

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทย
ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

นางสาวพรเพ็ญ พยัคยากุล



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-639-310-3

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE INFORMATION DISSEMINATION OF THAI NGOS
ON INTERNET NETWORKING



Miss Pornpen Payadyakul

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-639-310-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่าน
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

โดย

นางสาวพรเพ็ญ พยัทยากุล

ภาควิชา

สื่อสารมวลชน


อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์ วิชา อุตมฉันท


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์นายแพทย์ ศุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ วิชา อุตมฉันท)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ ตันธาสดชา)

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

พรเพ็ญ พยัคฆากุล : การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
(THE INFORMATION DISSEMINATION OF THAI NGOS ON INTERNET NETWORKING)
อ.ที่ปรึกษา : รศ. วิชา อุดมพันธ์ ; 177 หน้า. ISBN 974-639-310-3

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงเป้าหมายและรูปแบบของเนื้อหา รวมทั้งกลยุทธ์สื่อสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยบนเว็ลต์ไวด์เว็บผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ศึกษามีจำนวน 21 เว็บไซต์ ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และกลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์บนเว็ลต์ไวด์เว็บ

ผลการวิจัยพบว่า เป้าหมายในการสื่อสารบนเว็ลต์ไวด์เว็บขององค์กรพัฒนาเอกชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแบ่งเป็น 3 ระดับ เป้าหมายในระดับของการเปลี่ยนแปลงทางความคิดมีมากที่สุด ในระดับต่อมาคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ให้ผู้รับสารเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรที่มีลักษณะต่อเนื่อง ส่วนระดับการเปลี่ยนแปลงการกระทำมีจำนวนน้อยที่สุด สำหรับรายละเอียดด้านเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาในการสื่อสาร สรุปได้ดังนี้

1. เป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางความคิด จำนวน 11 เว็บไซต์ มีลักษณะที่สร้างการตระหนักรู้ การให้ความรู้ในข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้รับสารนำข้อมูลที่มีอยู่ไปประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม โดยรูปแบบเนื้อหา มีลักษณะการให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรและการเป็นแหล่งข้อมูลในหลายรูปแบบ

2. เป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม จำนวน 7 เว็บไซต์ มีลักษณะที่สร้างการตระหนักรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร โน้มน้าวใจให้ปรับเปลี่ยนทัศนคติ และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เคยกระทำอย่างต่อเนื่องของผู้รับสาร โดยรูปแบบเนื้อหา มีลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กร บทความ กิจกรรมความเคลื่อนไหว รวมทั้งกิจกรรมที่ผู้รับสารสามารถเข้าร่วมเพื่อนำไปสู่การปรับพฤติกรรม

3. เป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางการกระทำจำนวน 3 เว็บไซต์ มีลักษณะที่สร้างการตระหนักรู้ ให้ความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร และโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเข้าใจถึงจุดประสงค์ขององค์กรอันนำไปสู่การเข้าร่วมกิจกรรมที่ใช้ระยะเวลาสั้น ๆ เป็นครั้งคราว โดยรูปแบบเนื้อหา มีลักษณะให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กร บทความ และเนื้อหาที่เชิญชวนให้ร่วมกิจกรรมที่มีลักษณะสั้น ๆ

ด้านกลยุทธ์ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนบนเว็ลต์ไวด์เว็บมี 3 กระบวนการคือ

1. กลยุทธ์การทำให้ผู้รับสารสนใจเข้ามายังเว็บไซต์ มี 3 วิธีการซึ่งเรียงลำดับตามความนิยม คือ (1) การลงทะเบียนในระบบสืบค้น (2) การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการเชื่อมระหว่างเว็บไซต์ (3) การรณรงค์ด้วยการประชาสัมพันธ์ในสื่อปกติ ทั้งนี้ 2 วิธีแรกมีการใช้อย่างแพร่หลายเพราะการติดต่อของลงทะเบียนและการเชื่อมโยงระหว่างเว็บไซต์สะดวกและไม่เสียค่าใช้จ่าย

2. กลยุทธ์การทำให้ผู้รับสารสนใจสิ่งที่นำเสนออย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างคุณค่าบนเว็บไซต์ ประกอบด้วยลักษณะร่วมกัน 3 รูปแบบคือ (1) ข้อมูลข่าวสารขององค์กร (2) แหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ (2.1) คลาสสิฟายด์ (2.2) การช่วยเหลือ (2.3) กระดานข่าว (3) การระดมความช่วยเหลือ (3.1) การระดมความช่วยเหลือในระยะสั้น (3.2) การระดมความช่วยเหลือในระยะยาว

3. กลยุทธ์การทำให้ผู้รับสารกลับเข้ามาชมซ้ำอีกในภายหลัง ประกอบด้วย การให้ข้อมูลที่ทันสมัย และการรับสมัครสมาชิกรวบรวมรายชื่อเพื่อแจ้งข่าวกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิติ *Whitely Watan*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา *อุดมพันธ์*
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

KEY WORD:

: MAJOR MASS COMMUNICATION
INTERNET STRATEGIC / NGO / INFORMATION / WORLD WIDE WEB
PORNPEN PAYADYAKUL : THE INFORMATION DISSEMINATION OF THAI NGOS ON
INTERNET NETWORKING . THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. VIPA UTAMACHAN.
177 pp. ISBN 974-639-310-3

This research aims to study the purpose and the form of content as well as the strategies of the communication of Thai NGOs on the world wide web through the internet network. The study examines 21 web-sites under the paradigm of the social change and the advertising strategies on the world wide web.

The research has found that purposes of the communication for social change on the world wide web of the Thai NGOs can be categorized into 3 levels. The cognitive change is the most frequently found. The second is the behavioral change, that is to motivate the receivers to constantly participate in the NGOs activities. The level of the action change is minimal. The detail of the purpose and the form of content can be concluded as follow :

1. Cognitive change. Eleven web-sites have the characteristics of generating awareness and giving information that receivers may find applicable contents are to give information of the organization and to be sources of various other information.
2. Behavioral change. Seven web-sites create awareness and the comprehension of the information which motivate changes of attitude and leading to changes in receivers' behavior. The form of content is to give the information of organization in the form of articles, organization's activities and the activities in which the receivers can participate.
3. Action change. Three web-sites create awareness, give information and motivate the receivers to understand the purpose of the organization. This brings participation in internal activities. The form of content is to give the information of the organization in the form of articles and to urge the receivers to participate in temporary and short-term activities.

The strategies in disseminating information of The NGOs on the web-sites consist of 3 process as follow :

1. To attract visitors to the web-site. There are 3 methods to be categorized by their popularity : 1) Registration in search engine 2) An exploitation of electronic word of mouth effects by the link among the web-sites 3) The information push associated with traditional mass. The first and second methods are generally use because of their convenience in registration and the link among web-sites, also because of their being free of charge.
2. The strategies to retain the receiver at the site by adding values to the site. They are composed of there common characteristics. 1) The information of the organization. 2) The useful source of information : 2.1) The classified section 2.2) The support center 2.3) Discussion Board 3) Help Seeking 3.1) Seeking for short period help. 3.2) Seeking for long period help.
3. The strategies to generate repeat visits which consist of providing up-dated information and collecting mailing list for constant report on the activities

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา..... 2541

ลายมือชื่อนิสิต..... Wipree Watanaporn

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... อ. วิภา งามจิตต์

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษารวม.....

กิตติกรรมประกาศ

เมื่อได้ก้าวมาถึงจุดหมายสุดท้ายของการศึกษาในหลักสูตรนี้ ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ที่มีค่ายิ่งในการเรียนรู้ที่จะค้นคว้าและพบว่าความรู้ที่มีอยู่ทุกหนแห่งซึ่งขึ้นอยู่กับทัศนะที่เปิดกว้างต่อการรับรู้เรื่องราวรอบๆ ตัว และที่สำคัญความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิตเป็นส่วนสำคัญและมีคุณค่ายิ่งในการสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.นันทวัน สุชาติ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ รองศาสตราจารย์ วิภา อุดมฉันทน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ดันธนะเดชา และท่านอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้และเปิดโลกทรรศน์ให้กว้างไกล และขอขอบคุณแหล่งข้อมูลทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อน และพี่ๆ ที่เป็นพี่ปรึกษา ให้ความช่วยเหลือในการเรียน การทำวิจัย และให้กำลังใจเสมอมา

ผู้วิจัยเชื่อว่าความเข้มแข็งยืนหยัดต่อสู้กับปัญหา และความอดทนเป็นสาระสำคัญซึ่งอยู่เบื้องหลังการทำงานของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้



พรเพ็ญ พยัทยากุล

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	๔
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๑
กิตติกรรมประกาศ.....	๖
สารบัญตาราง.....	๗

บทที่

1. บทนำ.....	1
X ที่มาและความสำคัญ.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	17
X วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	18
ขอบเขตของงานวิจัย.....	18
ข้อสันนิษฐาน.....	18
X นิยามศัพท์.....	18
X ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	20
2. X แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
/ ทฤษฎีการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม.....	21
/ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์บน	
/ เวิลด์ไวด์เว็บ.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	43
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
ลำดับขั้นของการเก็บข้อมูล.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
การนำเสนอข้อมูล.....	48

	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	49
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เป้าหมายการสื่อสารและรูปแบบเนื้อหา.....	49
เว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีเป้าหมาย	
เพื่อเปลี่ยนแปลงความคิด.....	58
เว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีเป้าหมาย	
เพื่อเปลี่ยนแปลงการกระทำ.....	72
เว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีเป้าหมาย	
เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม.....	79
ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบเนื้อหา.....	94
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร.....	99
กลยุทธ์การทำให้ผู้รับสารสนใจเข้ามายังเว็บไซต์.....	100
กลยุทธ์การทำให้ผู้รับสารสนใจต่อเนื่อง.....	106
กลยุทธ์การกลับเข้ามาชมซ้ำ.....	116
กระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต.....	118
การออกแบบเว็บไซต์.....	120
โดเมนเนมขององค์กรพัฒนาเอกชน.....	123
5. สรุปผลการวิจัย.....	126
รายการอ้างอิง.....	159
ภาคผนวก.....	161
ภาคผนวก ก. องค์กรพัฒนาเอกชนในรูปแบบข้อมูลข่าวสารองค์กร.....	162
ภาคผนวก ข. องค์กรพัฒนาเอกชนในรูปแบบแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์...	166
ภาคผนวก ค. องค์กรพัฒนาเอกชนในรูปแบบการระดมความช่วยเหลือ.....	174
ประวัติผู้เขียน.....	177

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	จำนวนผู้ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล(พีซี)แบ่งตามภูมิภาค.....	1
ตารางที่ 2	ความหนาแน่นของการใช้อินเทอร์เน็ตในเอเชีย ปี พ.ศ. 2540....	2
ตารางที่ 3	จำนวนโฮสต์และโดเมนทั่วโลก ณ มกราคม 2540.....	5

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1	แบบจำลองแสดงการสื่อสารตลาดแบบใหม่บนเว็ลด์ไวด์เว็บ.....	35
แผนภูมิที่ 2	แบบจำลองแสดงการสื่อสารขององค์กรพัฒนาเอกชนบน เว็ลด์ไวด์เว็บ.....	36

สารบัญตารางข้อมูล

ตารางข้อมูล 1	ภาพรวมของระดับเป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและ ภาษาที่สื่อสาร.....	50
ตารางข้อมูล 2	ลักษณะเฉพาะของรูปแบบเนื้อหาที่มีความเกี่ยวเนื่องกับเป้าหมาย การสื่อสาร.....	55
ตารางข้อมูล 3	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิด ของเครือข่ายประสานงานและพัฒนา.....	59
ตารางข้อมูล 4	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิด ของเครือข่ายสิ่งแวดล้อมที่น่าเสนอภาพรวมด้านสิ่งแวดล้อม.....	62
ตารางข้อมูล 5	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิด ของเครือข่ายสิ่งแวดล้อมเฉพาะประเด็น.....	66
ตารางข้อมูล 6	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิด ของเครือข่ายสิทธิมนุษยชน.....	69
ตารางข้อมูล 7	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิด ของเครือข่ายสิทธิเด็กและสตรี	71
ตารางข้อมูล 8	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลงการกระทำ ของเครือข่ายสิ่งแวดล้อมเฉพาะประเด็น.....	73

ตารางข้อมูล 9	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลง การกระทำของเครือข่ายสิทธิเด็กและสตรี	76
ตารางข้อมูล 10	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของเครือข่ายสิ่งแวดล้อม.....	77
ตารางข้อมูล 11	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของเครือข่ายพัฒนาชนบท.....	81
ตารางข้อมูล 12	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของเครือข่ายสาธารณสุข.....	84
ตารางข้อมูล 13	แสดงเป้าหมายและรูปแบบเนื้อหาเพื่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของเครือข่ายสื่อ.....	85
ตารางข้อมูล 14	กลยุทธ์การดึงดูดผู้ชมเข้ามาในเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน.....	101
ตารางข้อมูล 15	ความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายการสื่อสารและรูปแบบกลยุทธ์ การสร้างคามสนใจต่อเนื่องบนเว็บไซต์.....	106
ตารางข้อมูล 16	การปรับข้อมูลของเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน.....	116
ตารางข้อมูล 17	การออกแบบเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชน.....	120
ตารางข้อมูล 18	ความสัมพันธ์ของเป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิดและ กลยุทธ์ในการสื่อสาร.....	143
ตารางข้อมูล 19	ความสัมพันธ์ของเป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงการกระทำและ กลยุทธ์ในการสื่อสาร.....	145
ตารางข้อมูล 20	ความสัมพันธ์ของเป้าหมายเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและ กลยุทธ์ในการสื่อสาร.....	145
ตารางข้อมูล 21	ความสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายการสื่อสารและรูปแบบกลยุทธ์ การสร้างคามสนใจต่อเนื่องบนเว็บไซต์.....	146