมือในการวิจัย.....	39
3.2.1.2 การทดสอบเครื่องมือ.....	40
3.2.1.3 วิธีการศึกษา.....	40
3.2.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
3.2.1.5 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยสมมติฐาน.....	42
3.2.1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	43
3.2.2 ส่วนที่สอง การทดลองเกี่ยวกับ ประเภทเนื้อหาข้อมูลในจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อปริมาณการกระจาย ตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์.....	43
3.2.2.1 เครื่องมือในการวิจัย	43
3.2.2.2 เกี่ยวกับการทดลองและขั้นตอนการทดลอง.....	44
3.2.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลการทดลอง.....	46

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2.2.4 กรอบแนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับการทดลอง.....	47
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4.1 การวิเคราะห์ผลการวิจัยในส่นการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS.....	48
4.1.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
4.1.2.1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	49
4.1.2.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร.....	51
4.1.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร.....	55
4.1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	60
4.2 การวิเคราะห์ผลการทดลอง เกี่ยวกับปริมาณการกระจายตัวของ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน.....	69
4.2.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
4.2.2.1 การวิเคราะห์ปริมาณผลรวมการเปิดรับจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง การทดลอง.....	70
4.2.2.2 การวิเคราะห์ปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างการทดลอง และ ปริมาณการกระจายตัวถึงบุคคลอื่น.....	72
4.2.2.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ปริมาณการกระจายตัวของ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่ม ตัวอย่างการทดลอง.....	91
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	94
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	95
5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของประชากร.....	95

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

5.1.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร.....	95
5.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาส่ง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ต ภายในองค์กร.....	96
5.1.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	98
5.1.5 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย.....	98
5.1.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	98
5.1.5.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กรของ กลุ่มตัวอย่าง.....	99
5.1.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาส่งจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กรของ กลุ่มตัวอย่าง.....	99
5.1.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	100
5.2 การวิเคราะห์ผลการทดลอง การวัดการกระจายตัวของจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท.....	102
5.2.1 การวิเคราะห์ส่วนการทดลอง ปริมาณการเปิดอ่าน จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันในแต่ละ ประเภท ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ต.....	102
5.2.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ปริมาณการกระจายตัวของ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท.	105
5.2.2.1 ปริมาณการกระจายตัวโดยรวมของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มี เนื้อหาแตกต่างกัน จากการวัดค่าโดย Internet Counter Tracking.....	105
5.2.2.2 ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา แตกต่างกันจากการวัดค่าจากระบบ Microsoft Outlook.....	105
5.2.2.3 ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา แตกต่างกันของบุคคลอื่น.....	106

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 อภิปรายผลการวิจัย.....	106
5.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร.....	106
5.3.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง.....	106
5.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง.....	107
5.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	108
5.3.5 การวิเคราะห์ปริมาณผลรวมการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มี เนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจากระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร (ส่วนของการทดลอง).....	109
5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป.....	111
5.4.1 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้.....	112
5.4.2 แนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป	112
บรรณานุกรม.....	114
ภาคผนวก.....	119
ภาคผนวก ก	120
ภาคผนวก ข	141
ประวัติผู้เขียน.....	144

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	15
2.2	ข้อมูลภาพเทพเจ้าในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อ และศาสนา.....	21
2.3	ตัวอย่างจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการประชาสัมพันธ์สินค้าเป็นจำนวนมาก..	26
2.4	แบบจำลองตามแนวคิด Frederick Williams.....	29
2.4	แผนภาพเครือข่ายความสัมพันธ์ของบุคคลที่เกี่ยวข้องกันและเครือข่าย ความสัมพันธ์บุคคลแบบกระจาย.....	34

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กลุ่มตัวอย่าง.....48
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินทราเน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook)51
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับของกลุ่มตัวอย่าง.....53
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง.....55
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (ลักษณะของ e-mail)56
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (ขนาดของข้อมูล)57
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (ลักษณะเนื้อหาข้อมูล).....57
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (ปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อ)59
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (สภาพแวดล้อม)60
4.10	เพศกับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน.....61
4.11	อายุ กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน62
4.12	อายุการทำงาน กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน.....63
4.13	การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม.....64
4.14	ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน.....65
4.15	ลักษณะวิชาชีพ กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน.....66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน.....	67
4.1.7 รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานกับพฤติกรรม การส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน.....	68
4.18 ปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีประเภทเนื้อหาแตกต่างกัน ของกลุ่มตัวอย่าง.....	71
4.19 ผลการทดลอง ปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับธุรกิจ เศรษฐกิจ การเงิน	73
4.20 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับการเมือง.....	74
4.21 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี.....	76
4.22 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับอุบัติเหตุ และภัยธรรมชาติ.....	77
4.23 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย	78
4.24 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับกีฬา	80
4.25 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับดาราศาสตร์และผู้มีชื่อเสียงในสังคม	81
4.26 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับโหราศาสตร์ โชคชะตา-ดวง.....	82
4.27 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดหรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.28 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศ.....	85
4.29 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า	86
4.30 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ ความเชื่อ.....	88
4.31 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเบ็ดเตล็ดทั่วไป.....	89
4.32 ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ตามการเปิดรับรวมของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ 13 ประเภท เปรียบเทียบกับการเปิดรับจดหมายของกลุ่มตัวอย่าง และการเปิดรับจดหมายของบุคคลอื่น.....	91

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลในอดีต Alvin Toffler (สุกัญญา ตีระวนิช, วิชา อุดมฉันท, ยุบล เบฐจรศักดิ์ และรจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2533 : 36-37) กล่าวถึงรูปแบบการสื่อสารของมนุษย์ไว้ว่า ในช่วงคลื่นลูกที่หนึ่ง มนุษย์มีวิธีการสื่อสารกันโดยปากต่อปาก และหากเป็นการสื่อสารทางไกล มีช่องทางการติดต่อสื่อสารถึงกันที่ต้องอาศัยเครื่องมือสื่อสารมาช่วย อาทิ การใช้ม้าเร็วในการส่งข้อความ หรือใช้ระบบไปรษณีย์ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวใช้กันอย่างแพร่หลายในยุโรป ราวช่วงศตวรรษที่ 16-17 ซึ่งการสื่อสารลักษณะนี้สร้างขึ้นมาจากเพื่อเจ้านายขุนนางและพ่อค้า ในขณะที่คนธรรมดาเมื่อส่งจดหมายสักฉบับ อาจจะถูกส่งสัยหรือไม่ก็ถูกต้องห้าม ดังนั้นระบบไปรษณีย์จึงเป็นเป็นเครื่องมือสื่อสารของชนชั้นสูง

ต่อมาในช่วงยุคคลื่นลูกที่สอง ระบบไปรษณีย์มีความสำคัญขึ้นเป็นทวีคูณ ในประเทศอังกฤษ ช่วงปี ค.ศ. 1960 มีจำนวนผู้ส่งข่าวสารผ่านที่ทำการไปรษณีย์ประมาณ 10,000 ล้านฉบับ หลังจากนั้นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 เมื่อมีการประดิษฐ์โทรศัพท์และโทรเลขเพื่อการสื่อสารขึ้นแล้ว ชาวอเมริกันมีการติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์กันถึง 256 ล้านครั้งต่อวัน หรือหรือในอัตราที่มากกว่า 93 พันล้านครั้งต่อปี นอกจากนี้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางสังคมที่มีการผลิตเพื่อมหาชน การสื่อสารก็มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เคยจากบุคคลคนหนึ่งไปยังอีกบุคคลคนหนึ่ง ไปสู่รูปแบบการสื่อสารจากบุคคลผู้ส่งไปถึงผู้รับเป็นจำนวนมากเกิดขึ้นด้วย จึงเป็นจุดกำเนิดของการสื่อสารแบบมวลชนเกิดขึ้นตามมา

เมื่อโลกของการสื่อสารได้ก้าวเข้าสู่คลื่นลูกที่สาม มนุษย์มีพัฒนาและผสมผสานวิธีทางวิทยาศาสตร์แขนงใหม่เกิดขึ้นมากมาย เช่น ศาสตร์เกี่ยวกับแควนตัมอิเล็กทรอนิกส์, ทฤษฎีสารสนเทศ, ชีววิทยาโมเลกุล, สมุทรศาสตร์วิทยา, นิเวศวิทยา, นิเวศวิทยา, และวิทยาศาสตร์อวกาศ ที่ช่วยทำให้มนุษย์ก้าวล้ำมีการเวลาและสถานที่ ซึ่งวิทยาศาสตร์สาขาใหม่ๆ เมื่อผนวกกับความสามารถในการควบคุมของมนุษย์ที่สูงขึ้น นำไปสู่วิทยาการด้านคอมพิวเตอร์ การจัดการข้อมูล ไปจนถึงกิจการสื่อสารที่ก้าวหน้ายิ่งขึ้น (สุกัญญา ตีระวนิช และคณะ : 118)

ผลจากวิทยาการและศาสตร์ด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มนุษย์มีการนำอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และระบบโปรเซสเซอร์เข้ามาช่วยในการจัดการ ทำให้ขีด

ความสามารถในการทำงานของมนุษย์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งระบบการจัดการเอกสารในสำนักงาน ระบบการจัดการฐานข้อมูลที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจต่างๆ อาทิ ข้อมูลสถิติทางการตลาด การขาย บัญชี ฯลฯ ในเวลาเดียวกันนี้ เทคโนโลยีของระบบคอมพิวเตอร์ช่วยให้มนุษย์สามารถส่งต่อหรือเผยแพร่ข้อมูลจำนวนมากไปสู่บุคคลอื่น ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนที่ถูกลงด้วย ต่อมามนุษย์ได้พัฒนาขีดความสามารถของเครื่องคอมพิวเตอร์ให้สามารถติดต่อสื่อสารกับเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นๆ ได้มากขึ้น จึงเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการสื่อสารของมนุษย์ในระดับบุคคลหรือองค์กรได้มากยิ่งขึ้นตามไปด้วย จนในที่สุดมนุษย์มีการพัฒนาเทคโนโลยีระบบสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ให้เชื่อมโยงติดต่อสื่อสารถึงกันได้ โดยผ่านระบบผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงถึงกัน ที่เรียกว่า “ระบบอินทราเน็ต” และ “ระบบอินเทอร์เน็ต” เทคโนโลยีดังกล่าวเกิดจากการเชื่อมต่อเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ากับอุปกรณ์อื่นๆ ทางโทรคมนาคม อาทิ ดาวเทียม ไมโครเวฟ เคเบิลใยแก้วนำแสง ฯลฯ ส่วนการติดต่อสื่อสารกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนี้ เรียกระบบนี้ว่า “ไปรษณีย์ไฟฟ้า” (Electronic Mail) (สุกัญญา ตีรวนิช และคณะ : 163) โดยในเวลาต่อมามนุษย์เริ่มมีการนำรูปแบบการสื่อสารใหม่นี้มาใช้กันอย่างแพร่หลาย ทำให้มนุษย์สามารถลดการพึ่งพาการติดต่อสื่อสารที่ผ่านระบบไปรษณีย์โทรเลขลงอย่างมาก และในเวลาต่อมา ระบบไปรษณีย์ไฟฟ้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น และได้กลายมาเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีการนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในวงการทหาร ภาครัฐหรือภาคธุรกิจขนาดใหญ่เท่านั้น แต่ได้ขยายไปยังภาคเอกชนทั่วไปด้วย

เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ และระบบเครือข่ายสารสนเทศของแต่ละประเทศมีการพัฒนามากขึ้น มีภาคเอกชนเข้ามาลงทุนในการพัฒนาระบบและรูปแบบการให้บริการบนระบบเครือข่ายการสื่อสารกันมากขึ้น ได้ส่งผลดีต่อผู้ใช้ในแง่ค่าใช้จ่ายในอัตราค่าบริการที่ลดลง จึงยิ่งส่งผลให้การติดต่อสื่อสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ด้วยไปรษณีย์ไฟฟ้าเป็นที่นิยมของบุคคลทั่วไปมากยิ่งขึ้นด้วย เนื่องจากมนุษย์สามารถใช้บริการระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงถึงกันทั่วโลก ในการส่งข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้แบบไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา หรือสถานที่ มนุษย์สามารถส่งและรับข้อมูลข่าวสารที่มีการสื่อสารถึงกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ชัยอนันต์ สมุทรวณิช (ชัยอนันต์ สมุทรวณิช, 2538 : 29) กล่าวว่า กระแสของโลกาภิวัตน์ได้เปิดให้โลกกว้าง เพราะการไหลอย่างเสรีของข้อมูลข่าวสารที่ทั่วถึงทุกมุมโลก และการขนส่ง สื่อสาร คมนาคม ที่มีค่าโสหุ้ยลดน้อยลงเป็นลำดับ ทำให้คนต่างภาษา-ต่างวัฒนธรรมสามารถแลกเปลี่ยนไปมาหาสู่กันได้สะดวกยิ่งขึ้น บุคคลสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้เพราะค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารลดลงเป็นลำดับ

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับวิวัฒนาการทางการสื่อสารระหว่างบุคคลของสังคมไทย ก็มีการเปลี่ยนแปลงตามการปรับเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีการสื่อสารของตามกระแสของโลก เช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ ซึ่งกระแสโลกาภิวัตน์ในประเทศไทย ได้นำไปสู่การปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสาร จากเดิมที่บุคคลให้ความสำคัญกับการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบไปรษณีย์โทรเลข มาสู่ติดต่อสื่อสารด้วยไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น มีผู้กล่าวว่า ประเทศไทยได้เข้าติดต่อกับอินเทอร์เน็ตในลักษณะการใช้บริการไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ในปีช่วง พ.ศ. 2530 หลังจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (Asian Institute of Technology หรือ AIT) ได้ติดต่อขอใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น โดยความร่วมมือระหว่างไทยและออสเตรเลีย ตามโครงการ IDP ส่วนการเชื่อมโยงข้อมูลของระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ในขณะนั้น จะต้องส่งผ่านสายโทรศัพท์ ทำให้ส่งข้อมูลได้ช้าและไม่เป็นการถาวร ต่อมาในปี พ.ศ. 2535 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้จัดตั้งระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงเข้ากับระบบเครือข่ายยูนิเน็ต (UNINET) ที่รัฐเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา และในปีเดียวกันนี้ มหาวิทยาลัยต่างๆ อาทิ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ฯลฯ ได้ขอเข้าร่วมเครือข่ายกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยเรียกเครือข่ายนี้ว่า ไทยเน็ต (THAINET) และในปี 2537 ความต้องการใช้บริการระบบอินเทอร์เน็ตของภาคเอกชนมีปริมาณมากขึ้น ทำให้การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) ร่วมมือกับบริษัทเอกชน เปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตแก่บุคคลผู้สนใจทั่วไปได้สมัครเป็นสมาชิก โดยตั้งขึ้นในรูปแบบบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ ที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า ไอเอสพี (Internet Service Provider : ISP) (ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล, 2547 : 37-38)

สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Mail : e-mail) ในประเทศไทย เริ่มเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางและแพร่หลายมากขึ้น จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้กลายมาเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญอีกประเภทหนึ่ง จากรายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2543 ระบุว่า คนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อกิจกรรมต่างๆ อาทิ การค้นหาข้อมูล การใช้เว็บไซต์ การสนทนา ดาวโหลด ซอร์ฟแวร์ ฯลฯ โดยในบรรดาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเกือบทั้งหมด พบกว่าร้อยละ 91.5 ใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์¹ ทั้งนี้เนื่องจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล

¹ Micky Puk. (ม.ป.ป.). ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail : e-mail). สืบค้นเมื่อ

เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถทำการแนบไฟล์เอกสาร ไฟล์รูปภาพ รวมถึงโปรแกรมประเภทต่าง ๆ ในการส่งข้อมูลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งไปกับอีเมลถึงผู้รับปลายทางได้เป็นจำนวนมากนั่นเอง

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ จะถูกส่งจากผู้ส่ง ไปถึงผู้รับจดหมายปลายทางบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้รับและผู้ส่งจะต้องมีชื่อและที่อยู่ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า e-mail address หรือ e-mail account ซึ่งผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต จะต้องลงทะเบียนไว้กับผู้ให้บริการที่เปิดให้บริการ e-mail services ซึ่งมีทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นจำนวนมากที่เปิดให้บริการ e-mail services อย่างไรก็ตามการขอใช้บริการจดทะเบียนอยู่เพื่อการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์นี้ มีทั้งการให้บริการแบบที่มีค่าใช้จ่าย อาทิ บริการ e-mail account ของบริษัทเอกชนทั่วไปที่เป็นผู้ให้บริการระบบเครือข่าย Internet Services Provider : ISP เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานบางแห่ง รวมถึงบริษัทเอกชนเป็นจำนวนมาก ที่เปิดให้บริการ e-mail account หรือมี e-mail address ได้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด เพียงแต่ผู้ใช้บริการต้องสมัครเป็นสมาชิกในการใช้บริการเท่านั้น ตัวอย่างเช่น การให้บริการ e-mail account ของ www.hotmail.com , www.yahoo.com, www.thaimail.com เป็นต้น

หลังจากที่ผู้ใช้บริการ (User) ได้สมัครใช้บริการกับผู้ให้บริการ e-mail แล้ว ผู้ใช้บริการจะได้รับ e-mail account หรือ e-mail address เป็นของตัวเอง โดยปกติแล้ว e-mail ที่ถูกสร้างขึ้นในการใช้งานบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นจะไม่ซ้ำกัน เนื่องจาก e-mail address เปรียบเสมือนชื่อบุคคล เลขที่บ้าน เหมือนที่อยู่ในการส่งจดหมายปกติ โดย e-mail address ประกอบด้วย ชื่อผู้ใช้ (User Name) และชื่อโดเมนเนม (Domain Name) ตัวอย่างเช่น นายสมชาย รักเรียนดี สมัครใช้ e-mail กับผู้ให้บริการที่ www.hotmail.com โดยสร้าง e-mail address ในชื่อ somchai_r@hotmail.com เป็นต้น ส่วนการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์นั้น ผู้ส่งต้องส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ถึงผู้รับ ปัจจุบันได้มีผู้คิดค้น โปรแกรมในการรับและส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หลากหลายประเภท ตัวอย่างเช่น Netscape Mail, Microsoft Outlook, Outlook Express, Lotus Notes ฯลฯ นอกจากนี้ผู้ให้บริการ e-mail หลายราย ก็มีการพัฒนาโปรแกรมการรับส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ผู้ใช้บริการ สามารถดำเนินการรับ-ส่งข้อมูลผ่านระบบเว็บไซต์หรือเครื่องมือของตัวเองด้วย อาทิ www.hotmail.com, www.yahoo.com ฯลฯ

ผลจากการที่ระบบคอมพิวเตอร์และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย มีการขยายเครือข่ายการให้บริการอย่างกว้างขวางครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ ในขณะที่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้กลายเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญของชีวิตประจำวันของคน ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะอยู่เพียงบุคคลในองค์กรภาครัฐ หรือภาคธุรกิจ แต่มีการขยายไปยังบุคคลทั่วไป

มากยิ่งขึ้น ตามปริมาณความต้องการใช้การสื่อสารข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของ
ประชากรไทยในแต่ละกลุ่มด้วย ดังนั้นปริมาณการจดทะเบียนที่อยู่ของผู้ใช้บริการจดหมาย
อิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นการจดทะเบียนที่อยู่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แบบเสียค่าใช้จ่าย หรือไม่
เสียค่าใช้จ่าย จึงมีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างมากตามไปด้วย นอกจากนี้จากการสำรวจเบื้องต้นของผู้วิจัย
พบว่า ผู้ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ จะมี
e-mail อย่างน้อย 1 ที่อยู่ และมีอีกเป็นจำนวนมาก ที่มี e-mail มากกว่า 1 ที่อยู่ ซึ่งอาจจะเป็นที่อยู่ใน
การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการทำงานในชีวิตประจำวัน ที่ได้รับจากหน่วยงานที่บุคคลผู้
นั้นมีหน้าที่รับผิดชอบและทำงานอยู่ ในขณะที่มีคนเป็นจำนวนมากที่มีที่อยู่ในการรับส่งจดหมาย
อิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 1 แห่ง อาจเพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป

อย่างไรก็ตาม ผลจากความสะดวกรวดเร็วของอีเมล ที่มีคุณสมบัติในการส่งข้อมูล
ข่าวสารถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว ความสามารถแนบไฟล์ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบต่างๆ ไปกับ
จดหมาย รวมถึงคุณสมบัติในการส่งข้อมูลข่าวสารถึงผู้รับได้เป็นจำนวนมาก ได้ก่อให้เกิด
คุณประโยชน์ในเชิงการสื่อสารได้อย่างมากมาย ในขณะที่เดียวกันจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ก็สามารถ
สร้างผลกระทบในเชิงลบได้เช่นเดียวกัน ซึ่งปัจจุบันผู้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จำนวนมาก ได้รับ
ข้อมูลข่าวสารทั้งที่มีประโยชน์ในการสื่อสารตามความต้องการ และได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหา
ที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ หรือไม่เป็นที่ต้องการของผู้รับ ที่นับวันจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งม
ีการเรียกจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทนี้ว่า จดหมายขยะหรืออีเมลขยะ (Junk Mail หรือ Spam
Mail)

อีเมลขยะส่วนใหญ่ มักมีข้อมูลข่าวสารประกอบจดหมายในลักษณะที่เกี่ยวกับโฆษณา
ชวนเชื่อ ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ไร้สาระหรือ
ข้อมูลที่หลอกลวง ข้อมูลในเชิงลามกและหมิ่นประมาท รวมถึงข้อมูลบางประเภทมีการแนบไฟล์
โปรแกรมไวรัสในลักษณะต่างๆ เพื่อแสวงหาประโยชน์จากผู้รับ อาทิ โปรแกรมไวรัสเพื่อทำลาย
ระบบฐานข้อมูล โปรแกรมไวรัสที่สามารถลักลอบขโมยข้อมูลภายในระบบคอมพิวเตอร์ของผู้รับ
 เป็นต้น ซึ่งผลเสียจากการได้รับข้อมูลประเภทอีเมลขยะนั้น ได้สร้างความเสียหายให้กับผู้ใช้
โดยตรง ตั้งแต่การเสียเวลาในการเปิดอ่านข้อมูลข่าวสาร การเสียพื้นที่ในการรับข้อมูลข่าวสารที่
ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในส่วนขององค์กรธุรกิจต่างๆ อีเมลขยะได้ก่อให้เกิดปัญหาต่อ
ระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร ให้มีประสิทธิภาพลดลง
อีเมลขยะบางประเภทมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความเชื่อของผู้รับสาร ทั้งที่ข้อมูลที่ประกอบอยู่
ภายในอาจเป็นเรื่องราวที่ไม่เป็นจริง หลอกลวง หรือสร้างความเสียหายกับบุคคลอื่น และก่อให้เกิด
ผลกระทบในด้านการละเมิดสิทธิ รวมถึงสร้างความเสียหายให้แก่บุคคลที่สามที่ถูกกล่าวอ้างได้

ในขณะที่ข้อมูลที่ประกอบอยู่ในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์บางประเภท มีผลต่อทัศนคติในการบริโภคข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้รับด้วย อาทิ ผู้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อาจมีทัศนคติและความเชื่อที่เปลี่ยนไปจากการบริโภคข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ ผู้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวนมาก มีการส่งต่อข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับถึงบุคคลอื่น ซึ่งพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดการกระจายตัวของข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้มีข้อมูลข่าวสารบางประเภทที่ได้รับการส่งต่อผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่นๆ แบบต่อเนื่องในลักษณะของจดหมายลูกโซ่ จนกลายเป็นอีเมลลูกโซ่นั้นเอง

ทั้งนี้ สมมุติฐานเบื้องต้นของผู้วิจัยคาดว่า ข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภท มีผลต่อทัศนคติ ความเชื่อของผู้รับแตกต่างกัน และรูปแบบของข้อมูลข่าวสารในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์นั้น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการส่งต่อข้อมูลข่าวสารถึงผู้รับบุคคลอื่นๆ แตกต่างกันไป ตลอดจนประเภทของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความน่าสนใจย่อมมีการกระจายตัวผู้รับอื่นๆ อย่างกว้างขวางและรวดเร็วด้วยเช่นเดียวกัน

สมมติว่า เวลา 8.00 น. ของวันจันทร์แรกของเดือน มีผู้สร้างข้อมูลข่าวสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 1 ฉบับ ชื่อว่า “ดาราคังเปลือยอก!!!” ซึ่งภายในมีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวลือและข้อความชวนเชื่อเกี่ยวกับดาราคังชื่อดัง นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาและภาพในเชิงลามก รวมถึงมีลักษณะในเชิงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เมื่อผู้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว อาจมีทัศนคติในการเปิดรับในการส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อเนื้อหาให้ข้อมูลข่าวสารนั้นๆ สามารถกระจายถึงผู้รับอีกเป็นจำนวนมากภายในระยะเวลาที่รวดเร็วแตกต่างกัน

ในกรณีดังกล่าวมานี้ หากมีสมมติต่อว่า ผู้รับจดหมายรายแรก ส่งต่อจดหมายนั้นถึงผู้รับในลำดับที่สองอีก 5 ราย ภายในระยะเวลา 5 นาที และผู้รับลำดับที่สองมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หลังจากนั้นมีการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวต่อให้ผู้รับในลำดับที่สามอีก 5 ราย ภายในระยะเวลา 5 นาที แบบไม่ซ้ำรายชื่อกัน ทั้งนี้หากผู้รับจดหมายในลำดับชั้นต่างๆ มีการเปิดรับข่าวสาร และมีการส่งต่อข้อมูลข่าวสารให้กับบุคคลอื่นๆ ตามแนวทางดังกล่าว จะพบว่าภายในระยะเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ฉบับนี้จะมีผู้เปิดรับถึง 244,140,625 คน ในขณะที่ประชากรไทยทั่วประเทศมีจำนวนประมาณ 67 ล้านคนเท่านั้น หรือในประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วประเทศเพียงประมาณ 2-3 ล้านคนเท่านั้น

สำหรับประเภทของเนื้อหาในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มักมีการส่งต่อกันนั้น ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า ภายในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มักมีข้อมูลและรูปภาพที่มีลักษณะขององค์ประกอบของข่าวประกอบอยู่ด้วย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับข้อมูลข่าวสารมีความสนใจ และมีความสนใจในการ

เปิดรับ รวมถึงมีการส่งต่อข้อมูลถึงบุคคลอื่น เนื่องจากข้อมูลที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจและมีความน่าติดตาม ในลักษณะคล้ายกับองค์ประกอบของข่าว (News Elements) (มาลี บุญศิริพันธ์, 2537 : 23) อันได้แก่ ความสด ความใกล้ชิด ความเด่น ความผิดปกติ ความเป็นปฏิกชนวิสัย ความขัดแย้ง ความลึกลับซับซ้อน ความกระทบกระเทือน ความก้าวหน้า และเรื่องเกี่ยวกับเพศ ย่อมสร้างความสนใจให้กับบุคคลได้มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้ดังนี้ คือ ข้อความ ธรรมดา, รูปภาพ, โปรแกรมไฟล์หรือเกมส์, วิดีโอคลิป เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดว่ารูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลให้ผู้รับสารเกิดการส่งต่อแตกต่างกันด้วย และประเภทของเนื้อหาข้อมูลประกอบในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการส่งต่อกันนั้น ผู้วิจัยแยกประเภทได้ดังนี้

1. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ
2. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง
3. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ อาชญากรรมและการดำเนินคดี
4. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสงครามและการก่อการร้าย
5. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภัยพิบัติ
6. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย
7. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา
8. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดาราศาสตร์และผู้มีชื่อเสียงในสังคม
10. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ โชคลาง โชคชะตา-ดูดวง
11. . ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ
12. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า
13. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดหรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ

จากข้อสังเกตเบื้องต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงนำไปสู่แนวทางในการวิจัยภายใต้สมมติฐานว่า รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่น รวมถึงประเภทเนื้อหาในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความเร็วและปริมาณในการส่งจดหมายแต่ละประเภทด้วย ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการวิจัยนี้

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาจากกลุ่มประชากรในองค์กรธุรกิจของบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) เนื่องจากเป็นหนึ่งในองค์กรธุรกิจที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เมลล์ ซึ่งพนักงานทุกคนมี e-mail account รวมถึงเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กรผ่านระบบอินทราเน็ตและ

อินเทอร์เน็ต ดังนั้นพนักงานแต่ละคนมีความจำเป็นต้องใช้การติดต่อผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ เสมือนกิจกรรมปกติในชีวิตประจำวันของการทำงาน แม้ว่าพนักงานบางส่วน อาจไม่ได้ใช้งานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ตลอดทั้งวัน แต่อย่างน้อยในหนึ่งสัปดาห์ต้องมีการใช้อีเมล 3-4 ครั้ง เพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารของผู้บริหารและเพื่อนๆ พนักงานในองค์กร ซึ่งรวมถึงมีโอกาสเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ในขณะเดียวกันพนักงานส่วนใหญ่ก็จะมี e-mail ในลักษณะฟรีอีเมล ที่จะใช้ในกิจกรรมกรรมเพื่อการสื่อสารส่วนตัว ซึ่งจะเป็นช่องทางหนึ่งในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ ตามแนวทางของผู้วิจัยได้ด้วย

1.2 ปัญหาการวิจัย

1.2.1 ลักษณะส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกันมีผลทำให้การแสดงออกทางพฤติกรรมด้านการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลมีความแตกต่างกันด้วยหรือไม่

1.2.2 ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละวันมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันด้วยหรือไม่

1.2.3 รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับแตกต่างกันในแต่ละวันมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันด้วยหรือไม่

1.2.4 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน มีปริมาณการกระจายตัวแตกต่างกันอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานของพนักงานบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง

1.3.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

1.3.3 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละวันของพนักงานบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

1.3.4 เพื่อศึกษาปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1. ลักษณะส่วนบุคคล

1.4.1.1 เพศ

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

1.4.1.2 อายุ

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

1.4.1.3 อายุการทำงาน

H_0 : อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

1.4.1.4 ระดับการศึกษา

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

1.4.1.5 ลักษณะวิชาชีพ

H_0 : ลักษณะวิชาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะวิชาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

1.4.2 ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

H_0 : ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

1.4.3 รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

H_0 : รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน บมจ. แอสเสอรี่ ผู้วิจัยเน้นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นพนักงานขององค์กรของบริษัทแอสเสอรี่ จำนวน 200 คน โดยงานวิจัยครั้งนี้ จะไม่รวมถึงผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการผู้บริหารของบริษัทฯ ส่วนเนื้อหาการทดลองที่เกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน มีปริมาณการกระจายตัวแตกต่างกัน นั้น ผู้วิจัยดำเนินการทดลองส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันถึงกลุ่มตัวอย่างการวิจัยในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2550 เท่านั้น

1.6 ขอบจำกัดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล ปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้กับบุคคลอื่น รวมถึงประเภทของข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับปริมาณในการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่ศึกษาจากพนักงานบริษัทแอสเสอรี่ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ผลการศึกษาไม่อาจนำไปใช้อธิบายกับองค์กรธุรกิจ หรือผู้ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ทั่วประเทศได้ เนื่องจากผู้ใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในองค์กรธุรกิจ หรือผู้ใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทั่วไป อาจมีทัศนคติ ความ

เชื้อ และพฤติกรรม การส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่นที่แตกต่างกัน รวมถึงอาจมีผล ต่อปริมาณในการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภทที่แตกต่างกันด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากองค์กรธุรกิจและผู้ให้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นการศึกษาข้อมูลวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) จำนวน 200 คน โดยใช้การตอบแบบสอบถาม และกลุ่มตัวอย่างการทดลองที่ได้ จากการสุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาใช้ในการทดลองในการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ ถึง บุคคลอื่น เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของประเภทจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กับปริมาณการกระจายตัว ของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงบุคคลอื่นเท่านั้น

1.7 คำนิยามศัพท์

พนักงาน หมายถึง ลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราวของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับสิทธิ์ในการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด

ผู้บริหารระดับสูง หมายถึง ผู้บริหารระดับรองผู้อำนวยการฝ่ายขึ้นไปถึงประธาน กรรมการและกรรมการบริหาร ของบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

บุคคลอื่น หมายถึง ผู้ให้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ทั่วไปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัย ซึ่งหมายรวมถึงพนักงาน ผู้บริหารบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) และผู้ให้บริการ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์นอกบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)

ผู้รับ หมายถึง ผู้ที่รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงผู้รับที่เป็นพนักงาน บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) และผู้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์บุคคลอื่นด้วย

ผู้ส่ง หมายถึง บุคคลผู้ทำการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้รับ ซึ่งในที่นี้หมาย รวมถึงผู้ส่งที่เป็นพนักงานบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) และผู้ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้ บุคคลอื่นด้วย

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / อีเมล ที่มีข้อมูลหรือข่าวสาร ใดๆ เช่น ข้อความ รูปภาพ เสียง ฯลฯ ที่มีผู้ส่งข้อมูลนั้นถึงผู้รับ ทาง การส่งผ่านโปรแกรมทาง ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภท โดยใช้ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์การสื่อสารแทนไปรษณีย์ ปกติ

การส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การที่ผู้ส่ง ได้ดำเนินการส่งต่อ (Forward Mail) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ใดๆ ให้กับบุคคลอื่น ผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทุกประเภท โดยผู้ส่ง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์หมายรวมถึงพนักงานบริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน) และบุคคลอื่น

รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ข้อมูลที่ประกอบอยู่ในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ ข้อมูลที่เป็นไฟล์ข้อความ ไฟล์รูปภาพ โปรแกรมไฟล์อื่นๆ เป็นต้น

พฤติกรรมการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การเปิดข้อมูลในจดหมาย การอ่าน ระยะเวลาในการอ่าน การส่งจดหมายถึงบุคคลอื่น

พฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การที่บุคคลมีการส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่มีเนื้อหาของข้อมูลประเภทต่างๆ ผู้บุคคลอื่นๆ ผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โปรแกรมจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภท

การกระจายตัวจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การแพร่ขยายจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภท ที่มีผู้ส่งถึงบุคคลอื่น ซึ่งวัดได้จากปริมาณและระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลของผู้รับ

ปริมาณการกระจายตัว หมายถึง ปริมาณเป็นจำนวนนับของครั้งการเปิดอ่านของผู้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภทของข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละวัน ซึ่งการวัดปริมาณการกระจายตัวมีกำหนดวัดค่าในช่วง 14 วัน นับตั้งแต่วันที่ส่งจดหมายถึงผู้รับ

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง พนักงานบริษัท แชนสิริ จำกัด (มหาชน) ที่ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่าลงมา ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ ณ สำนักงานใหญ่ และสำนักงาน โครงการทั่วกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน

กลุ่มตัวอย่างการทดลอง หมายถึง พนักงานบริษัท แชนสิริ จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับการสุ่มตัวอย่างจากประชากร พนักงานบริษัท แชนสิริ จำกัด (มหาชน) จำนวน 200 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างการทดลองจำนวน 132 คน แบ่งเป็น ชาย 66 คน และหญิง 66 คน

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 ได้รับทราบถึงระดับพฤติกรรมของพนักงานบริษัท แชนสิริ จำกัด (มหาชน) ในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับมาว่ามีระดับมาก หรือน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนสำหรับการสื่อสารในองค์กรธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปในโอกาสต่อไปได้

1.8.2 ได้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อรับทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรม โดยสามารถนำผลการทดสอบที่ได้จากผู้ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในองค์กรธุรกิจนี้ ไปศึกษาเปรียบเทียบกับองค์กรธุรกิจอื่นหรือในระดับสังคมในโอกาสต่อไป

1.8.3 เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์ ในภาคของการสื่อสารสารสนเทศ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้ข้อมูลข่าวสารบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การพัฒนาความรู้ในสาขาที่เกี่ยวข้องให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษา พฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน บมจ.แสนสิริ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1. ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต และการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

2.1.1 ระบบอินเทอร์เน็ต

2.1.2 ระบบอินทราเน็ต

2.1.3 ระบบเอ็กทราเน็ต

2.2 ความรู้เกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) และอีเมลขยะ (Junk Mail)

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอีเมลขยะ

2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจดหมายลูกโซ่

2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร

2.3.1 แนวคิดการจัดประเภทของข่าวสาร

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ การใช้และความพึงพอใจ

2.4.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการการเปิดรับข่าวสาร

2.4.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้และความพอใจต่อสื่อ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายข้อมูลข่าวสาร

2.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

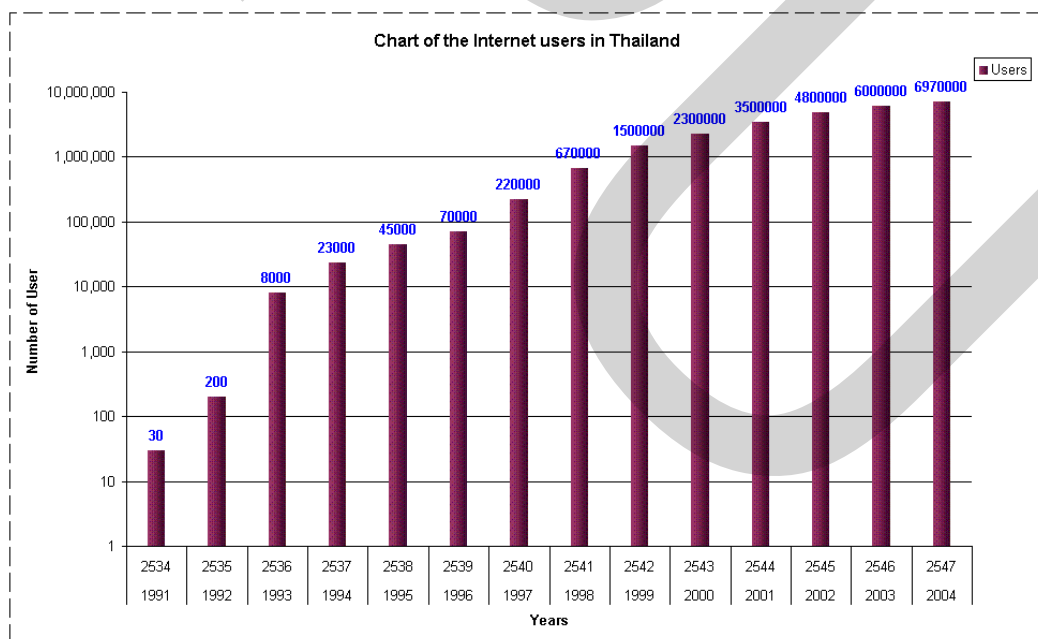
2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต และการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

2.1.1 อินเทอร์เน็ต เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Networks) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งเครือข่ายคอมพิวเตอร์หมายถึงกลุ่มของเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ต่างๆ ที่เชื่อมต่อสื่อสารด้วยฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ เครือข่ายตั้งแต่สองเครือข่ายขึ้นไปที่เชื่อมต่อกัน จะเรียกว่า internet network หรือ internet (สังเกตว่าจะใช้ I ตัวเล็ก) แต่ในภาษาอังกฤษ คำว่า The Internet (ตัว I ใหญ่) หรือเรียกย่อๆ ว่า เน็ต (Net) จะหมายถึงกลุ่มของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกัน และอนุญาตให้มีการเข้าถึงสารสนเทศและการบริการในรูปแบบของสาธารณะ (Public Access) (ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล, 2547: 35)

อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่เกิดจากการเชื่อมต่อเครือข่ายย่อยจำนวนมากเข้าด้วยกัน โดยการใช้รูปแบบการติดต่อสื่อสารที่มีมาตรฐานเดียวกันด้วยโปรโตคอลที่ซีพี/ไอพี ดังนั้นจึงเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ประกอบด้วยเครือข่ายย่อยที่กระจายอยู่เกือบทั่วทุกมุมโลก โดยมีเครือข่ายย่อยเหล่านี้ในประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด จากการสำรวจในปี 2540 อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมากกว่า 30,000 เครือข่าย เป็นเครือข่ายที่มีสมาชิกกระจายอยู่มากกว่า 170 ประเทศทั่วโลก โดยมีเครื่องคอมพิวเตอร์ในเครือข่ายมากกว่า 5 ล้านเครื่อง และประมาณได้ว่า มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตประมาณ 100 ล้านคนทั่วโลก (วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ, 2542: 14)



ภาพที่ 2.1 อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่มา : ข้อมูลล่าสุด <http://iir.ngi.nectec.or.th/internet/user-growth.html> : 2004/11/01

งานวิจัยเกี่ยวกับการขยายตัวของอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย กล่าวไว้ว่า ในปี 2543 ประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น 2.3 ล้านคน โดยประเทศไทยมีความกว้างช่องสัญญาณระหว่างประเทศในช่วงเดือนมกราคม 2543 ถึงเดือนมกราคม 2544 สำหรับสัญญาณขาเข้าจาก 118.25 เมกะบิต เป็น 316.375 เมกะบิต ขยายเพิ่มขึ้น 167.5% ในขณะที่ช่องสัญญาณขาออกจาก 66.25 เมกะบิต เป็น 215.437 เมกะบิต ขยายเพิ่มขึ้น 225.5% (วิโรจน์ คุณาลังการ, 2544: 57 อ้างถึงใน รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย, 2543: 8)

และจากรายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2549 (อ้างอิงจาก สรุปผลการสำรวจเบื้องต้น โครงการสำรวจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ครัวเรือน), 2549 : 1) พบว่า ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปทั้งสิ้นประมาณ 59.51 ล้านคน มีจำนวนผู้ใช้คอมพิวเตอร์คิดเป็น 15.39 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.9 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 8.47 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.2

นอกเหนือจากอินเทอร์เน็ตแล้ว มนุษย์มีการพัฒนาเทคโนโลยีระบบเครือข่ายที่เชื่อมต่อบริบบคอมพิวเตอร์ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นด้วย โดยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่นำมาประยุกต์ใช้กับองค์กรธุรกิจต่างๆ จำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้ (ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล, 2547: 55)

2.1.2 ระบบอินเทอร์เน็ต เป็นระบบเครือข่ายที่ใช้ภายในองค์กร มีลักษณะคล้ายกับอินเทอร์เน็ต อินทราเน็ตจะใช้เบราว์เซอร์ เว็บไซต์ และเว็บเพจ เช่นเดียวกันอินเทอร์เน็ตที่ให้บริการแบบสาธารณะ (Public Internet) และเน้นการให้บริการข้อมูลสารสนเทศแก่พนักงานภายในองค์กร เช่น หมายเลขโทรศัพท์ ปฏิทินกิจกรรม คู่มือการใช้งาน เป็นต้น นอกจากนี้องค์กรยังให้บริการเกี่ยวกับโปรแกรมเกี่ยวกับการจัดการโครงการ (Project Management) อีเมล (e-mail) ห้องสนทนา (Chat Rooms) และการประชุมทางไกล (Video Conference) เป็นต้น ข้อแตกต่างของอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต คือ อินเทอร์เน็ตจะมีการเชื่อมต่อและสื่อสารเครือข่ายภายในองค์กรเท่านั้น

2.1.3 ระบบเอ็กซ์ทราเน็ต เป็นระบบเครือข่ายที่เชื่อมต่อกับระบบคอมพิวเตอร์ภายนอกองค์กร องค์กรจำนวนมากได้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อระหว่างผู้ผลิตตัวแทนจำหน่าย และลูกค้า ในการทำธุรกรรมและการดูรายการสินค้าเพื่อช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ตัวอย่างเช่น บริษัทที่ให้บริการด้านการขนส่งพัสดุ เช่น Federal Express หรือ FedEx ที่อนุญาตให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับการตรวจสอบสถานภาพของสินค้าว่าอยู่ ณ ขั้นตอนใดของการจัดส่ง เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงนำมาใช้ในการอธิบายว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายการสื่อสารขนาดใหญ่ และไม่มีใครเป็นเจ้าของระบบอย่างแท้จริง และไม่สามารถระบุผู้เป็นเจ้าของระบบอย่างแท้จริงได้ ซึ่งมีแนวโน้มในการใช้งานและใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) และอีเมลขยะ (Junk Mail/Spam Mail)

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการสื่อสารข้อความที่สะดวกรวดเร็วที่สุด เป็นการสื่อสารที่ทำให้สมาชิกสามารถติดต่อกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทั่วไป ไม่มีข้อจำกัดของขนาดในการสื่อสาร ผู้ใช้สามารถแนบไฟล์ข้อมูลทุกประเภทไปพร้อมกับจดหมายได้โดยง่าย (พรเทพ ศรีสมบัติ อ้างถึงใน วิทยา เรืองพรวิสุทธิ, 2542: 27) ทำให้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นการรับส่งข้อความที่มีขั้นตอนคล้ายกับการส่งจดหมายทางไปรษณีย์ แต่เป็นระบบอัตโนมัติผ่านทางคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้งานสามารถส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงผู้ใช้งานที่อยู่ภายในอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายอื่นที่เชื่อมกับอินเทอร์เน็ตได้ทั่วโลก

อีเมล (e-mail : Electronic Mail) คือ ระบบจดหมายสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ผู้เขียนจดหมายจะแต่งในคอมพิวเตอร์ และส่งไปให้ผู้รับซึ่งจะต้องอ่านด้วยคอมพิวเตอร์ด้วยเช่นกัน จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีจุดแข็งที่ระบบสื่อสารอื่นไม่มี คือ มีความเร็วสูงพอๆ กับการส่งแฟกซ์ แต่ค่าใช้จ่ายประหยัดมาก ประมาณกันว่า จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับหนึ่งมีค่าใช้จ่ายประมาณ 50 สตางค์เท่านั้น (กรภัทร์ สุทธิคารา, ดนุพล กิ่งสุคนธ์ และจิราวุธ วารินทร์, 2543 : 8)

อีเมล หรือที่เรานิยมเรียกว่า "จดหมายอิเล็กทรอนิกส์" เป็นบริการแรกๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมาพร้อมกับการเกิดขึ้น ของเครือข่าย อินเทอร์เน็ต เพื่อเอาไว้ใช้ติดต่อสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้อื่นที่อาศัยอยู่ที่ใดในโลกที่เครือข่าย อินเทอร์เน็ตเข้าไปถึง และแม้ว่า ปัจจุบัน จะมีบริการอื่นๆ ที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น บริการรับส่งข้อความด่วนทันที (Instant Messaging) อย่าง Yahoo! Messenger (<http://messenger.yahoo.com>) หรือ ICQ (<http://www.icq.com>) แต่อีเมลยังเป็นบริการอันดับหนึ่ง ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกให้ความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้เมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา มีบริษัทวิจัยการตลาดแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกาชื่อว่า Ferris Research (<http://www.ferris.com>) ทำการสำรวจความถี่ในการ ตรวจสอบอีเมลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ในสหรัฐอเมริกาจำนวน 10,000 คน พบว่าผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต กลุ่มดังกล่าวจะตรวจสอบอีเมลของตนเองอย่างน้อยที่สุด วันละครั้ง และมากที่สุดวันละสิบห้าครั้ง¹

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอีเมลขยะ

สแปมเมล (Spam Mail) หรืออีเมลขยะ (Junk Mail) คือ จดหมายที่ไม่เป็นที่ต้องการของบุคคลนั้น โดยได้รับจากแหล่งที่ผู้รับไม่เคยรู้จักหรือติดต่อมาก่อน ส่วนมากเนื้อหาของอีเมลขยะจะเกี่ยวกับโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ โดยอีเมลที่ได้นั้นไม่ได้รับอนุญาตจากผู้รับก็ได้ ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้รับรำคาญใจ และเสียเวลาในการกำจัดข้อความที่ไม่ต้องการเหล่านั้นแล้ว สแปมเมลยังทำให้ประสิทธิภาพการขนส่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตลดลง และสิ้นเปลืองแบนด์วิดท์ (Bandwidth) ด้วย นอกจากนี้สแปมเมลบางประเภทถูกส่งออกมาคราวละมากๆ เพื่อหวังผลด้านการโฆษณา หรือขายสินค้า นอกจากปัญหาการถูกโจมตีโดยสแปมเมลแล้ว ยังมีภัยเงียบที่น่ากลัวสำหรับ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ที่หลายคนไม่ค่อยรู้จักหรือตระหนักถึงคือ เรื่อง ความปลอดภัยบนเครือข่ายไร้สาย (Wireless Security) ที่กำลังเป็นแพชชั่นสำหรับออฟฟิศยุคนี้ด้วย

อภิศักดิ์ จุลยา (อ้างถึงใน จรัสแสง วนเวียน, 2546) ประธานสมาคมอินเทอร์เน็ตเอเชียแปซิฟิก (APIA : Asia & Pacific Internet Association) ผู้ก่อตั้งองค์กรอินเทอร์เน็ต แอคเซส ไทยแลนด์ (IAThai : Internet Accessed Thailand) กล่าวว่า ปัญหาสแปมเมลในประเทศไทย ยังไม่มีหน่วยงานใดยื่นมือเข้ามาดูแลรับผิดชอบ คนจึงได้ริเริ่มตั้งองค์กร ไอเอไทยขึ้น เพื่อรวบรวมสมาชิก อาทิ ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ไอเอสพี) และองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) มหาวิทยาลัยต่างๆ

การส่งสแปมเมลเป็นการส่งอีเมลโดยตรงไปยังผู้ใช้อีเมล ซึ่งรายชื่อผู้รับสแปมเมลส่วนใหญ่จะนำมาจากผู้ที่เคยส่งข้อความในกระทู้หรือสมาชิกตามเว็บที่มีการตั้งกระทู้ต่างๆ หรือเข้าไปชมโมยรายชื่อผู้ใช้อีเมลในกลุ่มผู้สนใจเฉพาะด้าน (Mailing Lists) หรืออาจเข้าไปหาอีเมลในเว็บไซต์ (อ้างถึงใน นคร บริพนธ์มงคล : <http://cc.swu.ac.th>)

¹ สแปมอีเมลมีแต่เพิ่มมากขึ้น. (2546, 13 มีนาคม). กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2549, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/scitech/2003/0313/index.php?news=p10.html>

ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน)² ระบุว่า จากสถิติอีเมลของ แอสสิริในปี 2548 นั้นเฉลี่ย ต่อ 1 วัน จะมี อีเมลขยะที่ถูกกรองทิ้งไปประมาณ 10,000-20,000 ฉบับ เหลือเป็นอีเมลที่ใช้งานจริงๆราว 1000-1500 ฉบับ ในปี 2549 นั้นเฉลี่ย ต่อ 1 วัน จะมีอีเมลขยะ ที่ถูกกรองทิ้งไปประมาณ 40,000-50,000 ฉบับ ที่เหลือใช้งานจริงๆราว 2,000-3,000 ฉบับ จะเห็นว่ามี อีเมลขยะมากกว่า อีเมลดีๆที่รับส่งกันหลายเท่า ส่วนการส่ง Mail ระบบบรวมนั้นมีความล่าช้าก็คือ การส่งและรับอีเมลขนาดใหญ่เกิน 2 เมกกะไบต์ขึ้นไป ซึ่งยังคงมีอยู่ต่อเนื่อง ทำให้ตัวกรองอีเมลขยะ (Anti Spam Mail) ทำงานหนักมากจนอาจทำให้มีการล่าช้าของอีเมลทั้งระบบได้

2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับจดหมายลูกโซ่

นอกจากอีเมลจะสามารถสร้างจดหมายขยะ ที่สร้างความรำคาญให้กับผู้ใช้บริการอีเมลแล้ว ปัจจุบันยังมีอีเมลขยะอีกลักษณะหนึ่ง ที่ประกอบไปด้วยข้อมูลบางประเภทที่มีผลต่อพฤติกรรมส่งต่อข้อมูลไปยังบุคคลอื่นๆ ในลักษณะที่ต่อเนื่องเหมือนจดหมายลูกโซ่ เรียกกันว่า อีเมลลูกโซ่ โดยเควิต อีเมอร์รี่ (อ้างถึงใน David Emery , www.urbanlegends.about.com) กล่าวถึง วิวัฒนาการของจดหมายลูกโซ่โดยทั่วไปว่า ในอดีตประมาณปี ค.ศ.1930 มีการถ่ายเอกสารสำเนา การส่งจดหมายลูกโซ่ที่ชื่อว่า “Good Luck of Flanders” ที่มีเนื้อหาสำคัญระบุว่า

“ The good luck of Flanders was sent to me and I am sending it within twenty four hours. This chain was started by an American Officer in Flanders and is going around the world four times- and one who breaks it will have bad luck. Copy this letter and see what happens to you four days after mailing. It will bring you good luck. Send this copy and four others to people you wish good luck. Do not keep this letter. It must be in the mail twenty four hours after receiving it. Mrs. Gay Field received \$5000, five hours after mailing. Mrs. Ambrose received \$4000, four hours after mailing. Mr.Nevin broke the chain and lost everything he had. Here is definite proof for the good luck sent prayers. Good luck to you and trust in God. He who suffers our needs. This brings prosperity to you in four days after mailing. Do not send money. Cross the top name off and put yours at the bottom

² อ้างอิงจาก เอกสารจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กร ที่ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ บริษัท แอสสิริ จำกัด (มหาชน) ส่งถึงพนักงานทุกคนเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2550

J.H. Mason, Petersburg, Va.

B.B. Hoag, Louisville, Ky.

C. J. Lingenfelder, Chicago, Ill.

C. A. Woerner, Indianapolis, Ind.

E. M. Cunningham, Columbus, Ohio

J. D. Moore, Osborn, Ohio”

จากข้อความในจดหมายดังกล่าว ระบุเนื้อหาว่า หากใครส่งข้อความถึงคน 4 คน ภายในระยะเวลา 24 ชั่วโมง จะได้รับรางวัลแห่งชีวิตเป็นความสุข ความโชคดี แต่หากใครไม่ส่งจดหมายดังกล่าว จะก่อให้เกิดความวิบัติหายนะกับชีวิตและตายภายในหนึ่งสัปดาห์ ซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารในลักษณะดังกล่าวที่เกิดขึ้นนั้น แม้จะข้อมูลข่าวสารที่อยู่ภายในจดหมายจะมีข้อความที่ไร้สาระ หรือมีข้อความที่น่ากลัว แต่จดหมายลูกโซ่เหล่านี้ก็มีข้อมูลในเชิงจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของผู้รับ ให้ส่งต่อไปยังผู้รับคนอื่นๆ และเป็นการสะท้อนแนวคิดลึกลับเกี่ยวกับปาฏิหาริย์นิยมด้วย

แดเนียล อัลซาเดล (อ้างถึงใน Daniel W. Van Arsdale , 2002) ในอดีตมีจดหมายลูกโซ่ที่มีข้อความเกี่ยวกับพระเจ้าและการสนับสนุนการบริจาคเงิน ที่มีการส่งต่อเนื่องกันจากเมืองเล็กๆ ในทวีปยุโรป มีจดหมายที่มีข้อความสั้นๆ ในเบื้องต้นมีการส่งต่อกันประมาณ 1,900 ฉบับ หลังจากนั้นที่มีผู้อ่านทำการสำเนาข้อมูลและส่งออกไปยังผู้รับเป็นจำนวนมาก ในปี ค.ศ. 1932 มีผู้นำแนวคิดดังกล่าวมาทำเป็นจดหมายลูกโซ่ที่ชื่อว่า “A luck chain letter” โดยมีต้นฉบับประมาณ 600 ฉบับ ต่อมาในช่วงปี ค.ศ. 1935 พบว่าจดหมายลูกโซ่ที่ชื่อว่า "Send-a-Dime," ซึ่งมีเนื้อหาที่เพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริจาคเงินเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย มีการกระจายจากการส่งจดหมายลูกโซ่ไปถึงผู้อ่านทั่วโลกถึง 1,000,000 ฉบับ เป็นต้น

ตัวอย่างของการส่งต่อข้อมูลประเภทอีเมลล์ลูกโซ่³ ที่มีชื่อว่า “ส่งต่อแล้วจะโชคดี” ซึ่งมีข้อความในอีเมลล์ลูกโซ่มีข้อมูลประกอบด้วย รูปภาพและข้อความดังนี้

³ อ้างอิงจากตัวอย่างจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผู้ส่งถึงผู้วิจัย ใน www.hotmail.com ซึ่งได้รับเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2549



“This Picture of SHREE SIDDHI VINAYAK has been sent to you for good luck. It has been sent around the world Fifteen times so far. You will receive good luck with in four days of relaying this SHREE SIDDHI VINAYAK. Do not keep this message. The picture SHREE SIDDHI VINAYAK must leave your hands in 6 MINUTES. Otherwise you will get a very unpleasant surprise. This is true, even if you are not superstitious, agnostic, or other wise faith impaired.

Send this to at least 5 people and distribute some sweets as PRASAD OF SHREE SIDDHIVINAYAK, your life will improve.

1-4 people: Your life will improve slightly.

5-9 people: Your life will improve to your liking.

9-14 people: You will have at least 5 surprises in the next 3 weeks

15 and above: Your life will improve drastically and everything you ever dreamed of will begin to take shape.

ภาพที่ 2.2 ภาพและข้อความเกี่ยวกับเรื่องเทพเจ้าในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อและศาสนา

เมื่อพิจารณาจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทลูกโซ่ฉบับนี้ มีการส่งฉบับแรกเมื่อวันที่ 4 เดือนกุมภาพันธ์ 2549 เวลา 13.48 น. และส่งถึงผู้วิจัยเมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2549 หลังจากนั้นจดหมายดังกล่าวมีการถูกส่งต่อถึงบุคคลต่างๆ มาก่อนถึงผู้รับถึง 15 ลำดับชั้น และในแต่ละลำดับชั้นของการส่งมีจำนวนอีเมลของผู้ที่ถูกส่งต่อ 10-15 รายชื่อ นั่นหมายถึงว่า ในเบื้องต้นมีผู้ที่ได้รับจดหมายดังกล่าวและส่งต่อในลำดับ 15 ชั้นแรกตั้งแต่ 150 คนขึ้นไป ซึ่งยังไม่รวมรายชื่อของบุคคลในแต่ละชั้นที่จะมีการส่งต่ออีเมลฉบับนี้ไปสู่ผู้รับอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากด้วย

ทั้งนี้แนวคิดจดหมายลูกโซ่ ได้มีพัฒนาการมาถึงยุคจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ลูกโซ่ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตและอีเมลมีความสามารถในการสำเนาข้อมูลและส่งข้อมูลข่าวสารถึงบุคคลได้เป็นจำนวนมาก และใช้เวลาในการส่งข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว เมื่อประกอบกับแนวคิดของการส่งจดหมายลูกโซ่แบบดั้งเดิมที่ยังคงฝังรากฐานอยู่ในพื้นฐานความเชื่อทางศาสนาของมนุษย์ ยิ่งทำให้ปริมาณข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับข่าวลือในลักษณะจดหมายลูกโซ่ ได้แผ่ขยายปริมาณเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากเป็นทวีคูณ เมื่อเทียบกับการสื่อสารแบบจดหมายในอดีต ซึ่งในการวิจัยชิ้นนี้ จะมีการนำเนื้อหาของจดหมายลูกโซ่มาศึกษาพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลของผู้ใช้ รวมถึงทดสอบการกระจายตัวของจดหมายในลักษณะนี้ด้วย

2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

การส่งข้อมูลผ่านอีเมล มีกฎหมายคุ้มครองเช่นเดียวกับเอกสารอื่นๆ ซึ่งปัญหาของการใช้อีเมลที่มีความเกี่ยวข้องกับข้อกฎหมาย ที่ควรให้ความใส่ใจคือเรื่องของการหมิ่นประมาทหรือการใส่ความผู้อื่น (อ้างถึงใน ชวลิต อรรถศาสตร์, ไพบุลย์ อมรภิญโญเกียรติ, พชรินทร์ ฉัตรวชิระกุล และอิทธิพันธ์ สุวรรณจุฑา, 2545 : 29) กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับการหมิ่นประมาท และละเมิดสิทธิส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต และการใช้อีเมล ได้แก่ประมวลกฎหมายอาญาฐานหมิ่นประมาท มาตรา 326 และ 328 ซึ่งระบุว่า มาตรา 326 ผู้ใดใส่ความผู้อื่นต่อบุคคลที่สาม โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้นเสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือถูกเกลียดชัง ผู้นั้นกระทำความผิดฐานหมิ่นประมาท ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองพันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ส่วนมาตรา 328 ถ้าความผิดฐานหมิ่นประมาท ได้กระทำโดยการโฆษณาด้วยเอกสาร ภาพวาด ภาพระบายสี ภาพยนตร์ ภาพหรือตัวอักษรที่ทำให้ปรากฏด้วยวิธีใด แผ่นเสียง หรือสิ่งบันทึกเสียงอย่างอื่น กระทำโดยการกระจายเสียง หรือโดยการกระทำการป่าวประกาศด้วยวิธีอื่นใด ผู้กระทำความผิดต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่พันบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

การส่งข้อความทางอีเมล หากมีกรณีพิพาทเรื่องหมิ่นประมาทหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคล สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงเพื่อนำมาใช้เป็นหลักฐานในการฟ้องร้องต่อศาลได้ โดยสามารถตรวจสอบได้จากระบบคอมพิวเตอร์ของผู้ส่ง ผู้รับ รวมถึงผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต และผู้ให้บริการด้านอีเมล ทั้งนี้เนื่องจากทุกครั้งที่ผู้ใช้บริการอีเมล มีการล็อกอิน เพื่อใช้อินเทอร์เน็ต โดยปกติเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตจะบันทึกข้อมูลต่างๆ ไว้ อาทิเช่น วัน เวลา ที่ใช้บริการหมายเลขที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต (IP Address) รวมถึงเว็บไซต์ที่เข้าไปใช้บริการ ดังนั้นการค้นหาคำผู้กระทำผิดจึงสามารถค้นหาได้

มีผู้กล่าวว่า กฎหมายของประเทศไทยในหลักประมวลกฎหมายอาญา โดยทั่วไปมีการกล่าวไว้ว่า หากมีการใส่ความผู้อื่นและก่อให้เกิดความเสียหายโดยทางอีเมล หรือโดยวิธีการใด การกระทำดังกล่าวถือว่า มีความผิดฐานหมิ่นประมาทตามประมวลกฎหมายอาญา และหากผู้ที่ถูกใส่ความหรือถูกหมิ่นประมาท มีการแจ้งไปยังผู้ให้บริการพื้นที่บนเว็บไซต์ หรืออีเมลฟรีว่า มีข้อความหมิ่นประมาทของตนอยู่บนเว็บไซต์ดังกล่าว และขอให้ลบข้อความดังกล่าว แต่ผู้บริการกลับเพิกเฉยและยังคงข้อความดังกล่าวต่อไป ผู้ให้บริการใช้พื้นที่บนเว็บไซต์หรือผู้ให้บริการใช้ฟรีอีเมลนั้น อาจมีความผิดฐานหมิ่นประมาทในทางอาญา และอาจถูกดำเนินคดี เรียกร้องค่าเสียหายในทางแพ่งได้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดประเภทของข่าวสาร

มีผู้แบ่งแยกประเภทของข้อมูลข่าวสาร ตามแนวทางการจัดประเภทของข่าวสารของสื่อสารมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์ โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ออกเป็นสารบัญของข่าว (อ้างถึงใน www.homepage.sl.ac.th/e1002/main01.html) ดังต่อไปนี้

1. พาดหัวข่าว (Head-Line)
2. ข่าวในประเทศ (Home News หรือ Local News) Local News ยังสามารถหมายถึงข่าวประจำท้องถิ่นได้
3. ข่าวภูมิภาค (Regional News) ภูมิภาคในที่นี้หมายถึงประเทศที่อยู่ในทวีปเดียวกัน
4. World News หมายถึง ข่าวจากประเทศต่างๆทั่วโลก
5. บทความ (Comment)
6. ข่าวธุรกิจ ซึ่งสามารถแยกย่อยออกเป็น
 - ข่าวธุรกิจในประเทศ (Business)
 - ข่าวธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้าน (Regional Business)
 - ตลาดหุ้น (Stocks Exchange Markets)
 - การเงิน (Finance)
 - ข่าวสังคมธุรกิจ (Social)
 - ข่าวธุรกิจทั่วโลก (World Business)
 - บทความพิเศษ (Features)
7. ข่าวเทคโนโลยี (Technology)
8. ข่าวกีฬา (Sports) ที่แยกออกเป็น

- World Sports

-Local Sports

9. ปกึณกะ-สาระ-บันเทิง-ข่าวทั่วไป ซึ่งแยกย่อยออกเป็น

-ข่าวทั่วไป (General)

-สารคดี (Documentary)

-บันเทิง (Entertainment)

-ดวงชะตา (Horoscope)

-การ์ตูน (Comics)

-ปริศนา Puzzles มักจะประกอบด้วย Crosswords อักษรไขว้

-โฆษณาย่อย (Classified หรือ Classified Ads)

นอกจากนี้ การจัดสารบัญข่าวของหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นข่าวภายในหรือข่าวต่างประเทศก็ตาม ข่าวที่เสนอมักจะมีหัวข้อเรื่องเหมือนกัน เช่น ข่าวน้ำท่วม แผ่นดินไหว ไฟไหม้ หรือที่เรียกรวมกันว่าข่าวภัยพิบัติ หัวข้อข่าวสามารถจะแยกออกมาย่อยๆ ดังต่อไปนี้

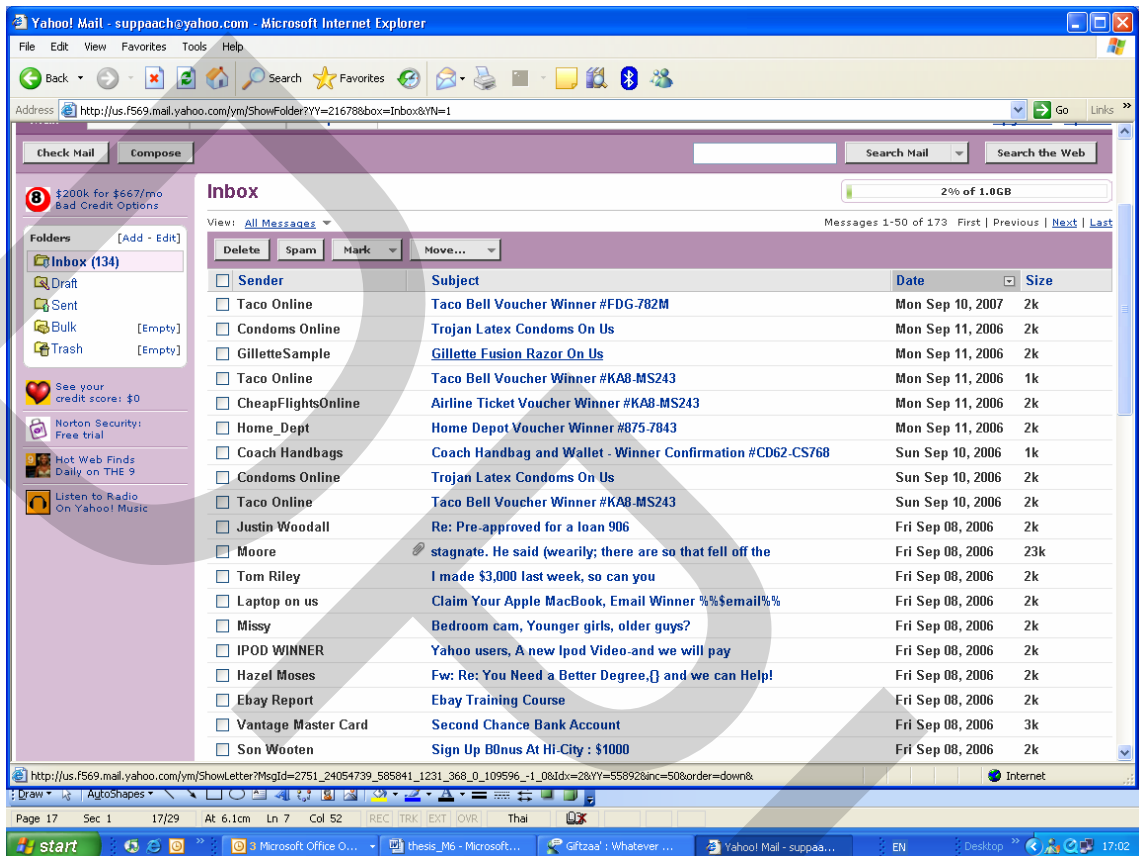
1. ภัยพิบัติ (Disasters)
2. อาชญากรรมและการดำเนินคดี (Crime and Courts)
3. สงครามและก่อการร้าย (Wars and Terrorisms)
4. การเมือง (Politics)
5. การนัดหยุดงานและกรณีพิพาทและแรงงาน (Strikes and Disputes)
6. ธุรกิจ การเงิน และเศรษฐกิจ (Business Finance and Economics)
7. วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม (Science and the Environment)
8. กีฬา (Sports)
9. ข่าวทั่วไป (General)

ทั้งนี้จากแนวคิดเกี่ยวกับการจัดประเภทของข้อมูลข่าวสารตามหลักนิเทศศาสตร์ ที่อาจสอดคล้องกับแนวทางการวิจัย ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดประเภทของข้อมูลข่าวสารของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกวิธีการจัดประเภทการนำเสนอข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้สอดคล้องกับ ประเภทของการนำเสนอข้อมูลของข่าวแบบเรื่องเฉพาะ (อ้างถึงโน มาลี บุญศิริสัมพันธ์, 2537: 27) โดยแบ่งประเภทของข้อมูลข่าวสารในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มักมีการส่งต่อจากบุคคลถึงบุคคลอื่น ดังนี้

1. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ
2. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง
3. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาชญากรรมและการดำเนินคดี
4. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภัยพิบัติ
5. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย
6. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา
7. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมทั่วไป
8. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดาราและผู้มีชื่อเสียงในสังคม
9. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิง หรือเกมส์ประเภทต่างๆ
10. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ โศกกลาง โศกชะตา-ดวง
11. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ
12. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า
13. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดหรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ

อย่างไรก็ตาม แนวคิดเกี่ยวกับการนำประเภทของการจัดข้อมูลของข่าว มาจัดเป็นประเภทกลุ่มข้อมูลข่าวสารของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาในนี้ ประเภทเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์นั้น อาจมีไขข้อมูลข่าวสารที่เกิดจากการนำเสนอข่าวสารของสื่อสารมวลชน ดังนั้นจึงอาจมีข้อจำกัดในเรื่องความสมบูรณ์ถูกต้องของข้อมูล เพราะมิได้ผ่านการพิจารณาคั่นกรองโดยกองบรรณาธิการหรือสื่อมวลชนได้

นอกจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์อีกหนึ่งประเภท ได้แก่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายทางการค้า ซึ่งแนวคิดในการสร้างข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2546 : 562) การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามในการติดต่อสื่อสาร ที่ออกแบบมาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และผลิตภัณฑ์ขององค์กร (อ้างถึงใน Etzel, Walker and Stanton. 2001 : G-10) หรือเป็นหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดและการบริหารจัดการ ซึ่งเกี่ยวกับการพบปะกับสาธารณะ โดยผู้จัดทำเป็นผู้เตรียมองค์ประกอบต่างๆ เอง ซึ่งการส่งข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาดในลักษณะอีเมลขยะในปัจจุบันมีเป็นจำนวนมาก ที่มักจะสร้างความรำคาญให้กับผู้รับ เพราะบางครั้งเป็นอีเมลที่ถูกส่งมาจากระบบส่งอีเมลอัตโนมัติ โดยที่ผู้ส่งและผู้รับไม่ได้มีความสัมพันธ์กันมาก่อน



ภาพที่ 2.3 ตัวอย่างจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่การประชาสัมพันธ์สินค้าเป็นจำนวนมาก
ที่มา : ข้อมูลจาก e-mail ของผู้วิจัยใน www.yahoo.com วันที่ 8 กันยายน 2549

ตัวอย่างอีเมลขยะ ที่มีการนำเสนอขายสินค้าและบริการในลักษณะสแปมมาจากอีเมลของผู้วิจัย เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2549 ในขณะที่เมื่อพิจารณาดูจะเห็นว่า วันที่ซึ่งผู้ส่งได้ส่งถึงผู้รับที่ระบุอยู่ในระบบการอ่านจดหมายของ www.yahoo.com นั้น มีการระบุวันส่งล่วงหน้าตั้งแต่วันที่ 9 กันยายน 2549 ไปถึงวันจันทร์ที่ 11 กันยายน 2549 และบางครั้งข้อมูลที่ส่งมาก็มีความผิดพลาด เช่น ในจดหมายฉบับแรกจากบน ระบุว่าจดหมายส่งมาจากวันจันทร์ที่ 10 เดือนกันยายน 2549 เป็นต้น แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลข่าวสารที่ส่งมานั้น ถูกส่งจากระบบคอมพิวเตอร์ โดยที่ตัวผู้ส่งไม่ได้มีความสัมพันธ์กับตัวผู้รับ ซึ่งมีส่วนที่ทำให้ผู้รับไม่เลือกเปิดอ่านข้อมูลข่าวสารดังกล่าวเป็นต้น

ดังนั้นในกรณีของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์สินค้า หรือบริการ ในลักษณะที่ถูกส่งจากระบบคอมพิวเตอร์ถึงผู้รับจำนวนมากนี้ จะไม่ถูกนำมาหาความสัมพันธ์และทดสอบทางการวิจัยแต่อย่างใด

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ การใช้และความพึงพอใจ

2.4.1 ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

จัดเป็นแนวคิดเบื้องต้นที่สะท้อนถึงกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน ข่าวสารมีความจำเป็นในการใช้ประกอบการตัดสินใจ มนุษย์มีความอยากรู้ และต้องการข้อมูลข่าวสารมาประกอบการตัดสินใจ รวมถึงในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือความต้องการข่าวสารยิ่งเพิ่มมากขึ้น ทำให้มนุษย์เปิดรับข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น

Samual L.Becker (อ้างถึงใน ศูนย์รัฐ บัญชยณิ, 2540 : 19) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ เพื่ออยากรู้ เช่น การเปิดดูรายการข่าวโทรทัศน์ อ่านข่าวหนังสือพิมพ์ หรืออ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ใดๆ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวกับตัวเอง ก็จะให้ความสนใจใฝ่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำ หรือความต้องการเรียนรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

กระบวนการเปิดรับข่าวสารเป็นแนวคิดทางด้านผู้รับสารที่จะพิจารณาว่า บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีเหตุผลอย่างไรในการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งเหตุผลนั้นจะเป็นเหตุผลเฉพาะบุคคล ซึ่งจะสามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกรับข่าวสารของบุคคล (Selective Process) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, 2529 : 636-638)

1. การเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสาร โดยมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมของตนเอง และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ ที่ไม่สอดคล้องกับความรู้จักความเข้าใจ และทัศนคติเดิมจะก่อให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์ หรือเกิดความ

ไม่สบายใจ ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าว จะทำได้จากการแสวงหาข่าวสาร หรือรับข่าวสารที่สองคล้องกับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติเดิมของตน

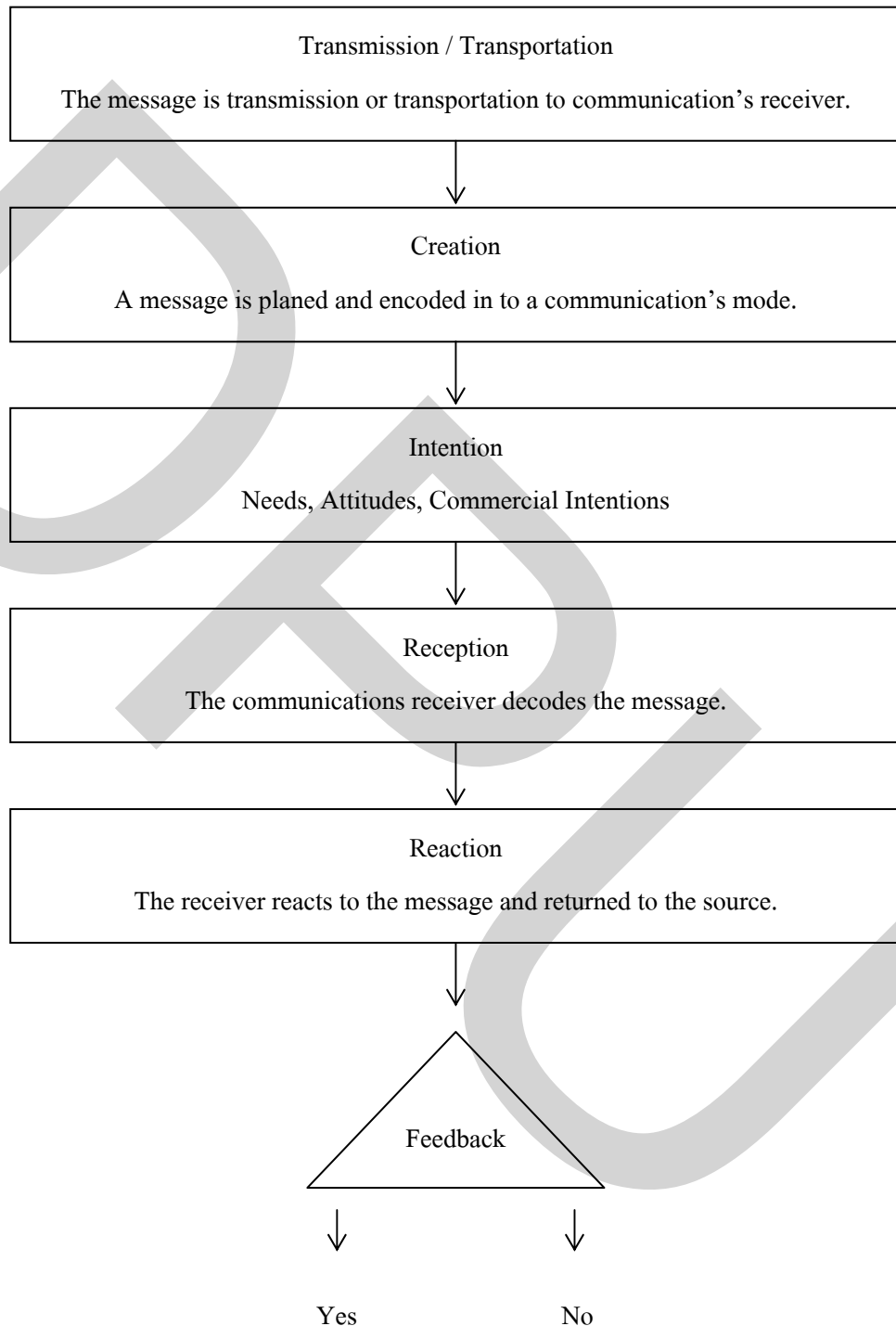
2. การเลือกตามความสนใจ (Selective Attention) เป็นการเปิดรับข่าวสารด้วยความตั้งใจ เนื่องจากข่าวสารในแต่ละวันมีอยู่เป็นจำนวนมาก ข่าวสารบางเรื่อง ผู้รับสารจะรับรู้อย่างผ่านๆ แต่หากเรื่องใดที่ตรงกับความสนใจแล้วก็จะรับข่าวสารนั้นด้วยความตั้งใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) ในกระบวนการเปิดรับข่าวสารไม่ได้หมายความว่า ข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดี๋ยวกั้นที่ส่งผ่านโดยสื่อประเภทต่างๆ ไม่ตรงกัน เพราะความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึง มีได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะรับรู้หรือตีความหมายตามความเข้าใจ ตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ที่มีอยู่

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกจดจำเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ และทัศนคติที่มีอยู่ และมักจะลืมได้ง่ายในข่าวสารที่ตัวเองไม่สนใจ หรือขัดแย้งกับแนวความคิดของตนเอง

แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสารดังกล่าว สอดคล้องกับแนวความคิดเบื้องต้นของการวิจัยครั้งนี้ ผู้รับข้อมูลข่าวสารจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ น่าจะมีแนวโน้มในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ และความสนใจของตนเอง แม้ว่าข้อมูลที่ประกอบในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์นั้นๆ จะถูกแปรความหมายหรือประเมินว่าเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าหรือไม่มีคุณค่า แต่ก็อาจจะมีอิทธิพลต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ด้วย อย่างไรก็ตาม หลังจากผู้ที่รับสารผ่านกระบวนการเลือกรับข่าวสาร และเปิดรับข่าวสารจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แล้ว กระบวนการในการสื่อสารยังไม่สิ้นสุดลงเพียงเท่านี้

ตามแนวคิดของ Frederick Williams (อ้างถึงใน ศูนย์รัฐ บัญญัติ, 2540 : 21) หลังจากกระบวนการเปิดรับสารแล้ว สิ่งที่ควรพิจารณาต่อไปคือผลที่เกิดต่อผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารนั้นๆ ซึ่งผู้รับสารจะสะท้อนออกมาดังแบบจำลองที่เขาเสนอไว้ ดังนี้



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองตามแนวคิดของ Frederick Williams⁴

⁴ Frederick Williams. (1987). **Technology and Communication Behavior**. pp. 11-13.

Frederick อธิบายแบบจำลองนี้ว่า ไม่ว่าในสถานการณ์ใดๆ ก็ตาม ความตั้งใจ (Intention) เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารจากผู้ส่งสาร (Sender) มายังผู้รับสาร (Receiver) โดยกระบวนการสร้างสรรค์ (Creation) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับทักษะของผู้ส่งสาร เช่น การพูด การเขียน หรือ การสื่อความหมายในรูปแบบต่างๆ ผ่านกระบวนการถ่ายทอดสาร (Transmission / Transportation) เป็นกระบวนการทางกายภาพภายนอกของมนุษย์ โดยทั่วไปได้แก่การสื่อสารมวลชนนั่นเอง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารนี้จะเป็นสะพานเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารผ่านกระบวนการรับข่าวสาร (Reception) เป็นกระบวนการทางกายภาพเช่นกัน ก็จะแปลความหมายของสาร (Decodes) มาสู่กระบวนการทางความคิดและอารมณ์ (Mental and Emotional) จากนั้นจึงเกิดกระบวนการตอบสนอง (Reaction) โดยเริ่มจากกระบวนการทางความคิดและอารมณ์ เช่นกัน และอาจต่อเนื่องถึงกระบวนการทางกายภาพ ขึ้นกับพฤติกรรมตอบสนองของแต่ละบุคคล

Wilbur Schramm (อ้างถึงใน ศูนย์รัฐ บัญยมติ, 2540 : 23) ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความเข้าใจของผู้รับสารได้มาก จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติ และพฤติกรรมตอบสนองอันเกิดจากปัจจัยและองค์ประกอบในตัวสารนั้นๆ

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ยึดแนวคิดข้างต้นมาใช้เป็นกรอบความคิดในด้านการใช้ประโยชน์ของข่าวสารที่ได้รับจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของผู้รับสาร ซึ่งถือเป็นปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสาร หลังจากที่ได้ผ่านกระบวนการเปิดรับข่าวสาร และแปลความหมายข่าวสารโดยผ่านการประเมินคุณค่าของข้อมูลข่าวสารแล้ว ผลที่เกิดจากการแปลความหมายข่าวสาร จะสะท้อนออกมาในรูปแบบของการนำข่าวสารนั้นไปใช้ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใด

Melvin Mencher (อ้างถึงใน ศูนย์รัฐ บัญยมติ, 2540 : 25) องค์ประกอบด้านคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร ก็มีส่วนสำคัญเช่นกัน โดยมีแนวคิดในวงการสื่อสารมวลชน ที่นำมาเทียบเคียงกับแนวคิดของการวิจัย จากที่มีผู้ให้คำจำกัดความและองค์ประกอบที่เป็นคุณค่าของข้อมูลข่าวสารไว้หลายอย่าง แต่โดยทั่วไปสามารถประมวลได้ว่า ตัวเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่จะได้รับความสนใจ ถูกตัดสินคุณค่าจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ผลกระทบ (Impact) ของข่าวที่เกิดต่อบุคคลวัดได้จาก ความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร (Importance or Significance) โดยพิจารณาได้จากผลกระทบที่เกิดขึ้นกับจำนวนประชากร ว่าข้อมูลข่าวสารนั้นๆ กระทบกับประชาชนจำนวนมากน้อยเพียงใด หากมี

คนจำนวนมากที่ถูกกระทบจากเนื้อหาข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ตัวข้อมูลเนื้อหาข่าวสารก็จะมีความสำคัญ

2. ธรรมชาติที่ไม่ปกติ (Unusual Nature) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่เก่าแก่ที่สุดของการประเมินคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร ดังที่กล่าวกันว่า เมื่อสุนัขกัดคนไม่เป็นข่าว แต่เมื่อคนกัดสุนัขจะเป็นข่าว เช่น เมื่อเหตุการณ์ใดมีเหตุการณ์ที่ทำให้ผิดความคาดหมาย หรือหากมีบางสิ่งที่ทำให้ผู้ส่งข้อมูลข่าวสารรู้ว่า ต้องเฝ้าดู สงสัย หรืออุทานออกมา เมื่อนั้นผู้ส่งข่าวสารก็จะรู้ว่า สิ่งที่เขากำลังเฝ้าดูอยู่นั้นเป็นข้อมูลข่าวสารที่มีคุณค่า
3. ความเด่นของข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องในข่าว (Prominence) บุคคลซึ่งเป็นที่รู้จัก หรือบุคคลที่มีอำนาจ ถือว่ามีความโดดเด่น คนเหล่านี้จะเป็นผู้สร้างข่าว (Newsmakers) สำหรับชุมชนแห่งนั้น เช่น นักการเมือง ผู้นำแรงงาน นักแสดง เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบปลีกย่อยของข้อมูลข่าวสารที่จะทำให้ผู้รับสารสนใจ (อ้างถึงใน ครุณี หิรัญรักษ์, 2529 : 19-20) ได้แก่ (ความสดและความทันต่อเหตุการณ์ (Immediacy or Timeliness) ความใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ (Proximity) ความต่อเนื่อง (Consequence) ความฉงนสงสัย และตลกขบขันของชีวิต (Drama) ความแปลกและพิสดาร (Oddity or Unusualness) ความขัดแย้ง (Conflict) เพศ (Sex) อารมณ์ (Emotions) และความก้าวหน้า หรือความสำเร็จในการศึกษา ทดลอง (Progress) เป็นต้น

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจต่อสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ และความพึงพอใจ (Uses And Gratification Approach) เป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาขึ้นในอีกแนวทางหนึ่งของการวิจัยเพื่อสื่อสารมวลชน ที่เน้นศึกษาว่าบุคคลเป็นผู้กระทำ (Active Person) ซึ่งมีความปรารถนาที่จะเลือกใช้สื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจส่วนตัว คาทซ์ (อ้างถึงใน พัทณี เขจรรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2538 : 199) เป็นคนแรกที่ทำให้ความเห็นที่ว่า สื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือก ส่วนการเลือกใช้สื่อของบุคคล ขึ้นอยู่กับเหตุผลทางจิตวิทยาและความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคลนั้นๆ ส่วน เดวิส (Davison) (อ้างถึงใน พัทณี เขจรรรยา และคณะ, 2538 : 200) ให้การสนับสนุนแนวคิดของคาทซ์ว่าบุคคลทุกๆ คนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการทางสังคม

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร ที่สามารถนำมาเทียบเคียงอ้างอิงถึงการรับรู้ข่าวสารจากอิเม็ลล์ยะของผู้รับนั้น McCombs และ Becker (อ้างถึงใน ศูนย์รัฐ บัญญัติ, 2540 : 32) อธิบายการวัดตัวแปรตามความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ว่าเป็นเหตุผลของการเลือกใช้สื่อมวลชนที่แตกต่างกันออกไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับดังนี้

1. เพื่อใช้ในการติดตามข้อมูลข่าวสารให้ทันเหตุการณ์
2. เพื่อต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจ
3. เพื่อความตื่นตัวและเสริมความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์ด้วย
4. เพื่อเสริมความคิดเห็นเดิมของตนเอง ให้มันคงยิ่งขึ้นและเป็นการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว
5. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น
6. เพื่อความบันเทิงและการผ่อนคลายอารมณ์

จากกรอบแนวคิด และทฤษฎีเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข้อมูลข่าวสารทั้งหมด จะเห็นได้ว่า การแสวงหาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารจะเกิดจากความคิดและความต้องการของผู้รับสารเอง อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบ (Pattern) ในการใช้ประโยชน์ข่าวสารของผู้รับสาร ได้แก่ โครงสร้างของสื่อ เทคโนโลยีของสื่อ สิ่งแวดล้อมของสังคม ความต้องการ ความเชื่อ และคุณค่าของข่าวสารที่ได้รับด้วย (อ้างถึงใน ศูนย์รัฐ บัญญัติ, 2540 : 33)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายข้อมูลข่าวสาร

2.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์

เมื่อนมนุษย์มีการพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ จากระบบที่ทำงานเป็นระบบเดี่ยว มาสู่การสื่อสารและโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถในการเชื่อมต่อ สื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านระบบเครือข่ายกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์โดยทั่วไปมีองค์ประกอบของการสื่อสาร (อ้างถึงใน ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล, 2547 : 175) ดังนี้

1. ผู้ส่งข้อมูล (Sender) คือสิ่งที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลไปจุดหมายที่ต้องการ
2. ผู้รับข้อมูล (Receiver) คือสิ่งที่ทำหน้าที่รับข้อมูลที่ถูกส่งมาให้
3. ข้อมูล (Data) คือข้อมูลที่ถูกส่งไปยังผู้รับข้อมูล ข้อมูลอาจอยู่ในรูปของข้อความ เสียง ภาพเคลื่อนไหว และอื่นๆ

4. สื่อนำข้อมูล (Medium) คือสิ่งที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการขนถ่ายข้อมูลจากผู้ส่งข้อมูลไปยังผู้รับข้อมูล เช่น สายเคเบิล สายใยแก้วนำแสง อากาศ ฯลฯ
5. โปรโตคอล (Protocol) คือ กฎหรือวิธีที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อการสื่อสารข้อมูล ซึ่งผู้ส่งข้อมูลจะต้องส่งข้อมูลในรูปแบบตามวิธีการสื่อสารที่ตกลงไว้กับผู้รับข้อมูล จึงจะสามารถสื่อสารข้อมูลกันได้

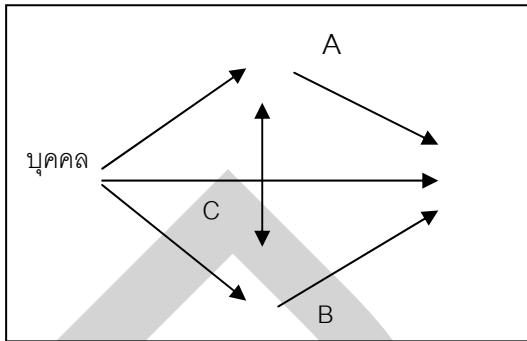
ปรมะ สตะเวทิน (อ้างถึงใน ชวรัตน์ เจ็ดชัย, 2540) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า “ผู้ส่งสาร” ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า “ผู้รับสาร” โดยผ่านสื่อโดยทั่วไป การสื่อสารมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 4 อย่าง คือ แหล่งข่าวสาร (source) ข่าวสาร (message) ผู้รับ (receiver) และช่องทางข่าวสาร (channel)

2.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายข้อมูลข่าวสาร หรือการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร

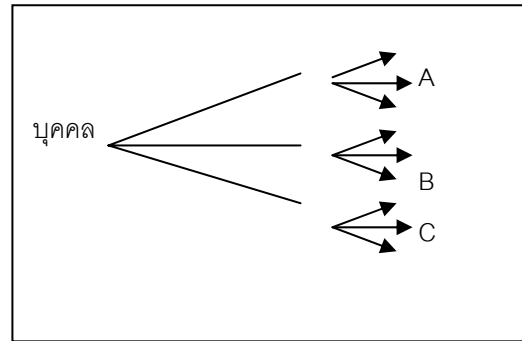
ในเรื่องการแพร่กระจายข่าวสาร จากการศึกษาของ Micheal D. Basil และ William J. Brown (1994) ค้นพบว่า เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารและคิดว่าข่าวสารนั้นมีความสำคัญ ก็จะส่งต่อข้อมูลที่ได้รับแก่คนอื่นๆ ต่อไปอีก และถ้ามีความสนใจในข่าวมาก บุคคลก็จะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ตนเองอยากทราบ ในขณะที่ Everett M. Roger and D. Lowance Kincaid (อ้างถึงใน สุรนันทา มวลชมพู, 2527: 18-22) อธิบายถึงการติดต่อสัมพันธ์กันของคู่สื่อสารภายในเครือข่ายว่า การติดต่อสัมพันธ์กันของคู่สื่อสารภายในเครือข่าย จะมี 2 ลักษณะ คือ

1. เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ที่เป็นเครือข่ายแบบกระจาย (Radial Personal Network) หมายถึงการที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสัมพันธ์กับหลายๆ คน ซึ่งในกลุ่มที่เขาติดต่อด้วยกันนี้จะไม่มีการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างกันเลย ส่วนใหญ่บุคคลที่ติดต่อด้วยจะมีความผูกพันแบบผิวเผิน (Weak Ties) เช่น เป็นเพียงคนรู้จักหรือเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น และจะเป็นการติดต่อสัมพันธ์ของบุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกัน

2. เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคลแบบเกี่ยวซ้อนติดกัน (Interlocking Personal Network) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสัมพันธ์กับคนหลายๆ คน โดยคนในเครือข่ายความสัมพันธ์แบบนี้ จะมีการติดต่อสัมพันธ์ถึงกันหมด และมีความสัมพันธ์กันสนิทสนมแน่นแฟ้น (Strong Tie) เช่น เพื่อนสนิทหรือญาติ โดยที่จะมีลักษณะที่เหมือนกันหรือคล้ายกันมาก



เครือข่ายความสัมพันธ์บุคคลแบบเกี่ยวพันติดกัน



เครือข่ายความสัมพันธ์บุคคลแบบกระจาย

ภาพที่ 2.5 แผนภาพเครือข่ายความสัมพันธ์บุคคลแบบเกี่ยวพันติดกัน และเครือข่ายความสัมพันธ์บุคคลแบบกระจาย

ในการที่คู่สื่อสารมีการติดต่อสัมพันธ์กัน จะมีความผูกพันกันมากน้อยแค่ไหน หรือเป็นไปในลักษณะใดลักษณะหนึ่งนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับพลังของข่าวสาร (Strength of Weak Tie) ซึ่งในทางทฤษฎีสังคมวิทยา ได้มีการใช้เครื่องมืออย่างหนึ่งสำหรับการเชื่อมโยงสังคมระดับย่อยกับสังคมระดับใหญ่ คือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางสังคม โดยใช้ปฏิริยาสัมพันธ์ในระดับย่อย คือ “พลัง” หรือ “กำลัง” (Strength) ของหน่วยความสัมพันธ์แต่ละคู่ (Dyadic Ties) จากการศึกษาคพบว่า การที่บุคคลสองคนมีความผูกพันต่อกันมากน้อยเพียงใด จะมีผลต่อระดับความเกี่ยวข้องของเครือข่ายสัมพันธ์ในหมู่เพื่อนๆ ของคนทั้งสอง นอกจากนั้นลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมแบบผิวเผิน (Weak Tie) ยังมีผลกระทบต่อการแพร่กระจายข่าวสาร การเลื่อนชั้นทางสังคม (Social Mobility) และการจัดระเบียบชุมชน (Community Organization) สำหรับเรื่องอื่นๆ ส่วนใหญ่จะเน้นที่ความผูกพันแบบสนิทสนมแน่นแฟ้นมากกว่า ซึ่งลักษณะของความผูกพันระหว่างบุคคลในสังคมแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ความผูกพันแบบสนิทสนมแน่นแฟ้น (Strong Tie)
2. ความผูกพันแบบผิวเผิน (Weak Tie)
3. ไม่มี ความผูกพัน (Absent)

ระดับความผูกพันจะมีมากหรือน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับ

1. ผลรวมของจำนวนเวลาที่มีการติดต่อสัมพันธ์กัน
2. ความเข้มข้นของอารมณ์ ความรู้สึกคุ้นเคยในการติดต่อสัมพันธ์กัน
3. ความคุ้นเคยสนิทสนมไว้นื้อเชื่อใจซึ่งกันและกันของคู่สื่อสาร
4. การช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคู่สื่อสาร

นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกตามมิติได้อีก 2 มิติ คือการมีความใกล้ชิดในเชิงบวก (Positive Tie) หรือการมีความใกล้ชิดในเชิงลบ (Negative Tie) และการมีความสัมพันธ์ในลักษณะสมมาตร (Symmetry) หรือไม่สมมาตร (Asymmetry)

นอกจากคู่สื่อสารจะมีลักษณะความผูกพันต่อกันในแบบต่างๆ แล้ว ในการติดต่อสื่อสารแต่ละครั้ง คุณลักษณะของคู่สื่อสารที่เหมือนกันและแตกต่างกัน จะเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถทำนายได้ว่า “ใครจะถ่ายทอดข่าวสารต่อไปยังใคร และในการถ่ายทอดข่าวสารนั้นจะมีประสิทธิภาพเพียงไร” คุณลักษณะที่เหมือนกัน (Homophily) หมายถึง ระดับความเหมือนกันของบุคคลสองคนที่มีปฏิริยาสัมพันธ์ต่อกันในด้านต่างๆ เช่น ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา สถานภาพทางสังคม ความชอบ เป็นต้น ซึ่งตรงกันข้ามกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน (Heterophily) ซึ่งหมายถึง ระดับความแตกต่างกันของบุคคลทั้งสองที่มีปฏิริยาสัมพันธ์กันในด้านต่างๆ ดังกล่าว มีผู้ให้ทรรศนะว่า “การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้บ่อยครั้ง มีประสิทธิภาพ และเป็นไปด้วยความราบรื่นนั้น เมื่อผู้ร่วมสื่อสารมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังที่ทาร์ด (Tard) ได้กล่าวว่า “ความสัมพันธ์ทางสังคมจะใกล้ชิดกันมากขึ้นระหว่างบุคคลที่มีอาชีพและการศึกษาเหมือนกัน”

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) ได้กล่าวว่า การสื่อสารที่ราบรื่นจะเกิดขึ้นเมื่อผู้สื่อสารมีลักษณะเหมือนๆ กัน และการสื่อสารที่ราบรื่นนี้จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลในด้านบวกแก่ผู้สื่อสารนั้น เมื่อแหล่งสารและผู้รับมีทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และภาษาเหมือนกัน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีสภาพประสบการณ์คล้ายๆ กัน การสื่อสารก็มีแนวโน้มที่จะเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ เพราะผู้ที่เหมือนกันจะมีความสามารถในการเอาใจใส่เราได้ดีกว่าผู้ที่ต่างกัน การสื่อสารระหว่างผู้ที่มีคุณลักษณะต่างกัน มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดความไม่พ้องต้องกันในทางความคิดหรือความเชื่อ (Cognitive Dissonance) เพราะไม่เข้าใจในความแตกต่างระหว่างกัน ผู้ที่สื่อสารกับคนที่ต่างกับตัวเองมาก จะต้องเผชิญกับความผิดหวังและความไม่มีสมรรถภาพของการสื่อสาร

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคุณลักษณะที่เหมือนกันของผู้สื่อสารจะช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกันเข้าใจกันได้ดี แต่คุณลักษณะดังกล่าวก็เป็นอุปสรรคต่อการแพร่กระจายข่าวสาร ความคิด หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ได้ เพราะการที่บุคคลมีเนื้อหาข่าวสารคล้ายๆ กัน ทำการสื่อสารเป็นประจำ ต่างฝ่ายต่างมีโอกาสที่จะไม่ได้รับข้อมูลหรือความรู้ใหม่ๆ จากกันและกันได้ และจากการวิจัยของพาร์สัน และมาร์แชล (Person & Marshall) พบว่า ในประเทศฟิลิปปินส์และอินเดีย เครือข่ายการสื่อสารของการวางแผนครอบครัวจะต่างจากเครือข่ายของนวัตกรรมอื่นๆ คือ ผู้ที่สื่อสารกันเกี่ยวกับเรื่องการ

วางแผนครอบครัวจะมีคุณลักษณะที่เหมือนกันมาก ซึ่งทำให้การแพร่กระจายนอกรวมด้านนี้ทำได้ช้า เป็นต้น

โรเจอร์ (Rogers) ได้สรุปความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันของคู่สื่อสาร ศักยภาพในการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ และระดับความใกล้ชิดของคนคู่สื่อสารไว้ดังนี้

1. ความผูกพันอย่างผิวเผิน หมายถึง การมีความใกล้ชิดกันในระดับต่ำ (Low Proximity) ความผูกพันอย่างสนิทสนม หมายถึง การมีความใกล้ชิดในระดับสูง (High Proximity)

2. ระดับความใกล้ชิดกันของคู่สื่อสาร จะมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับศักยภาพในการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ

3. ระดับความแตกต่างกันของคู่สื่อสาร จะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับศักยภาพในการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ

4. ระดับความใกล้ชิดของคู่สื่อสาร จะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความเหมือนของคู่สื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายข้อมูลข่าวสารดังกล่าวนี้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับแนวทางของผู้วิจัยในด้านการวิเคราะห์คุณลักษณะของส่งต่อหรือการกระจายตัวของอีเมลขยะ จากผู้ส่งข้อมูลอีเมลขยะนั้นๆ ไปยังผู้รับอื่นๆ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์รูปแบบการกระจายตัวของอีเมลขยะในประเภทต่างๆ ในลำดับต่อไป

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่นำมาศึกษาเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการพึงพอใจ การใช้อินเทอร์เน็ต และการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถสรุปเป็นใจความสำคัญได้ดังนี้

อัญชญา บุญเรือง (2540) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหญิง และชาย ในองค์กรธุรกิจ พบว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมทางเพศมีความแตกต่างกัน ผู้ชายใช้งาน CD-ROM และอินเทอร์เน็ตมากกว่า ส่วนผู้หญิงจะใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่า

วชิระ ตุ่นสกุล (2543) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร : ศึกษากรณีบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เพื่อการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีการใช้งานมากที่สุดในการสื่อสารทุกวัน โดยพบว่า เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ อายุการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ และ

พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในระยะเวลาและลักษณะงานที่ต่างกัน จะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้

พรเทพ ศรีสมบัติ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลของพนักงานในองค์กร เพื่อศึกษาลักษณะการใช้งานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน และศึกษาความพึงพอใจของพนักงานต่อการใช้อีเมลของพนักงาน ซึ่งพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อลักษณะการใช้งานของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน และพนักงานมีความพึงพอใจในการใช้อีเมลของพนักงานที่แตกต่างกัน

ศุภยัษฐี บุญยมนิ ศึกษาเรื่องการประเมินคุณค่าและการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการเงิน ในหนังสือพิมพ์ของผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ไทย เพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการเงิน การใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการเงิน ในหนังสือพิมพ์ของผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ไทย ซึ่งพบว่า การประเมินคุณค่าข่าวมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารทางการเงินเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ความน่าเชื่อถือและความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านการเงิน เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ

สำนักงานคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ในปี 2543 พบว่า ความไม่เท่าเทียมกันในระหว่างเพศในด้านอินเทอร์เน็ตได้ลดลงไปมาก ความแตกต่างของการใช้อินเทอร์เน็ตของคนในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดยังมีอยู่มากไม่แตกต่างจากปีก่อนๆ มากนัก และผลการสำรวจด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์พบว่า นับว่าได้รับความนิยมมากที่สุด เมื่อเทียบกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตในด้านอื่นๆ กล่าวคือ ผู้ใช้ประมาณร้อยละ 37 ระบุว่า ใช้อินเทอร์เน็ตในการรับ-ส่งอีเมลมากที่สุด

DRU

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากพนักงาน บมจ.แสนสิริ ผู้วิจัย ดำเนินงานวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจข้อมูล (Survey Research) จากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และใช้ค่าสถิติ (Statistic) ในการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร และใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Science) เพื่อศึกษาปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่างถึงบุคคลอื่น

3.1 ประชากร

คือ พนักงานบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ทุกคนที่ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่าลงมา ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ ณ สำนักงานใหญ่ และสำนักงานโครงการทั่วกรุงเทพฯ ซึ่งมีประชากรอยู่ทั้งสิ้น 200 คน ทั้งนี้เนื่องจากการวิจัยนี้มีการแบ่งวิธีการวิจัยออกเป็นสองส่วน ดังนั้นจึงมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ส่วนด้วย ดังนี้

3.1.1 ส่วนที่หนึ่ง การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานแตกต่างกัน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 200 คน ในการตอบแบบสอบถาม

3.1.2 ส่วนที่สอง การทดลองเกี่ยวกับประเภทเนื้อหาข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ต่อปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จของ Krejcie & Morgan (ดร.ยุทธ โกยวธรรม, ไม่ระบุ : 100) จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากขั้นตอนที่หนึ่ง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 200 คน ดังนั้นสามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนการทดลองจำนวน 132 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) โดยแบ่งเป็นชาย 66 คน และหญิง 66 คน

3.2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เนื่องจากการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากพนักงาน บมจ.แสนสิริ ซึ่งเป็น การศึกษาในลักษณะขององค์ความรู้รวม โคนผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการสำรวจข้อมูล (Survey Research) จากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และใช้ ค่าสถิติ (Statistic) ในการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร และวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Science) เพื่อศึกษาปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ จากกลุ่ม ตัวอย่างถึงบุคคลอื่น ดังนั้นจึงแบ่งขั้นตอนการศึกษาวิจัยดังนี้

3.2.1 ส่วนที่หนึ่ง การทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปริมาณ การได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

3.2.1.1 เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัย โดยมี ขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสารข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น จากแนวคิดทฤษฎี หลักการ ประกอบกับการดัดแปลงแบบสอบถามของผู้ที่เคยศึกษามาทางด้านนี้ โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ครอบคลุมถึงตัวแปรทุกตัวที่ใช้ในงานวิจัย ทั้งนี้ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา และลักษณะวิชาชีพ/การทำงาน จำนวน 5 ข้อ เป็นแบบตรวจรายการ (Check list) คือ มีหลายตัวเลือกแต่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 2 ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบ อินทราเน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) จำนวน 4 ข้อ เป็นแบบตรวจ รายการ (Check list) คือ มีหลายตัวเลือกแต่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินทราเน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) จำนวน 31 ข้อ โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert) มาตรา ส่วนการประเมินค่า (Rating scale) ตัวเลือกทั้งหมด 5 ตัว คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อย ที่สุด ซึ่งกำหนดการให้คะแนนดังนี้

<u>ตัวเลือก</u>	<u>คะแนน</u>
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

3.2.1.2 การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปทำการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามที่จัดทำแล้วไปปฏิบัติดังนี้

- 1) นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไข เพื่อให้มีความเที่ยงตรงในเนื้อหาและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
- 2) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยแจกแบบสอบถามกับพนักงาน บมจ.แสนสิริ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ด้วยวิธี Alpha Coefficient (Cronbach) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นิยมใช้ตรวจสอบความเชื่อมั่นได้ค่า α (Alpha) = 0.9193

3.2.1.3 วิธีการศึกษา

- 1) การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้น จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับประเภทของข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากประสบการณ์ของผู้วิจัย
- 2) สร้างแบบสอบถาม โดยการศึกษาจากตำราเอกสาร งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ และเติมคำในช่องว่าง ทั้งนี้ผู้วิจัยวัดระดับทัศนคติโดยประยุกต์ใช้การวัดทัศนคติแบบ Likert's Method ที่มีการวัดระดับ 5 ระดับ

จากแบบสอบถามมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยได้กำหนดการพิจารณาเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของการทำให้คะแนนในการแบ่งระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร ค่าเฉลี่ยที่ได้ นำมาจัดทำเป็นเกณฑ์วัดระดับแบ่งผลตามช่วงความสำคัญ โดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วงเท่าๆ กัน และแปรผลดังนี้

$$\frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้นที่จะแบ่ง}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยดังนี้

มีพฤติกรรมในการส่ง e-mail น้อยที่สุด	มีค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.80
มีพฤติกรรมในการส่ง e-mail น้อย	มีค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.81-2.60
มีพฤติกรรมในการส่ง e-mail ปานกลาง	มีค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.61-3.40
มีพฤติกรรมในการส่ง e-mail มาก	มีค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.41-4.20
มีพฤติกรรมในการส่ง e-mail มากที่สุด	มีค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.21-5.00

3.2.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการ ดังนี้

- 1) การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- 2) การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องแล้วมาลงรหัส
- 3) การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

4) การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้

(1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพการทำงาน ระดับการศึกษา และลักษณะวิชาชีพ โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง

(2) การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง

(3) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง

(4) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบความสัมพันธ์ของสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติ t-test สำหรับวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มและวิธี F-test สำหรับการวิเคราะห์มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยนำเสนอในรูปแบบของตาราง

3.2.1.5 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยสมมติฐาน

จากสมมติฐานหลักทั้ง 3 ข้อ ได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

H_0 : ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะส่วนบุคคล

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 2 ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

H_0 : ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

H_0 : รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

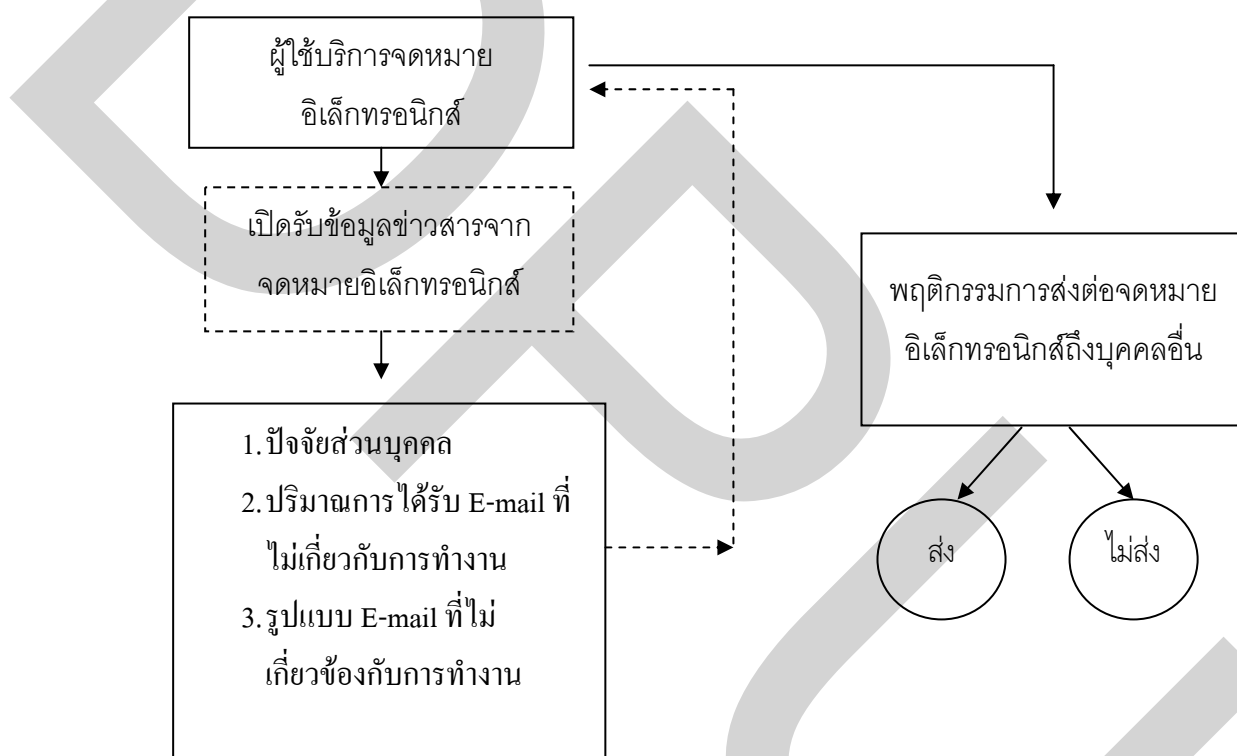
H_1 : รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

3.2.1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย จากตัวแปรเพื่อใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้



3.2.2 ส่วนที่สอง การทดลองเกี่ยวกับ ประเภทเนื้อหาข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ต่อปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

3.2.2.1 เครื่องมือในการวิจัย

การทดลองเกี่ยวกับประเภทเนื้อหาข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีความสัมพันธ์ต่อปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยมีการใช้เครื่องมือในการทดลอง 2 ลักษณะ แบ่งเป็น

1) โปรแกรม Microsoft Outlook โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อทดสอบการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ถึงกลุ่มตัวอย่างผ่านระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร เพื่อทดสอบการเปิดอ่าน การลบทิ้ง และการไม่เปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภท

2) โปรแกรม Internet Counter Tracking¹ โปรแกรมที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยเฉพาะ เพื่อทดสอบเกี่ยวกับปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ระบบฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ผ่านโปรแกรมที่ได้สร้างขึ้น เพื่อให้สามารถแสดงผลการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภท โดยพัฒนาจากโปรแกรม ASP.NET ในการติดตามการเปิดอ่านข้อมูลจดหมาย และใช้โปรแกรม SQL ในการเก็บฐานข้อมูลที่แยกการแสดงผลเป็นจำนวนนับ แบบรายวัน ในระยะเวลา 2 สัปดาห์

3.2.2.2 เกี่ยวกับการทดลอง และขั้นตอนการทดลอง

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งหมวดเนื้อหาข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการทดลอง ออก เป็น 13 ประเภท² ได้แก่

- 1.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ
- 2.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง
- 3.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี
- 4.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ
- 5.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย
- 6.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา
- 7.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับดาราศาสตร์และผู้มีชื่อเสียงในสังคม
- 8.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์-ดูดวง

¹ โปรแกรม Internet Counter Tracking เป็นโปรแกรมที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยเฉพาะ เพื่อติดตามและวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แต่ละประเภท โปรแกรมดังกล่าวไม่สามารถระบุค่าการวัดได้ว่า ผู้ที่เปิดอ่านข้อมูลเป็นใคร แต่สามารถแสดงผลการเปิดอ่านเป็นจำนวนนับ และระบุความถี่การเปิดอ่านข้อมูลได้เป็นรายวัน ซึ่งแสดงถึงปริมาณการเปิดอ่านจดหมายของผู้รับโดยรวม

² ผู้วิจัยแบ่งหมวดเนื้อหาจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตามแนวทางการจัดประเภทของข่าวสาร โดยแบ่งออกเป็น 13 ประเภท โดยตัวอย่างจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันตามรายละเอียดในภาคผนวก

- 9.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาด/สิ่งมหัศจรรย์
- 10.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับเพศ
- 11.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า
12. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ความเชื่อ
13. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับเบ็ดเตล็ดทั่วไป

ขั้นตอนที่ 2 ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ถึงกลุ่มตัวอย่างในการทดลองจำนวน 132 คน ผ่านโปรแกรม Microsoft Outlook เพื่อทดสอบการเปิดอ่าน การลบทิ้ง และการไม่เปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภท โดยส่งข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ฉบับ พร้อมกัน เริ่มตั้งแต่วันศุกร์³ รวมระยะเวลาการจัดเก็บข้อมูลสำหรับการทดลองส่งจดหมายถึงกลุ่มตัวอย่างการทดลองผ่านระบบ Microsoft Outlook ทั้งสิ้น 14 วัน

ขั้นตอนที่ 3 การจัดเก็บฐานข้อมูลบนโปรแกรม Internet Counter Tracking เพื่อทดสอบการวัดปริมาณการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่มีการแยกตามประเภทเนื้อหาที่มีความแตกต่างกัน 13 ประเภท ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประยุกต์ระบบฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ผ่านโปรแกรมที่ได้สร้างขึ้น เพื่อให้สามารถแสดงผลการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภท โดยพัฒนาจากโปรแกรม ASP.NET ในการติดตามการเปิดอ่านข้อมูลจดหมาย และใช้โปรแกรม SQL ในการเก็บฐานข้อมูลที่แยกการแสดงผลเป็นจำนวนนับ แบบรายวัน ในระยะเวลา 2 สัปดาห์

3.2.2.3 การวิเคราะห์และประมวลผลจากการทดลอง

1) จัดเก็บข้อมูลการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันจำนวน 13 ฉบับ ที่ผู้วิจัยได้ทดลองส่งให้กลุ่มตัวอย่าง 132 คน ในระยะเวลา 14 วัน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต Microsoft Outlook ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และจัดประมวลผลในรูปของตารางค่าความถี่ ร้อยละ เพื่อเปรียบเทียบความถี่ของการเปิดรับ การลบทิ้ง และการไม่เปิดจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท

³ ผู้วิจัย เริ่มส่งข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันในวันศุกร์ เนื่องจากผลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าพนักงานแชนสิริส่วนใหญ่มีการเปิดอ่านจดหมายในช่วงเวลาที่ว่างจากการทำงาน และจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พบว่าในวันศุกร์เป็นวันที่มีกิจกรรมและภาระกิจที่เกี่ยวกับการทำงานที่เคร่งเครียด น้อยกว่าวันทำงานในช่วงวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี และวันหยุดสุดสัปดาห์

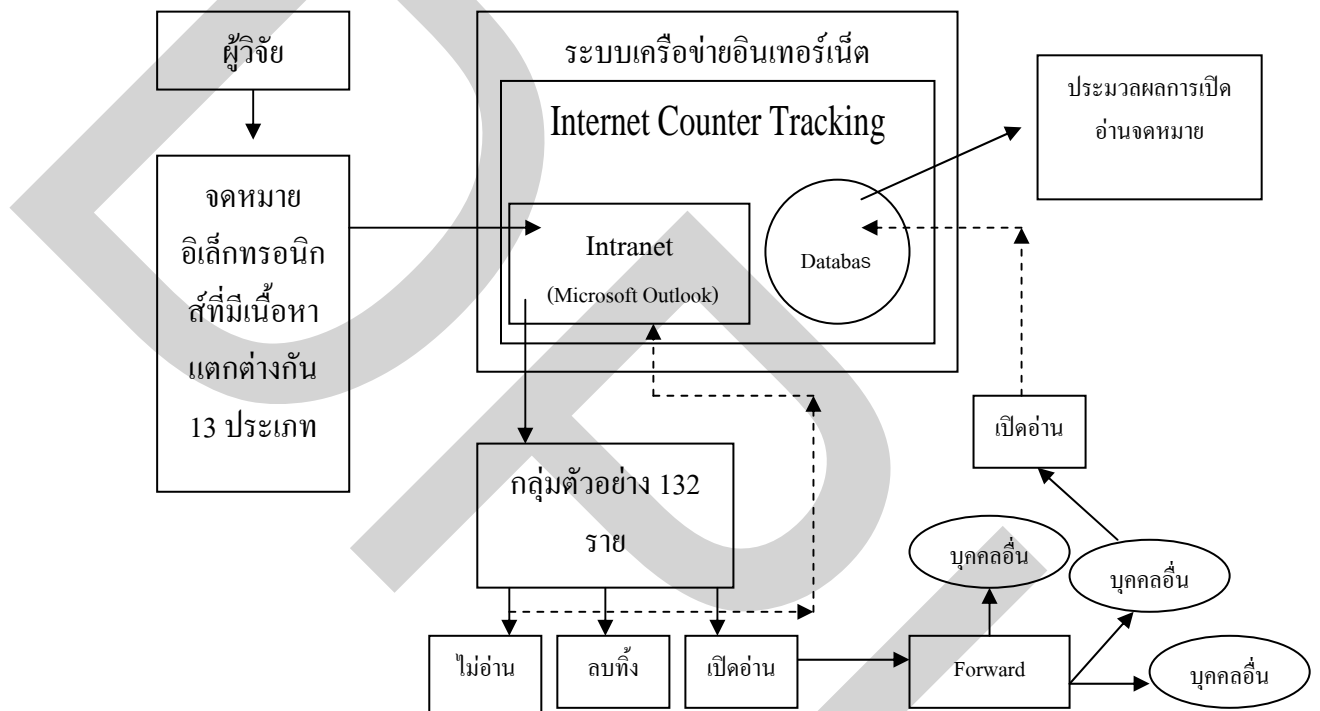
2) จัดเก็บข้อมูลการเปิดรับโดยรวม ของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันจำนวน 13 ฉบับ จากระบบ Internet Counter Tracking ในระยะเวลา 14 วัน เพื่อให้ได้ค่าผลรวมของการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท หลังจากนั้นดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และจัดประมวลผลในรูปของตารางค่าความถี่ ร้อยละ

3) นำค่าปริมาณการเปิดรับโดยรวม ของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันจำนวน 13 ประเภท ที่ได้จากระบบ Internet Counter Tracking ในแต่ละวัน มาเปรียบเทียบกับค่าที่ได้จากการวัดปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาแตกต่างกันจำนวน 13 ประเภท จากระบบ Microsoft Outlook เพื่อให้ได้ผลต่างของปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันจำนวน 13 ประเภทของบุคคลอื่น หลังจากนั้นดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และจัดประมวลผลเปรียบเทียบในรูปตารางค่าความถี่ ร้อยละ

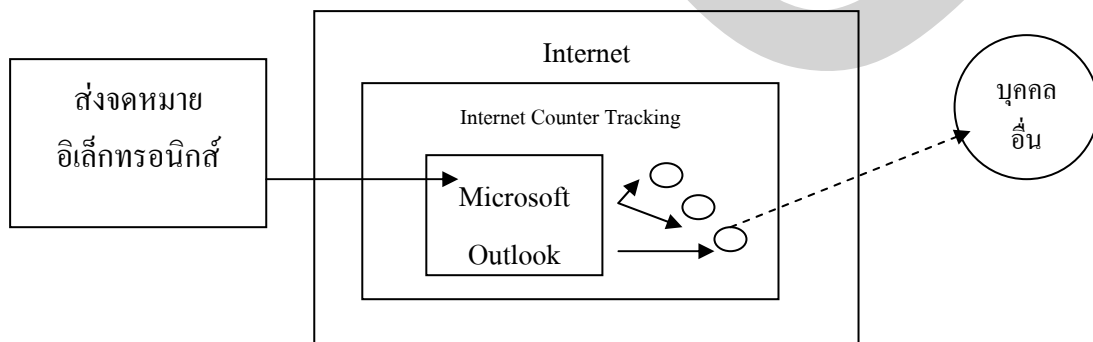
3.2.2.4 กรอบแนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับการทดลอง

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการทดลองเกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน มีปริมาณการกระจายตัวอย่างใด

ขั้นตอนที่ 1 การทดลองส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ถึงกลุ่มตัวอย่างการทดลอง



ขั้นตอนที่ 2 การเปรียบเทียบผลต่างระหว่างปริมาณกลุ่มตัวอย่างการทดลองที่เปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน 13 ประเภท จากระบบ Microsoft Outlook และปริมาณผู้เปิดอ่าน จากระบบ Internet Counter Tracking เพื่อแสดงค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของบุคคลอื่น



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากพนักงาน บมจ.แสนสิริ” ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นสองส่วนคือ ส่วนแรกการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for Social Science) และส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ผลจากการทดลอง นำเสนอในรูปแบบตาราง ค่าเฉลี่ยร้อยละ

4.1 การวิเคราะห์ผลการวิจัยในส่วนของการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.1.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอตามรายละเอียดดังนี้

4.1.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การทำงาน ระดับการศึกษา และลักษณะวิชาชีพ โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ เสนอผลในรูปแบบของตาราง

4.1.1.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ เสนอผลในรูปแบบของตาราง

4.1.1.3 ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เสนอผลในรูปแบบของตาราง

4.1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการทดสอบค่าสถิติ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยเสนอผลในรูปแบบของตาราง

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.2.1 การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา และลักษณะวิชาชีพ โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ ดังตาราง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กลุ่มตัวอย่าง

	ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	73	36.50
	หญิง	127	63.50
	รวม	200	100.00
อายุ	น้อยกว่า 20 ปี	1	0.50
	20-30 ปี	123	61.50
	31-40 ปี	67	33.50
	มากกว่า 40 ปี	9	4.50
	รวม	200	100.00
อายุการทำงาน	น้อยกว่า 1 ปี	33	16.50
	1-5 ปี	112	56.00
	6 - 10 ปี	30	15.00
	มากกว่า 10 ปี	25	12.50
	รวม	200	100.00

ตารางที่ 4.1(ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	8.00
ปริญญาตรี	137	68.50
ปริญญาโท	45	22.50
สูงกว่าปริญญาโท	2	1.00
รวม	200	100.00
ลักษณะวิชาชีพ		
บัญชี	22	11.00
วิศวกร	26	13.00
การตลาด	35	17.50
เทคโนโลยีสารสนเทศ	11	5.50
บริหารธุรกิจ	18	9.00
ธุรการ	21	10.50
กฎหมาย	11	5.50
สถาปนิก/มัณฑนากร	13	6.50
การขาย	1	0.50
อื่น ๆ	42	21.00
รวม	200	100.00

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.5

โดยมีช่วงอายุตั้งแต่ 20-30 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา ได้แก่ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.5 มากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.5 และน้อยกว่า 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5 ส่วนใหญ่มีอายุการทำงานในช่วง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.50 6 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 15 และน้อยที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.5 ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงต่อระหว่างวัยรุ่นถึงวัยกลางคน กลุ่มคนเหล่านี้มักจะมีความชำนาญในการใช้จดหมาย

อิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก และผนวกกับการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุการทำงานมาพอสมควร การเรียนรู้ การใช้หรือโอกาสที่ต้องใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตจึงมีมาก และมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการทำงานและใช้ในชีวิตประจำวันด้วย

สำหรับระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา ได้แก่ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 22.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8 และสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 1 ด้านลักษณะวิชาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีลักษณะวิชาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมา ได้แก่ การตลาด วิศวกร บัญชี ธุรกิจ บริหารธุรกิจ สถาปนิก/มัณฑนากร และเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งมีจำนวนเท่ากับกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 17.5 ร้อยละ 11 ร้อยละ 10.5 ร้อยละ 9 ร้อยละ 6.5 และร้อยละ 5.5 ตามลำดับ ส่วนลักษณะวิชาชีพที่น้อยที่สุด คือ การขาย คิดเป็นร้อยละ 0.5 ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาค่อนข้างสูง ซึ่งเหมาะสมกับการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ต เพราะการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการสื่อสารจะต้องอาศัยทักษะในหลายด้าน เช่น คอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษ สำหรับลักษณะวิชาชีพของกลุ่มตัวอย่างจะเห็นได้ว่าค่อนข้างหลากหลาย และทำให้เห็นว่าการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตทุกวิชาชีพมีความจำเป็นต้องใช้ทั้งสิ้น

4.1.2.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook)

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ค่าร้อยละ ดังตาราง

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook)

การใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้		
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	7	3.50
2-3 วันต่อครั้ง	4	2.00
วันละ 1 ครั้ง	9	4.50
วันละ 2-3 ครั้ง	28	14.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้ (ต่อ)		
วันละ 4-6 ครั้ง	18	9.00
วันละ 7-10 ครั้ง	17	8.50
มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน	117	58.50
รวม	200	100.00
ปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน		
1-5 ฉบับ	31	15.50
6-10 ฉบับ	43	21.50
11-15 ฉบับ	31	15.50
16-20 ฉบับ	31	15.50
21-30 ฉบับ	36	18.00
31-50 ฉบับ	15	7.50
51-80 ฉบับ	5	2.50
มากกว่า 80 ฉบับ	8	4.00
รวม	200	100.00
การรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน		
เคย	193	96.50
ไม่เคย	7	3.50
รวม	200	100.00
ปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน		
1-5 ฉบับ	76	39.38
6-10 ฉบับ	63	32.64
11-15 ฉบับ	25	12.96
16-20 ฉบับ	16	8.29
21-30 ฉบับ	4	2.07

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ
ปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน (ต่อ)		
31-50 ฉบับ	5	2.59
51-80 ฉบับ	1	0.52
มากกว่า 80 ฉบับ	3	1.55
รวม	193	100.00

จากการศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมา ได้แก่ วันละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14 วันละ 4-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9 วันละ 7-10 ครั้ง ร้อยละ 8.5 วันละ 1 ครั้ง ร้อยละ 4.5 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 3.5 และน้อยที่สุด คือ 2-3 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2 ในเรื่องของปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน 6-10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมา ได้แก่ 21-30 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 18 11-20 ฉบับและ 1-5 ฉบับ มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.5 31-50 ฉบับ ร้อยละ 7.5 มากกว่า 80 ฉบับ ร้อยละ 4 และส่วนน้อยที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวันถึง 51-80 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 2.50 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า การใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการใช้ และปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างสูงมาก ซึ่งแสดงถึงศักยภาพการสื่อสารด้วยอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร และเป็นจุดแข็งที่สามารถนำไปใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

สำหรับการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 96.5 และไม่เคยรับคิดเป็นร้อยละ 3.5 ซึ่งปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน พบว่า ส่วนใหญ่มีปริมาณการได้รับ 1-5 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 39.38 รองลงมา ได้แก่ 6-10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 32.64 11-15 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 12.96 16-20 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 8.29 31-50 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 2.59 21-30 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 2.07 มากกว่า 80 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 1.55 และน้อยที่สุดคือ 51-80 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 0.52 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน แต่เมื่อมีการเปรียบเทียบ

ปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานกับการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน พบว่า พนักงานมีการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการทำงานมากกว่า แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารเรื่องงานภายในองค์กร โดยใช้ระบบอินเทอร์เน็ตมีสูงและกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการทำงานมาก

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบ	เคย	ไม่เคย	จัดอันดับ	
			จำนวน	ลำดับที่
1. ข้อความธรรมดา (Text Message)	186 (93.0)	14 (7.0)	105 (52.5)	1
2. รูปภาพ	184 (92.0)	16 (8.0)	95 (47.5)	2
3. โปรแกรมไฟล์/เกมส์ อาทิ EXE, Flash ฯลฯ	136 (68.0)	64 (32.0)	78 (39.0)	3
4. คลิปวิดีโอ	157 (78.5)	43 (21.5)	68 (34.0)	4
5. อื่นๆ	0	200 (100)	0	

จากการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของข้อความธรรมดา (Text Message) เป็นอันดับ 1 รองลงมา คือ รูปภาพ โปรแกรมไฟล์/เกมส์ อาทิ EXE, Flash ฯลฯ และ คลิปวิดีโอ เป็นอันดับสุดท้าย แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการใช้พื้นฐานคือ ข้อความธรรมดา (Text Message) และรูปภาพ ส่วนโปรแกรมไฟล์/เกมส์ อาทิ EXE, Flash ฯลฯ และคลิปวิดีโออาจจะมีความจำเป็นน้อยในการใช้ทำงานปกติ

4.1.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

จากระบบอินทราเน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินทราเน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวันของกลุ่มตัวอย่าง

การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน		
เคย	173	86.5
ไม่เคย	27	13.5
รวม	200	100.00
ปริมาณการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน		
1-5 ฉบับ	119	68.79
6-10 ฉบับ	37	21.39
11-15 ฉบับ	13	7.52
16-20 ฉบับ	3	1.74
21-30 ฉบับ	0	0
31-50 ฉบับ	1	0.56
51-80 ฉบับ	0	0
มากกว่า 80 ฉบับ	0	0
รวม	173	100.00

จากการศึกษาเกี่ยวกับการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เคยส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 86.5 และที่ไม่เคยส่ง คิดเป็นร้อยละ 13.5 ในเรื่องของปริมาณการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน พบว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการส่ง 1-5 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 68.79 รองลงมา ได้แก่ 6-10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 21.39 11-15 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 7.52 16-20 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 1.74 และ 31-50 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 0.56 จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง

ส่วนใหญ่มีการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานในแต่ละวันค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการได้รับในแต่ละวัน อย่างน้อย 20 คน ที่ได้รับจดหมายแต่ไม่มีการส่งต่อ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปยังบุคคลอื่นมิได้ให้ความสำคัญกับเนื้อหาในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (ลักษณะของ e-mail)

ข้อความ	พฤติกรรมการส่ง e-mail		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.e-mail ที่ส่งเป็นข้อความธรรมดา (Text Message)	3.33	1.264	ปานกลาง
2. e-mail ที่ส่งเป็นรูปภาพ	3.28	1.191	ปานกลาง
3. e-mail ที่ส่งเป็นโปรแกรมไฟล์ / เกมส์	2.02	1.217	น้อย
4. e-mail ที่ส่งเป็นคลิปวิดีโอ	2.07	1.165	น้อย
5.อื่นๆ	1.99	1.299	น้อย
เฉลี่ยรวม	2.54	0.892	น้อย

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับลักษณะของ e-mail ที่มีการส่งต่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบข้อความธรรมดา (Text Message) และ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบเป็นรูปภาพ ในปริมาณปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.33 และ 3.28 ตามลำดับ) ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นโปรแกรมไฟล์ / เกมส์และคลิปวิดีโอ มีปริมาณส่งต่อน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.07 2.02 และ 1.99 ตามลำดับ) ดังนั้นจากข้อมูลแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานในทุก รูปแบบ แต่มีปริมาณที่ส่งต่อน้อย แสดงให้เห็นว่าพนักงานให้ความสำคัญกับการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานค่อนข้างน้อย

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (ขนาดของข้อมูล)

ข้อความ	พฤติกรรมการส่ง e-mail		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.e-mail ที่ส่งส่วนใหญ่มากกว่า 1 เมกกะไบต์.	2.85	1.185	ปานกลาง
2.e-mail ที่ส่งส่วนใหญ่น้อยกว่า 1 เมกกะไบต์	3.54	1.017	มาก
เฉลี่ยรวม	3.20	0.933	ปานกลาง

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านขนาดของข้อมูลที่ส่งต่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่าจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีขนาดเล็กกว่า 1 เมกกะไบต์ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีขนาดใหญ่กว่า 1 เมกกะไบต์ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งในปริมาณปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.85 จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าถ้าจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มีขนาดเล็ก จะมีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณที่มาก ในทางตรงกันข้ามถ้าจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีขนาดใหญ่ จะมีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณที่น้อยเนื่องจากใช้เวลาในการโหลดข้อมูลนาน และจะทำให้ไฟล์เก็บข้อมูลเต็มเร็วขึ้น

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (ลักษณะเนื้อหาข้อมูล)

ข้อความ	พฤติกรรมการส่ง e-mail		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. e-mail ธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ	2.52	1.194	น้อย
2. e-mail เกี่ยวกับการเมือง	2.43	1.171	น้อย
3. e-mail เกี่ยวกับสังคม,อาชญากรรม,การดำเนินคดี	2.45	1.151	น้อย
4. e-mail เกี่ยวกับภัยธรรมชาติ	2.59	1.109	น้อย
5. e-mail เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์	2.72	1.157	ปานกลาง
6. e-mail เกี่ยวกับกีฬา	2.37	1.217	ปานกลาง
7. e-mail เกี่ยวกับบันเทิง,ดารารหรือผู้มีชื่อเสียง	2.98	1.188	ปานกลาง
8. e-mail เกี่ยวกับโหราศาสตร์	2.65	1.243	ปานกลาง

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ข้อความ	พฤติกรรมการส่ง e-mail		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
9. e-mail เกี่ยวกับเรื่องแปลก	2.99	1.240	ปานกลาง
10. e-mail เกี่ยวกับเรื่องเพศ	2.41	1.311	ปานกลาง
11. e-mail เกี่ยวกับการโฆษณา	2.31	1.200	น้อย
12. e-mail เกี่ยวกับธรรมะ	2.23	1.120	น้อย
13. e-mail เบ็ดเตล็ดทั่วไป เช่น กลอน บทความ ฯลฯ	2.53	1.240	น้อย
เฉลี่ยรวม	2.55	0.868	น้อย

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านลักษณะเนื้อหาข้อมูล พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณที่น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณปานกลางสำหรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาข้อมูล เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ กีฬา บันเทิงและดาราศาสตร์หรือผู้มีชื่อเสียง โหราศาสตร์ เรื่องแปลก และเรื่องเพศ สำหรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ การเมือง สังคม อาชญากรรม การดำเนินคดี ภัยธรรมชาติ การโฆษณา ธรรมะ และเบ็ดเตล็ดทั่วไป เช่น กลอน บทความ ฯลฯ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณน้อย จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มักจะส่งข้อมูลคล้ายคลึงมากกว่าข้อมูลที่หนัก อาจจะเป็นเพราะปัจจุบันสภาพแวดล้อมต่างๆ มีสถานะตั้งเครียดเป็นพื้นฐาน จึงพยายามหาข้อมูลที่เบาสมองเพื่อส่งต่อไปยังบุคคลอื่น

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (ปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อ)

ข้อความ	พฤติกรรมการส่ง e-mail		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. หัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ	3.96	0.974	มาก
2. เนื้อหาที่อยู่ในกระแสนิยม	3.77	0.986	มาก
3. เนื้อหาที่สั้นกะทัดรัดได้ใจความ	3.28	1.061	ปานกลาง
4. ข้อความสะเทือนใจ	2.93	1.201	ปานกลาง
5. เนื้อหาให้แง่คิด	3.66	1.162	มาก
6. มีเนื้อหาขอความช่วยเหลือ, ร่วมมือ	3.29	1.217	ปานกลาง
7. อื่นๆ	2.31	1.300	น้อย
เฉลี่ยรวม	3.31	0.712	ปานกลาง

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านของปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมส่งต่อมาก โดยให้ความสนใจไปที่ หัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ เนื้อหาที่อยู่ในกระแสนิยม และเป็นเนื้อหาที่มีลักษณะให้แง่คิด ส่วนในเรื่องเนื้อหาที่สั้นกะทัดรัดได้ใจความ ข้อความสะเทือนใจ และเนื้อหาในลักษณะขอความช่วยเหลือ ร่วมมือกลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญระดับปานกลาง และปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อในระดับน้อยมีเพียงข้อเดียว คือ อื่นๆ ดังนั้นจากข้อมูลแสดงให้เห็นกลุ่มตัวอย่างจะมีการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่นๆ ได้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะต้องมีสาระประโยชน์ น่าสนใจ และเป็นประเด็นที่กำลังนิยมอยู่ในขณะนั้น

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง (สภาพแวดล้อม)

ข้อความ	พฤติกรรมการส่ง e-mail		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ส่วนมากส่งในช่วงว่างจากการทำงาน	3.63	1.113	มาก
2. ส่งในเวลาที่ไม่ มีผู้คนพลุกพล่าน	2.92	1.074	ปานกลาง
3. ส่งหลังจากหมดเวลาการทำงานแล้ว	3.46	1.111	มาก
4. ส่งเมื่อรู้สึกเครียดจากการทำงาน	2.79	1.156	ปานกลาง
5. ส่งทันทีหลังจากเปิด e-mail อ่าน	2.90	1.200	ปานกลาง
6. อื่นๆ	2.99	1.458	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.11	0.739	ปานกลาง

จากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อ พบว่า โดยรวมสภาพแวดล้อม ในขณะที่ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มตัวอย่างค่านิ่งถึงในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก ในช่วงเวลาที่ว่างจากการทำงาน และส่งหลังจากหมดเวลาการทำงานแล้ว ส่วนการส่ง ในขณะที่เวลาที่ไม่ มีผู้คนพลุกพล่าน ส่งเมื่อรู้สึกเครียดจากการทำงาน ส่งทันทีหลังจากเปิด จดหมายอิเล็กทรอนิกส์อ่าน และอื่นๆ พฤติกรรมการส่งอยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมักจะหลีกเลี่ยงมิให้เพื่อนร่วมงานเห็นการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน

4.1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้ในการจัดแบ่งกลุ่มของตัวแปรบางกรณีไม่สามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ได้เนื่องจากไม่เป็นไปตามหลักทางสถิติ จึงต้องแบ่งกลุ่มตัวแปรบางตัวเพียง 2 กลุ่มเท่านั้น ปรากฏผลดังตาราง

สมมติฐานที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐานที่ 1.1 เพศ

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
แตกต่างกันในการวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมาย
อิเล็กทรอนิกส์ ได้แบ่งเพศเป็น 2 กลุ่ม คือ เพศชายและเพศหญิง
ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.10 เพศกับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
ชาย	73	2.99	0.70	0.792	0.375
หญิง	127	2.91	0.68		

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 2.99 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 2.91 เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติ t-test พบว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.375 ซึ่งมากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน และปฏิเสธ H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน แสดงว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่สามารถจำกัดพฤติกรรมโดยคำนึงถึงความแตกต่างของเพศได้ การส่งต่อมิได้ขึ้นอยู่กับเพศชายหรือเพศหญิงจะมีพฤติกรรมการส่งต่อมากหรือน้อยแตกต่างกัน เพราะกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเพศมีการแสดงออกถึงพฤติกรรมการส่งต่อไม่แตกต่างกัน อาจด้วยสภาวะแวดล้อมในปัจจุบัน ทั้งด้านความคิดเห็นและพฤติกรรมการแสดงออกความแตกต่างระหว่างเพศชายหรือเพศหญิงมิได้เป็นข้อจำกัดพฤติกรรมในการแสดงออก ดังนั้น พฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่างไม่ว่าเพศใดจึงไม่มีความแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุ

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์
แตกต่างกันในการวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมาย
อิเล็กทรอนิกส์ ได้แบ่งกลุ่มอายุเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่
เกิน 30 ปี และ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.11 อายุกับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

อายุ	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
ไม่เกิน 30 ปี	124	2.98	0.64	4.931	0.028
มากกว่า 30 ปี	76	2.86	0.76		

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 2.98 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 2.86 เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติโดยวิธี t-test พบว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน และยอมรับ H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน แสดงว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20-30 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน เป็นช่วงต่อระหว่างวัยรุ่นและวัยกลางคน พฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จึงมีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ซึ่งเป็นช่วงสภาวะความเคร่งเครียดกับการทำงานอาจมีความกดดันมากกว่าและมีความรับผิดชอบต่อการงานมากขึ้น พฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่นอกเหนือจากการทำงานนั้นจึงมีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี

สมมติฐานที่ 1.3 อายุการทำงาน

H_0 : อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อ

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อ

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์ระหว่างอายุการทำงานกับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้แบ่งกลุ่มอายุการทำงานเป็น 3 กลุ่ม คือ น้อยกว่า 1 ปี ระหว่าง 1-5 ปี และมากกว่า 5 ปี ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.12 อายุการทำงาน กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

อายุการทำงาน	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
น้อยกว่า 1 ปี	33	3.21	0.86	4.131	0.017
1-5 ปี	142	2.91	0.61		
มากกว่า 5 ปี	25	2.72	0.79		

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เท่ากับ 3.21 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงาน 1-5 ปี มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.91 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 เมื่อทดสอบค่าสถิติโดยวิธี F-test พบว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.017 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 : อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน และยอมรับ H_1 : อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน แสดงว่า อายุการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

อายุการทำงาน	Mean	Std. Deviation	น้อยกว่า 1 ปี	1-5 ปี	มากกว่า 5 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	3.21	0.86	-	*	*
1-5 ปี	2.91	0.61	*	-	
มากกว่า 5 ปี	2.72	0.79	*		-

เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.21) มีพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานตั้งแต่ 1-5 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.91) และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานมากกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.72) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี เป็นกลุ่มบุคคลซึ่งเริ่มเข้ามาทำงานใหม่ ภาระหน้าที่การทำงานยังมีน้อย ประกอบกับอายุอยู่ในช่วงต่อระหว่างวัยรุ่นถึงวัยกลางคนเท่านั้น พฤติกรรมการแสดงออกจึงแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานที่มากประกอบกับวัยที่ต้องแบกรับความรับผิดชอบไว้ค่อนข้างสูง จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี มีการจัดสรรเวลาเพื่อเปิดรับกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานได้มากกว่ากลุ่มบุคคลที่มีอายุการทำงานมากกว่า 1 ปี ส่งผลให้มีพฤติกรรมการส่งต่อที่มากกว่าด้วย

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษา

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ได้แบ่งกลุ่มระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ ต่ำกว่าปริญญาโท และปริญญาโทขึ้นไป ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.14 ระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ระดับการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาโท	153	2.98	0.72	0.026	0.873
ปริญญาโทขึ้นไป	47	2.79	0.55		

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 2.98 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป ซึ่งมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 2.79 เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติโดยวิธี t-test พบว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.873 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน และปฏิเสธ H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน แสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาสูง คือ อยู่ในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ความแตกต่างในด้านพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จึงมีน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับนี้ ซึ่งมีเพียง 47 คนเท่านั้น พฤติกรรมการส่งต่อจึงมีลักษณะไปในแนวทางเดียวกันจึงไม่เห็นถึงความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ลักษณะวิชาชีพ

H_0 : ลักษณะวิชาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะวิชาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์ระหว่างลักษณะวิชาชีพกับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ได้แบ่งกลุ่มลักษณะวิชาชีพของกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่ง (นักบัญชี นักบริหาร พนักงานธุรการ นักกฎหมาย) กลุ่มที่สอง (วิศวกร สถาปนิก มัณฑนากร) กลุ่มที่สาม (นักการตลาด การขาย เทคโนโลยีสารสนเทศ) และกลุ่มที่สี่ (อื่นๆ) ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.15 ลักษณะวิชาชีพ กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ลักษณะวิชาชีพ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
กลุ่มที่หนึ่ง	72	2.99	0.76	0.933	0.426
กลุ่มที่สอง	39	2.90	0.82		
กลุ่มที่สาม	47	2.81	0.58		
กลุ่มที่สี่	42	3.02	0.52		

ผลการศึกษาพบว่า ในด้านลักษณะวิชาชีพของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่สี่ (อื่นๆ) มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เท่ากับ 3.02 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่หนึ่ง (นักบัญชี นักบริหาร พนักงานธุรการ นักกฎหมาย) มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 2.99 กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่สอง (วิศวกร สถาปนิก มัณฑนากร) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่สาม (นักการตลาด การขาย เทคโนโลยีสารสนเทศ) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เท่ากับ 2.81 เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติโดยวิธี F-test พบว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้มีค่า เท่ากับ 0.426 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 : ลักษณะวิชาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน และปฏิเสธ H_1 : ลักษณะวิชาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน แสดงว่า ลักษณะวิชาชีพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างแม้จะมีลักษณะวิชาชีพแตกต่างกันแต่พฤติกรรมการแสดงออกในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มิได้แตกต่างกัน การส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่ นั่นจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะวิชาชีพของผู้ส่ง แต่น่าจะเป็นผลมาจากปัจจัยอื่นมากกว่า ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลแม้ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมรอบตัวเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน แต่ในเรื่องลักษณะวิชาชีพแม้จะมีความแตกต่างกัน แต่บางส่วนยังมีความคล้ายกันอยู่ กล่าวคือ ไม่ว่าจะกลุ่มลักษณะวิชาชีพใด ก็มักจะมีความสนใจและใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ภายในองค์กรแทบทั้งสิ้น และมีพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับนั้นไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

H_0 : ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์ระหว่างปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ได้แบ่งกลุ่มปริมาณจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับเป็น 3 กลุ่ม คือ ไม่เกิน 5 ฉบับ 6-10 ฉบับ และมากกว่า 10 ฉบับปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.16 ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ปริมาณ e-mail ที่ได้รับ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
ไม่เกิน 5 ฉบับ	83	2.99	0.77	0.504	0.605
6-10 ฉบับ	63	2.87	0.66		
มากกว่า 10 ฉบับ	54	2.93	0.58		

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ไม่เกิน 5 ฉบับ มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เท่ากับ 2.99 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่า 10 ฉบับ มีค่าเฉลี่ย 2.93 และ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์น้อยที่สุด คือ 6-10 ฉบับ มีค่าเฉลี่ย 2.87 เมื่อทดสอบค่าสถิติโดยวิธี F-test พบว่า ระดับนัยสำคัญที่คำนวณได้มีค่า เท่ากับ 0.605 มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 : ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน และปฏิเสธ H_1 : ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน แสดงว่า ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับปริมาณจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะได้รับปริมาณมากหรือน้อยแตกต่างกันเท่าใด ไม่ทำให้เกิดพฤติกรรมการส่งต่อที่แตกต่างกัน อาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจและมีพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยมองถึงลักษณะเนื้อหา และปัจจัยอื่นมากกว่าจะมองถึงปริมาณที่ได้รับว่ามากน้อยเพียงใด พฤติกรรมการ

ส่งต่อของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับปริมาณน้อย จึงไม่มีความแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับมากกว่า
เลย

สมมติฐานที่ 3 รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

H_0 : รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการ
ส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการ
ส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ในการวิเคราะห์ระหว่างรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กับพฤติกรรมการส่งต่อ
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ได้แบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ
ข้อความมากที่สุด และกลุ่มที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแบบที่เป็นรูปภาพหรือคลิปวิดีโอมาก
ที่สุด ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.17 รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบของ e-mail	N	Mean	Std. Deviation	t	Sig.
ข้อความ	111	2.84	0.76	7.747	0.006
ภาพ/โปรแกรม/คลิปVDO	89	3.06	0.57		

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นรูปภาพ
โปรแกรมต่างๆ และคลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด
เท่ากับ 3.06 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เป็นแบบข้อความธรรมดา
ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 2.84 เมื่อทดสอบค่าสถิติโดย
วิธี t-test พบว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ
ทางสถิติ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 : รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
พฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน และยอมรับ H_1 : รูปแบบของจดหมาย
อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน แสดง
ว่า รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมาย
อิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม
ด้านรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นแบบข้อความธรรมดา กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการ
ส่งต่อน้อยกว่า รูปภาพ โปรแกรมต่างๆ และคลิปวิดีโอ เนื่องมาจากความน่าสนใจของข้อมูล โดย
ตามธรรมชาติผู้บริโภคมักจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจและมีสีสัน น่าติดตาม ไม่น่าเบื่อ จึงทำให้

รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นรูปภาพ โปรแกรมต่างๆ และคลิปวิดีโอ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งต่อมากกว่าข้อความธรรมดา ดังนั้น ด้านรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นก่อนปัจจัยอื่น ซึ่งจะเห็นว่ามีความสำคัญถึง 0.006 ซึ่งน้อยกว่าค่าสถิติที่ตั้งไว้มาก

4.2 การวิเคราะห์ผลจากการทดลองเกี่ยวกับปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

การทดลองเกี่ยวกับปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภทที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลไปยังบุคคลอื่น โดยผู้ศึกษาแบ่งประเภทจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 13 ประเภท ได้แก่

1. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ
2. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง
3. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี
4. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ
5. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย
6. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา
7. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดาราศาสตร์และผู้มีชื่อเสียงในสังคม
8. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ โชคชะตา-ดูดวง
9. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดหรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ
10. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ
11. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า
12. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ
13. ประเภทข้อมูลที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเบ็ดเตล็ดทั่วไป

ผลจากการทดลอง ผู้วิจัยได้ทดสอบการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน โดยส่งจดหมายถึงกลุ่มตัวอย่างจำนวน 132 ราย เพื่อทดสอบปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภท ในช่วง 2 สัปดาห์ ผลการทดลองนำเสนอในรูปแบบตารางแสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละ รวมถึงการแปรผลและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.2.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในส่วนของการทดลองเกี่ยวกับปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

4.2.1.1 การวิเคราะห์ปริมาณผลรวมการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน ของกลุ่มตัวอย่างจากระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) จำนวน 132 คน ในช่วง 2 สัปดาห์ โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ร้อยละ เสนอผลในรูปแบบของตาราง

4.2.1.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน ระหว่างการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างจากระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) จำนวน 132 คน และบุคคลอื่นจากระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 2 สัปดาห์ โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ร้อยละ เสนอผลในรูปแบบของตาราง

4.2.1.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.2.1 การวิเคราะห์ปริมาณผลรวมการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ผลการทดลอง ปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ถึงกลุ่มตัวอย่างผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) จำนวน 132 คน ในช่วง 2 สัปดาห์ โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ร้อยละ เสนอผลในรูปแบบของตาราง

ตารางที่ 4.18 ปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีประเภทเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทเนื้อหาจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	ปริมาณผู้ใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ 132 คน		
	เปิดอ่าน	ไม่อ่าน/ลบทิ้ง	ยังไม่ได้เปิด
ธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ	68 (51.51%)	12 (9.09%)	52 (39.39%)
การเมือง	81 (61.36%)	3 (2.27%)	48 (36.36%)
สังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี	86 (65.15)	2 (1.51%)	44 (33.33%)
ภัยพิบัติ	81(61.36%)	5 (3.78%)	46 (34.84%)
เทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย	80 (60.60%)	6 (4.54%)	46 (34.84%)
กีฬา	79 (59.84%)	5 (3.78%)	48 (36.36%)
ดาราศาสตร์และผู้มีชื่อเสียงในสังคม	74 (56.06%)	10 (7.57%)	48 (36.36%)
โหราศาสตร์ โชคชะตา-ดวง	81 (61.36%)	2 (1.51%)	49(37.12%)
เรื่องแปลกประหลาด/สิ่งมหัศจรรย์	74 (56.06%)	11 (8.33%)	47 (35.60%)
เพศ	81 (61.36%)	3 (2.27%)	48 (36.36%)
โฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า	79(59.84%)	6 (4.54%)	47 (35.60%)
ศาสนา ความเชื่อ	56 (42.42%)	15 (11.36%)	61 (46.21%)
เบ็ดเตล็ดทั่วไป	70 (53.03%)	8 (6.06%)	54 (40.90%)
ค่าเฉลี่ย	76.15	6.76	49.07

ผลการทดลองการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน โดยแบ่งประเภทจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ตามลักษณะเนื้อหาที่แตกต่างกันทั้ง 13 ประเภท ในระยะเวลา 14 วัน พบว่า

1. ปริมาณค่าเฉลี่ยการเลือกเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าประมาณ 76.15 คน โดยประเภทจดหมายที่ได้รับการเปิดอ่านมากที่สุด ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี มีผู้เปิดอ่าน 86 คน หรือร้อยละ 65.15 รองลงมาคือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง เนื้อหาเกี่ยวกับภัยพิบัติ และเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ มีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดอ่านในจำนวน 81 คน เท่ากัน หรือคิดเป็นร้อยละ

61.36 ในขณะที่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาประเภทศาสนาและความเชื่อ มีผู้เปิดอ่านน้อยที่สุดเพียง 56 คน คิดเป็นอัตราร้อยละ 42.42 ของกลุ่มตัวอย่าง

2. ปริมาณค่าเฉลี่ยการเลือกไม่เปิดอ่านหรือลบทิ้งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆของกลุ่มตัวอย่มีค่าประมาณ 6.7 คน โดย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาและความเชื่อ ไม่ได้รับการเปิดอ่านสูงสุด มีผู้ไม่เปิดอ่านจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.36 อันดับรองลงมาได้แก่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ เศรษฐกิจ การเงิน มีผู้ไม่เปิดอ่านจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดและสิ่งมหัศจรรย์ มีผู้ไม่เปิดอ่านจำนวน 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8.33 ในขณะที่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี และที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ การดูดวงและโชคชะตา มีผู้ที่ไม่เปิดอ่านหรือลบทิ้งจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 2 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.51 เท่านั้น

3 ปริมาณค่าเฉลี่ยการยังไม่ได้เปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าประมาณ 49.07 คน โดยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องศาสนาและความเชื่อ มีคนที่ยังไม่ได้เปิดอ่านสูงสุดถึง 61 คน คิดเป็นร้อยละ 46.21 ส่วนอันดับรองลงมาได้แก่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเบ็ดเตล็ดทั่วไป มีผู้ที่ยังไม่ได้เปิดอ่านจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 40.90 และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับธุรกิจ การเงินและเศรษฐกิจ มีผู้ที่ยังไม่ได้เปิดอ่าน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 39.39 ในขณะที่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรม การดำเนินคดี มีผู้ที่ยังไม่ได้เปิดอ่านน้อยที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

4.2.2.2 การวิเคราะห์ปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง และการปริมาณการกระจายตัวถึงบุคคลอื่น

การวิเคราะห์ผลการทดลอง ปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ถึงกลุ่มตัวอย่างผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) จำนวน 132 คน และผลการวัดปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ที่ได้จากระบบ Internet Counter Tracking เพื่อหาค่าส่วนต่างๆที่แสดงถึงปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ในช่วง 2 สัปดาห์โดยวิเคราะห์จากค่าความถี่ ร้อยละ เสนอผลในรูปแบบของตาราง

ตารางที่ 4.19 ผลการทดลอง ปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ
ธุรกิจ เศรษฐกิจ การเงิน

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	47 (43.9%)	35 (32.71%)	12 (11.21%)
เสาร์	6	3	3
อาทิตย์	1	1	-
จันทร์	36 (33.64%)	25 (23.36%)	11 (10.28%)
อังคาร	10	3	7
พุธ	2	-	2
พฤหัสบดี	-	-	-
สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	1	1	-
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	-	-	-
อังคาร	1	-	1
พุธ	3	-	3
พฤหัสบดี	-	-	-
รวม	107 (100%)	68 (63.55%)	39 (36.44%)

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน และเศรษฐกิจ ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่ามีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 107 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรกมีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน และเศรษฐกิจสูงสุดในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet

Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 47 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.9 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.71 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.21 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 36 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.64 จากกลุ่มตัวอย่าง 25 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.36 และจากบุคคลอื่น 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.28 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 5 ครั้ง จากการเปิดอ่านจดหมายโดยกลุ่มตัวอย่าง 1 ครั้ง และการเปิดอ่านจดหมายโดยบุคคลอื่น 4 ครั้ง

ตารางที่ 4.20 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ

การเมือง	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	สัปดาห์ที่ 1		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	66 (62.85%)	51 (48.57%)	15 (14.28%)
เสาร์	6	6	-
อาทิตย์	3	1	2
จันทร์	20 (19.04%)	17 (16.19%)	3 (2.85%)
อังคาร	4	3	1
พุธ	2	2	-
พฤหัสบดี	2	1	1

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	-	-	-
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	1	-	1
อังคาร	-	-	-
พุธ	1	-	1
พฤหัสบดี	-	-	-
รวม	105 (100%)	81	24

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการเมืองถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 105 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรกมีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการเมืองสูงสุด ในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 66 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.85 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 51 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.57% และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.28 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทการเมือง มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.04 จากกลุ่มตัวอย่าง 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.19 และจากบุคคลอื่น 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.85 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 2 ครั้ง ไม่มีการเปิดอ่านจดหมายโดยกลุ่มตัวอย่าง และการเปิดอ่านจดหมายโดยบุคคลอื่น 2 ครั้ง

ตารางที่ 4.21 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ
สังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	95 (65.97%)	67 (46.52%)	28 (19.44%)
เสาร์	5	2	3
อาทิตย์	3	3	-
จันทร์	27 (18.75%)	10 (6.94%)	17 (11.8%)
อังคาร	5	1	4
พุธ	1	-	1
พฤหัสบดี	1	1	-
สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	3	2	1
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	1	-	1
อังคาร	-	-	-
พุธ	2	-	2
พฤหัสบดี	1	-	1
รวม	144 (100%)	86	58

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 144 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรกมีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดีสูงสุด ในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 95 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.97 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 67 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.52 และการ

เปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.44 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทสังคม อาชญากรรม และการดำเนินคดี มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.75 จากกลุ่มตัวอย่าง 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.94 และจากบุคคลอื่น 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.8 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 7 ครั้ง การเปิดอ่านจดหมายโดยกลุ่มตัวอย่าง 2 ครั้ง และการเปิดอ่านจดหมายโดยบุคคลอื่น 5 ครั้ง

ตารางที่ 4.22 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ
อุบัติเหตุ และภัยธรรมชาติ

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	50 (48.54%)	44 (42.71%)	6 (5.82%)
เสาร์	4	3	1
อาทิตย์	1	1	-
จันทร์	29 (28.15%)	27 (26.21%)	2 (1.94%)
อังคาร	9	2	7 (6.79%)
พุธ	4	-	4
พฤหัสบดี	-	-	-
สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	2	1	1
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	2	1	1
อังคาร	-	-	-
พุธ	2	2	-
พฤหัสบดี	-	-	-
รวม	103 (100%)	81	22

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับอุบัติเหตุ และภัยธรรมชาติ ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 103 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรก มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับอุบัติเหตุและภัยธรรมชาติสูงสุด ในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 50 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.54 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 44 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.71 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.82 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอุบัติเหตุและภัยธรรมชาติ มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 29 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.15 จากกลุ่มตัวอย่าง 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.21 แต่เปิดอ่านจากบุคคลอื่น 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.94 ในขณะที่การเปิดอ่านจดหมายจากบุคคลอื่นในลำดับที่สองกลับอยู่ในวันอังคารของสัปดาห์แรก ที่ 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.79 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 6 ครั้ง การเปิดอ่านจดหมายโดยกลุ่มตัวอย่าง 4 ครั้ง และการเปิดอ่านจดหมายโดยบุคคลอื่น 2 ครั้ง

ตารางที่ 4.23 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	59 (52.12%)	41 (36.28%)	18 (15.92)
เสาร์	3	2	1
อาทิตย์	5	4	1
จันทร์	25 (22.12%)	18 (15.92%)	7 (6.19%)
อังคาร	10	8	2
พุธ	4	2	2
พฤหัสบดี	2	2	-

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	-	-	-
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	2	2	-
จันทร์	-	-	-
อังคาร	1	-	1
พุธ	1	1	-
พฤหัสบดี	1	-	1
รวม	113 (100%)	80	33

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 113 ครั้ง โดยในช่วงสัปดาห์แรกมีอัตราการเปิดรับอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัยสูงสุด ในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 59 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 52.12 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 41 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.28 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.92 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 25 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.12 จากกลุ่มตัวอย่าง 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.92 และเปิดอ่านจากบุคคลอื่น 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.19 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 5 ครั้ง การเปิดอ่านจดหมายโดยกลุ่มตัวอย่าง 3 ครั้ง และการเปิดอ่านจดหมายโดยบุคคลอื่น 2 ครั้ง

ตารางที่ 4.24 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
สุกรี	67 (63.80%)	53 (50.47%)	14 (13.33%)
เสาร์	6	4	2
อาทิตย์	1	1	-
จันทร์	22 (20.95%)	19 (18.09)	3 (2.85%)
อังคาร	6	2	4 (3.8%)
พุธ	-	-	-
พฤหัสบดี	1	-	1
สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
สุกรี	-	-	-
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	-	-	-
อังคาร	-	-	-
พุธ	2	-	2
พฤหัสบดี	-	-	-
รวม	105 (100%)	79	26

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬา ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 105 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรก มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาสูงสุด ในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 67 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.80 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 53 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.47 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.33 และลำดับ

การเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทกีฬา มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 22 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.95 จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.09 แต่เปิดอ่านจากบุคคลอื่น 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.85 ในขณะที่การเปิดอ่านจดหมายจากบุคคลอื่นในลำดับที่สองกลับอยู่ในวันอังคารของสัปดาห์แรก ที่ 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 2 ครั้ง การเปิดอ่านจดหมายโดยบุคคลอื่น 2 ครั้ง

ตารางที่ 4.25 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดาราและผู้มีชื่อเสียงในสังคม

สัปดาห์ที่	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
1			
ศุกร์	40 (26.66%)	26 (17.33%)	14 (9.33%)
เสาร์	13	6	7
อาทิตย์	2	1	1
จันทร์	46 (30.66%)	39 (26%)	7 (4.66%)
อังคาร	21	3	18 (12%)
พุธ	6	2	4
พฤหัสบดี	2	1	1
2			
ศุกร์	6	1	5
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	2	-	2
อังคาร			0
พุธ	11 (7.33%)		11 (7.33%)
พฤหัสบดี	1		1
รวม	150 (100%)	79	71

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับดาราศาสตร์ และผู้มีชื่อเสียงในสังคม ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 150 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรก มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับดาราศาสตร์ และผู้มีชื่อเสียงในสังคมสูงสุดจากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุดในจันทร์ของสัปดาห์แรก จำนวน 46 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.66 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 39 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 7 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.66 ส่วนวันแรกของการส่งจดหมายมีลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทดาราศาสตร์ และผู้มีชื่อเสียงในสังคมเป็นอันดับที่สอง มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 40 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.66 จากกลุ่มตัวอย่าง 26 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.33 แต่เปิดอ่านจากบุคคลอื่น 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.33 ในขณะที่สัปดาห์ที่สอง ยังคงมีอัตราการเปิดอ่านจดหมายรวมทั้งหมด 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.33 เป็นการเปิดอ่านจากบุคคลอื่นถึง 19 ครั้ง โดยมีการเปิดอ่านสูงสุดในวันพุธของสัปดาห์ที่สอง จำนวน 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.33

ตารางที่ 4.26 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ
โหราศาสตร์ โชคชะตา-ดูดวง

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	72 (62.60%)	55 (47.82%)	17 (14.78%)
เสาร์	5	4	1
อาทิตย์	2	2	-
จันทร์	17 (14.78%)	15 (13.04%)	2 (1.73%)
อังคาร	12	3	9 (7.82%)
พุธ	-	-	-
พฤหัสบดี	-	-	-

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	1	1	-
เสาร์	1	1	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	3	-	3
อังคาร	-	-	-
พุธ	1	-	1
พฤหัสบดี	1	-	1
รวม	115 (100%)	81	34

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับ โหราศาสตร์ โชคชะตา-ดวง ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 115 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรก มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับ โหราศาสตร์ โชคชะตา-ดวงสูงสุด ในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 72 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.60 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 55 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.82 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.78 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภท โหราศาสตร์ โชคชะตา-ดวง มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.78 จากกลุ่มตัวอย่าง 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.04 แต่เปิดอ่านจากบุคคลอื่น 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.73 ในขณะที่การเปิดอ่านจดหมายจากบุคคลอื่นในลำดับที่สองกลับอยู่ในวันอังคารของสัปดาห์แรก ที่ 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.82 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 7 ครั้ง การเปิดอ่านจดหมายโดยกลุ่มตัวอย่าง 2 ครั้งและเปิดอ่านโดยบุคคลอื่น 5 ครั้ง

ตารางที่ 4.27 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดหรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	36 (28.34%)	24 (18.89%)	12 (9.44%)
เสาร์	9	4	5
อาทิตย์	3	2	1
จันทร์	52 (40.94%)	37 (29.13%)	15 (11.81)
อังคาร	12	2	10
พุธ	4	1	3
พฤหัสบดี	2	1	1
สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	6	2	4
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	-	-	-
อังคาร	-	-	-
พุธ	2	1	1
พฤหัสบดี	1	-	1
รวม	127 (100%)	74	53

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดหรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 127 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรก มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดหรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติสูงสุด จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking ในจันทร์ของสัปดาห์แรก จำนวน 52 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ

40.94 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 37 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.13 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 15 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.81 ส่วนวันแรกของการส่งจดหมายมีลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทเรื่องแปลกประหลาด หรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติมีจำนวนผู้เปิดอ่าน 36 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.34 จากกลุ่มตัวอย่าง 24 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.89 แต่เปิดอ่านจากบุคคลอื่น 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.44 ในขณะที่สัปดาห์ที่สอง มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายรวมเหลือ 9 ครั้ง เป็นการเปิดอ่านจากกลุ่มตัวอย่าง 3 ครั้ง และการเปิดอ่านจากบุคคลอื่นถึง 6 ครั้ง

ตารางที่ 4.28 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศ

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	89 (71.77%)	60 (48.38%)	29 (23.38%)
เสาร์	4	2	2
อาทิตย์	5	2	3
จันทร์	17 (13.70%)	13 (10.48%)	4 (3.22%)
อังคาร	5	2	3
พุธ	2	1	1
พฤหัสบดี	1	1	-
สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	-	-	-
เสาร์	-	-	-
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	1	-	1
อังคาร	-	-	-
พุธ	-	-	-
พฤหัสบดี	-	-	-
รวม	124 (100%)	81	43

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องเพศ ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 124 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรกมีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องเพศ ในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 89 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.77 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 60 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.38 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 29 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.38 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับเรื่องเพศ มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 17 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.70 จากกลุ่มตัวอย่าง 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.48 และจากบุคคลอื่น 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.22 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 1 ครั้ง เป็นการเปิดอ่านจดหมายโดยบุคคลอื่น

ตารางที่ 4.29 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	84 (54.54%)	54 (35.06%)	30 (19.48%)
เสาร์	16	4	12 (7.79)
อาทิตย์	8	2	6
จันทร์	22 (14.28%)	13 (8.44%)	9 (5.84%)
อังคาร	14	3	11 (7.14%)
พุธ	3	-	3
พฤหัสบดี	1	1	-

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	2	2	-
เสาร์	2	-	2
อาทิตย์	-	-	-
จันทร์	-	-	-
อังคาร	-	-	-
พุธ	1	-	1
พฤหัสบดี	1	-	1
รวม	154 (100%)	79	75

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 154 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรก มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าสูงสุดในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 84 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.54 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 54 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.06 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 30 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.48 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 22 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.28 จากกลุ่มตัวอย่าง 13 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.44 แต่เปิดอ่านจากบุคคลอื่น 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.84 ในขณะที่การเปิดอ่านจดหมายจากบุคคลอื่นในลำดับที่สองกลับอยู่ในวันเสาร์ของสัปดาห์แรก ที่ 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.79 ส่วนการเปิดอ่านจดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง มีค่าความถี่ลดลงเหลือเพียงเหลือเพียง 6 ครั้ง การเปิดอ่านจดหมายโดยกลุ่มตัวอย่าง 2 ครั้งและเปิดอ่านโดยบุคคลอื่น 4 ครั้ง

ตารางที่ 4.30 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ ความเชื่อ

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	35 (19.55%)	16 (8.93%)	19 (10.61%)
เสาร์	8	6	2
อาทิตย์	2	1	1
จันทร์	70 (39.10%)	29 (16.20%)	41 (22.90%)
อังคาร	5	1	4
พุธ	24	1	23 (12.84%)
พฤหัสบดี	8	-	8
สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	4	1	3
เสาร์	2	-	2
อาทิตย์	10	1	9
จันทร์	3	-	3
อังคาร	3	-	3
พุธ	2	-	2
พฤหัสบดี	3	-	3
รวม	179 (100%)	56	123

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ ความเชื่อ เชื่อ ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 179 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรก มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ ความเชื่อ เชื่อ สูงสุดจากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter

Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุดในจันทร์ของสัปดาห์แรก จำนวน 70 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.10 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 29 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.20 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 41 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 22.90 ส่วนวันแรกของการส่งจดหมายมีลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทศาสนา ธรรมะ ความเชื่อเชื่อ มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 35 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 19.55 จากกลุ่มตัวอย่าง 16 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.93 แต่เปิดอ่านจากบุคคลอื่น 19 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.61 ทั้งนี้ปรากฏว่าในวันพุธของสัปดาห์แรก บุคคลอื่น มีการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ ความเชื่อเชื่อมีความถี่สูงสุดเป็นอันดับที่สอง มีการเปิดอ่านจำนวน 23 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.84 ส่วนสัปดาห์ที่สองของการส่งจดหมายที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ ความเชื่อเชื่อ ยังคงมีอัตราการเปิดอ่านจดหมายรวมทั้งหมด 27 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.08 โดยการเปิดอ่านจากกลุ่มตัวอย่าง 2 ครั้ง ส่วนที่เหลืออีก 25 ครั้ง เป็นการเปิดเป็นการเปิดอ่านจากบุคคลอื่น นอกจากนี้เฉพาะสัปดาห์ที่สองยังมีค่าเฉลี่ยการเปิดจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภท ศาสนา ธรรมะ ความเชื่อเชื่อจากบุคคลอื่นๆ เฉลี่ย 3.57 โดยในวันอาทิตย์ของสัปดาห์ที่สองมีการเปิดจดหมายโดยบุคคลอื่นถึง 9 ครั้ง

ตารางที่ 4.31 ผลการทดลองปริมาณการเปิดรับข้อมูลจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเบ็ดเตล็ดทั่วไป

สัปดาห์ที่ 1	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	58 (43.28%)	40 (29.85%)	18 (13.43%)
เสาร์	5	1	4
อาทิตย์	1	-	1
จันทร์	28 (20.89%)	20 (14.92%)	8 (5.97%)
อังคาร	5	3	2
พุธ	18	2	16 (11.94%)
พฤหัสบดี	5	1	4

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

สัปดาห์ที่ 2	ปริมาณการเปิดจดหมาย		
	ผลรวมการเปิด/วัน	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ศุกร์	2	1	1
เสาร์	2	-	2
อาทิตย์	3	-	3
จันทร์	6	2	4
อังคาร	-	-	0
พุธ	1	-	1
พฤหัสบดี	-	-	0
รวม	134 (100%)	70	64

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง เบ็ดเตล็ดทั่วไป ถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน และการวัดค่าการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า มีผลรวมการเปิดจดหมายทั้งสิ้น 134 ครั้ง ในช่วงสัปดาห์แรก มีอัตราการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่อง เบ็ดเตล็ดทั่วไปสูงสุด ในวันแรกที่มีการส่งจดหมายออกไป จากการวัดค่าความถี่ของ Internet Counter Tracking มียอดผู้เปิดอ่านจดหมายสูงสุด 58 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.28 แบ่งเป็นการเปิดอ่านข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 40 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29.85 และการเปิดอ่านข้อมูลจากบุคคลอื่น 18 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.43 และลำดับการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทเรื่อง เบ็ดเตล็ดทั่วไป มีการเปิดอ่านที่มีค่าความถี่สูงเป็นอันดับรองลงมา คือวันจันทร์ของสัปดาห์แรก มีจำนวนผู้เปิดอ่าน 28 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.89 จากกลุ่มตัวอย่าง 20 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.92 แต่เปิดอ่านจากบุคคลอื่น 8 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.97 ในขณะที่การเปิดอ่านจดหมายจากบุคคลอื่นใน ลำดับที่สองกลับอยู่ในวันพุธของสัปดาห์แรก ที่ 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.94 ส่วนการเปิดอ่าน จดหมายในช่วงสัปดาห์ที่สอง ยังคงมีค่าความถี่การเปิดอ่านถึง 14 ครั้ง การเปิดอ่านจดหมายโดย กลุ่มตัวอย่าง 3 ครั้ง และเปิดอ่านโดยบุคคลอื่น 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.20

4.2.2.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.32 ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ตามการเปิดรับรวมของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ 13 ประเภท เปรียบเทียบกับการเปิดรับจดหมายของกลุ่มตัวอย่าง และการเปิดรับจดหมายของบุคคลอื่น

ประเภทเนื้อหาของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	ปริมาณการเปิดอ่านจดหมาย		
	ปริมาณการเปิดอ่านรวม (ครั้ง)	กลุ่มตัวอย่าง	บุคคลอื่น
ธุรกิจ เศรษฐกิจ การเงิน	107	68 (63.55%)	39 (36.44%)
การเมือง	105	81 (77.14%)	24 (22.85%)
สังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี	144	86 (59.72%)	58 (40.27%)
อุปถัมภ์ และภัยธรรมชาติ	103	81 (78.64%)	22 (21.35%)
เทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย	113	80 (70.79%)	33 (29.20%)
กีฬา	105	79 (75.12%)	26 (24.76%)
ดาราศาสตร์ และผู้มีชื่อเสียงในสังคม	150	79 (52.66%)	71 (47.33%)
โหราศาสตร์ โชคชะตา-ดูดวง	115	81 (70.43%)	34 (29.56%)
เรื่องแปลกประหลาดหรือสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ	127	74 (58.26%)	53 (41.73%)
เพศ	124	81 (65.32%)	43 (34.67%)
โฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า	154	79 (51.29%)	75 (48.70%)
ศาสนา ธรรมะ ความเชื่อเชื่อ	179	56 (31.28%)	123 (68.71%)
เบ็ดเตล็ด	134	70 (52.23%)	64 (47.76%)
ค่าเฉลี่ย	127.69	76.5	51.15

ผลการทดลองจากการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีเนื้อหาข้อมูลแตกต่างกัน 13 ประเภทถึงกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน โดยการวัดค่าปริมาณการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านระบบ Internet Counter Tracking ในช่วง 14 วัน พบว่า

ปริมาณการเปิดอ่านโดยรวมของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ที่ได้จากการวัดค่าโดย Internet Counter Tracking มีค่าเฉลี่ยการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ที่ 127.69 ครั้ง ภายในระยะเวลา 14 วัน (2 สัปดาห์) โดยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาประเภทศาสนา ธรรมะความเชื่อ มีปริมาณการเปิดอ่านสูงสุด โดยมีการเปิดอ่าน 179 ครั้ง ลำดับใกล้เคียงที่รองลงมาคือ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณา และประชาสัมพันธ์สินค้า มีการเปิดอ่าน 154 ครั้ง เนื้อหาที่เกี่ยวกับดาราศาสตร์และผู้มีชื่อเสียงมีการเปิดอ่าน 150 ครั้ง และเนื้อหาที่เกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดีมีผู้เปิดอ่านจำนวน 144 ครั้ง ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเปิดอ่านในระดับใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลกประหลาดและสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ (127 ครั้ง) เรื่องเกี่ยวกับเพศ (124 ครั้ง) และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอุบัติเหตุและภัยธรรมชาติ ได้รับการเปิดรับน้อยที่สุดที่ 103 ครั้ง

ทั้งนี้ในส่วนของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน มีค่าเฉลี่ยการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมประมาณ 76.5 ครั้ง โดยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรม และการดำเนินคดี มีการเปิดรับมากที่สุดถึง 86 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.72 ของจำนวนการเปิดอ่านจดหมายประเภทนี้ ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง , อุบัติเหตุ และภัยธรรมชาติ , โหราศาสตร์ โชคชะตา การดูดวง, และเรื่องเกี่ยวกับเพศ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับในอัตราส่วนที่เท่ากันคือ 81 ครั้ง แต่มีความแตกต่างกันออกไปในสัดส่วนร้อยละ เมื่อเทียบกับปริมาณการเปิดของจดหมายประเภทเดียวกัน ในขณะที่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาอื่นๆ ที่ยังไม่ได้อ้างถึง ได้แก่ กีฬา , เรื่องแปลกและสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ , ดาราและผู้มีชื่อเสียง , การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้านั้น มีการเปิดอ่านข้อมูลในระดับใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ย ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องศาสนา ธรรมะ และความเชื่อ มีการเปิดอ่านจากกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด 56 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 31.28 เมื่อเทียบกับปริมาณการเปิดรับของจดหมายประเภทเดียวกัน

สุดท้ายคือในส่วนของการเปิดอ่านข้อมูลจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลอื่น ซึ่งเป็นผลต่างของปริมาณการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ที่ได้จากการวัดค่าโดยโปรแกรม Internet Counter Tracking และการเปิดอ่านจากกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการวัดค่าโดยโปรแกรม Microsoft Outlook ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการส่ง

ต่อไปจากกลุ่มตัวอย่างถึงบุคคลอื่นๆ โดยจากการทดลองนี้พบว่า ค่าเฉลี่ยของการเปิดอ่านข้อมูลของบุคคลอื่นอยู่ที่ระดับ 51.15 ครั้ง ในขณะที่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทศาสนา ธรรมะ ความเชื่อ มีปริมาณการอ่านสูงสุดถึง 123 ครั้ง และสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการเปิดอ่านในจดหมายประเภทเดียวกัน โดยมีอัตราการเปิดอ่านถึงร้อยละ 68.71 ส่วนเนื้อหาของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับการเปิดอ่านจากบุคคลอื่นในลำดับรองลงมาเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย ได้แก่ เนื้อหาประเภทโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (75 ครั้ง) , ดาราและผู้มีชื่อเสียง (71 ครั้ง) และเรื่องเบ็ดเตล็ดทั่วไป (64 ครั้ง) ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่บุคคลอื่นมีอัตราเปิดอ่านเมื่อเทียบกับเนื้อหาประเภทเดียวกันรองจากเรื่องศาสนา ธรรมะ และความเชื่อ ได้แก่ จดหมายที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า (48.70%) , เรื่องเบ็ดเตล็ดทั่วไป (47.76%) และดาราและผู้มีชื่อเสียง (47.33%) ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องอุบัตถิภัย และภัยธรรมชาติ มีบุคคลอื่นเปิดอ่านในอัตราที่น้อยที่สุดร้อยละ 21.35 เมื่อเทียบกับการเปิดอ่านจดหมายประเภทเดียวกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากพนักงาน บมจ.แสนสิริ” ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น สองส่วน คือ ส่วนแรก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัท แสนสิริ จำกัด (มหาชน) ทุกคนที่ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ระดับผู้จัดการฝ่ายหรือเทียบเท่าลงมา ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ ณ สำนักงานใหญ่ และสำนักงานโครงการทั่วกรุงเทพฯ จำนวน 200 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม หลังจากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทดสอบค่าสถิติ t-test และ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนที่สอง การทดลองเกี่ยวกับปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มีเนื้อหาแตกต่างกัน ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จของ Krejcie & Morgan โดยประชากรทั้งหมด 200 คน มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 132 คน ส่วนการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) เพื่อทดลองส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ในช่วง 2 สัปดาห์ หลังจากนั้นนำข้อมูลมาเปรียบเทียบปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ระหว่างการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่าง ที่วัดค่าการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร กับค่าที่ได้จากผลรวมการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากจากระบบ Internet Counter Tracking เพื่อให้ได้ผลต่างเป็นค่าการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลอื่น ที่สะท้อนค่าการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ หลังจากนั้นจึงเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ เสนอผลในรูปแบบของตาราง

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของประชากร

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร พบว่า

เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.5 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.5

อายุ กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา ได้แก่ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.5 มากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.5 น้อยกว่า 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

อายุการทำงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุการทำงานในช่วง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา ได้แก่ น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.5 6 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 15 และน้อยที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา ได้แก่ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 22.5 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8 และสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ลักษณะวิชาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะวิชาชีพอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมา ได้แก่ การตลาด วิศวกร บัญชี ธุรกิจ การบริหารธุรกิจ สถาปนิก/มัณฑนากร และเทคโนโลยีสารสนเทศมีจำนวนเท่ากับกันกับกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 17.5 ร้อยละ 11 ร้อยละ 10.5 ร้อยละ 9 ร้อยละ 6.5 และร้อยละ 5.5 ตามลำดับ ส่วนลักษณะวิชาชีพที่น้อยที่สุด คือ การขาย คิดเป็นร้อยละ 0.5

5.1.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook)

การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

ความถี่ในการใช้ พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมา ได้แก่ วันละ 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14 วันละ 4-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9 และน้อยที่สุด คือ 2-3 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2

ปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน 6-10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมา ได้แก่ 21-30 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 18 11-20 ฉบับและ 1-5 ฉบับ มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็น

ร้อยละ 15.5 ส่วนปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวันที่น้อยที่สุด คือ 51-80 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 2.5

การรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 96.5 และไม่เคยได้รับคิดเป็นร้อยละ 3.5

ปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการได้รับ 1-5 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 39.38 รองลงมา ได้แก่ 6-10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 32.64 11-15 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 12.96 น้อยที่สุดคือ 51-80 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 0.52

รูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับ พบว่า อันดับ 1 ที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของข้อความธรรมดา (Text Message) อันดับ 2 รูปภาพ อันดับ 3 โปรแกรมไฟล์/เกมส์ อาทิ EXE, Flash ฯลฯ และอันดับ 4 คลิปวิดีโอ

5.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook)

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่เคยส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 86.5 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยส่ง คิดเป็นร้อยละ 13.5

ปริมาณการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการปริมาณการส่ง 1-5 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 68.79 รองลงมา ได้แก่ 6-10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 21.39 11-15 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 7.52 16-20 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 1.74 และ 31-50 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 0.56

พฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน ในด้านของลักษณะของ e-mail ที่มีการส่ง พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณที่น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานมีพฤติกรรมการส่งต่อ e-mail ที่ส่งเป็นข้อความธรรมดา (Text Message) และ e-mail ที่ส่งเป็นรูปภาพ ในปริมาณปานกลาง ส่วน e-mail ที่ส่งเป็นโปรแกรมไฟล์ / เกมส์และวิดีโอคลิป มีปริมาณส่งต่อน้อย

พฤติกรรมส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน
ในด้านของขนาดข้อมูลที่ส่ง พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งต่อในปริมาณปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า e-mail ที่มีขนาดเล็กกว่า 1 เมกกะไบต์ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งในปริมาณมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 และ e-mail ที่มีขนาดใหญ่กว่า 1 เมกกะไบต์ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งในปริมาณปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.85

พฤติกรรมส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน
ในด้านของลักษณะเนื้อหาข้อมูล พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งต่อในปริมาณที่น้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งต่อในปริมาณปานกลางสำหรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาข้อมูล เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ กีฬา บันเทิงและคาราหรือผู้มีชื่อเสียง โหราศาสตร์ เรื่องแปลก และเรื่องเพศ สำหรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาข้อมูล เกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ การเมือง สังคม อาชญากรรม การดำเนินคดี ภัยธรรมชาติ การโฆษณา ชลธรรม และเบ็ดเตล็ดทั่วไป เช่น กลอน บทความ ฯลฯ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมส่งต่อในปริมาณน้อย

พฤติกรรมส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน
ในด้านของปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงบุคคลอื่นในระดับมากในเรื่อง หัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ เนื้อหาที่อยู่ในกระแสนิยม และเนื้อหาให้แง่คิด ส่วนในเรื่องเนื้อความสั้นกะทัดรัดได้ใจความ ข้อความสะเทือนใจ และมีเนื้อหาขอความช่วยเหลือ ให้ความร่วมมือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับปานกลาง และปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อในระดับน้อยมีเพียงข้อเดียว คือ อื่นๆ

พฤติกรรมส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Forward e-mail) ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน
ในด้านของสภาพแวดล้อมที่ทำให้ส่งต่อ พบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมในขณะที่ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ต่อในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในขณะที่ว่างจากการทำงาน และส่งหลังจากหมดเวลาการทำงานแล้ว ในระดับมาก ส่วนการส่งในขณะเวลาไม่มีผู้คนพลุกพล่าน ส่งเมื่อรู้สึกเครียดจากการทำงาน ส่งทันทีหลังจากเปิด e-mail อ่าน และอื่นๆ พฤติกรรมส่งอยู่ในระดับปานกลาง

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	t-test / F-test	Sig.
ลักษณะส่วนบุคคล		
เพศ	0.792	0.375
อายุ	4.931	0.028*
อายุการทำงาน	4.131	0.017*
ระดับการศึกษา	0.026	0.873
ลักษณะวิชาชีพ	0.933	0.426
ปริมาณที่ได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	0.504	0.605
รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	7.747	0.006*

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะส่วนบุคคล คือ อายุ และอายุการทำงานของกลุ่มตัวอย่าง มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน แต่สำหรับลักษณะส่วนบุคคล (เพศ ระดับการศึกษา และลักษณะวิชาชีพ) และปริมาณจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.1.5 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากพนักงาน บมจ.แอสตรา” มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

5.1.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20-30 ปี อายุการทำงานอยู่ในช่วง 1-5 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีลักษณะวิชาชีพอื่น ๆ จะเห็นได้ว่าส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วงต่อของวัยรุ่นจนถึงวัยกลางคน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะมีความชำนาญในการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก และการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุการทำงานค่อนข้างมากการเรียนรู้ การใช้หรือโอกาสที่ต้องใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตจะ

มีมาก และมีความจำเป็นในการทำงานและดำเนินชีวิตประจำวันมากขึ้นด้วย สำหรับระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาค่อนข้างสูง ซึ่งเหมาะสมกับการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ต เพราะการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการสื่อสารอาจจะต้องอาศัยทักษะในหลายด้าน เช่น คอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษ และลักษณะอาชีพที่หลากหลาย แสดงให้เห็นว่าการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นต้องใช้ในทุกวิชาชีพ ซึ่งผู้บริหารสามารถนำข้อมูลดังกล่าวใช้เป็นปัจจัยเบื้องต้นในการพิจารณาถึงศักยภาพของพนักงานต่อการสร้างประโยชน์ หรือการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพในองค์กรได้

5.1.5.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน มีการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน 6-10 ฉบับ เคยรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน ปริมาณการรับ 1-5 ฉบับ รูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับ รูปแบบอันดับ 1 ที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของข้อความธรรมดา (Text Message) อันดับ 2 รูปภาพ อันดับ 3 โปรแกรมไฟล์/เกมส์ อาทิ EXE, Flash ฯลฯ และอันดับ 4 คลิปวิดีโอ จะเห็นได้ว่าการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) กลุ่มตัวอย่าง มีความถี่และปริมาณในการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างสูงมาก ซึ่งแสดงถึงศักยภาพการสื่อสารด้วยอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร และเป็นจุดแข็งที่สามารถนำไปใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ พัฒนาระบบการเชื่อมต่อข้อมูลให้เป็นแบบปัจจุบัน (Real Time) ได้ และถึงแม้พนักงานส่วนใหญ่จะมีการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน แต่เมื่อมีการเปรียบเทียบปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานกับการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการทำงานมากกว่า ซึ่งรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของข้อความธรรมดา (Text Message)

5.1.5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เคยส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน ปริมาณการส่ง 1-5 ฉบับ พฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณที่น้อย มีพฤติกรรมการส่งต่อ e-Mail ที่ส่งเป็นข้อความธรรมดา (Text Message) และ e-mail ที่ส่งเป็นรูปภาพ ในปริมาณปานกลาง ส่วน e-mail ที่ส่งเป็นโปรแกรมไฟล์ / เกมส์และคลิปวิดีโอ มีปริมาณส่งต่อที่น้อย e-mail ที่มีขนาดเล็กกว่า 1 เมกะไบต์ มี

พฤติกรรมการส่งในปริมาณมาก มีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณปานกลางสำหรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาข้อมูล เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ กีฬา บันเทิงและดาราศาสตร์หรือผู้มีชื่อเสียง โหราศาสตร์ เรื่องแปลก และเรื่องเพศ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่ทำให้ส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงบุคคลอื่นในระดับมากในเรื่อง หัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ เนื้อหาที่อยู่ในกระแสนิยม และเนื้อหาให้แง่คิด ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในขณะที่ช่วงว่างจากการทำงาน ถึงจะส่ง e-mail และส่งหลังจากหมดเวลาการทำงานแล้ว จะเห็นว่าพนักงานส่วนใหญ่มีการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่มีปริมาณการส่งในแต่ละวันค่อนข้างน้อย และรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ก็มีทุกรูปแบบ ลักษณะเนื้อหาข้อมูลที่ส่งต่อส่วนใหญ่ เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ กีฬา บันเทิงและดาราศาสตร์หรือผู้มีชื่อเสียง โหราศาสตร์ เรื่องแปลก ซึ่งอาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ ในปัจจุบันที่มีความตึงเครียดเป็นพื้นฐาน จึงพยายามหาข้อมูลที่เขาสนใจเพื่อส่งต่อไปยังบุคคลอื่น ซึ่งข้อมูลที่ส่งต่อนั้นจะต้องมีสาระประโยชน์ หัวข้อเรื่องน่าสนใจ และเป็นประเด็นที่กำลังนิยม โดยจะส่งต่อในช่วงเวลาที่ว่างจากการทำงาน หรือหมดเวลาทำงานแล้ว นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างจะส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน โดยไม่เบียดบังเวลาทำงาน

5.1.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20-30 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงเริ่มเข้าสู่วัยทำงาน เป็นช่วงต่อระหว่างวัยรุ่นและวัยกลางคน พฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จึงมีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ซึ่งเป็นช่วงสภาวะความเคร่งเครียดกับการทำงานอาจมีความกดดันมากกว่าและมีความรับผิดชอบต่อการงานมากขึ้น พฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่นอกเหนือจากการทำงานนั้นจึงมีค่าเฉลี่ยที่น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี

อายุการทำงาน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี เป็นกลุ่มบุคคลซึ่งเริ่มเข้ามาทำงานใหม่ ภาระหน้าที่การทำงานยังมีน้อย ประกอบกับอายุอยู่ในช่วงต่อระหว่างวัยรุ่นถึงวัยกลางคนเท่านั้น พฤติกรรมการแสดงออกจึงแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานที่มากประกอบกับวัยที่ต้องแบกรับความรับผิดชอบไว้ค่อนข้างสูง จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุการทำงานน้อยกว่า 1 ปี มีการจัดสรรเวลาเพื่อเปิดรับกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับการทำงานได้มากกว่ากลุ่มบุคคลที่มีอายุการทำงานมากกว่า 1 ปี ส่งผลให้มีพฤติกรรมการส่งต่อที่มากกว่าด้วย

รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องมาจากความน่าสนใจของข้อมูล โดยตามธรรมชาติผู้บริโภคมักจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจและมีสีสัน น่าติดตาม ไม่น่าเบื่อ จึงทำให้รูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นรูปภาพ โปรแกรมต่างๆ และคลิปวิดีโอ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการส่งต่อมากกว่าข้อความธรรมดา ดังนั้น ด้านรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นก่อนปัจจัยอื่น ซึ่งจะเห็นว่ามีความสำคัญถึง 0.006 ซึ่งน้อยกว่าค่าสถิติที่ตั้งไว้มาก ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการแพร่กระจายข่าวสาร จากการศึกษาของ Micheal D. Basil และ William J. Brown (1994) ที่พบว่าเมื่อบุคคลได้รับข่าวสารและคิดว่าข่าวสารนั้นมีความสำคัญ ก็จะส่งต่อข้อมูลที่ได้รับแก่คนอื่นๆต่อไปอีก และถ้ามีความสนใจในข่าวมาก บุคคลก็จะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ที่ตนเองอยากทราบ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Everett M. Roger and D. Lowance Kincaid (สุนันทา มวลชมพู, 2527: 18-22) ที่อธิบายถึงการติดต่อสัมพันธ์กันของคู่สื่อสารภายในเครือข่ายว่า การติดต่อสัมพันธ์กันของคู่สื่อสารภายในเครือข่าย จะมี 2 ลักษณะ คือ เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ที่เป็นเครือข่ายแบบกระจาย หมายถึงการที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสัมพันธ์กับหลายๆคน ซึ่งในกลุ่มที่เขาติดต่อด้วยกันนี้จะไม่มีการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างกันเลย ส่วนใหญ่บุคคลที่ติดต่อด้วยจะมีความผูกพันแบบผิวเผิน (Weak Ties) เช่น เป็นเพียงคนรู้จักหรือเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น และจะเป็นการติดต่อสัมพันธ์ของบุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกัน และเครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคลแบบเกี่ยวซ้อนติดกัน (Interlocking Personal Network) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสัมพันธ์กับคนหลายๆคน โดยคนในเครือข่ายความสัมพันธ์แบบนี้ จะมีการติดต่อสัมพันธ์ถึงกันหมด และมีความสัมพันธ์กันสนิทสนมแน่นแฟ้น (Strong Tie) เช่น เพื่อนสนิทหรือญาติ โดยที่ จะมีลักษณะที่เหมือนกันหรือคล้ายกันมาก ซึ่งการส่งต่อข้อมูลของแต่ละเครือข่ายก็จะมี ความแตกต่างกัน และจากข้อมูลดังกล่าวเหล่านี้ จะสามารถทำให้ผู้ที่ทำงานในองค์กรธุรกิจ สามารถสร้างการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพได้จากการประยุกต์ใช้การส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้ที่เสนอขายสินค้าและบริการ ได้ทราบถึงลักษณะของข้อมูล ประเภทของข้อมูลที่จะทำให้บุคคลสนใจอ่าน และสนใจที่จะส่งต่อกับบุคคลอื่น เพื่อสร้างประโยชน์ในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์องค์กร หรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้ ซึ่งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เช่นนี้มีค่าใช้จ่ายไม่มาก และสามารถส่งต่อได้อย่างรวดเร็ว ยิ่งหากเนื้อหาแฝงด้วยความรู้ ความบันเทิง สารประโยชน์ แง่คิด ความห่วงใยจากบุคคลหนึ่งไปอีกบุคคลหนึ่งจะยิ่งทำให้สามารถส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้มากยิ่งขึ้น

5.2 การวิเคราะห์ผลการทดลอง การวัดการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท

5.2.1 การวิเคราะห์ส่วนการทดลอง ปริมาณการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันในแต่ละประเภท ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระบบอินเทอร์เน็ต (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) และปริมาณการเปิดอ่านจดหมายของบุคคลอื่นในระยะเวลา 14 วัน

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 43.90 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 33.64 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็น 32.71 และบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 11.21 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ได้รับการเปิดอ่านเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่จะได้รับการเปิดโดยบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 62.85 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 19.04 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็น 48.57 และบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 14.28 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ได้รับการเปิดอ่านเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่จะได้รับการเปิดโดยบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรม และการดำเนินคดี พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 65.97 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 18.75 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 46.52 และส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 19.44 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ได้รับการเปิดอ่านเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่จะได้รับการเปิดโดยบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอุบัติเหตุ และภัยธรรมชาติ พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอุบัติเหตุ และภัยธรรมชาติ จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 48.54 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็น

ร้อยละ 28.15 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 42.71 ในขณะที่ส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายมากที่สุดในวันอังคารของสัปดาห์แรก คิดเป็นร้อยละ 6.79 โดยวันแรกมีการเปิดอ่านมากรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 5.82 สำหรับสัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ได้รับการเปิดอ่านเพียงเล็กน้อย โดยส่วนใหญ่จะได้รับการเปิดระหว่างกลุ่มตัวอย่างและบุคคลอื่นในสัดส่วนที่เท่าๆ กัน

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย พบว่าส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 52.12 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 22.12 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 36.28 และส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 15.92 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ได้รับการเปิดอ่านเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่ จะได้รับการเปิดโดยบุคคลอื่นมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเล็กน้อย

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 63.80 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 20.95 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 50.47 และส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 13.33 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ แทบจะไม่ค่อยได้รับการเปิดอ่าน จะมีบ้างเล็กน้อยที่เปิดอ่านโดยบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดาราศาสตร์และผู้มีชื่อเสียงในสังคม พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับดาราศาสตร์และผู้มีชื่อเสียงในสังคม กลับมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านในวันที่สองของการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 30.66 ในขณะที่วันแรกที่ได้รับจดหมายในวันทำงานนั้นมีการเปิดอ่านเป็นอันดับที่รองลงมา คิดเป็นร้อยละ 26.66 เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายมากที่สุด หลังจากที่จากได้รับเป็นวันที่สองของการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 26 ในขณะที่ส่วนใหญ่ของบุคคลอื่น กลับมีการเปิดอ่านจดหมายมากที่สุด ในวันที่สามของการทำงาน ได้รับคิดเป็นร้อยละ 12 ส่วนที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ยังคงมีผู้ที่เปิดอ่านอยู่ค่อนข้างมาก คิดเป็นร้อยละ 12.66 โดยเกือบทั้งหมดเปิดอ่านโดยบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ โชคชะตา ดูดวง พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์ โชคชะตา และการดูดวง จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรกที่ได้รับจดหมาย คิดเป็นร้อยละ 62.60 และยังคงมีการเปิดอ่านมาก

ในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 14.78 โดยกลุ่มตัวอย่างมักมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 47.82 และส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมักมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 14.78 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ได้รับการเปิดอ่านเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 6.08 ส่วนใหญ่จะได้รับการเปิดโดยบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติ และเรื่องแปลกประหลาด พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งมหัศจรรย์เหนือธรรมชาติและเรื่องแปลกประหลาด มักจะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านมากที่สุด ในช่วงที่สองของวันทำงาน คิดเป็นร้อยละ 40.94 ในขณะที่วันแรกของวันทำงานมีอันดับการเปิดอ่านจดหมายรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 28.34 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายในวันที่สองของการทำงานมากเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 29.13 รวมถึงส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมักมีการเปิดอ่านจดหมายในวันที่สองของการทำงานคิดเป็นร้อยละ 11.81 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ได้รับการเปิดอ่านเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.72 โดยบุคคลอื่นจะเปิดอ่านมากกว่าประมาณร้อยละ 50

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 71.77 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 13.70 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 48.38 และส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 23.38 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ แทบจะไม่มีเปิดอ่านเลย โดยผู้ที่เปิดอ่านมักเป็นบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณาและการประชาสัมพันธ์สินค้า พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณาและการประชาสัมพันธ์สินค้า จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 54.54 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 14.28 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 35.06 และส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 19.48 แต่ยังคงมีการเปิดอ่านอย่างต่อเนื่องใน 2-3 วันทำงาน ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ได้รับการเปิดอ่านเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 3.89 ส่วนใหญ่จะได้รับการเปิดโดยบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมศาสนา ชีววิทยา และความเชื่อ พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ชีววิทยา และความเชื่อ มักจะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านในวันที่สองของการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 39.10 ส่วนวันแรกที่ได้รับจดหมายในวันทำงานนั้น ยังคงมีการเปิดอ่านมากเป็นอันดับที่สอง คิดเป็นร้อยละ 19.55 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายมากที่สุดในวันที่สองของการทำงานเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 16.20 เช่นเดียวกับ

บุคคลอื่นส่วน คิดเป็นร้อยละ 22.90 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ยังคงความสนใจในการเปิดอ่านค่อนข้างมาก คิดเป็นร้อยละ 15.08 โดยเกือบทั้งหมดเปิดอ่านโดยบุคคลอื่น

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเบ็ดเตล็ดทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่ เมื่อได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเบ็ดเตล็ดทั่วไป จะมีผู้ที่สนใจเปิดอ่านตั้งแต่วันแรก คิดเป็นร้อยละ 43.28 และยังคงมีการเปิดอ่านมากในวันทำงานวันถัดไป คิดเป็นร้อยละ 20.89 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 29.85 และส่วนใหญ่ของบุคคลอื่นมีการเปิดอ่านจดหมายตั้งแต่วันแรกที่ได้รับคิดเป็นร้อยละ 13.43 ในขณะที่สัปดาห์ที่ 2 จดหมายประเภทนี้ ยังคงได้รับความสนใจในการเปิดอ่านอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 10.44 เกือบทั้งหมดได้รับการเปิดโดยบุคคลอื่น

5.2.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบ ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท

จากการวัดค่าปริมาณโดยรวมของเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ ทั้ง 13 ประเภท เมื่อมีการนำมาหาผลต่างกับปริมาณการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง จะได้ค่าปริมาณการเปิดอ่านของบุคคลอื่น ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงอัตราการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในอีกทางหนึ่ง ซึ่งพบว่า

5.2.2.1 ปริมาณการกระจายตัวโดยรวมของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน จากการวัดค่าโดย Internet Counter Tracking พบว่า ค่าเฉลี่ยของปริมาณการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน โดยรวมนั้น มีค่าเฉลี่ย 127.69 ครั้งในระยะเวลา 2 สัปดาห์ โดยส่วนใหญ่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ และความเชื่อมีปริมาณการกระจายตัว โดยรวมสูงสุด 179 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับอุบัติเหตุและภัยธรรมชาติได้รับการกระจายตัวน้อยที่สุด 103 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย

5.2.2.2 ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่าง จากการวัดค่าจากระบบ Microsoft Outlook พบว่า ค่าเฉลี่ยของปริมาณการกระจายตัวจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างนั้น มีค่าเฉลี่ย 76.5 ครั้งในระยะเวลา 2 สัปดาห์ โดยส่วนใหญ่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรม และการดำเนินคดีมีปริมาณการกระจายตัว โดยรวมสูงสุด 86 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมะ ศาสนาและความเชื่อ มีการกระจายตัวน้อยที่สุด เพียง 56 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย

5.2.2.3 ปริมาณการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของบุคคลอื่น ที่ได้จากส่วนต่างการทดลองส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน 13 ประเภท ถึงกลุ่มตัวอย่างการทดลอง โดยการวัดค่าการเปิดอ่านผ่านระบบ Microsoft Outlook และการวัดค่าการเปิดอ่านโดยรวมผ่านระบบ Internet Counter Tracking พบว่า ค่าเฉลี่ยของปริมาณการกระจายตัวจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน ในส่วนของบุคคลอื่นนั้น มีค่าเฉลี่ย 51.15 ครั้งในระยะเวลา 2 สัปดาห์ โดยส่วนใหญ่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมชาติ ความเชื่อ ปริมาณการกระจายตัว โดยรวมสูงสุด 123 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย ส่วนจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับอุบัติเหตุและภัยธรรมชาติ มีการกระจายตัวน้อยที่สุด เพียง 22 ครั้ง เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย

5.3 อภิปรายผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ : กรณีศึกษาพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากพนักงาน บมจ.แสนสิริ” มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

5.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร พบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20-30 ปี อายุงานอยู่ในช่วง 1-5 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ลักษณะวิชาชีพอื่น ๆ จะเห็นได้ว่าพนักงานส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วงของวัยรุ่นถึงวัยกลางคน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะมีความชำนาญในการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตมากกว่าพนักงานที่มีอายุมาก และการที่พนักงานส่วนใหญ่มีอายุงานค่อนข้างมากการเรียนรู้การใช้หรือโอกาสที่ต้องใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตจะมีมาก และมีความจำเป็นในการทำงานและดำเนินชีวิตประจำวันมากขึ้นด้วย สำหรับระดับการศึกษา ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพนักงาน บมจ.แสนสิริ มีการศึกษาค่อนข้างสูง ซึ่งเหมาะสมกับใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ต เพราะการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการสื่อสารอาจจะต้องอาศัยทักษะในหลายด้าน เช่น คอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษ และลักษณะอาชีพที่หลากหลาย แสดงให้เห็นว่าการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นต้องใช้ในทุกวิชาชีพ ซึ่งผู้บริหารสามารถนำข้อมูลดังกล่าวใช้เป็นปัจจัยเบื้องต้นในการพิจารณาถึงศักยภาพของพนักงานต่อการสร้างประโยชน์ หรือการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพในองค์กรได้

5.3.2 การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า

ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน มีการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานต่อวัน 6-10 ฉบับ เคยรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน ปริมาณการรับ 1-5 ฉบับ รูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับ รูปแบบอันดับ 1 ที่พนักงานมีการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของข้อความธรรมดา (Text Message) อันดับ 2 รูปภาพ อันดับ 3 โปรแกรมไฟล์/เกมส์ อาทิ EXE, Flash ฯลฯ และอันดับ 4 วิดีโอคลิป จะเห็นได้ว่าการใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) พนักงาน บมจ.แสนสิริ มีความถี่และปริมาณในการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างสูงมาก ซึ่งแสดงถึงศักยภาพการสื่อสารด้วยอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร และเป็นจุดแข็งที่สามารถนำมาใช้ในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ พัฒนาระบบการเชื่อมต่อข้อมูลให้เป็นแบบปัจจุบัน (Real Time) ได้ และถึงแม้พนักงานส่วนใหญ่จะมีการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน แต่เมื่อมีการเปรียบเทียบปริมาณการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวกับการทำงานกับการรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน พบว่า พนักงานมีการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในการทำงานมากกว่า ซึ่งรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของข้อความธรรมดา (Text Message)

5.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เคยส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน ปริมาณการส่ง 1-5 ฉบับ พฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณที่น้อย มีพฤติกรรมการส่งต่อ e-mail ที่ส่งเป็นข้อความธรรมดา (Text Message) และ e-mail ที่ส่งเป็นรูปภาพ ในปริมาณปานกลาง ส่วน e-mail ที่ส่งเป็นโปรแกรมไฟล์/เกมส์และวิดีโอคลิป มีปริมาณส่งต่อที่น้อย e-mail ที่มีขนาดเล็กกว่า 1 เมกกะไบต์ มีพฤติกรรมการส่งในปริมาณมาก มีพฤติกรรมการส่งต่อในปริมาณปานกลางสำหรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะเนื้อหาข้อมูล เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ กีฬา บันเทิงและดาราศาสตร์หรือผู้มีชื่อเสียง โหราศาสตร์ เรื่องแปลก และเรื่องเพศ ให้ความสำคัญต่อบัจจัยที่ทำให้ส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ถึงบุคคลอื่นในระดับมากในเรื่อง หัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ เนื้อหาที่อยู่ในกระแสนิยม และเนื้อหาให้แง่คิด ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในขณะที่ช่วงว่างจากการทำงาน ถึงจะส่ง e-mail และส่งหลังจากหมดเวลาการทำงานแล้ว จะเห็นว่าพนักงานส่วนใหญ่มีการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน แต่มีปริมาณการส่งในแต่ละวันค่อนข้างน้อย และรูปแบบของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ก็มีทุกรูปแบบ ลักษณะเนื้อหาข้อมูลที่ส่งต่อส่วนใหญ่ เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์ กีฬา บันเทิงและดาราศาสตร์หรือผู้มีชื่อเสียง โหราศาสตร์ เรื่องแปลก ซึ่งอาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ ในปัจจุบันที่มีความเครียดอยู่มาก จึงพยายามหาข้อมูลที่เบา

สมองเพื่อส่งต่อบุคคลอื่น และข้อมูลที่ส่งต่อจะต้องมีสาระประโยชน์ สั้น ได้ใจความ และเป็น ประเด็นที่กำลังนิยม โดยจะส่งต่อในช่วงเวลาที่ว่างจากการทำงาน หรือหมดเวลางานแล้ว นั่นคือ พนักงานจะส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่เกี่ยวกับการทำงาน โดยไม่เบียดบังเวลาทำงาน

5.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลถึงบุคคลอื่น ในด้านสภาพแวดล้อม ในขณะที่ส่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการได้รับรูปแบบของจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลถึง บุคคลอื่น ในด้านลักษณะของ e-mail ด้านขนาดของข้อมูล e-mail ด้านสภาพแวดล้อมในขณะที่ส่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลักษณะเนื้อหาข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลถึงบุคคลอื่น ในด้าน ลักษณะของ e-mail ด้านปัจจัยที่ทำให้ส่ง e-mail ด้านสภาพแวดล้อมในขณะที่ส่ง อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการศึกษาดังกล่าว ทำให้ทราบว่าสภาพแวดล้อมในขณะที่ส่งมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยพนักงานที่เป็นเพศชายมีพฤติกรรมในการส่งต่อ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในปริมาณมาก ถึงร้อยละ 41.1 ซึ่งมากกว่าพนักงานที่เป็นเพศหญิงที่ส่งต่อ ในปริมาณมาก เพียงร้อยละ 22.0 และพนักงานที่เคยได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มีพฤติกรรมใน การส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าพนักงานที่ไม่เคยได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดย พฤติกรรมในการส่งต่อจะขึ้นกับขนาดของข้อมูล e-mail และสภาพแวดล้อมในขณะที่ส่ง นั่นคือ ขนาดของข้อมูล e-mail ที่ต่ำกว่า 1 เมกกะไบต์ จะใช้เวลาในการส่งต่อน้อยกว่าขนาดของข้อมูล e-mail ขนาดใหญ่ ทำให้สามารถส่งต่อข้อมูลได้เร็วและมากกว่า และส่วนใหญ่จะส่งต่อในช่วงเวลา ที่ว่างจากการทำงาน หรือหมดเวลาทำงานแล้ว

ส่วนในด้านลักษณะเนื้อหาข้อมูลในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับนั้น พฤติกรรมใน การส่งต่อจะขึ้นกับลักษณะของ e-mail โดยส่วนใหญ่จะส่งต่อในลักษณะของข้อความธรรมดา มากกว่ารูปภาพหรือโปรแกรมไฟล์ อาจเนื่องมาจากข้อมูลมีขนาดเล็ก ทำให้สะดวก รวดเร็วในการ ส่งต่อ ปัจจัยที่ทำให้ส่ง e-mail ต่อเนื่องส่วนใหญ่ก็มาจากหัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ เนื้อหาที่อยู่ใน กระแสนิยม และเนื้อหาให้แง่คิด และจะส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในขณะที่ช่วงที่ว่างจากการ ทำงาน หรือหลังเลิกงาน ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการแพร่กระจายข่าวสาร จาก การศึกษาของ Micheal D. Basil และ William J. Brown (1994) ที่พบว่า เมื่อบุคคลได้รับข่าวสาร และคิดว่าข่าวสารนั้นมีความสำคัญ ก็จะส่งต่อข้อมูลที่ได้รับแก่คนอื่นๆ ต่อไปอีก และถ้ามีความ สนใจในข่าวมาก บุคคลก็จะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ตนอยากทราบ และ

สอดคล้องกับแนวคิดของ Everett M. Roger and D. Lowance Kincaid (สุนันทา มวลชมพู, 2527: 18-22) ที่อธิบายถึงการติดต่อสัมพันธ์กันของกลุ่มสื่อสารภายในเครือข่ายว่า การติดต่อสัมพันธ์กันของกลุ่มสื่อสารภายในเครือข่าย จะมี 2 ลักษณะ คือ เครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ที่เป็นเครือข่ายแบบกระจาย หมายถึงการที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสัมพันธ์กับหลายๆ คน ซึ่งในกลุ่มที่เขาติดต่อกับกันนี้ จะไม่มีการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างกันเลย ส่วนใหญ่บุคคลที่ติดต่อกับกันจะมีความผูกพันแบบผิวเผิน (Weak Ties) เช่น เป็นเพียงคนรู้จักหรือเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น และจะเป็นการติดต่อสัมพันธ์ของบุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกัน และเครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคลแบบเกี่ยวซ้อนติดกัน (Interlocking Personal Network) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งมีการติดต่อสัมพันธ์กับคนหลายๆ คน โดยคนในเครือข่ายความสัมพันธ์แบบนี้ จะมีการติดต่อสัมพันธ์ถึงกันหมด และมีความสัมพันธ์กันสนิทสนมแน่นแฟ้น (Strong Tie) เช่น เพื่อนสนิทหรือญาติ โดยที่จะมีลักษณะที่เหมือนกันหรือคล้ายกันมาก ซึ่งการส่งต่อข้อมูลของแต่ละเครือข่ายก็จะมี ความแตกต่างกัน และจากข้อมูลดังกล่าวเหล่านี้ จะสามารถทำให้ผู้ที่ทำงานในองค์กรธุรกิจ สามารถสร้างการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพได้จากการประยุกต์ใช้การส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้ที่เสนอขายสินค้าและบริการ ได้ทราบถึงลักษณะของข้อมูล ประเภทของข้อมูลที่จะทำให้บุคคลสนใจอ่าน และสนใจที่จะส่งต่อกับบุคคลอื่น เพื่อสร้างประโยชน์ในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์องค์กร หรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรได้ ซึ่งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เช่นนี้มีค่าใช้จ่ายไม่มาก และสามารถส่งต่อได้อย่างรวดเร็ว ยิ่งหากเนื้อหาแฝงด้วยความรู้ ความบันเทิง สาระประโยชน์ แง่คิด ความห่วงใยจากบุคคลหนึ่งไปอีกบุคคลหนึ่งจะยิ่งทำให้สามารถส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ได้มากยิ่งขึ้น

5.3.5 จากการทดลอง เพื่อวิเคราะห์ปริมาณผลรวมการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน ของกลุ่มตัวอย่างจากระบบอินเทอร์เน็ตในองค์กร (e-mail ผ่านระบบ Microsoft Outlook) พบว่า ส่วนใหญ่การเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกันของพนักงานในบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ที่มีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต มักมีความสนใจในการอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดีมากที่สุด อันเป็นผลจากการใช้ชีวิตประจำวันในรูปแบบสังคมเมืองหลวง ดังนั้นเรื่องราวที่คนส่วนใหญ่ต้องการรับทราบ ก็คือเรื่องราวที่เป็นเรื่องใกล้ตัว อยู่ในกระแสข่าว รวมถึงเรื่องราวที่มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน ทำให้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารด้านเหตุการณ์ระทึกขวัญ ข่าวอาชญากรรมและการดำเนินคดีได้รับความสนใจในสัดส่วนที่สูงกว่าเนื้อหาของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่นๆ ซึ่งเนื้อหาประเภทนี้ก็สอดคล้องกับการนำเสนอข่าวของสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ ที่มีการหยิบยกเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ระทึกขวัญ ข่าวอาชญากรรมและการดำเนินคดีมานำเสนอเป็นประเด็นสำคัญ อาทิ การพาดหัวบนข่าวหน้าหนึ่งของ

หนังสือพิมพ์ประเภททั่วไป เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด ฯลฯ ข้อสังเกตก็คือ หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มักได้รับความนิยมจากบุคคลทั่วไป รวมถึงบุคคลที่มีการทำงานประจำด้วย

ในขณะที่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องศาสนา ความเชื่อ และธรรมะ กลับได้รับความนิยมจากคนในบริษัทแสนสิริ โดยมีอัตราการเปิดอ่านน้อยที่สุดนั้น ซึ่งน่าจะเป็นผลจากการระดับการศึกษาของพนักงานในองค์กรแห่งนี้ที่อยู่ในเกณฑ์ที่สูง ประกอบกับในการดำเนินชีวิตประจำวันที่มีความรีบเร่งในการทำงานและปฏิบัติหน้าที่ จึงมักให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับเรื่องราวทางด้านศาสนา ลัทธิ ความเชื่อ ที่น้อยกว่าเนื้อหาประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากอาจเป็นเรื่องที่ไกลตัว และไม่น่าเชื่อถือ โดยเฉพาะจดหมายฉบับนี้มีเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อทางไสยศาสตร์ ลัทธิความเชื่อบางอย่าง รวมถึงมีข้อมูลในลักษณะของจดหมายลูกโซ่ที่ระบุข้อความ อาทิเช่น หากส่งถึงผู้รับที่ระบุจำนวนตามจดหมายแล้ว ชีวิตจะประสบความสำเร็จ เป็นต้น ซึ่งจดหมายที่มีหัวข้อ หรือข้อความลักษณะนี้ อาจทำให้ผู้รับมีความรู้มีการเบื่อหน่ายและหลีกเลี่ยงการเปิดรับจดหมายประเภทนี้มากกว่าจดหมายที่มีเนื้อหาอื่นๆ ส่งผลให้พนักงานของบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เลือกที่จะไม่อ่านหรือลบทิ้งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาและความเชื่อมากที่สุด ในขณะที่จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดีมีผู้ที่ไม่อ่านหรือลบทิ้งน้อยที่สุด ซึ่งเป็นเหตุผลที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ผลที่กล่าวมาแล้วในเบื้องต้น

อย่างไรก็ตาม ผลการทดลองเกี่ยวกับการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ธรรมะ ศาสนา และความเชื่อ มีผลการทดลองที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง เนื่องจากผลต่างของการวัดการเปิดอ่านจดหมายของกลุ่มตัวอย่างการทดลอง กับการวัดค่าผลการเปิดอ่านโดยรวมจาก Internet Counter Tracking ที่จะสะท้อนออกมาเป็นค่าการเปิดอ่านของบุคคลอื่น ซึ่งเป็นผลจากการที่กลุ่มตัวอย่างจากการทดลองได้ส่งจดหมายออกไปให้บุคคลอื่นนั้น พบว่า จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ และความเชื่อ มีอัตราการเปิดอ่านสูงสุด รวมถึงมีอัตราการเปิดอ่านต่อวันอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลา 2 สัปดาห์ ซึ่งสถิติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยได้ทำการทดลองส่งออกไป มีปริมาณการกระจายตัวที่สูงที่สุด

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยมีความเชื่อมั่นว่า ปัจจัยที่ทำให้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ และความเชื่อ มีอัตราการกระจายตัวสู่บุคคลอื่นในอัตราที่สูงกว่า จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่นๆ แม้ว่าข้อมูลในจดหมายฉบับนี้ จะมีรูปแบบที่ไม่โดดเด่นมากนัก คือ มีเพียง หัวข้อเรื่อง และนำเสนอข้อมูลในลักษณะของข้อความเท่านั้น แต่ปัจจัยที่อาจมีความเกี่ยวเนื่องกับการกระจายข้อมูลข่าวสารได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้นนั้น น่าจะเกิดจากองค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นของรูปแบบจดหมาย นั่นคือ การเพิ่มข้อความเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องโชคลาง

ในลักษณะของจดหมายลูกโซ่ ที่ว่า หากส่งให้กับผู้อื่น โดยมีการระบุจำนวนบุคคลที่จะได้รับ ไว้ที่ท้ายข้อความด้วย อาจมีผลต่อการตัดสินใจในการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาประเภทนี้สู่บุคคลอื่นๆ ได้มากยิ่งขึ้น แม้ว่าอัตราส่วนการเปิดอ่านจดหมายจะมีสัดส่วนที่น้อยกว่า เมื่อเทียบกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาอื่นๆ ก็ตาม นอกจากนี้การที่จดหมายมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องศาสนา ธรรมะ และความเชื่อ อาจมีปัจจัยในเรื่องของความศรัทธา ความเชื่อเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีอิทธิพลต่อความเชื่อส่วนบุคคลด้วย จึงช่วยสนับสนุนให้จดหมายที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ธรรมะ และความเชื่อ มีอัตราการกระจายตัวที่สูงที่สุด เมื่อเทียบกับเนื้อหาประเภทอื่น

ทั้งนี้จากการทดลอง ยังพบอีกว่า มีคนในองค์กรอีกส่วนหนึ่ง ที่ยังไม่ได้เปิดจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นจากการที่มีความเร่งรีบในการทำงาน ยังไม่มีเวลาเปิด หรือเลือกที่จะยังไม่ได้เปิดจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่างๆ ซึ่งมีเนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทั้งนี้มีความเป็นไปได้ว่า หากมีการขยายระยะเวลาการทดลองเกี่ยวกับการเปิดรับจดหมายของกลุ่มตัวอย่างการทดลองเพิ่มขึ้น อาจจะมีพนักงานของบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) เปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาข้อมูลประเภทต่างๆ ที่สามารถให้ผลการวิจัยที่แตกต่างออกไปได้อีก

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับการสื่อสารที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในลักษณะองค์ความรู้รวม ประกอบด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสาร ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลจากการเปิดอ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ปริมาณการได้รับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และรูปแบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงการศึกษาเกี่ยวกับผู้ส่งสาร ในเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ให้กับบุคคลอื่น นอกจากนี้ยังศึกษาเกี่ยวกับตัวสาร อันได้แก่การทดลองเกี่ยวกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับปริมาณในการกระจายตัวที่แตกต่างกัน โดยนนำกรณีศึกษาจากพนักงานบริษัทแสนสิริ จำกัด (มหาชน) มาทำการวิจัยนั้น แม้ว่าผลการศึกษาอาจไม่สามารถนำไปอธิบายเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารในลักษณะเดียวกันกับองค์กรธุรกิจ หรือผู้ใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ทั่วประเทศได้ เนื่องจากผู้ใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในองค์กรธุรกิจ หรือผู้ใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทั่วไป อาจมีทัศนคติความเชื่อ และพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบุคคลอื่นที่แตกต่างกัน รวมถึงอาจมีผลต่อปริมาณในการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภทแตกต่างกันด้วย ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรธุรกิจและผู้ใช้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีอยู่เป็นจำนวนมาก

5.4.1 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้

5.4.1.1 ในภาคการศึกษาสารสนเทศ นิเทศศาสตร์ และสื่อสารมวลชน ก่อให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ที่มีการกระจาย หรือการไหลเวียนของ ข้อมูลข่าวสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บนระบบอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ต รวมถึงการนำระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ มาใช้เป็นเครื่องมือในการวัดค่าตัวแปร อาทิ การประยุกต์ใช้ระบบ Microsoft Outlook ซึ่งเป็นอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร มาเปรียบเทียบเพื่อหาส่วนต่างของปริมาณการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคลอื่นจากระบบ Internet Counter Tracking ในการวัดปริมาณการ เปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน เป็นต้น

5.4.1.2 ในระดับองค์กรหรือบริษัทเอกชน สามารถนำแนวคิดมาใช้ในการ ควบคุม ตรวจสอบปริมาณการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานภายในองค์กร ที่มีขนาด ไฟล์ที่ใหญ่เกิน 1 เมกกะไบต์ ที่จะส่งถึงบุคคลอื่น ซึ่งผลของไฟล์และข้อมูลที่ประกอบจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ที่มีขนาดใหญ่ มักมีผลกระทบต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในแง่การจัดการ เกี่ยวกับ ปริมาณพื้นที่การจัดเก็บข้อมูล รวมถึงความรวดเร็วในการรับ-ส่งข้อมูล เพื่อการสื่อสารและการ ทำงานขององค์กรนั้นๆ

5.4.1.3 ผู้วิจัย นักศึกษาระดับปริญญาโทในสาขาด้านนิเทศศาสตร์และการ สื่อสาร สามารถนำแนวคิดจากผลการวิจัยไปพัฒนาเป็นวิทยานิพนธ์ หรือสร้างทฤษฎีการสื่อสาร ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอื่นๆ เพิ่มเติม อาทิ การศึกษาเกี่ยวกับความรวดเร็วในการกระจายตัว ของข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต , องค์ประกอบของข้อมูลข่าวสารใน จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

5.4.2 แนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับ แนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

5.4.2.1 การศึกษาวิจัยในระดับองค์กร หรือหน่วยงานของบริษัทเอกชน ทั่วไป สามารถศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหา แตกต่างกัน

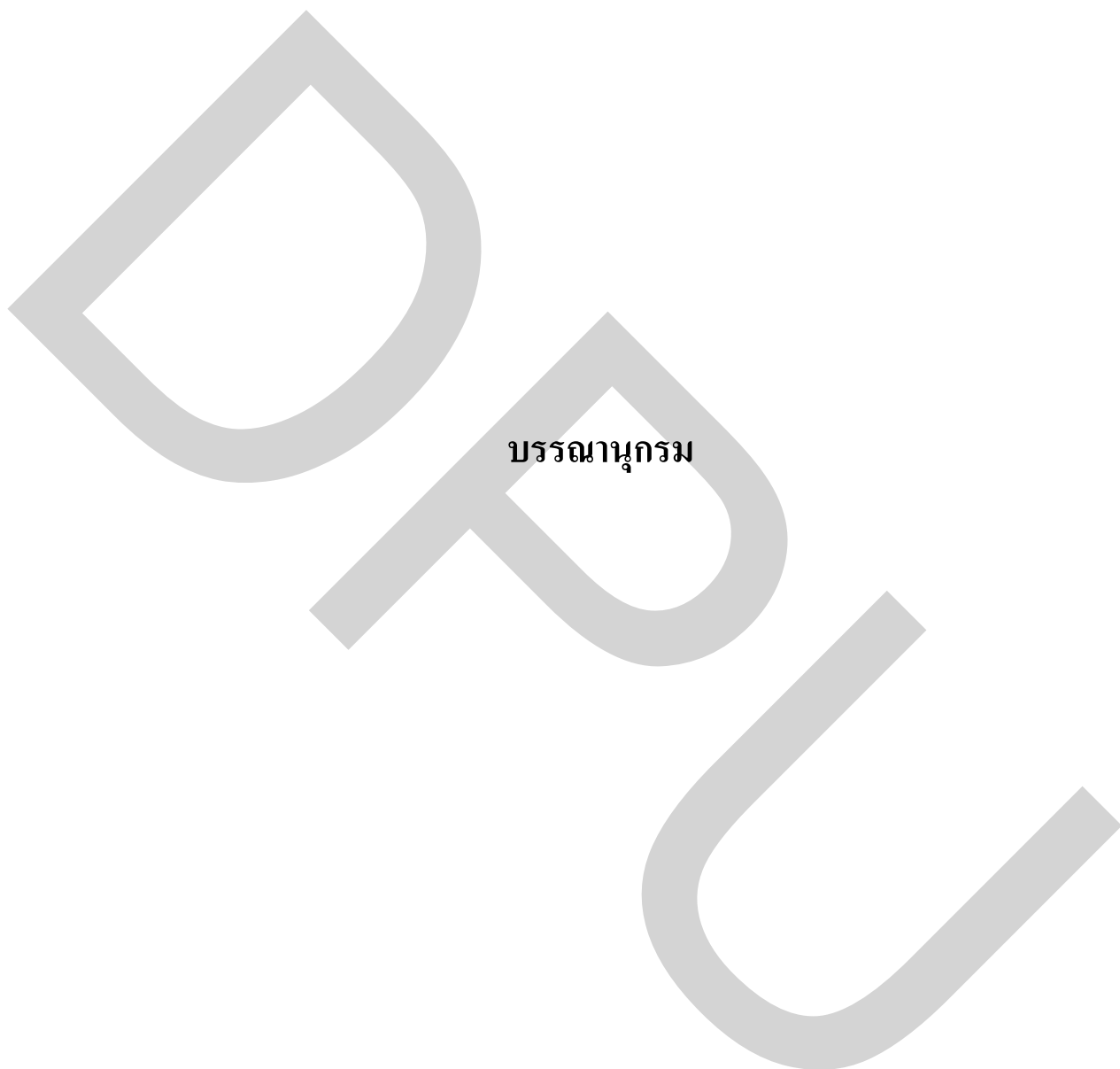
5.4.2.2 การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจาก จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชน วัยรุ่น รวมถึงกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ มีแนวโน้มการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่สูงขึ้นในปัจจุบัน

5.4.2.3 การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ มีเนื้อหาแตกต่างกัน โดยเน้นการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน กับการกระจายตัว ของข้อมูลข่าวสาร

5.4.2.4 การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอิทธิพลต่อการกระจายตัวของข้อมูลข่าวสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

5.4.2.5 การศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของข้อมูลข่าวสารในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้ในด้านการสื่อสารในสาขาสารสนเทศที่เพิ่มมากขึ้น และเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจ หรือบุคคลที่ทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ในลำดับต่อไป



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กรภัทร์ สุทธิคารา, ดนุพล กิ่งสุคนธ์ และจิราวุธ วารินทร์. (2543). **Internet Telephone Internet Fax e-mail ICQ 99**. กรุงเทพฯ : อินโฟเพรส.
- ชวลิต อรรถศาสตร์, ไพบุลย์ อมรภิญโญเกียรติ, พัชรินทร์ นัทรวัชรระกุล และอิทธิพันธ์ สุวรรณจุฑะ. (2545). **รอบรู้เรื่องกฎหมายบนอินเทอร์เน็ต กฎหมายไซเบอร์**. กรุงเทพฯ : เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2538). **โลกนวัตกรรมกับอนาคตของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ.
- ครุณี หิรัญรักษ์. (2529). **เทคนิคการหาข่าวและการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีระ จิระโสภณ. (2529). **หลักทฤษฎีและการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15**. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พจน์ี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และฉรินันท์ อนวัชศิริวงศ์. (2538). **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2537). **หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น (ฉบับปรับปรุงใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ : ปรกาศพุกฤษ์
- ยุทธ ไถยวรรณ. (ม.ป.ป.). **สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปรีญา ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล. (2547). **เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อัลวิน ทอฟเลอร์. (2527). **คลื่นลูกที่สาม**. สุกัญญา ตีระวนิช, วิภา อุดมฉันท, ยุบล เบญจรงค์กิจ และระจิตลักษณ์ แสงอุไร. (ผู้แปล). กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์.

เอกสารอื่นๆ

วิโรจน์ คุณาลังการ. (2543). "Internet User Profile." รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พ.ศ. 2543. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์. หน้า 8.
สำนักงานคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ. (2544). รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ในปี 2543. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

วิทยานิพนธ์

พรเทพ ศรีสมบัติ. (2544). ความพึงพอใจต่อการใช้อีเมลของพนักงานในองค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: หอการค้าไทย.

วิทยา ศุ่ณสกุล. (2543). ความพึงพอใจของพนักงานต่อการใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร : ศึกษากรณีบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศุณย์รัฐ บุญยมณี. (2540). การประเมินคุณค่าและการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านการเงินในหนังสือพิมพ์ของผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: ธรรมศาสตร์.

สุนันทา มวลขุมพล. (2527). เครื่องข่ายการแพร่กระจายข่าวสารที่มีผลต่อความมั่งหวังของประชาชนในชนบท เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุตรหลาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรุงเทพไอที. สแปมอีเมลมีแต่เพิ่มมากขึ้น. (2546, 13 มีนาคม). สืบค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2549, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/scitech/2003/0313/index.php?news=p10.html>

จรัสแสง วณเวียน. (2546, 10 ตุลาคม). IT DIGEST. ไทยรัฐ. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2549,

จาก <http://www.thaiparents.net/articles/title.php?t=132>

วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ. (2542). รายงานผลสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

พ.ศ. 2543. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2549, จาก

<http://iir.ngi.nectec.or.th/internet/user-growth.html> : 2004/11/01

นคร บริพนธ์มังกล. (ม.ป.ป.). สแปมเมลล์ (Spam mail) หรืออีเมลขยะ.

จดหมายข่าวสำนักคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2549, จาก

http://cc.swu.ac.th/ccnews/content/e1624/e1625/e2306/e2319/index_th.html

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2549). สรุปผลการ

สำรวจเบื้องต้น โครงการสำรวจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ครัวเรือน).

หน้า 1. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2550,

จาก http://service.nso.go.th/nso/data/02_3.html

อัตราการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. (2547, 1 มกราคม) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์

และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2549,

จาก <http://iir.ngi.nectec.or.th/internet/user-growth.html> : 2004/11/01

Micky Puk. (ม.ป.ป.). ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail) : E-mail. สืบค้นเมื่อ

14 กรกฎาคม 2549, จาก <http://lecture.compsci.buu.ac.th/~f45101/Email/email.doc>

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

Federick Williams. (1987). **Technology and Communication Behavior**. Belmont, California : Wadsworth Publishing.

Melvin Mencher. (1983). **Basic News Writing**. Iowa: Wm.C. Brown Company Publishers

Roger D. Wimmer and Joseph R. Dominick. (1973). **Mass Media Research**. Belmont California: Wadsworth Publishing Company.

Sammul L.Becker. (1978). **Discovering Mass Communicatio**. Illinois: Scott Foresman and Glenwave

Willbur Schramm, Men. (1973). **Messages and Media: A look at Human Communication.**

New York: Harper & Row Publisher.

ELECTRONIC SOURCES

David Emery. What is a chain letter?. Retrieved July 19, 2006, from

http://urbanlegends.about.com/od/internet/f/chain_letter.htm

Daniel W. VanArsdale. (1998). CHAIN LETTER EVOLUTIO. Retrieved July 19, 2006,

from **<http://www.silcom.com/~barnowl/chain-letter/evolution.html>**

ด

ด

ภาคผนวก

ด

ภาคผนวก ก ข้อมูลประกอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้ในการทดลองเกี่ยวกับปริมาณการกระจาย
ตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีเนื้อหาแตกต่างกัน

1. ประเภทจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ

หัวข้อเรื่อง โครงการภาษีรถยนต์ใหม่ อ่านแล้วอึ้ง

ประเภทของข้อมูล ข้อความ

ที่มาของข้อมูล Forward E-Mail

รายละเอียดข้อมูล

กรมการขนส่งทางบกกำลังเตรียมปรับอัตราภาษีป้ายทะเบียนรถยนต์ประจำปี

1500 SOLUNA = 4,100

1600 COROLLA = 4,500

1800 ALTIS = 5,300

2000 CORONA = 6,300

2400 CAMRY = 9,100

3000 RAIDER/CRUISER = 14,500

อีกไม่นาน พวกกระบะ4 ประตู เจอภาษีเป็นหมื่นแล้วครับ เมื่อเช้านี้ขับรถมาทำงาน ฟังข่าว
แว่วๆ ว่า การจัดเก็บภาษีจะเสนอเข้า ครม. เร็วๆนี้การปรับเก็บภาษีรถยนต์รายปี...ใหม่อัตราเพิ่ม2
เท่า ผมได้ข่าวจากกรมการขนส่งทาง บก (MOTC news) มาบอกเพื่อนๆ อีกแล้วครับ คราวนี้รัฐเอา
จริงจะปรับปรุงอัตราค่าภาษีป้ายทะเบียนรถยนต์ประจำปีทุกชนิดรวมรถบรรทุกด้วย โดยหยิบยกเอา
สาระมา เขียนให้อ่านกันที่เป็นHighlight สำคัญๆ มาได้ดังนี้

ในขณะนี้กระทรวงการคลังร่วมกับกรมการขนส่งทางบกกำลังเตรียมปรับอัตราภาษี ป้าย
ทะเบียนรถยนต์ประจำปี ซึ่งเป็นการปรับภายใต้ พ.ร.บ.รถยนต์และพ.ร.บ.ขนส่งทางบก พ.ศ. 2522
โดยจะปรับอัตราภาษีเพิ่มขึ้นประมาณ2 เท่าจาก ปัจจุบันคราวนี้ล่ะรถใครรถมันคิดกันเอาเองใคร
เครื่องแรง แชนโลด...ต้องมาเจ็บปวดกับการรับภาระนี้ แต่เอ!!!! ถ้ามีดั่งค์ซื้อรถได้...ก็น่าจะ
จ่ายค่าภาษีได้ด้วยมั้ง ภาษีป้ายรถยนต์ใหม่ที่จะประกาศใช้เร็วๆ นี้ จะเก็บตามขนาดความจุกระบอก
สูบรถยนต์ที่คิดเป็นลูกบาศก์เซนติเมตร หรือ ซีซี.สำหรับรถยนต์นั่งไม่เกิน7 ที่นั่ง แต่มี Highlight
สุดๆ ยิ่งกว่านั้นคือจะมีหลักเกณฑ์เก็บใหม่คือจะเก็บภาษีตามมูลค่ารถยนต์ สำหรับรถยนต์นั่งไม่เกิน
7 ที่นั่งที่มีราคาขายตั้งแต่ 3 ล้านบาทขึ้นไป ทำให้รถยนต์ราคาสูงๆ จะถูกเก็บภาษี 2 ต่อคือเก็บภาษี
ทั้งตามขนาดซีซี.ของเครื่องยนต์ และตามมูลค่ารถ

ประเด็นที่สองอาจปรับภาษีป้ายรถยนต์เกิน7 ที่นั่งซึ่งปัจจุบันเก็บตามน้ำหนักอีกด้วย มา
ดูการสร้างโครงสร้างภาษีใหม่มีดังนี้ OLD ของเดิม (ปัจจุบัน) รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน7 ที่นั่งเก็บ
ภาษีโดย

* 1 - 600 cc แรก เก็บ 50 สตางค์/ cc

* 601 - 1,800 ซี.ซี. เก็บ 1.50 บาท/ cc

* 1,801 cc ขึ้นไป เก็บ 4 บาท/ cc

1. NEW ใหม่ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 เก็บภาษีโดยการปรับภาษีป้ายกรณีรถยนต์นั่ง
ไม่เกิน7 ที่นั่ง (รถเก๋ง) อาจปรับเพิ่มภาษีตามขนาดความจุระบอกลูกสูบคิดเป็น cc ดังนี้

* รถยนต์ขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 600 cc เสียภาษี 2 บาท/ cc

* ขนาด 601-1,300 cc เสียภาษี 3 บาท/ cc

* ขนาด 1,301-1,800 cc เสียภาษี 4 บาท/ cc

* ขนาด 1,801-2,000 cc เสียภาษี 5 บาท/ cc

* ขนาด 2,001-2,400 cc เสียภาษี 7 บาท/ cc

* ขนาด 2,401-3,000 cc เสียภาษี 9 บาท/ cc

* ขนาดเครื่องยนต์เกิน 3,000 cc เสียภาษี 12 บาท/ cc

2. การเพิ่มฐานเก็บตามมูลค่ารถยนต์ ดังนี้ รถยนต์ไม่เกิน 7 ที่นั่ง

* ราคาระหว่าง 3 ถึง 6 ล้านบาท เสียภาษี 1- 2 หมื่นบาทต่อคัน

* ราคาสูงกว่า 6 ล้านบาทจนถึง 10 ล้านบาท เสียภาษี 2-4 หมื่นบาทต่อคัน

* ราคาสูงเกินกว่า 10 ล้านบาท เสียภาษี 3- 6 หมื่นบาทต่อคัน

การเพิ่มภาษีและเพิ่มฐานจัดเก็บนี้ รัฐเห็นว่าควรส่งเสริมความเป็นธรรม การเสนอปรับ
ภาษีป้ายทะเบียนครั้งนี้จึงไม่เพียงเน้นปรับจำนวนเงินภาษีที่ต้องเสีย เพื่อให้สอดคล้องสถานการณ์
ความเป็นจริง เพราะไม่ได้ปรับมานานกว่า 20 ปี ขณะที่ราคาเครื่องยนต์เพิ่มขึ้นหลายเท่าช่วงที่ผ่านมา
และมีแนวคิดใหม่ให้ใช้ หลักเกณฑ์มูลค่ารถคิดภาษีด้วย คนที่เป็นเจ้าของ รถยนต์ที่มูลค่าสูง ราคา
แพงๆ ควรต้องเสียภาษีรถยนต์สูงตาม อีกทั้งสอดคล้องกับนโยบายรัฐที่สนับสนุนประชาชนใช้จ่าย
อย่างประหยัดไม่นิยมสินค้าฟุ่มเฟือยโดยเฉพาะสินค้านำเข้า ขณะเดียวกันการเก็บภาษีตามน้ำหนัก
รถ ซึ่งเป็นฐานภาษีที่ใช้อยู่แล้วปัจจุบันเก็บภาษีตามหลักการประโยชน์ที่ ได้รับ...เนื่องจากรัฐต้อง
ใช้งบประมาณปีหนึ่งๆ จำนวนมาก เพื่อก่อสร้างและซ่อมแซมถนนหนทาง ให้ยานพาหนะต่างๆ จะ
กลัวอาราย แซงกิจการ ไปได้เงินมาตั้ง 7-8 หมื่นล้าน ภาษีแค่นี้จึ๊บๆอ่าอ่า

2. ประเภทจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง

หัวข้อเรื่อง “ไฮ - ทักมึน คอตเน็ต” เว็บไซต์บาดใจ “คมช.”

ประเภทของข้อมูล ข้อความ และภาพ

ที่มาของข้อมูล จากเว็บไซต์ <http://hilight.kapook.com/view/7680>

รายละเอียดข้อมูล



“ไฮ - ทักมึน คอตเน็ต” เว็บไซต์บาดใจ “คมช.”

เพียงคลิกเข้าไปที่ เว็บไซต์ “ไฮ - ทักมึน คอตเน็ต” จะเห็นภาพปรากฏในหน้าคอมพิวเตอร์ พร้อมด้วยข้อความ “เซย์ ไฮ ทักมึน” ร่วมทักทายและส่งความคิดถึงแด่ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร อย่างอิสระและสร้างสรรค์ ที่นี่... เปิดเข้าไปในเว็บไซต์ก็จะพบพระฉายาลักษณ์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จออกสืบทอดราชสมบัติครบ 60 ปี ขณะนี้มีผู้เยี่ยมชมแล้วกว่า 5,000 คลิก โดยไม่รู้ว่าสมาชิกของเว็บไซต์นี้มีสักกี่คน

จากการค้นข้อมูล พบว่าเว็บไซต์นี้ไม่ได้จดทะเบียนในประเทศไทย ทั้งๆ ที่มีบริษัทให้บริการจดทะเบียน “โดเมน เนม” หรือชื่อโดเมนสำหรับเว็บไซต์ในเมืองไทยอยู่ด้วยกันจำนวนมาก สาเหตุของการจดทะเบียนในต่างประเทศนั้น คนที่รู้เรื่องจริงๆ คงจะเป็นเจ้าของ - เว็บมาสเตอร์ และผู้ที่ออกเงินค่าจดทะเบียนเว็บไซต์ดังกล่าวนี้เท่านั้นที่จะรู้

แต่เว็บไซต์ “ไฮ - ทักมึน คอตเน็ต” จดทะเบียนกับใคร ที่ไหน นั่นเป็นข้อเท็จจริงที่ปกปิดไม่มิด ชื่อโดเมน “ไฮ - ทักมึน คอตเน็ต” เป็นชื่อที่จดทะเบียนไว้กับ “โก แดคส์ ซอฟต์แวร์ อิงค์” แห่งรัฐอริโซนา สหรัฐอเมริกา

เซิร์ฟเวอร์ของเว็บไซต์ก็อยู่กับบริษัทดังกล่าว สถานที่อยู่ที่ “ฮูอิส คอตโกแคคคี้ คอตคอม” ชื่อเซิร์ฟเวอร์คือ “เอ็นเอส1คอตไอ – ทักซิณคอตเน็ต” และ “เอ็นเอส2คอตไอ – ทักซิณคอตเน็ต” วันที่จดทะเบียนเริ่มต้นเว็บไซต์คือ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2550 หมดอายุวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2551 โดยเริ่มอัปเดตเว็บไซต์ครั้งแรกเมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2550 ที่ผ่านมา

“โก แคคคี้ ซอฟต์แวร์ อิงค์” เป็นชื่อจดทะเบียนอย่างเป็นทางการของ “โก แคคคี้ คอตคอม” บริษัทผู้ให้บริการจดชื่อโดเมน อินเทอร์เน็ต และให้บริการเว็บ โฮสต์ (ให้เนื้อที่สำหรับการเปิดเว็บไซต์) สถานะของบริษัท เป็นบริษัทเอกชน ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2540 โดย บ็อบ พาร์สัน อดีตผู้ก่อตั้งบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์ชื่อ “พาร์สัน เทคโนโลยี” สำนักงานใหญ่อยู่ที่เมืองสก็อตเคิล รัฐอริโซนา สหรัฐอเมริกา

หนึ่งในบริการของ “โก แคคคี้” ก็คือการรับจดทะเบียนชื่อโดเมน ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่ไม่ต้องการเปิดเผยตัวว่าเป็นใครในการเข้าไปยื่นขอจดทะเบียนชื่อโดเมนกับบริษัทภายในประเทศ และอาจเป็นคำตอบที่ว่าทำไม “ไอ – ทักซิณคอตเน็ต” ถึงเลือกจดทะเบียนกับบริษัทนี้!!

ข้อมูลจาก



ภาพประกอบทางอินเทอร์เน็ต ไม่เกี่ยวข้องกับข้อมูล

3.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม อาชญากรรมและการดำเนินคดี

หัวข้อเรื่อง

ยาเม็ดคุมกำเนิดที่ “นักข่มขืน” นำมาใช้

ประเภทของข้อมูล

ข้อความ และภาพ

ที่มาของข้อมูล

Forward E-Mail ได้รับเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2549

รายละเอียดข้อมูล

คุณผู้ชายโปรคระมัดระวังแทนเพื่อนสาวใกล้ตัวของคุณคุณผู้หญิง และระวังตัวเองให้มากขึ้นเมื่อคุณรับของขวัญเครื่องดื่มาจากชายหนุ่ม อย่าลืมว่าในสังคมและคนรอบตัวคุณอาจมีทั้งคนดีและคนไม่ดีปะปนกันอยู่ กรุณาส่งจดหมายนี้ให้กับเพื่อนผู้หญิงของคุณทุกคน แม้แต่คุณผู้ชายก็ควรรู้ไว้เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดกับผู้หญิงรอบตัวที่คุณรัก

นี่เป็นยาชนิดใหม่ที่ถูกนำมาใช้กันในตลาดมืดเมื่อเกือบปีมาแล้ว Progesterex - ยาเม็ดคุมกำเนิดที่ 'นักข่มขืน' นำมาใช้ในงานปาร์ตี้เพื่อล่าเหยื่อ Progesterex เป็นยาที่สัตวแพทย์ใช้ในการทำหมันสัตว์ขนาดใหญ่ ผู้เชี่ยวชาญบางกลุ่มอ้างว่ายา Progesterex นั้นมักจะถูกใช้ควบคู่กับ Rphynpol ซึ่งเป็นยาที่นักข่มขืนมักจะใช้กัน โดยผู้ลงมือมักจะใส่ยา Rohypnol ลงในเครื่องดื่มของเหยื่อและในเช้าวันรุ่งขึ้นหญิงสาวผู้เป็นเหยื่อจะไม่สามารถจดจำ สิ่งที่เกิดขึ้นในคืนก่อนหน้าได้เลย ยา Progesterex จะละลายในเครื่องดื่มอย่างรวดเร็ว เหยื่อสามารถป้องกันการตั้งครรภ์จากการข่มขืนที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์แบบ ดังนั้นนักข่มขืนจึงมักไม่ต้องคอยกังวลเรื่องของการเรียกร้องค่าเสียหาย หรือการตรวจสอบเพื่อระบุตัวพ่อของเด็กอีกด้วยนอกจากนี้ยา Progesterex ยังทิ้งผลกระทบกับเหยื่อในระยะยาว

กล่าวคือยา Progesterex นั้นถูกใช้ในการทำหมันม้า ซึ่งผู้หญิงที่ได้รับยาตัวนี้เข้าไปในร่างกาย จะทำให้ไม่สามารถตั้งครรภ์ได้อาจถาวร หรือเป็นมะเร็ง!!!! ยา Progesterex หาซื้อได้ง่ายในโรงเรียนฝึกสอนของเหล่าสัตวแพทย์ หรือวิทยาลัยเขตต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการสัตวแพทย์ เชื่อหรือไม่ว่า แม้แต่เว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ตหลายแห่งก็มียาตัวนี้จำหน่ายอย่างเปิดเผยพร้อมทั้ง บอกวิธีการใช้ อย่างละเอียด!!!!

ตอนนี้อยู่ที่คุณแล้วว่าจะส่งข้อความนี้ไปเพื่อเตือนผู้หญิงทุกคนที่คุณรู้จัก หรือจะปล่อยเอาไว้ให้ผู้หญิงเหล่านั้นต้องไปเผชิญกับชะตากรรมดังกล่าวเพียงลำพัง

4.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ

หัวข้อเรื่อง

ไม่มีใครช่วยใครได้

ประเภทของข้อมูล

ภาพ

ที่มาของข้อมูล

Forward E-Mail ได้รับเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2549

รายละเอียด



5.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยี และวิทยาศาสตร์ที่ทันสมัย

หัวข้อเรื่อง

ญี่ปุ่นช่างคิด!! ทำแตงโมประหลาดลูกละ 20,000 บาท

ประเภทของข้อมูล

ภาพ

ที่มาของข้อมูล

Forward E-Mail ได้รับเมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2548

รายละเอียด



6.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา

หัวข้อเรื่อง

พฤติกรรมของนักปั่นที่น่าหวาดเสียว

ประเภทของข้อมูล

คลิปวิดีโอ

ที่มาของข้อมูล

<http://www.siamha.com/content/data/3/0246.html>

รายละเอียด

พฤติกรรมเสี่ยง หวาดเสียว จริงๆ



พฤติกรรมเสี่ยง หวาดเสียว จริงๆ

พฤติกรรมเสี่ยง หวาดเสียว จริงๆ



พฤติกรรมเสี่ยง หวาดเสียว จริงๆ



พฤติกรรมเสี่ยง หวาดเสียว จริงๆ



7.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับดารและผู้มีชื่อเสียงในสังคม

หัวข้อเรื่อง

ดูกัน..ดารวัยเด็กหน้าอย่างนี้นี่เอง

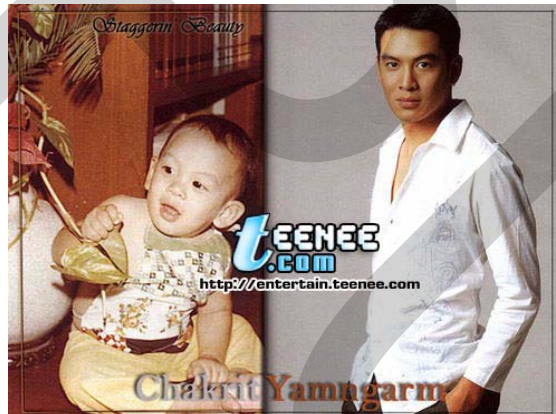
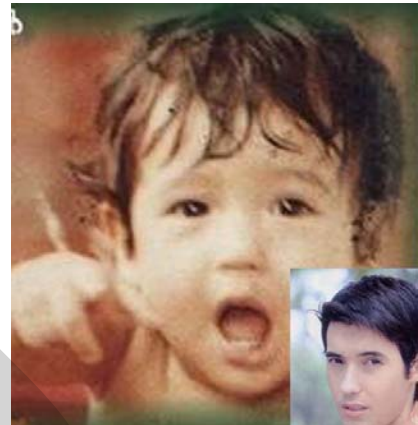
ประเภทของข้อมูล

ภาพ

ที่มาของข้อมูล

Forward E-Mail เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2550

รายละเอียด



8.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับโหราศาสตร์-ดวง

หัวข้อเรื่อง	งานกับปีเกิด แม่นมมากๆ
ประเภทของข้อมูล	ภาพและ ข้อความ
ที่มาของข้อมูล	Forward E-Mail เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2550
รายละเอียด	

คุณรู้หรือไม่ว่าปีเกิดของคุณ มีสัญลักษณ์สัตว์เป็นรูปอะไร .. แน่แน่นอนแหละ ย่อมมีคุณรู้และไม่รู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งว่าบุคคลที่เกิดในปีนั้น เป็นคนที่มีอุปนิสัยใจคออย่างไร ทางเราได้สรุปรายละเอียดปลีกย่อยให้คุณได้รับทราบดังนี้



ปีชวด / หนุ - (2479, 2491, 2503, 2515, 2527, 2539)

คนเกิดปีชวดเป็นผู้ที่มีความกระฉับกระเฉง ขยันขันแข็ง มีความอดทนสูง เป็นที่รักใคร่ของเจ้านายและเพื่อนฝูง ไม่ชอบประจบสอพอใคร และไม่มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน ความรักชอบคนที่มีความคิดเห็นลงรอยกันเพราะจะได้ไม่ขัดอารมณ์ ปีเกิดที่ดีสำหรับคนเกิดปีชวดคือปีหนู ปีมะโรง และ ปีวอก ส่วนปีม้า ปีกระต่าย และปีมะแม ควารหลักเลียงให้ไกล

อาชีพ : เป็นผู้มีความเหมาะสมเกี่ยวกับงานทางด้านบริการ :-
เพศชาย : งานโฆษณา, งานเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม, งานโรงแรม, และอื่น ๆ
เพศหญิง : งานเกี่ยวกับความสวยงาม, งานโรงแรม และ นักเขียน



ปีฉลู / วัว - (2480, 2492, 2504, 2516, 2528, 2540)

คนเกิดปีฉลูเป็นผู้นำที่มีความแข็งแกร่ง อดทนสูง มานะบากบั่น ทรากตรำทำงานหนัก เป็นผู้ฟังที่ดีและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น แต่เป็นคนโกรธง่ายพร้อมระเบิดได้ทุกเมื่อ มีผู้หลักผู้ใหญ่คอยสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จ หันส่วนที่เข้ากันได้ดีสำหรับคนเกิดปีนี้คือ ปีมะเส็ง ปีระกา และปีชวด ควารหลักเลียงผู้ที่เกิดปีม้า ปีมะโรง และ ปีมะแม

อาชีพ : เป็นผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะทาง เช่น แพทย์ หนายความ อาจารย์ หรือนักเขียน



ปีชกาล / เสือ - (2481, 2493, 2505, 2517, 2529, 2541)

คนเกิดปีชกาลเป็นคนที่มีความมั่นใจในตัวเอง ทะเยอทยานบ้าบิ่น รักความเป็นอิสระ และเป็นที่สนใจของเพศตรงข้าม เป็นคนใจบุญ ไม่เอาเปรียบใครและไม่ยอมให้ใครเอาเปรียบ ปีที่เข้ากันได้ดี คือ ปีมะโรง ปีมะเมีย และ ปีจอ และควารหลักเลียง ปีฉลู ปีมะเส็ง ปีเถาะ และ ปีวอก

อาชีพ : เป็นผู้ที่มีพรสวรรค์ในการใช้มันสมองให้เป็นประโยชน์ หรือเป็นผู้ควบคุม



ปีเถาะ / กระต่าย - (2482, 2494, 2506, 2518, 2530, 2542)

คนเกิดปีเถาะเป็นผู้ที่มีความสงบเสถียร มีความคิดแบบอนุรักษนิยม ชอบทำตัวให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์แบบ เป็นคนกล้าพูดกล้าทำ และบ้าयो ทำงานได้อย่างละเอียดรอบคอบ ผู้ร่วมงานที่ดี ควารเกิดปีมะแม ปีกุน ปีจอ และปี วอก และควารหลักเลียงปี ระกา ปีชวด และ ปีชกาล

อาชีพ : เป็นผู้ที่มีความเหมาะสมเกี่ยวกับงานทางด้านศิลปะ งานช่าง การทูต.



ปีมะโรง / มังกร - (2483, 2495, 2507, 2519, 2531, 2541)

คนเกิดปีมะโรงเป็นคนกระฉับกระเฉง นิสัยเปิดเผย ใจกว้าง บุคลิกลักษณะองอาจผึ่งผาย แต่เป็นคนใจร้อน และเชื่อมั่นตนเองจนมากเกินไป เป็นคนหัวแข็ง มุ่งจะเอาชนะ มีวาจาการมคมคาย ชอบพบปะกับเพื่อนฝูงหุ้นส่วนที่ร่วมงานกันได้ดี คือ ปีชวด ปีวอก และปีระกา และหลีกเลี่ยงคนเกิดปี ฉลู ปีขาล และปีจอ

อาชีพ : เป็นงานที่ต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัวสูง เพราะจะได้แสดงฝีมือไม่ลายมือ



ปีมะเส็ง / งูเล็ก - (2484, 2496, 2508, 2520, 2532, 2544)

คนเกิดปีมะเส็ง เป็นผู้มีอารมณ์เย็น สุภาพอ่อนน้อม ฉลาดหลักแหลม ขยัน ใฝ่หาซึ่งความรู้ไม่ชอบงานที่ต้องใช้แรง รักงานที่สบาย รักอิสระ ไม่ชอบยุ่งเกี่ยวกับใคร หุ้นส่วนที่ร่วมมงานกันได้ดีคือ คนที่เกิดปีฉลู ปีวอก และปีระกา และ ควรหลีกเลี่ยงคนเกิดปีฉลู ปีขาล และปีจอ

อาชีพ : งานทางด้านกฎหมาย การบันเทิง และการค้าขาย จะประสบความสำเร็จเมื่อยังน้อย และจะดีขึ้นเรื่อย ๆ



ปีมะเมีย / ม้า - (2485, 2497, 2509, 2521, 2533, 2545)

คนเกิดปีมะเมีย เป็นคนมีอารมณ์สนกสนาน รักงานสังสรรค์ มีไหวพริบดี ให้ความเป็นมิตรอย่างอบอุ่น ไม่ชอบการหยดนิ่ง ชอบทำทุกสิ่งให้สำเร็จได้ด้วยตนเอง ทำงานรวดเร็วและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ได้เร็ว เข้ากันได้ดีกับคนเกิดปีขาล ปีมะแม และปีจอ ควรหลีกเลี่ยง ปีชวด ปีฉลู ปีมะเมีย และปีวอก

อาชีพ : เหมาะกับงานสบาย ๆ ไม่มีเวลาคอยเร่งรัด อย่างเช่น ธุรกิจของตัวเอง การท่องเที่ยว หรือประชาสัมพันธ์



ปีมะแม / แพะ - (2486, 2498, 2510, 2522, 2534, 2546)

คนเกิดปีมะแม เป็นผู้มีความจริงใจต่อผู้อื่น เป็นคนที่รู้ว่าอะไรเหมาะ อะไรควร เป็นคนเรียบง่ายมักจะซื่อสัตย์ มีพรสวรรค์ในทางด้านศิลปะ กิริยามารยาทเรียบร้อย กระฉับกระเฉง มักได้โชคทางด้านการเงิน เป็นคนมีเสน่ห์ทางเพศ มักปล่อยเวลาไปกับเรื่องความรัก มักเข้ากันได้ดีกับผู้ที่เกิดปีเถาะ ปีวอก ปีขาน และปีมะเมีย ควรหลีกเลี่ยงผู้ที่เกิดปีชวด และ ปีฉลู

อาชีพ : เหมาะเกี่ยวกับงานทางด้านศิลปะการดนตรี นักเขียน นักออกแบบ



ปีวอก / ลิง - (2487, 2499, 2511, 2523, 2535, 2547)

คนเกิดปีวอก เป็นผู้มีไหวพริบดี ฉลาดหลักแหลม เรียนรู้อะไรได้เร็ว มีเทคนิคความสามารถเฉพาะตัว เป็นคนช่างจดช่างจำแต่มีสมาธิสั้นชอบใฝ่หาความสุขแบบง่าย ๆ มีความทะเยอทะยานที่จะก้าวไปสู่ตำแหน่งสูงสุดอย่างรวดเร็ว แต่ออกจะค่อนข้างใจร้อน เข้าได้ดีกับคนเกิดปีมะโรง ปีชวด ปีเถาะ ปีมะแม และปีจอ ควรหลีกเลี่ยงปีขาล และ ปีมะเมีย



อาชีพ : เหมาะกับงานสร้างสรรค์ชนิดต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การขาย การตลาด



ปีระกา / ไก่ - (2488, 2500, 2512, 2524, 2536, 2548)

คนเกิดปีระกา มีความเฉลียวฉลาด กล้าหาญ มีไหวพริบรู้เท่าทันคน แต่ชอบคิดเล็กคิดน้อยจนบางครั้งทำให้เป็นเรื่องใหญ่ ไม่ชอบเอาเรื่องเอาเปรียบผู้ใด และไม่ชอบให้ใครมาเอาเปรียบ โกรธง่ายหายเร็ว แต่เวลาโกรธมักควบคุมตนเองไม่ได้ เข้ากันได้ดีกับคนเกิดปีฉลู ปีมะโรง ปีมะเส็ง ควรหลีกเลี่ยงผู้ที่เกิดปีเถาะ ปีจอ และปีระกา

อาชีพ : เหมาะกับงานที่มีความคิดแปลก ๆ ไม่เข้ากับใคร ไม่เหมาะกับงานที่ต้องใช้แรง และ

ความอดทน	
	<p>บ๊อง / สุนัข - (2489, 2501, 2513, 2525, 2537, 2549)</p> <p>คนเกิดบ๊องเป็นผู้ที่มีความกล้าหาญ เป็นเพื่อนที่ซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา ออกจะดื้อรั้น แต่ไม่เคยเห็นแก่ตัว จะคิดถึงผู้อื่นไว้ก่อนเสมอ ภายในหัวใจบรรจุไว้ด้วยความรักที่เต็มเปี่ยม มีคุณธรรมพร้อมที่จะปกป้องผู้อื่นและตนเอง เข้ากันได้ดีกับคนเกิดปีชวด ปีเถาะ ปีวอก หลีกเลี่ยงการพบเจอกันกับปีมะโรง ปีมะเมีย และปีระกา</p> <p>อาชีพ : เหมาะกับงานทกอาชีพ โดยเฉพาะงานประเภทอาสาสมัคร งานที่ต้องใช้ความอดทน ไม่เห็นแก่เหน็ดเหนื่อย ไม่เหมาะสมอย่างยิ่งกับงานเจรจา</p>
	<p>ปีกุน / หมู - (2490, 2502, 2514, 2526, 2538, 2550)</p> <p>คนเกิดปีกุนเป็นคนที่มึนสึ้นน่ารัก ใจดี มีทำที่เป็นมิตร เป็นคนรักบ้าน ใจบุญ ชอบช่วยเหลือผู้อื่น แต่ภายในแอบแฝงไว้ด้วยความเจ้าเล่ห์ ด้วยความเป็นคนฉลาด โกรธง่ายหายเร็ว ร่วมงานได้ดีกับคนเกิดปีเถาะ และ ปีมะแม หลีกเลี่ยงพบปะกับคนเกิดปี มะเส็ง และปีวอก</p> <p>อาชีพ : เป็นผู้ที่มีความซำของธุรกิจเกี่ยวกับการเงิน เหมาะกับการทำงานค้าขาย งานธุรกิจติดต่อ เจ้าของอุตสาหกรรมย่อยและเป็นข้าราชการ</p>

9.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องแปลทประหลาด/สิ่งมหัศจรรย์

หัวข้อเรื่อง

เหมือนปาฏิหาริย์เลขเนอะ ตัวเล็กมาก ๆ เลยอะ

ประเภทของข้อมูล

ภาพ และข้อความ

ที่มาของข้อมูล

Forward E-Mail เมื่อวันที่ 22 เมษายน 2548

รายละเอียด



เท้าเล็กๆ ของอามิลเลีย ซอนจา เทย์เลอร์ หลังจากการผ่าตัดที่โรงพยาบาล ซึ่งมีขนาดความยาวเท่ากับปากกาลูกดิน

เอเอฟพี/เอพี – เด็กทารกที่เกิดก่อนกำหนดมากที่สุดในโลก โดยมีอายุครรภ์เพียง 21 สัปดาห์กับอีก 6 วันและยังรอดชีวิตอยู่จะได้กลับบ้านแล้ว หลังจากเข้ารับการรักษาพิเศษในห้องไอซียูในโรงพยาบาลรัฐฟลอริดานานกว่า 4 เดือน อามิลเลีย ซอนจา เทย์เลอร์ ลูกคนแรกของเอ็ดดี้ และซอนจา เทย์เลอร์ สูงเพียง 9 นิ้วครึ่ง หนัก 280 กรัม เมื่อเธอเกิดในวันที่ 24 ตุลาคมปีที่ผ่านมา โดยเธออยู่ในครรภ์มารดาได้เพียง 21 สัปดาห์กับอีก 6 วันเท่านั้น ซึ่งการคลอดโดยปกตินั้น ทารกจะต้องอยู่ในครรภ์มารดาประมาณ 37-40 สัปดาห์ ขณะที่ แพทย์ผู้ดูแลอามิลเลียกล่าวว่า เธอเป็นเด็กทารกคนแรกที่สามารถรอดชีวิตได้จากการคลอดก่อนกำหนดที่มีระยะเวลาในการตั้งครรภ์น้อยกว่า 23 สัปดาห์ ซึ่งฐานข้อมูลของมหาวิทยาลัยไอโอวา แผนกโรคเด็กเผยว่ามีทารก 7 รายที่มีอายุในครรภ์ประมาณ 23 สัปดาห์ระหว่างปี 1994-2003 อย่างไรก็ดี อามิลเลียก็มีปัญหาเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ มีเลือดไหลในสมองเล็กน้อย และปัญหาเกี่ยวกับระบบย่อยอาหารบางอย่าง แต่ไม่มีความกังวลด้านปัญหาสุขภาพระยะยาว เนื่องจากแพทย์สามารถดูแลปอดและอวัยวะระบบหายใจอื่นๆ ได้ รวมถึงสมองด้วย พร้อมทั้งยืนยันว่า อาการโรคของเธออยู่ในขั้นตื้นมาก ทั้งนี้ อามิลเลียอยู่ในตู้อบทารกตั้งแต่เธอเกิดและยังคงได้รับออกซิเจนตลอด เช่นเดียวกับทารกคลอดก่อนกำหนดทั่วไป แต่แพทย์จะลดการให้ออกซิเจนลง และการหายใจของเธอจะได้รับการควบคุมดูแลใกล้ชิดจนแม่เธอออกจากโรงพยาบาลไป และขณะนี้ เธอมีส่วนสูงเพิ่มขึ้นเป็น 25-26 นิ้ว และหนัก 1.8 กิโลกรัมแล้ว

10.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับเพศ

หัวข้อเรื่อง นีมันอะไรกันเนีย !!!!

ประเภทของข้อมูล

ภาพ

ที่มาของข้อมูล

Forward E-Mail เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2549

www.desipopcorn.com

รายละเอียด



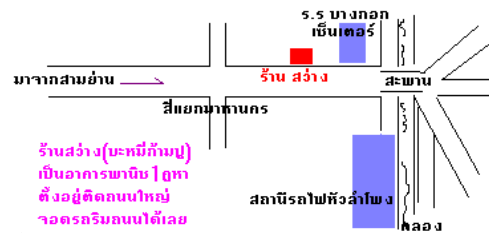
11.จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า

หัวข้อเรื่อง ก๋วยเตี๋ยวขามละ 200 บาท

ประเภทของข้อมูล ภาพ

ที่มาของข้อมูล Forward E-Mail เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2549

รายละเอียด



12. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับศาสนา ความเชื่อ

หัวข้อเรื่อง เปิดตำนานพระพุทธศาสนา กับการฝังลูกนิมิต

ประเภทของข้อมูล

ข้อความและภาพ

ที่มาของข้อมูล

Forward E-Mail เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2550

รายละเอียด



พุทธศาสนิกชนที่เข้าไปในวัด ส่วนใหญ่คงจะรู้สึกชินตา กับแท่นหินในซุ้มที่ตั้งอยู่รอบๆ โบสถ์ที่เราเรียกกันว่า “ ไบสีมา ” หรือ “ ไบเสมา ” อยู่ไม่น้อย แต่เชื่อว่าหลายคนอาจจะไม่ทราบว่าไบสีมานี้มีไว้เพื่ออะไร และหากจะบอกต่อว่า ไบสีมานี้จะมี “ลูกนิมิต” ฝังอยู่ข้างใต้ คงมีคนอีกจำนวนไม่น้อยที่อยากทราบว่า “ลูกนิมิต” คืออะไร และทำไมต้องฝังไว้ใต้ไบสีมาดังกล่าว โดยเฉพาะเมื่อเราเดินทางไปต่างจังหวัด หลายครั้งหลายครา ที่เราเห็นป้ายที่ปักข้างทางเชิญชวนให้พุทธศาสนิกชนไปร่วม “ฝังลูกนิมิต” ตามวัดต่างๆ หลายคนก็คงสงสัยว่า ฝังลูกนิมิตเดียวกันหรือไม่ ดังนั้น เพื่อเป็นความรู้ในเรื่องดังกล่าว กลุ่มประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม จึงขอนำเรื่องเกี่ยวกับลูกนิมิตมาเสนอให้ทราบ ดังนี้

โดยทั่วไป “ลูกนิมิต” ที่เราเห็น มักจะมีลักษณะเป็นลูกหินกลมๆ สีดำ มีทองคำเปลวปิดโดยรอบ ซึ่งตามความหมาย ของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานฯ “ลูกนิมิต” หมายถึง “ ลูกที่ทำกลมๆ ประมาณเท่าบาตร มักทำด้วยหิน ใช้ฝังเป็นเครื่องหมายเขตอุโบสถ ” ส่วนพจนานุกรมฉบับมติชนให้ความหมายว่า “ ก้อนหินที่วางบอกเขตพัทธสีมา ในการทำสังฆกรรม ”สรุปแล้วลูกนิมิต ก็คือ ลูกหินกลมๆ ที่ใช้ฝังเพื่อเป็นเครื่องหมายบอกให้ทราบว่า ตรงไหนเป็นเขตอุโบสถหรือโบสถ์ เพื่อให้พระสงฆ์ได้ใช้เป็นที่พักผ่อนสังฆกรรมนั่นเอง เพราะคำว่า “ นิมิต ” แปลว่า “เครื่องหมาย”

เหตุที่ต้องมี “นิมิต” เป็นเครื่องหมาย บอกว่าตรงไหนเป็นโบสถ์ ก็สืบเนื่องมาจากใน

สมัยพุทธกาล เมื่อสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ทรงประกาศศาสนาแล้ว ภายหลังได้มีผู้เข้ามาบวชเป็นพระภิกษุสาวกมากขึ้น พระองค์จึงได้ส่งพระภิกษุเหล่านี้ ออกไปเผยแผ่พระศาสนาตามที่ต่างๆ ซึ่งการที่พระภิกษุออกไปอยู่ห่างไกล จากพระพุทธรองค์นั้น ก็เท่ากับห่างจากการฟังพระธรรมคำสั่งสอนของพระองค์ อีกทั้ง พระสงฆ์ที่บวชแล้ว ก็มีใ้ว่าจะบรรลุพระอรหันต์กันทุกองค์ ดังนั้น อาจจะเป็นกุศโลบายอย่างหนึ่งของพระพุทธรองค์ ที่ต้องการให้มีการทบทวนพระธรรมคำสั่งสอนของพระองค์อยู่เสมอ รวมทั้งให้สงฆ์ได้มีการปรึกษาหารือ เพื่อแก้ปัญหาหรือทำกิจบางประการร่วมกัน ด้วยเหตุนี้ พระองค์จึงได้กำหนดให้ พระสงฆ์ต้องประชุมร่วมกัน หรือที่เรียกว่า ทำสังฆกรรม ในบางเรื่อง เช่น การสวดปาติโมกข์ การบวชพระ การกรานกฐิน และการปวารณากรรม เป็นต้น โดยกำหนดให้ทำสังฆกรรมในบริเวณที่กำหนดไว้เท่านั้น เพื่อมิให้ฆราวาสมายุ่งเกี่ยว เนื่องจากเรื่องเหล่านี้ เป็นกิจของสงฆ์ผู้ทรงศีล โดยเฉพาะ แต่เนื่องจากในสมัยแรกๆ พระภิกษุยังไม่มีที่อยู่เป็นหลักแหล่งแน่นอน

แม้ว่าต่อมาจะมีผู้ถวายพื้นที่เป็นวัดให้พระอยู่ แต่ส่วนใหญ่ก็จะเป็นป่าตามธรรมชาติ เช่น วัดเวฬุวัน (ป่าไผ่) ดังนั้น เมื่อพระสงฆ์ต้องจาริกไปยังที่ต่างๆ จึงทรงให้หมายเอาวัดถาวรบางอย่าง เป็นเครื่องกำหนดเขตแดนขึ้น เรียกว่า การผูกสีมา (คำว่า “สีมา” แปลว่า “เขตแดน”) ซึ่งพระพุทธรองค์ได้กำหนดไว้ 8 ประการ ได้แก่ ภูเขา ศิลา ป่าไม้ ต้นไม้ จอมปลวก หนทาง แม่น้ำ และน้ำนิ่ง และเรียกเครื่องหมายบอกเขตแดนนี้ว่า “นิมิต” แต่นิมิตเหล่านี้ ล้วนเป็นสิ่งมีอยู่ตามธรรมชาติ ทำให้การกำหนดเขตแดนที่จะทำสังฆกรรมหรือพูดง่ายๆ ว่า การกำหนดสถานที่ประชุมสงฆ์ทำได้ยาก และมักคลาดเคลื่อน ต่อมาจึงมีการพัฒนากำหนดนิมิตใหม่ อีกประเภทหนึ่งขึ้นแทน คือ เป็นนิมิตที่จัดสร้างหรือทำขึ้นเฉพาะ เช่น บ่อ คู สระ และก้อนหิน โดยเฉพาะก้อนหินเป็นที่นิยมกันมาก เพราะทนทานและเคลื่อนย้ายได้ยาก ครั้นเมื่อเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น จึงได้มีการประดิษฐ์ก้อนหินให้เป็นลูกกลมๆ เป็นเครื่องหมายที่ค่อนข้างถาวรขึ้นแทน และเรียกกันว่า “ลูกนิมิต” ดังที่เราเห็นกันอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงมีการเรียกเขตแดนที่ใช้ทำสังฆกรรมนี้ว่า “โบสถ์” ซึ่งสมัยก่อนโบสถ์คงมีลักษณะตามธรรมชาติมากกว่า จะเป็นถาวรวัตถุเช่นสมัยนี้ และเมื่อมี “ลูกนิมิต” เป็นเครื่องหมายบอกเขต ต่อๆ มากี่มีพิธีที่เรียกว่าการ “ฝังลูกนิมิต” ขึ้นด้วย

“การฝังลูกนิมิต” นี้ มีชื่อเรียกเป็นทางการอีกอย่างหนึ่งว่าการ “ผูกพัทธสีมา” (ซึ่งก็แปลว่า เขตทำสังฆกรรมที่กำหนดตามพุทธานุญาต) โดยปัจจุบันจะเริ่มจากพระสงฆ์ ประชุมพร้อมกันโบสถ์ เพื่อทำพิธี สวดถอน มิให้อาณาบริเวณที่จะกำหนดนี้ ไปทับพื้นที่เคยเป็นสีมา หรือเป็นที่ที่มีเจ้าของครอบครองอยู่ก่อน เมื่อพระสงฆ์สวดถอนเป็นแห่งๆ ไปตลอดสถานที่ ที่กำหนดเป็นเขตแดนทำสังฆกรรมแล้วว่า มีอาณาเขตเท่าใด จากนั้นจะต้องไปขอพระราชทานพระบรมราชานุญาต เพื่อให้ที่ดินบริเวณนั้นเป็นสิทธิ์ของสงฆ์ ที่เรียกว่าขอ วิสุงคามสีมา (คือเขตที่ได้พระราชทานแก่

สงฆ์ เพื่อใช้เป็นที่ทำสังฆกรรม) เป็นการแยกส่วนบ้านออกจากส่วนวัด (วิสูง แปลว่า ต่างหาก คาม แปลว่า บ้าน)การที่ต้องขอพระบรมราชานุญาตเพราะถือว่า พระมหากษัตริย์เป็นเจ้าของแผ่นดิน การจะกระทำใดบนพื้นแผ่นดินจึงต้องขอพระบรมราชานุญาตก่อน

โดยทั่วไป ลูกนิมิตที่ใช้ผูกสีมาจะมีจำนวน 9 ลูก โดยฝังตามทิศต่างๆ โดยรอบอุโบสถ ทั้ง 8 ทิศๆ ละ 1 ลูก และฝังไว้กลางอุโบสถอีก 1 ลูกเป็นลูกเอก เมื่อจะผูกสีมาพระสงฆ์จำนวน 4 รูป ก็จะเดินตรวจลูกนิมิตที่วางไว้ตามทิศต่างๆ โดยเริ่มตั้งแต่ทิศตะวันออกเป็นต้นไป เรียกว่า สวดทักษิณมา จนครบทุกทิศและมาจบที่ทิศตะวันออกอีกครั้ง เพื่อให้แนวนิมิตบรรจบกัน เมื่อสวดทักษิณมาจบแล้ว ก็จะกลับเข้าไปประชุมสงฆ์ในอุโบสถ และสวดประกาศสีมาอีกครั้ง หลังจากนั้นก็จะทำการตัดลูกนิมิตลงหลุมเพื่อกลบ แล้วสร้างเป็นซุ้มหรือก่อเป็นฐานตั้งใบสีมาต่อไป ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า ปัจจุบันใบสีมานี้ ได้กลายเป็นเครื่องหมายบอกเขตของโบสถ์แทนลูกนิมิต ที่เป็นเครื่องหมายเดิมที่ถูกฝังอยู่ข้างใต้ไปแล้ว ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องของความสวยงาม หรือการออกแบบในภายหลังก็ได้

อนึ่ง ลูกนิมิตที่ฝังตามทิศต่างๆ นี้ มีผู้เปรียบว่าเป็นเสมือนองค์พระพุทธรูป และพระอรหันต์สาวกสำคัญๆ กล่าวคือ ลูกนิมิตที่ฝังทาง ทิศตะวันออก หมายถึง พระอัญญาโกณฑัญญะ ซึ่งได้ชื่อว่า ผู้รู้ราตรีกาลนาน คือ มีความรู้มาก ผ่านโลกมามาก, ทิศตะวันออกเฉียงใต้ หมายถึง พระมหากัสสปะ ผู้ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้ทรงคุณคุณ, ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ หมายถึง พระราहुล ผู้เป็นเลิศทางการศึกษา, ทิศใต้ หมายถึง พระสารีบุตร ผู้เลิศในทางปัญญา, ทิศเหนือ หมายถึง พระโมคคัลลานะ ผู้เลิศทางฤทธิ์, ทิศตะวันตก หมายถึง พระอนนท ผู้เลิศในทางพหูสูต, ทิศตะวันตกเฉียงใต้ หมายถึง พระอุบาลี ผู้เลิศในทางวินัย และ ทิศตะวันตกเฉียงเหนือ หมายถึง พระควัมปติ ผู้เลิศในทางลาภและรูปงาม ส่วนลูกนิมิต กลางโบสถ์ ก็คือ องค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า

ด้วยเหตุที่ในสมัยก่อน การที่จะสร้างโบสถ์ได้หลังหนึ่งๆ หรือแม้จะซ่อมแซมโบสถ์เก่าให้สวยงามขึ้นมิใช่เรื่องง่าย และต้องใช้ระยะเวลาานานมาก ดังนั้น จึงเชื่อกันว่า หากใครได้มีโอกาสทำบุญ “ฝังลูกนิมิต” หรือพูดง่ายๆ ว่าได้ร่วมสร้างโบสถ์ให้พระได้ใช้ทำสังฆกรรมนั้น จะมีอานิสงส์ถึง 6 ประการด้วยกัน คือ

1. ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บทุกชาติ ปราศจากอุปัทวะ (อุ-ปัด-ทะ-วะ สิ่งอัปมงคล) ทั้งหลาย
2. ไม่เกิดในตระกูลต่ำ
3. หากเกิดในมนุษย์โลก ก็จะเป็นท้าวพระยามหากษัตริย์
4. หากเกิดในเทวโลก ก็จะเป็นท้าวสักกเทวราช
5. จะสมบูรณ์ด้วยทรัพย์สินเงินทอง มีผิวพรรณผ่องใส และ

6. มีอายุยืนนาน และมักจะใส่สมุด ดินสอ เข็มและด้ายลงไปในหลุมที่ฝังลูกนิมิตด้วย เพราะเชื่อว่าจะช่วยให้ความจำดี มีปัญญาเฉียบแหลมเหมือนเข็ม และมีความเจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องเหมือนความยาวของด้าย

อันที่จริงแล้ว การ “ฝังลูกนิมิต” เพื่อกำหนดเขตทำสังฆกรรม หรือปัจจุบันก็คือการกำหนดเขตที่เป็นโบสถ์นั้น เป็นกิจของสงฆ์โดยเฉพาะ คือภรรวาสหรือชาวบ้านไม่ได้มีส่วนยุ่งเกี่ยว แต่เนื่องจากปัจจุบัน โบสถ์มีเพียงแต่จะเป็นสถานที่ที่สงฆ์ใช้ทำสังฆกรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นศาสนสถานที่พุทธศาสนิกชน ใช้เป็นที่ประกอบพิธีกรรมอื่นๆ ด้วย อีกทั้ง ไม่ว่าจะสร้างหรือซ่อมแซมโบสถ์ขึ้นใหม่ จำเป็นจะต้องมีการผูกพัทธสีมาใหม่ทุกครั้ง ดังนั้น ทางวัดต่างๆ จึงมักจะประกาศเชิญชวนให้พุทธศาสนิกชน ได้มาทำบุญสร้างกุศลด้วยกัน โดยการจัดงาน “ฝังลูกนิมิต” เพื่อสร้างโบสถ์ร่วมกัน ซึ่งชาวพุทธส่วนใหญ่ก็ยินดี เพราะเชื่อกันว่าจะได้อานิสงส์มากดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม อานิสงส์จากการร่วมทำบุญฝังลูกนิมิตนี้ บางคนอาจจะมีข้อกังขาว่าจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่ เพราะเป็นเรื่องอนาคตอันยาวไกล แต่สิ่งหนึ่งที่เห็นผลทันตา ก็คือ จิตใจที่อัมเอิบ และความปิติที่ได้มีโอกาสทำบุญสร้างกุศลที่ดีแก่ตนเอง ที่สำคัญบุญนี้ก็ได้มีส่วนช่วยสืบทอดพระพุทธศาสนาให้มั่นคงถาวรต่อไปด้วย

****ส่งต่อให้ครบ 7 คนก็ได้บุญมากโข มีโชคมีลาภ เพราะการให้ธรรมเป็นทานชนะการให้ทั้งปวง****

13. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่เนื้อหาเกี่ยวกับเบ็ดเตล็ดทั่วไป

หัวข้อเรื่อง	ประสบการณ์ตรงจากคนไข้ อันตรายจากยาที่หลายคนคาดไม่ถึง " Paracetamol "
ประเภทของข้อมูล	ข้อความ
ที่มาของข้อมูล	Forward E-Mail เมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2549
รายละเอียด	

กระตุ้จากพันธทิพย์:

เป็นเรื่องเศร้าที่เพิ่งเกิดขึ้นกับคนไข้ของผม ซึ่งเพิ่งเสียชีวิตเมื่อสัปดาห์ใหญ่ๆ หลังจากผมและทีมพยายามช่วยชีวิตและพยายามทำทุกอย่างเท่าที่จะทำได้ใน ICU มาตลอดทั้งคืน คนไข้ท่านนี้ อายุ 46 ปี มีปัญหาเรื่องเป็นไข้ตลอดทุกๆวันมาตลอดหนึ่งเดือน แต่ไม่ได้ไปพบแพทย์ รักษาตนเองโดยทานยาลดไข้ paracetamol ที่ใครๆเรียกว่าพารา เป็นตัวเดียวกับยาที่มีชื่อทางการค้าคูนู ขึ้นต้นด้วย ท. ที่โฆษณาเป็นชาวต่างชาติพูดไทยไม่ชัดมาขอซื้อยา ปัญหาก็คือ ผู้ป่วยท่านนี้ทานวันละ 8-10 เม็ดมาตลอด 1 เดือนถึง 1 เดือนครึ่ง !!!!

ญาติตัดสินใจนำผู้ป่วยส่งโรงพยาบาล ด้วยปัญหาคือผู้ป่วยมีเลือดออกจากรูทางเดินอาหารจำนวนมาก (ถ่ายดำ + อาเจียนปนเลือด) หลังจากตรวจอย่างละเอียดแล้วพบ ปัญหาดังนี้

1. มีจุดเลือดออกอยู่ที่ทางเดินอาหารส่วนบน
2. ภาวะการทำงานของตับล้มเหลวรุนแรง
3. การแข็งตัวของเลือดผิดปกติอย่างรุนแรงจาก ภาวะการทำงานของตับล้มเหลว
4. พบก้อนกดเบียดจากด้านนอกของหลอดเลือดอาหารและทางเดินอาหาร ได้ทำการตัดชิ้นเนื้อไปตรวจ

หลังจากทำการรักษาที่พยายามหยุดการไหลของเลือดในทางเดินอาหาร ชดเชยเลือดที่เสียไป และรักษาการทำงานของตับ จากตับวาย คนไข้อาการทรุดลงเรื่อยๆ จากภาวะไตวาย น้ำท่วมปอด ภาวะเลือดเป็นกรดอย่างรุนแรง ผลตรวจชิ้นเนื้อพบว่าคนไข้เป็นมะเร็งต่อมน้ำเหลืองชนิดรังกาให้หายได้ด้วยยา ซึ่งเป็นสาเหตุของไข้เรื้อรังมาตลอดเดือนถึงเดือนครึ่ง และทำให้คนไข้ต้องกินยาลดไข้มาตลอด แต่ปัญหาก็คือขณะที่ผู้ป่วยมาที่โรงพยาบาลผู้ป่วยมีภาวะการทำงานของตับและไตล้มเหลวแล้ว (ตับวาย ไตวาย) จึงเป็นอุปสรรคต่อการรักษาและทำให้อาการคนไข้ทรุดลงเรื่อยๆ จนเสียชีวิตในเช้าวันนี้ ในที่สุด

โดยสรุปก็คือหากอาการป่วยของคนไข้ครั้งนี้ ไม่มีภาวะตับวายจากพิษของยา Paracetamol (ไตวายเป็นภาวะที่เกิดจากตับวายอีกที) การรักษาโรคมะเร็งต่อมน้ำเหลืองชนิดนี้ จะ

ไม่ใช่เรื่องยุ่งยากเลย เป็นโรคที่รักษาหาย และอัตราเสียชีวิตต่ำมาก ยา Paracetamol โดยปกติจะถูกทำลายที่ตับ โดยขนาดที่เป็นพิษคือทาน > 150 mg/Kg ใน 24 ชั่วโมง หรือคิดง่ายๆคือ ขนาด 500 mg 15 เม็ด ในคนน้ำหนัก 50 Kg ใน 24 ชั่วโมง ปัญหาก็คือ

1. เมื่อทานปริมาณมากพอสมควรติดต่อกันแม้จะไม่กี่เม็ดต่อวัน(ในเด็กหรือผู้มีน้ำหนักน้อยจะยิ่งแย่ เนื่องจากปริมาณยาต่อน้ำหนักตัว) จะทำให้เกิดภาวะตับวายได้ จะเห็นได้จากที่ฉลากหรือข้างกล่องจะมีข้อความเตือนว่าไม่ควรทานติดต่อกันเกิน 5 วัน

2.หลายๆคนใช้เป็นยาประชดฆ่าตัวตาย เพราะคิดว่าเป็นแค่ยาลดไข้ ไม่รุนแรงมั่นใจว่า "ไม่ตาย " แต่ปัญหาก็คือหลายๆครั้งการรักษาที่ไม่ได้ประสบความสำเร็จทุกครั้ง จากโรคประจำตัวของผู้ป่วย หรืออาจจะมีโรคที่ทำให้ตับทำงานไม่ได้อยู่แล้ว หรืออื่นๆ และหากมาพบแพทย์ช้ากว่า 24 ชั่วโมงหลังทานยา การล้างท้องและการให้ยาต้านพิษของ Paracetamol ก็แทบจะไม่มีประโยชน์เลยคนไข้มักจะลงเอยด้วยอาการตับวายอย่างรุนแรงและเสียชีวิตในที่สุด (หลายๆท่านเคยพบคนที่กินเยอะมาก ไปพบแพทย์ก็ช้า แต่ไม่เสียชีวิต ก็มาจากการที่อาเจียนทำให้ปริมาณยาที่ได้รับลดลง หรือ ทานไม่มากจริง หรืออื่นๆ) ผมเคยพบคนไข้ที่ตัวเหลืองเข้มทั้งตัวจากภาวะตับวายจากการที่ทาน Paracetamol ประชดพ่อแม่ แต่มาถึงโรงพยาบาลช้า คนไข้ท่านนั้นร้องให้กับผมบอกว่า "หนูไม่อยากตาย หนูแค่คิดจะประชด " ผมสะท้อนใจกับความไร้เดียงสาและความไม่รู้ของคนไข้อย่างมาก จนจำภาพติดตาจนถึงทุกวันนี้ ผมพยายามรักษาอย่างสุดความสามารถและดั่งส่งคนไข้ต่อไปยัง รพ. ที่ใหญ่กว่าแต่สุดท้ายคนไข้ท่านนั้นก็เสียชีวิตในที่สุด

ที่ตั้งกระทู้นี้ขึ้นมา ก็เพราะอยากจะเตือนให้ทุกท่านที่ได้อ่านกระทู้นี้ทานยา Paracetamol ด้วยความระมัดระวัง ทานเมื่อจำเป็น อย่าเห็นว่าเป็นแค่ "ยาลดไข้" และควรไปพบแพทย์เสียแต่เนิ่นๆ เมื่ออาการป่วยของท่านไม่ดีขึ้น และอย่าลืมหันมองดูการกินยาของคุณพ่อคุณแม่ และคนใกล้ตัวด้วยนะครับ ขอขอบคุณครับ

การวิเคราะห์การกระจายตัวของจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

: ศึกษาพฤติกรรมการส่งต่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

หมายเหตุ : แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อประกอบการศึกษาภาคสารนิพนธ์ ตามหลักสูตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เท่านั้น ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากท่านเป็นอย่างดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ แบบสอบถามนี้ถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคล และจะใช้เป็นข้อมูลทางการศึกษาเท่านั้น

คำอธิบาย: โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในหรือใน หน้าหัวข้อที่ตรงกับคำตอบของท่านในแต่ละคำถาม

กรุณาเลือกคำตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

1.1 เพศ

ชาย

หญิง

1.2 อายุ

น้อยกว่า 20 ปี

20-30 ปี

31-40 ปี

มากกว่า 40 ปี

1.3 อายุการทำงาน

น้อยกว่า 1 ปี

1-5 ปี

6 - 10 ปี

มากกว่า 10 ปี

1.4 ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

สูงกว่าปริญญาโท

1.5 ลักษณะวิชาชีพ / การทำงาน

บัญชี

วิศวกร

การตลาด

เทคโนโลยีสารสนเทศ

บริหารธุรกิจ

ธุรการ

กฎหมาย

สถาปนิก/มัณฑนากร

การขาย

อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับการใช้ E-Mailจากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (E-Mail ผ่านระบบ Out Look)

2.1 ท่านใช้ E-Mail บ่อยเพียงใด

สัปดาห์ละครั้ง

2-3 วันต่อครั้ง

วันละครั้ง

วันละ 2-3 ครั้ง

วันละ 4-6 ครั้ง

วันละ 7-10 ครั้ง

มากกว่า 10 ครั้งต่อวัน

2.2 ปริมาณ E-Mail เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานภายในองค์กร (E-Mail) ที่ท่านได้รับต่อวันจำนวนเท่าใด

1-5 ฉบับ

6-10 ฉบับ

11-15 ฉบับ

16-20 ฉบับ

21-30 ฉบับ

31-50 ฉบับ

51-80 ฉบับ

มากกว่า 80 ฉบับ

2.3 ท่านเคยได้รับ E-Mail ที่มีเนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อการสื่อสาร และการทำงานภายในองค์กร (Forward Mail) จากบุคคลอื่นหรือไม่

เคย (ถ้าเคยโปรดระบุจำนวนที่ได้รับต่อวัน) ไม่เคย

1-5 ฉบับ 6-10 ฉบับ 11-15 ฉบับ 16-20 ฉบับ

21-30 ฉบับ 31-50 ฉบับ 51-80 ฉบับ มากกว่า 80 ฉบับ

2.4 E-Mail ที่ไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อการสื่อสารการทำงานภายในองค์กร, ท่านได้รับปริมาณเท่าใด และโปรดเรียงลำดับลักษณะของ E-Mail ที่ท่านได้รับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด

รูปแบบ	เคย	ไม่เคย	ลำดับที่	ปริมาณที่ได้รับ (เทียบเป็น % จาก E-Mail ที่ได้รับทั้งหมด)
ข้อความธรรมดา (Text message)				
รูปภาพ				
โปรแกรมไฟล์/เกมส์ อาทิ EXE, Flash ฯลฯ				
วิดีโอคลิป				
อื่นๆ (โปรดระบุ.....)				

ส่วนที่ 3 การส่ง E-Mail จากระบบอินเทอร์เน็ตภายในองค์กร (E-Mail ผ่านระบบ Out Look) ถึงบุคคลอื่น

3.1 ท่านเคยส่ง E-Mail ที่มีเนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเพื่อการสื่อสารการทำงานภายในองค์กร (Forward Mail) ไปถึงบุคคลอื่นหรือไม่

เคย (ถ้าเคยกรณาระบุจำนวนที่ส่งต่อวัน) ไม่เคย

1-5 ฉบับ 6-10 ฉบับ 11-15 ฉบับ 16-20 ฉบับ

21-30 ฉบับ 31-50 ฉบับ 51-80 ฉบับ มากกว่า 81 ฉบับ

3.2 ลักษณะของ E-Mail ที่มีเนื้อหาไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ที่ท่านได้ส่ง E-Mail ถึงบุคคลอื่นตรงกับระดับใด (กรุณาตอบทุกข้อคำถาม)

ลักษณะของ E-Mail ที่ท่านส่งต่อให้บุคคลอื่น	พฤติกรรมการส่งต่อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(81-100%)	(61-80%)	(41-60%)	(21-40%)	(0-20%)
1.E-Mail ที่ส่งเป็นข้อความธรรมดา (Text Message)					
2.E-Mail ที่ส่งเป็นรูปภาพ					
3.E-Mail ที่ส่งเป็นโปรแกรมไฟล์ / เกมส์					
4.วิดีโอคลิป					
อื่นๆ โปรดระบุ					

3.4	ขนาดของข้อมูลใน E-Mail ที่ท่านส่งต่อให้บุคคลอื่น	พฤติกรรมการส่งต่อ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		(81-100%)	(61-80%)	(41-60%)	(21-40%)	(0-20%)
	5.E-Mail ที่ส่งส่วนใหญ่มากกว่า 1 เมกาไบต์					
	6.E-Mail ที่ส่งส่วนใหญ่น้อยกว่า 1 เมกาไบต์					

3.5	ลักษณะเนื้อหาข้อมูลใน E-Mail ที่ท่านส่งต่อให้บุคคลอื่น	พฤติกรรมการส่งต่อ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	7.E-Mail ธุรกิจ การเงิน เศรษฐกิจ					
	8.E-Mail เกี่ยวกับการเมือง					
	9.E-Mail เกี่ยวกับสังคม,อาชญากรรม,การดำเนินคดี					
	10.E-Mail เกี่ยวกับเกียรติยศ					
	11.E-Mail เกี่ยวกับเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์					
	12.E-Mail เกี่ยวกับกีฬา					
	13.E-Mail เกี่ยวกับบันเทิง,ดาราศาสตร์หรือผู้มีชื่อเสียง					
	14.E-Mail เกี่ยวกับดวง - โหราศาสตร์					
	15.E-Mail เกี่ยวกับเรื่องแปลก					
	16.E-Mail เกี่ยวกับเรื่องเพศ					
	17.E-Mail เกี่ยวกับการ โฆษณา และขายสินค้า					
	18.E-Mail เกี่ยวกับศาสนา และธรรมะ					
	19.E-Mail เบ็ดเตล็ดทั่วไป เช่น กลอน,บทความ ฯลฯ					

3.6	ปัจจัยที่ทำให้ท่านส่งต่อ E-Mail ให้กับบุคคลอื่น	พฤติกรรมการส่งต่อ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	20.หัวข้อเรื่องที่น่าสนใจ					
	21.เนื้อหาที่อยู่ในกระแสนิยม					
	22.เนื้อความสั้นกระชับได้ใจความ					
	23.ข้อความสะเทือนใจ					
	24.เนื้อหาให้แง่คิด					
	25.มีเนื้อหาขอความช่วยเหลือ,ร่วมมือ					
	อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

3.7	สภาพแวดล้อมที่ทำให้ท่านส่ง E-Mail ถึงบุคคลอื่น	พฤติกรรมการส่งต่อ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	26.ส่วนมากส่ง E-Mail ช่วงว่างจากการทำงาน					
	27.ส่งในเวลาที่ไม่รบกวนผู้คนพลุกพล่าน					
	28.ส่งหลังจากหมดเวลาการทำงานแล้ว					
	29.ส่งเมื่อรู้สึกเครียดจากการทำงาน					
	30. ส่งทันทีหลังจากเปิด E-Mail อ่าน					
	31. อื่นๆ โปรดระบุ					

.....ขอขอบพระคุณในการร่วมตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายศุภอัฐม์ ชาตรูปะวณิช
ประวัติการศึกษา ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาประวัติศาสตร์ พ.ศ. 2538
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ตำแหน่งและสถานที่
ทำงานในปัจจุบัน ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์
บริษัท แสตนลิริ จำกัด (มหาชน)
2545-ปัจจุบัน

Wed Producer : www.homeandi.com
บริษัท แสตนลิริ โฮม เน็ตเวิร์ค จำกัด
พ.ศ.2543-2545

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน)
พ.ศ. 2541-2543

ผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจและการเงิน หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน
บริษัท แมเนเจอร์ มีเดียส์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
พ.ศ 2538-2541