

ปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมกาเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา :
ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

นางสาว นิตยา ไชยเจริญ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2544

ISBN : 974 – 281 – 650 – 6

MOTIVES FACTORS AND BEHAVIOR OF STUDENTS IN
USING ONLINE NEWSPAPERS : A STUDY OF
POSTGRADUATE STUDENTS AT DHURAKIJPUNDIT UNIVERSITY

MISS. NITTAYA CHAICHAROEN

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School, Dhurakijpundit University

2001

ISBN : 974 – 281 – 650 – 6

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากท่าน อาจารย์ อรุณ งามดี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้ความเป็นกันเอง คำแนะนำ ตรวจทาน และดูแลแก้ไขอย่างสม่ำเสมอตลอดมา ซึ่งผู้เขียนมีความรู้สึกซาบซึ้งและ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านอาจารย์ได้ให้ความเมตตา

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิรโสภณ ศาสตราจารย์ สุกัญญา สดขรรค์ และ ดร. อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว กรรมการ วิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนการตรวจทานปรับปรุงแก้ไขใน การจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หอสมุดแห่งชาติ รวมทั้งสำนักงานวิจัยแห่งชาติ ที่กรุณา ให้คำแนะนำรวมถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ และสามี ด้วยความซาบซึ้งในพระคุณของ ท่านที่สนับสนุนให้ได้ศึกษาเล่าเรียนจบจนกระทั่งปัจจุบัน รวมทั้งลูก ๆ ที่เป็น กำลังใจให้ผู้เขียนตลอดมา

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนมีความซาบซึ้งถึงความกรุณาและความช่วยเหลือต่าง ๆ จาก คุณสุชาดา ลิขิตวงศ์ และ เพื่อน ๆ ที่ทำงานที่ได้เป็นกำลังใจจนกระทั่งผู้เขียนได้ มีโอกาสจบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย หากมีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องแต่ประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

นิตยา ไชยเจริญ

ตุลาคม 2544

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. ปัญหาคำวิจัย.....	6
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
4. สมมติฐานของการวิจัย.....	6
5. ขอบเขตการวิจัย.....	6
6. นิยามศัพท์.....	7
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	8
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. แนวคิดทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารและการเลือกสรรข่าวสาร.....	9
2. แนวคิดทฤษฎีนวัตกรรม และแรงจูงใจ.....	15
3. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์.....	24
4. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	30
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	40
1. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	40
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
5. การรวบรวมข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 6. การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน.....	45
7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	49
4 ผลการศึกษา.....	50
1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	51
2. พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	55
3. เปรียบเทียบลักษณะของประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับ หนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	63
4. ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	71
5. การทดสอบสมมติฐาน.....	76
5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	105
1. สรุปผลการศึกษา.....	105
2. อภิปรายผล.....	111
3. ข้อเสนอแนะ.....	113
บรรณานุกรม.....	115
ภาคผนวก.....	119
ประวัติผู้เขียน.....	130

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของเพศของกลุ่มตัวอย่าง.....	51
2 จำนวนและร้อยละของอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	52
3 จำนวนและร้อยละของสาขาวิชาของกลุ่มตัวอย่าง.....	53
4 จำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง.....	54
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว.....	55
6 จำนวนและร้อยละของประเภทของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่เปิดรับ ประจำ.....	55
7 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	56
8 จำนวนและร้อยละของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นิยมอ่านมากที่สุด....	57
9 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์...	58
10 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ใช้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	59
11 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	60
12 จำนวนและร้อยละของลักษณะการเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์....	61
13 จำนวนและร้อยละของประเภทรายการที่นิยมเปิดรับ.....	62
14 ความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามเพศ.....	63
15 ความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามอายุ.....	64
16 ความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามสาขาวิชา....	65
17 ความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามรายได้.....	66
18 ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามเพศ	67
19 ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามอายุ	68
20 ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตาม สาขา.....	69
21 ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตาม รายได้.....	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
22 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตด้านสะดวกในการใช้.....	71
23 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตด้านมีความสุข ปัจจุบันทันที.....	72
24 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตด้านมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ.....	73
.....	
25 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตด้านมีประโยชน์เชิงการใช้งาน....	74
26 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตด้านมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว.....	75
27 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	76
28 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	77
29 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	77
30 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	78
31 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	78
32 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.6 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	79
33 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.7 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	79
34 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.8 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	80
35 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.9 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	81
36 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.10 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	82
37 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.11 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	83
38 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.12 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	84
39 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.13 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	85
40 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.14 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	86
41 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.15 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	87
42 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.16 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	88
43 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.17 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	89

44	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.18 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	90
----	--	----

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
45	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.19 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	91
46	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.20 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	92
47	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.21 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	93
48	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.22 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	94
49	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.23 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	95
50	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.24 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	96
51	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.25 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	97
52	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.26 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	98
53	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.27 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	99
54	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.28 โดยใช้สถิติไค-สแควร์.....	100
55	ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงใจสะดวกในการใช้.....	101
56	ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงใจมีความสด ปัจจุบันทันที.	101
57	ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงใจมีความได้เปรียบเชิง เปรียบเทียบ (กับสื่ออื่น).....	102
58	ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงใจมีประโยชน์เชิงการใช้งาน	103
59	ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงใจมีประโยชน์เชิงสนองความ ต้องการส่วนตัว.....	103
60	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงใจ.....	104

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยเชิงใจและพฤติกรรม的开รับหนังสือพิมพ์ ออนไลน์ของนักศึกษา : ศึกษาเฉพาะนักศึกษา ปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ชื่อนักศึกษา	นางสาว นิตยา ไชยเจริญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ อรุณ งามดี
สาขาวิชา	นิเทศศาสตรธุรกิจ
ปีการศึกษา	2544

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานทางประชากรของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับหนังสือพิมพ์ออนไลน์และปัจจัยเชิงใจต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 316 ราย ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะทางประชากรของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,001 – 20,000 บาท และส่วนมากจะมีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว

พฤติกรรม的开รับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษานั้นคือ จะนิยมเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง ในเวลาหลังเลิกงานระหว่าง 18.01 – 24.00 น. และมักจะใช้เวลาในการอ่าน 1 – 1 1/2 ชั่วโมง จากที่บ้าน / ที่พัก ซึ่งจะเป็นการเปิดอ่านเฉพาะเรื่องที่ตนสนใจเท่านั้น โดยเฉพาะข่าวด่วน ข่าวต่างประเทศ และข่าวการเมือง

ปัจจัยเชิงใจที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด คือ กลุ่มปัจจัยด้านสะดวกในการใช้ มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาได้แก่ กลุ่มปัจจัยด้านมีความสด ปัจจุบันทันที มีค่าเฉลี่ย 4.09 กลุ่มปัจจัยด้านมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบกับสื่ออื่น มีค่าเฉลี่ย 3.79 กลุ่มปัจจัยด้านมีประโยชน์เชิงการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.54 และน้อยที่สุดคือ กลุ่มปัจจัยด้านมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.40

Thesis Title	Motives Factors and Behavior of Students in Using Online Newspapers : A Study of Postgraduate Students at Dhurakijpundit University
Name	Ms. Nittaya Chaicharoen
Thesis Advisor	Mr. Arun Ngamdee
Department	Business Communication Arts
Academic Year	2001

ABSTRACT

The objectives of the thesis were to study the characteristics of postgraduate students at Dhurakijpundit University, their behavior of reading online newspapers, and the incentive factors for their using such online newspapers. The method of study was survey research using 316 completed questionnaires as the tool of getting concerned data. The results of the study showed some interesting facts as follow.

The characteristics of the postgraduate students at Dhurakijpundit University understudied were mostly women of 31 to 40 years old, mostly studying at department of business administration, having average income of 15,000 – 20,000 bath per month. Almost they have computers.

The behavior of reading online newspaper were as the following. They read online newspapers 4 – 6 times per week, normally after work at 06.01 p.m. until midnight at their residences. The average time of reading was one to one hour thirty minutes. They read only what they were interested in, especially breaking news, foreign news, and political news.

The various factors of reading online newspapers were convenience with a mean of 4.24, past news presentation with a mean of 4.09. the comparative advantage over paper newspapers and the applicable knowledge for their work with a mean of 3.79 and 3.54 respectively. The last was personal satisfaction with a mean of 3.40.

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีด้านการสื่อสารโทรคมนาคมในปัจจุบัน ทำให้เกิดมีวิธีการสื่อสารใหม่ ๆ ที่สามารถย่อโลกให้แคบลงโดยจัดอุปกรณ์ในมิติของเวลาและสถานที่ที่กว้างใหญ่ โดยอาศัยคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือช่วยในการเก็บและบันทึกข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการประมวลผลให้เกิดเป็นสารสนเทศ และจัดส่งสารสนเทศนั้นผ่านทางอุปกรณ์โทรคมนาคมต่าง ๆ ไปยังผู้ใช้

คอมพิวเตอร์เกิดขึ้นครั้งแรกในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานและช่วยลดต้นทุนการผลิตในงานอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่เมื่อเวลาผ่านไปก็ได้มีผู้พัฒนาเทคโนโลยีด้านไมโครอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้คอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและราคาถูกลง ส่งผลให้มีการพัฒนาไปใช้ในหลายวงการและแพร่หลายสู่บุคคล (Nuema, 1991)

สาเหตุหนึ่งที่ทำให้คอมพิวเตอร์ได้รับความนิยม ก็คือ เทคโนโลยีที่แสดงถึงความทันสมัยและสามารถส่งข่าวสารได้เป็นจำนวนมากภายในระยะเวลารวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย

เมื่อคอมพิวเตอร์ได้รับการพัฒนาให้เป็นเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งมีบทบาทอย่างมากทางการสื่อสาร เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์จำนวนมากเข้าด้วยกันได้ จึงเกิดการติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีผู้ให้คำนิยามถึงความหมายของอินเทอร์เน็ตไว้มากมาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

สมชาย นำประเสริฐชัย (2537) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายสากลเป็นกลุ่มของเครือข่ายเล็ก ๆ นับพันเครือข่ายทั่วโลกที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์นับล้านเข้าด้วยกัน

ดร.วิทยา เรืองพรวิสุทธิ (2539) กล่าวว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ประกอบด้วยเครือข่ายย่อยจำนวนมาก ซึ่งกระจายอยู่เกือบทั่วทุกมุมโลก

ไกรสร พงษ์รักษา (2539) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่ประกอบด้วยเครือข่ายจำนวนมากที่เชื่อมต่อกันเป็นอภิมหาเครือข่าย

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นจึงสรุปได้ว่า อินเทอร์เน็ต ก็คือระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงผู้ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์จากทั่วทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน และเป็นแหล่งรวบรวมเผยแพร่ข่าวสารจำนวนมากมหาศาลแก่ผู้ใช้เครือข่ายนี้

นับว่าระบบอินเทอร์เน็ต เป็นระบบการสื่อสารข้อมูลที่เติบโตเร็วที่สุดของมนุษยชาติ เร็วยิ่งกว่าการแพร่ของการเขียน การพิมพ์ การใช้โทรศัพท์ โทรทัศน์ หรือแม้แต่เครื่องโทรสาร โดยมีการเติบโตทั้งในด้านของจำนวนคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อ และจำนวนผู้ใช้งานรวมไปถึงการเพิ่มจำนวนบริการฐานข้อมูลและเอกสารต่าง ๆ

December (1995) กล่าวว่า การเติบโตอย่างรวดเร็วของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดระบบสื่อสารแบบใหม่ขึ้น เป็นการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารของสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานของประเทศต่าง ๆ สามารถแพร่กระจายไปยังผู้รับสารแต่ละคนได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เนื่องจากเครือข่ายของอินเทอร์เน็ตมีเป็นจำนวนมาก (Network of networks) ที่เชื่อมโยงผู้ใช้งานจำนวนกว่า 100 ล้านคนจาก 175 ประเทศ

เหตุผลหนึ่งที่ทำให้อินเทอร์เน็ตมีการเติบโตอย่างรวดเร็วขึ้นเนื่องจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งรวบรวมข่าวสารที่ใหญ่ที่สุดในโลกปัจจุบัน มีแหล่งข่าวสารจำนวนมากสำหรับการสืบค้น และมีเครื่องมือการใช้งานที่มีประสิทธิภาพและในบรรดาเครื่องมือสำหรับการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตนั้น World Wide Web (WWW) จัดว่าเป็นสื่อกลางที่มีบทบาทสำคัญที่สุด และเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้การใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมและแพร่หลายออกไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว (ศุภิกา ดวงมณี, 2539)

World Wide Web หรือเครือข่ายใยแมงมุม หรือ Web นี้ถูกพัฒนาโดย ห้อง แลปเซิร์น (CERN) กรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ในปี พ.ศ. 2535 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นสื่อสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลในรูปแบบหลายสื่อ หรือ Multimedia ที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้ทั่วโลก

เครือข่ายใยแมงมุมนี้ จะประกอบไปด้วยหน้าของข้อมูลหรือที่เรียกว่า Web page จำนวนหลายล้านหน้ากระจายอยู่บนอินเทอร์เน็ตซึ่งมีเครือข่ายครอบคลุมไปทั่วโลก โดยหน้าแรกของ Web page แต่ละชุดจะเรียกว่า Homepage หรือ Welcome page

Web page แต่ละหน้าสามารถมีได้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) วิดีโอและเสียงเพลง ในส่วนที่เป็นข้อความก็สามารถแสดงตัวอักษรได้ทั้งตัวธรรมดา ตัวหนาและตัวเอียง อีกทั้งยังสามารถเลือกใช้ตัวอักษรได้หลายรูปแบบและหลายขนาดอีกด้วย นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดให้ภาพหรือข้อความเป็น Hypertext ลักษณะของไฮเปอร์เท็กซ์นั้นจะคล้ายตัวอักษรธรรมดา แต่ที่แตกต่างกันก็คือ ภายในไฮเปอร์เท็กซ์จะมีเส้นทางเชื่อมต่อไปยังเอกสารอื่น ๆ ทำให้เราสามารถติดตามหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งจะนำผู้ใช้ไปยังหน้าอื่น ๆ ซึ่งอาจจะอยู่บน World Wide Web Server เดิม หรืออยู่บนเครื่องที่อยู่ในอีกประเทศหนึ่งก็ได้ โดยเพียงกดปุ่มเมาส์ลงไปเท่านั้น (ประดิษฐ์ ภิญญาสากุล, 2539)

นอกเหนือจากความสามารถในการสื่อสารข้อมูลในระบบกราฟิกแล้ว การสื่อสารบน World Wide Web นั้น มีลักษณะปฏิสัมพันธ์ (Interactive) คือ เป็นการสื่อสารแบบโต้ตอบกันได้ ผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็นแล้วส่งกลับ (Feedback) ไปยังผู้ส่งสารได้ทันทีแม้จะอยู่คนละทวีป

ข้อความ หรือความคิดเห็นต่าง ๆ ที่ตอบกลับมาจากผู้รับสารนี้จะช่วยให้ผู้ส่งสารได้รับรู้ว่าการสื่อสารของตนบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ และผลที่ได้รับตอบกลับมานี้จะช่วยในการแก้ไข ปรับปรุง หรือคงไว้ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเนื้อหา หรือวิธีการสื่อ

สำหรับประเทศไทย อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามาในปี พ.ศ. 2530 โดยมีสถาบันเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งเอเชีย (Asian Institute of Technology) เป็นผู้เริ่มดำเนินการมีผู้ใช้บริการประมาณ 20 คน ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจึงนำมาใช้ ทำให้ขยายวงผู้ใช้บริการออกไปอีก 300-400 คน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2536 มหาวิทยาลัยอื่น ๆ เริ่มนำอินเทอร์เน็ตเข้ามาให้บริการเพิ่มขึ้น จนทำให้มีผู้รู้จักอินเทอร์เน็ตอีกกว่า 5,000 คน และในปี พ.ศ. 2537 มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ วิชาบังคับให้นักศึกษาทุกคนเรียนรู้และใช้งานอินเทอร์เน็ตทำให้มีผู้ใช้งานเฉพาะมหาวิทยาลัยแห่งนี้ 20,000 คน ส่งผลให้การขยายตัวของอินเทอร์เน็ตในปีนี้มีอัตราการขยายตัวเชิงพาณิชย์ 56% ด้านการศึกษา 19% ภาค รัฐบาล 10% ด้านอื่น ๆ รวมถึงผู้ใช้ตามบ้านเรือน 15% และในปี พ.ศ. 2538 มีการขยายตัวไม่ต่ำกว่า 80% (Thailand Advertising & Marketing, 2538)

ด้วยความสามารถในการเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายต่ำ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในปริมาณที่มากกว่าช่องทางแบบดั้งเดิม ดังนั้นบน World Wide Web ปัจจุบันจึงปรากฏ Homepage ของสื่อมวลชนระดับโลกแทบทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ สำนักข่าว หรือแม้แต่ภาพยนตร์

ประเทศไทยก็ได้มีการนำเสนอข่าวสารจากเดิมที่เคยปรากฏอยู่บนกระดาษ (printed newspaper) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่รู้จักกันดีในนามของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (online newspaper) ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ผู้จัดการกรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ เดอะเนชั่น และบางกอกโพสต์ รวมทั้งหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ที่ทยอยเปิดขึ้นใหม่ โดยเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์เหล่านี้ให้บริการข่าวสารฟรี โดยมีรายได้หลักจากการขายโฆษณา เนื้อหาที่นำเสนอจะมีความแตกต่างไปตามธรรมชาติของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ

จากการศึกษาของศุจิภา ดวงมณี (2539) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตนั้น เกิดจากสาเหตุของการต้องการสร้างภาพความเป็นผู้นำ เช่น หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกๆ ที่ให้บริการ online edition ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 เป็นต้นมา

คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นได้ทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่สามารถนำเสนอข้อมูลและบริการได้ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือ ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง ข้อมูลเหล่านี้ยังสามารถนำเสนอถึงผู้รับสารได้ทั่วโลกได้ตลอดเวลา

แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประชาชนโดยทั่วไปมักไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต และแม้ใช้อินเทอร์เน็ตก็มักใช้เพื่องานธุรการมิได้ใช้หาความรู้หรืออ่านข่าว โดยเฉพาะนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตซึ่งจัดว่าเป็นผู้ที่อยู่ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศที่รุดหน้ามาก และเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายจากความจำเป็นที่จะต้องซื้อหนังสือพิมพ์ธรรมดาหลาย ๆ ฉบับ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเปิดรับข่าวสารให้ทั่วทุกมุมมอมนั่นเอง นักศึกษาปริญญาโทจึงพัฒนาความรู้ความสามารถมาใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นำมาซึ่งความสะดวก และสามารถเปิดรับข่าวสารได้จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกฉบับในเวลาเดียวกัน เนื่องจากการทำงานที่เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตจะคล้ายกับไบนามมูม (web) นั่นเอง และแม้นักศึกษาปริญญาโทจะเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่เป็นประจำ หลายคนก็อาจจะมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน เนื่องจากข้อจำกัดด้านต่างๆ เช่น ความรู้ความเข้าใจในระบบคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตและค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยนั้นยังคงมีราคาสูง ประกอบกับในการประกอบธุรกิจหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องใช้นักบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตให้ได้ประสิทธิภาพ ถูกต้อง รวดเร็ว และนำเสนออย่างต่อเนื่อง ซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ ทำให้การผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องลงทุนมาก ผู้ประกอบธุรกิจหนังสือพิมพ์จึงถือว่าเป็นข้อจำกัดหนึ่งด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ปัจจัยภายในและปัจจัยแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น สาขาวิชาที่ศึกษาต่างกัน ความจำเป็นในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ต่างกัน ปัจจัยเหล่านี้จะมีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตต่างกันอย่างไร

จากที่กล่าวแล้วข้างต้น ผู้วิจัยมีความเห็นสมควรที่จะทำการศึกษาเรื่องนี้ อย่างจริงจังเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานทางประชากรที่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ รวมทั้งปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับ หนังสือพิมพ์ออนไลน์

2. ปัญหานำวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท ในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมีลักษณะอย่างไร
2. ปัจจัยเชิงจิตใดที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา ปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานทางประชากรของนักศึกษาปริญญาโทใน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา ปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
3. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของ นักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

4. สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะพื้นฐานทางประชากรของนักศึกษาปริญญาโทที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน
2. ปัจจัยเชิงจิตด้านความสะดวกในการใช้ น่าจะเป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักมาก ที่สุดที่นำไปสู่การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

5. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโทที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ประจำปีการศึกษา 2544 ภาคเรียนที่ 1

6. นิยามศัพท์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรืออาจเรียกว่า หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ลักษณะทางประชากร หมายถึง ลักษณะของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เช่น เพศ อายุ สาขาวิชา และรายได้

พฤติกรรมการเปิดรับ หมายถึง ลักษณะการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ประกอบด้วย สถานที่ที่ใช้บริการ ประเภทของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ใช้บริการ ความถี่ในการเปิดรับ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ลักษณะของข้อมูลที่เปิดรับ ประเภทของข่าวที่เปิดรับ

ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลทางบวกและลบต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปัจจัยทางบวก ประกอบด้วย การเปิดรับข้อมูลได้ง่าย ราคาถูก มีการเสนอข่าวรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ มีรูปภาพ กราฟิกและภาพเคลื่อนไหวเหมือนจริง มีความทันสมัยและมีความเป็นสากลพกพาได้สะดวก มีรายละเอียดและเนื้อหาดีเป็นสัดส่วน มีข้อมูลต่าง ๆ ให้เลือกมากมายและสืบค้นได้ ข่าวหรือข้อมูลมีความน่าเชื่อถือสูง มีการวิเคราะห์ข่าวและข้อมูลแบบเจาะลึกตรง

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงลักษณะของผู้อ่านที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพื่อสามารถวางแผนปรับปรุงหรือสร้างหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ดีขึ้น
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของผู้อ่านซึ่งจะทำให้การให้บริการถูกตามความต้องการของประชาชน
3. เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบธุรกิจหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่านมากที่สุด
4. เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาทางวิชาการและการค้นคว้าต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” ทำการศึกษาโดยนำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร และการเลือกสรรข่าวสาร
2. แนวคิดทฤษฎีนวัตกรรม และแรงจูงใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์
4. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารและการเลือกสรรข่าวสาร

1.1 แนวคิดทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)

Wibur Schamm (อ้างใน สมควร กวียะ, 2534 : 40) ได้กล่าวถึงหลักการเลือกรับสื่อและข่าวสารว่า ขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด และผลที่ได้จะอยู่ในรูปของสูตร

$$\text{การเลือกสื่อและข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

นั่นคือ ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามในการรับน้อยที่สุด และได้ผลตอบแทนมากที่สุด ความพยายามน้อยที่สุดคือ มีความสะดวกและความพร้อม

- ผลตอบแทนเร็วคือ เนื้อหาช่วงผ่อนคลายความเครียด หรือช่วยแก้ปัญหา

- ผลตอบแทนช้าคือ ข่าวสารที่ให้ความรู้ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง สังคม ฯลฯ

ดังนั้น การที่บุคคลจะเปิดรับ หรือไม่ในแต่ละคน จึงมีความแตกต่างกันตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) นั่นคือบุคคลจะมีความแตกต่างในเรื่อง บุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา ความรู้ ความสนใจ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลด้วย

โดยทั่วไปพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร มีเหตุผลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่มนุษย์มักไม่ชอบอยู่ตามลำพัง จึงพยายามจะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์ และถ้าไม่มีโอกาสสังสรรค์กับผู้อื่นก็จะหันมาหาสื่อต่าง ๆ แทน

2. ความอยากรู้อยากเห็น อันเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์

3. ประโยชน์ใช้สอย จะรับข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง อันนำไปสู่ความสะดวกสบาย เพลิดเพลิน สบายใจ

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละประเภทจะตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารแตกต่างกันไป เช่น หนังสือพิมพ์ ทำให้ผู้รับสารสัมผัสกับสังคมภายนอกได้กว้างกว่าสื่ออื่น ๆ

จากเหตุผลต่าง ๆ ดังกล่าวมาแสดงว่า โดยธรรมชาติแล้วบุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อประเภทใดและอย่างไร ทั้งนี้ โดยมีปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นแนวคิดเชิงพฤติกรรมศาสตร์อันมีรากฐานมาจากทฤษฎีทางจิตวิทยาว่าด้วยสิ่งเร้า และการตอบสนอง ซึ่งมีแนวคิดว่า “คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวในด้านจิตวิทยาส่วนบุคคล ที่มาจากการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน อยู่ในสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน และสิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะ และกระบวนการเรียนรู้ การรับรู้ และจิตใจ นั่นคือแต่ละบุคคลจะสร้างรูปแบบที่เป็นบุคลิกส่วนตัวขึ้น ซึ่งจะมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร” โดยเฉพาะในเรื่องการเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม คนเรามักจะยึดถือกลุ่มที่คนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิงในการที่จะแสดงพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม ถ้าแสดงความคิดเห็นไปในทางเดียวกันค่านิยมของกลุ่มก็เป็นที่ยอมรับ ในทางตรงข้ามหากมีพฤติกรรมขัดแย้งกับกลุ่มก็จะได้รับการลงโทษจากกลุ่ม ด้วยเหตุนี้คนเราจึงพยายามคล้อยตามกลุ่มเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกกระดานสื่อสาร เป็นแนวคิดในทฤษฎีเชิงสังคมวิทยาและจิตวิทยาสังคม โดยเอาลักษณะพื้นฐานบางอย่างของคนมาจัดแยกกลุ่มไว้เป็นประเภทเดียวกันได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ฯลฯ ตามแนวคิดนี้บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะได้รับเนื้อหาของสื่อคล้ายคลึงกันไม่น้อยก็มาก และจะมีการตอบสนองไปในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันมากนักด้วย

สำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป้าหมายที่ต้องการคือ ข่าวสารที่ดี ข่าวสารที่ดี คือ ข่าวที่น่าสนใจ ข่าวสดใหม่ทันต่อเหตุการณ์ ข่าวที่ดีกว่าข่าวจากหนังสือพิมพ์ธรรมดา เหล่านี้ คือ ความคาดหวังของผู้อ่าน ส่วนเรื่องความสะดวกมาก และ สิ้นเปลืองน้อย คือ ไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ก็ได้สิ่งที่ต้องการ ตัวอย่างของกระบวนการแสวงหาข่าวสาร ถ้าผู้รับสารต้องการแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่ปรากฏว่าเนื้อหาของข่าวสารไม่มีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ที่เปิดรับเป็นประจำ ซึ่งผู้รับสารต้องลงทุนในเรื่องค่าบริการอินเทอร์เน็ต และเวลาในการต่อเชื่อมรวมทั้งความพยายามในการอ่านข้อมูลจากเว็บไซต์

ความได้เปรียบประการหนึ่งของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คือ มีข่าวสารย้อนหลังเก็บไว้ให้ดู ผู้รับสารที่มีความต้องการค้นหาข้อมูลข่าวสารย้อนหลังซึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์น่าจะเป็นสื่อที่สะดวกที่สุดในการใช้งานตามวัตถุประสงค์นี้ เพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะให้บริการ Archive (การสะสม) แม้ว่าบางครั้งการใช้บริการดังกล่าวอาจจะไม่ประสบความสำเร็จบ้าง หรือจะต้องเสียเวลาและความอดทน แต่ผู้รับสารก็อาจจะยินดีที่จะรอคอยและใช้เวลากับการหาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าการค้นหาข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์ เพราะสะดวกและประหยัดเวลามากกว่าการค้นหาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ธรรมดา

แนวคิดทฤษฎีการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Processes)

กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างดีโดยผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากเพียงใดก็ตาม ก็ไม่สามารถจะประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่คุณส่งสารต้องการได้ทั้งหมด ทั้งนี้ เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

ดังนั้นกระบวนการในการเลือกสื่อและเปิดรับพร้อมทั้งรับรู้เฉพาะข่าวสารที่สนใจของมนุษย์จึงประกอบด้วยกระบวนการกลั่นกรอง 3 ขั้น ดังต่อไปนี้ (ประมะสตะเวทิน, 2538)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทรรศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (theory of cognitive dissonance) ที่เสนอโดย Feshner (1978) นั้นกล่าวว่า บุคคลมักแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทรรศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึคนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทรรศนคติเดิมที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “cognitive dissonance” ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน Feshner ยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบกำลังกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ (reinforcement information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

นอกจากทรรศนคติเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม อาชีพ ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (selective perception or selective interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเฉยๆ กันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความ

3. การเลือกจดจำ (selective retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอด ดังนั้นการสื่อสารมวลชน เช่น การโฆษณาหรือการณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารอาจจะไม่สนใจจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จดจำก็เป็นได้

การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อ ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารได้รับตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเอง แต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ความหมายแตกต่างไปได้ (เพราะความชัดเจนที่เข้าใจตรงกันอยู่แล้ว) ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นชั้นสุดท้าย กล่าวคือ เลือกจดจำเฉพาะบางส่วนของตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรข่าวสารดังกล่าวข้างต้นนี้ พบว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกก็นึกคิดเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้วจะเกิดภาวะจิตใจที่ขัดแย้งไม่สมดุลย์หรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องเลือกแสวงหาข่าวสารเฉพาะข่าวสารที่ตรงกับความคิดเดิมของตน และเมื่อได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบพอ ๆ กันแล้วก็ย่อมมีแนวโน้มที่จะหาปัจจัยที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำ

2. แนวคิดทฤษฎีนวัตกรรม และแรงจูงใจ

การเผยแพร่แนวความคิด หลักปฏิบัติรวมทั้งประดิษฐ์กรรมใหม่ ๆ ผ่านสื่อต่างๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่งไปยังสมาชิกของสังคมเพื่อผลในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคมนั้น ถือว่าเป็นการเผยแพร่และการสื่อสารนวัตกรรม (Communication of Innovation) อย่างหนึ่ง โดยการศึกษาของ Rogers and Shoemaker (1971) พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการเผยแพร่ นวัตกรรมทุกชนิดจะประกอบด้วย (1) นวัตกรรม (Innovation) (2) ช่องสาร (Channel) (3) ช่วงเวลา

1. นวัตกรรม (Innovation) คือ การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้งาน ลักษณะของนวัตกรรมมีหลายแบบแตกต่างกัน ทำให้มีผลต่อความยากง่ายในการยอมรับต่างกัน อัตราการยอมรับนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

ก. หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีประโยชน์ต่อผู้รับหรือไม่เมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ธรรมดาที่มีอยู่เดิม (Relative Advantage)

ข. สภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพและจิตวิทยามีความสอดคล้องกับแนวความคิด ค่านิยม หรือบรรทัดฐานทางสังคมของผู้รับหรือไม่ (Compatibility)

ค. มีความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ในการเข้าใจและการนำไปใช้มากน้อยเพียงใด

ง. สามารถนำไปทดลองใช้ได้ (Trainability) เป็นบางส่วนก่อนหรือไม่

จ. สามารถสังเกตเห็นผลที่จะเกิดขึ้น (Observability) ชัดแจ้งมากน้อยเพียงใด

2. ช่องสาร (Channel) การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ นวัตกรรมเป็นกระบวนการเผยแพร่ที่สาร (Message) ถูกส่งผ่านจากแหล่งข่าว (Source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ผ่านช่องทางการสื่อสาร (Communication channel) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร ซึ่ง Berlo (1960) กล่าวว่า ช่องทางสารหรือสื่อ ก็คือสิ่งที่ขนส่งสาร (a carrier of messages) หรือพาหะของสารเป็นเครื่องมือหรือวิธีการที่สารไหลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารนั่นเอง

3. ช่วงเวลา องค์ประกอบที่สำคัญในการประกอบการพิจารณาถึงกระบวนการเผยแพร่นวัตกรรมประกอบด้วย

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) เป็นกระบวนการหรือการกระทำที่มีได้เกิดขึ้นในทันทีทันใด หากแต่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นติดต่อกันในช่วงระยะเวลาที่นานพอสมควร ลำดับขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่เสนอโดย Rogers มีขั้นตอนดังนี้

ก. ขั้นความรู้ (Knowledge) คือขั้นที่บุคคลได้รู้จักกับนวัตกรรมเป็นครั้งแรกและได้แสวงหาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ซึ่งจะกระทำได้น้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับตัวแปรทางระบบสังคม ประกอบไปด้วยค่านิยมในระบบสังคมนั้น จิตขั้นที่คนจะยอมรับได้เมื่อเบี่ยงเบนไปจากค่านิยมบรรณาการทางการสื่อสาร เป็นต้น

ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในขั้นนี้แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ ความรู้หรือความตระหนักว่านวัตกรรมนั้นมีอยู่ และความรู้ว่าจะใช้นวัตกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม ในกรณีนี้ปริมาณของความรู้จะต้องมากขึ้นตามลำดับความซับซ้อนของนวัตกรรม ความรู้ด้านนี้ได้จากการติดต่อกับการสื่อสารมวลชน การท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีโทรคมนาคมในการทำงาน ทำให้เกิดความคล่องตัว สะดวกรวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพในการทำงานทางด้านกระบวนการผลิตข่าวสารของหนังสือพิมพ์

บุคคลที่ยอมรับนวัตกรรมไปใช้อาจไม่มีความรู้ในลักษณะนี้เลยก็ได้ แต่การที่บุคคลมีความรู้ในลักษณะนี้ก็มีความสำคัญ เพราะช่วยให้บุคคลเข้าใจวิธีใช้นวัตกรรมและทำให้ยอมรับนวัตกรรมอย่างมีเหตุผลมากขึ้น ซึ่ง Rogers เชื่อว่าการติดต่อรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ การติดต่อกันระหว่างบุคคล การติดต่อกับผู้ทำหน้าที่เปลี่ยนแปลง การมีส่วนร่วมในสังคมและการท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ มีบทบาทต่อบุคคลในการมีความรู้ ความเข้าใจนวัตกรรมในขั้นนี้

ข. **ขั้นการจูงใจ (Persuasion)** เป็นขั้นที่บุคคลเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ ชอบนวัตกรรมนั้น นั่นคือ บุคคลมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อนวัตกรรมนั่นเอง บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมอย่างกระตือรือร้น และตีความหมายข้อมูลที่ได้มาพิจารณาร่วมกับสภาพการณ์ส่วนตัวของเขาทั้งในปัจจุบันและอนาคตว่า การที่เขารับนวัตกรรมนั้นมาใช้จะก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียอย่างไรทั้งในปัจจุบันและอนาคต บุคคลจะรับรู้ว่าการนวัตกรรมทุกอย่างมีลักษณะของการเสี่ยงรวมอยู่ด้วย เขาจึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) ของทัศนคติของเขามีต่อนวัตกรรมนั้น ซึ่งบุคคลจะแสวงหาแรงเสริมได้จากการติดต่อกันระหว่างบุคคล

ค. **ขั้นการตัดสินใจ (Decision)** เกิดขึ้นเมื่อบุคคลกระทำกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจว่า ยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม การตัดสินใจอาจจะกระทำได้หลายครั้ง จะเหมือนหรือแตกต่างกับครั้งแรกก็ได้ ในขั้นนี้บุคคลหรือผู้ที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับนวัตกรรมมาก่อนจะมีบทบาทอาจทดลองทางอ้อมหรือผ่านคนอื่นรวมทั้งใช้นวัตกรรมในสถานการณ์ของตัวเองเพื่อดูว่ามีประโยชน์พอที่จะยอมรับหรือไม่

ง. **ขั้นการนำไปปฏิบัติ (Implementation)** เกิดขึ้นเมื่อบุคคลปฏิบัติหรือนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอก เมื่อความคิดใหม่ ๆ ได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังจะมีการค้นหาข้อมูล ในขั้นของการนำไปปฏิบัติโดยส่วนใหญ่แล้วบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม จะให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคกับกลุ่มเป้าหมายที่เพิ่งจะเริ่มใช้นวัตกรรม

จ. **ขั้นการยืนยัน (Confirmation)** บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมหรือแรงเสริมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่บุคคลอาจจะเปลี่ยนการตัดสินใจเป็นตรงกันข้ามได้ถ้าเขาได้รับข้อมูลที่ขัดแย้งกับข้อมูลที่เขาได้รับมา ขั้นการยืนยันนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจระยะเวลาหนึ่ง การแสวงหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมตลอดจนคำแนะนำจากเพื่อน บุคคลใกล้ชิดจะมีบทบาทมากในขั้นนี้

สำหรับประเภทของบุคคลที่ยอมรับนวัตกรรม จะแบ่งตามระดับความรวดเร็วในการยอมรับได้ 5 ประเภทคือ

ก. พวกชอบลองของใหม่ ชอบการเปลี่ยนแปลง (Innovators) เป็นพวกที่รับทันที ชอบเสี่ยงภัย และกระหายที่จะทดลองของใหม่ ๆ (Devient)

ข. พวกรับเร็วส่วนแรก (Early Adopter) เป็นพวกที่รับได้รวดเร็ว มีลักษณะที่น่าเชื่อถือ

ค. พวกรับเร็วส่วนมาก (Early Majority) เป็นคนส่วนใหญ่ที่รับเร็ว เป็นพวกที่มีความรอบคอบระมัดระวัง

ง. พวกรับช้าส่วนมาก (Late Majority) เป็นคนส่วนใหญ่ที่รับช้า เป็นพวกที่ขี้สงสัยไม่ค่อยไว้วางใจ

จ. พวกล่าหลัง (Laggard) เป็นพวกที่ยึดถือประเพณีตามแบบโบราณอย่างฝังหัว พวกนี้จะรับช้ามากหรือไม่ยอมรับเลย

4. สมาชิกภายในระบบสังคม หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ไม่เป็นทางการ สมาชิกในองค์กรหรือในระบบสังคมย่อย ซึ่งสมาชิกจะรวมตัวกันเพื่อแสวงหาทางแก้ไขปัญหาร่วมกันหรือเพื่อกระทำการใดที่มีเป้าหมายร่วมกัน ระบบสังคมในการศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่วัตกรรมอาจหมายถึงกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง กลุ่มองค์กรธุรกิจหนังสือพิมพ์ในเขตกรุงเทพฯ เป็นต้น

ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคในการรับสื่อแต่ละประเภทจะมีช่องทางให้เลือกมากมาย เช่น โทรทัศน์ เคเบิลทีวี และอินเทอร์เน็ต ซึ่งการพัฒนาของสื่อทุกชนิดจะมีการพยายามที่จะเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายให้ตรงและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น จะต้องรู้กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน โดยแบ่งตามเพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจ รวมทั้งปัจจัยต่างๆ เช่น ความชอบไม่ชอบ ความจำเป็นไม่จำเป็น ความเกี่ยวพันหรือไม่เกี่ยวพัน ฯลฯ ซึ่งแต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้นจะมีลักษณะการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้นปัจจัยต่าง ๆ จึงเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เกิดพฤติกรรมนั้น ๆ ด้วย

นอกจากนี้ตัวสื่อต่าง ๆ ก็จะมีบทบาทในแต่ละขั้นตอนแตกต่างกันไป ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสื่อทางอินเทอร์เน็ตเป็นนวัตกรรมที่มีอิทธิพลสูงมากที่สุดต่อการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ อันเป็นนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพและมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนั้นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตจึงจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาเพื่อสร้างความชัดเจนในตัวเองให้เข้าถึงความต้องการของผู้อ่านให้ถ่องแท้

บทบาทเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่

เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้สร้างศักยภาพการสื่อสารให้มีพลังมหาศาลในสังคมยุคข่าวสาร หรือที่เรียกว่า “สังคมข่าวสาร” จนกล่าวได้ว่าหากปราศจากอุปกรณ์การสื่อสารเพื่อเข้าถึงข่าวสารแล้ว เราคงจะอยู่ในสังคมทุกวันนี้ได้ยาก และคงกลายเป็นมนุษย์ล้าหลังไปได้ในชั่วพริบตา สังคมข่าวสารได้สร้างบรรยากาศความกระตือรือร้นในการรับสารให้กับผู้บริโภคตามลำดับ เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยให้เราเท่าทันความเคลื่อนไหวของโลกได้ทันทั่วทั้งที่ทันเหตุการณ์

บทบาทเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่มีผลต่อกระบวนการผลิตหนังสือพิมพ์ที่ชัดเจน (มาลี บุญศิริพันธ์, 2537 : 146 - 151) ดังนี้

1. ด้านการผลิต ปัจจุบันหนังสือพิมพ์หลายฉบับแข่งขันกันใช้ระบบพิมพ์ใหม่โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพทางการพิมพ์เป็นหลัก ความแตกต่างทางด้านศักยภาพทางการพิมพ์มีผลต่อผลผลิตสุดท้ายของหนังสือพิมพ์ เช่น ความละเอียดเรียบร้อย ความคมชัด ความรวดเร็ว และปริมาณการผลิต เป็นต้น สิ่งที่เห็นชัดเจน ได้แก่ คุณภาพตัวอักษรพิมพ์ ความคมชัดของตัวอักษรและเส้นสาย ภาพ จิตความสามารถในการพิมพ์ ความสะดวกในการปรับเปลี่ยนระหว่างพิมพ์ ความสะอาด ตลอดจนความพร้อมในการขนส่ง และรูปแบบการนำเสนอ “ข่าว” ฯลฯ

บทบาทของเทคโนโลยีเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการเรียงพิมพ์ การพิสูจน์อักษร การถ่ายแม่พิมพ์ หรือการถ่ายเพลท การพัฒนาเทคโนโลยีระบบพิมพ์ได้สร้างประโยชน์ใหญ่หลวงแก่วงการพิมพ์ สามารถเพิ่มปริมาณการพิมพ์ได้ตามความ

ดังนั้น เทคโนโลยีทางการพิมพ์จึงช่วยลดขั้นตอนการผลิตหนังสือพิมพ์ทั้งด้านการประหยัดรายจ่าย เวลา และแรงงาน นอกจากนั้น ยังเป็นตัวเสริมรื้อภาวะการแข่งขันทางการตลาด อันส่งผลกระทบต่อการเสนอเนื้อหาในวงการวารสารศาสตร์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. ด้านการบรรณาธิกรณ บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในกองบรรณาธิการปรากฏในลักษณะการใช้เครื่องมือสื่อสารในการรวบรวม รายงาน ข่าวสารข้อมูลซึ่งให้ประสิทธิภาพในเรื่องความรวดเร็วฉับไว ก่อให้เกิดสภาพการแข่งขันกันเสนอข่าวทั้งระหว่างหนังสือพิมพ์ด้วยกันเอง และระหว่างสื่อต่างประเทศ โดยเฉพาะสื่อไฟฟ้า เพื่อให้ถึงผู้อ่านได้รับข่าวสารทันเหตุการณ์

การรายงานข่าวผ่านอุปกรณ์การสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ (มือถือ) เครื่องโทรสาร (facimile) หรือ FAX ดาวเทียมสื่อสาร (Communication Satellite) ทำให้หนังสือพิมพ์สามารถรายงานข่าวให้ผู้อ่านทราบพร้อม ๆ กับขณะเกิดเหตุการณ์ ช่วยย่อโลกให้เล็กลงทั้งในแง่ของระยะเวลา ระยะทาง และประสิทธิภาพทางการสื่อสาร

ประโยชน์จากเทคโนโลยีสื่อสารดาวเทียมมีคุณค่าต่อการรายงานข่าวมากมายส่งผลให้การทำงานหนังสือพิมพ์ทั้งง่ายขึ้นและยากขึ้น กล่าวคือ เมื่อการรายงานข่าวมี ประสิทธิภาพสูงขึ้น การไหลของข้อมูลข่าวสารสู่โรงพิมพ์ย่อมเพิ่มปริมาณมากขึ้นตามไปด้วย บรรณาธิการข่าวต้องให้ความระมัดระวังในการวินิจฉัยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านอย่างแท้จริงการกรองข่าวสารตามกระบวนการนายด่านทางข่าวสาร (gatekeeper process) จึงต้องแม่นยำในปรัชญางานหนังสือพิมพ์ ตลอดจนเข้าใจบทบาทผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีข่าวสารสมัยใหม่ เพื่อไม่ให้เกิดการถาโถมของเทคโนโลยีกลายเป็นแรงกดดันให้การปฏิบัติหน้าที่ในฐานะ “นักหนังสือพิมพ์” ต้องเบี่ยงเบนไปจากหลักการที่ถูกต้องและควรจะเป็น

สำหรับการบรรณาธิกรณ์หนังสือพิมพ์ หมายรวมถึง การเขียนข่าว การตรวจแก้ต้นฉบับ และการจัดหน้า โดยปัจจุบันการเขียนข่าว (news writing) และการตรวจแก้ต้นฉบับ (news editing) สามารถกระทำพร้อมกันในเครื่องคอมพิวเตอร์ตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ (software) ไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการเขียนใส่กระดาษเสมอไป สามารถพิมพ์ใส่แผ่นดิสก์ (diskette) แล้วส่งต่อให้หัวหน้าข่าวพิจารณาตรวจแก้บนจอคอมพิวเตอร์ ขั้นตอนนี้ช่วยประหยัดเวลาและภาระในการแก้ตัวเรียงผิดครั้งแล้วครั้งเล่าแบบระบบเก่า การรวบรวมงานเขียนและงานบรรณาธิกรณ์ในหน่วยความจำคอมพิวเตอร์ช่วยสร้างความสะดวกในการเรียกใช้แฟ้มเรื่องจากแฟ้มข้อมูลได้ตลอดเวลา นอกจากจะประหยัดเวลาและเนื้อที่เอกสารแล้ว ยังทำให้สภาพแวดล้อมการทำงานหนังสือพิมพ์เปลี่ยนรูปโฉมไปจากเดิม สะอาด รวดเร็ว และเป็นระบบที่สร้างให้แรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น

ส่วนการจัดหน้าหนังสือพิมพ์นั้น หนังสือพิมพ์ส่วนกลางหันมาใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ช่วยในการจัดหน้าเป็นหลัก เพราะผู้จัดสามารถเห็นรูปลักษณะหน้าตาของผลผลิตสุดท้ายทันที พร้อมกับสามารถปรับแก้ได้ตามความพอใจที่สุด หนังสือพิมพ์ฉบับใหญ่มักสร้างโปรแกรมจัดหน้าสำเร็จรูปตามเอกลักษณ์เฉพาะของหนังสือได้ด้วย บางฉบับยังใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่มีอยู่แล้ว เช่น Desktop Publishing โปรแกรม Page Maker สำหรับการจัดหน้าหนังสือโดยเฉพาะ ในกรณีนี้จะใช้มากในหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ฉบับเล็ก

3. การแข่งขันทางการตลาด เป็นที่แน่นอนว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารได้สร้างความตื่นตัวด้านการแข่งขันการตลาดทุกรูปแบบอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ในวงการสื่อสารมวลชนอันเป็นปัจจัยสำคัญของยุคข่าวสาร หนังสือพิมพ์เริ่มให้ความสำคัญต่อการตลาดมากขึ้นตามลำดับ จนถึงกับทำให้ข้อมูลข่าวสารมีคุณค่าเสมือนหนึ่ง สินค้าที่ต้องซื้อหาเช่นเดียวกับสินค้าทั่วไป (information commodity) กลยุทธ์การตลาดได้ถูกนำมาใช้เพื่อการแข่งขันการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ ยุทธวิธีการซื้อ แลก แจก แถม ปรากฏอยู่เนือง ๆ ในชั้นโฆษณาหนังสือพิมพ์ที่ต้องเสนอตัวเองต่อผู้อ่านเช่นเดียวกับสินค้าอื่น ๆ

4. คุณภาพบุคลากร บุคลากรนับเป็นทรัพยากรสำคัญยิ่งขององค์กรที่จะส่งเสริมสนับสนุนให้การทำหนังสือพิมพ์ประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด คุณภาพบุคลากร ได้แก่ ความพร้อมและความสามารถของบุคลากรในการปรับให้เข้ากับกลไกอันซับซ้อนของเทคโนโลยีสมัยใหม่ องค์กรหนังสือพิมพ์หลายแห่งมีนโยบายฝึกอบรมพนักงานทุกระดับให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะการผลิตหนังสือพิมพ์ให้มีคุณภาพด้วยเครื่องมือสมัยใหม่ การพัฒนาบุคลากรในองค์กรหนังสือพิมพ์จึงกลายเป็นสิ่งที่ต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะพนักงานในฝ่ายผลิต

จากที่กล่าวมาแล้วนั้น สรุปได้ว่า เทคโนโลยีสมัยใหม่มีบทบาทต่อการผลิตหนังสือพิมพ์ทุกขั้นตอนทั้งฝ่ายผลิต ฝ่ายจัดการ และฝ่ายบรรณาธิการ ทำให้หนังสือพิมพ์ได้พัฒนาทั้งรูปลักษณ์ และประสิทธิภาพในการนำเสนอข่าวสารได้รวดเร็วฉับไว สร้างบรรยากาศการแข่งขันกันทางการตลาด เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้เลือกสรรข่าวสารมากมายหลากหลายกว่าเดิม

แรงจูงใจ (Motivation)

หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นภายในบุคคลที่จะผลักดันให้มนุษย์เกิดพฤติกรรมใดๆ สิ่งผลักดันนี้จะเกิดจากสภาวะความตึงเครียดซึ่งเป็นผลจากการที่มนุษย์ไม่สามารถสนองความต้องการและความจำเป็นในด้านต่างๆ ได้ ดังนั้นพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจึงเกิดจากแรงผลักดันภายในซึ่งเกิดจากการไม่ได้รับสิ่งที่ต้องการนี้เอง นักจิตวิทยาบอกว่า แรงผลักดันมี 2 ลักษณะคือ แรงผลักดันในทางดี ซึ่งก็คือ ความต้องการ (wants) ความต้องการจำเป็น (needs) ความปรารถนา (desires) และแรงผลักดันในทางไม่ดี ก็คือ ความกลัว ความไม่มั่นใจ ซึ่งเป็นแรงจูงใจทำให้มนุษย์มีความมานะพยายามที่จะทำมาหาเลี้ยงชีพหรือ เมื่อมนุษย์เกิดความหิวก็จะเป็นแรงจูงใจให้ลุกขึ้นไปซื้อหาอาหารมารับประทาน เป็นต้น

อย่างไรก็ดีไม่ว่าจะเป็นแรงผลักดันในทางดีหรือไม่ดีก็ตามในการศึกษาทางด้านจิตวิทยาส่วนใหญ่ก็จะศึกษาในเรื่องของความต้องการ ความต้องการจำเป็นทั้งสิ้น เพราะแรงผลักดันทั้งสองลักษณะเป็นตัวการที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ

เนื่องจากแรงจูงใจทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้นจึงมีการศึกษากันอย่างกว้างขวางและนำไปสู่ทฤษฎีมากมาย ทฤษฎีซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีคือ ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ มาสโลว์ และเฮิร์ซเบิร์ก

ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ เสนอความคิดว่า แรงกระตุ้นทางด้านจิตใจซึ่งทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมออกมานั้น ส่วนมากเป็นแรงกระตุ้นที่อยู่ในจิตใจสำนึกมากกว่า ในขณะที่นักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงมากท่านหนึ่งคือ Dr.Abraham Maslow ได้เสนอแบบจำลองเกี่ยวกับระดับความต้องการของมนุษย์ (Maslow's Hierarchy of Needs) โดยเสนอว่า มนุษย์เรานั้นมีความต้องการเป็นลำดับ 5 ขั้นด้วยกัน จากระดับต่ำสุดซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานไปจนถึงระดับสูงสุดอันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา และมนุษย์จะพยายามสนองความต้องการในระดับต้น ๆ หรือความต้องการพื้นฐานเสียก่อน เมื่อสำเร็จแล้วมนุษย์ก็จะต้องการในสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งตนเองยังไม่มีเรื่อยไป และต้องการในระดับสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยสามารถอธิบายได้ในแต่ละขั้นคือ

1. ความต้องการทางกายภาพ (physiological needs) ถือเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ และเป็นลำดับแรกที่มนุษย์ทุกคนจะต้องมี นั่นคือสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตทั้งหลายได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยา รักษาโรค รวมไปถึงเพศสัมพันธ์ด้วย ความต้องการทางกายภาพนี้ เมื่อมนุษย์ทุกคนสามารถสนองความต้องการในระดับนี้ได้ก็จะเริ่มแสวงหาความต้องการในระดับที่สูงกว่าขึ้นไปอีก

2. ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) มาสโลว์ กล่าวว่า เมื่อมนุษย์สามารถสนองความต้องการในระดับแรกได้แล้วก็จะเกิดความต้องการอีกระดับหนึ่ง อันมีผลต่อพฤติกรรมของพวกเขา นั่นก็คือ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งไม่เป็นเพียงความต้องการทางกายภาพเท่านั้น แต่เกี่ยวข้องกับด้านจิตใจด้วย เช่น

3. ความต้องการทางสังคม (social needs) ความต้องการระดับที่สามของมนุษย์นั่นคือ ต้องการความรัก ทั้งเป็นที่รักและเป็นผู้รัก ได้รับความยอมรับและรู้สึกเป็นเจ้าของรวมถึงการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น มีสังคมที่ดี

4. ความต้องการเกียรติยศ ความภาคภูมิใจ (egoistic needs) เป็นความต้องการอีกระดับหนึ่งซึ่งเมื่อมนุษย์สามารถสนองความต้องการในระดับต่าง ๆ ได้แล้ว มนุษย์ก็จะมีผลสำเร็จสูงขึ้นเรื่อยๆ นั่นคือ ความต้องการได้รับเกียรติชื่อเสียง ความภาคภูมิใจ เช่น ประสบความสำเร็จด้านการงาน ปฏิบัติงานดีสำเร็จตามเป้าหมาย ได้เลื่อนขั้น ได้รับรางวัล มีหน้ามีตาในสังคม เป็นต้น

5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (self-actualization) ความต้องการขั้นสูงสุดตามทฤษฎีของมาสโลว์ นั่นคือ การประสบความสำเร็จในชีวิตในสิ่งที่ตนทำอยู่หรือน่าจะเป็นได้ เช่น ผู้ที่ชอบทางด้านศิลปะก็ย่อมต้องการจะประสบความสำเร็จเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงก้องโลก ซึ่งเป็นขั้นที่ทุกคนต้องการไปถึง แต่ก็น้อยคนที่จะทำได้ถึงระดับนี้

3. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์

นักวิชาการสื่อสารมวลชนได้ให้คำจำกัดความคำว่า “หนังสือพิมพ์” ไว้ดังนี้

Cater V.Good (1956: 637) กล่าวว่า หนังสือพิมพ์ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนดติดต่อกันไปเป็นลำดับ มีลักษณะเป็นกระดาษใหญ่ จำนวนหลายพับก็ได้ มีจุดมุ่งหมายในการเสนอข่าวสารและสิ่งที่สนใจทั่วไป

สุกัญญา ตีระวนิช (2520) อธิบายว่า หนังสือพิมพ์เป็นหนังสือบอกข่าวและความหมายรวมถึงตั้งแต่หนังสือข่าวฉบับย่อย ๆ ทำด้วยฝีมือของคนเพียง 2 - 3 คน ไปถึงหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่ออกในเมืองใหญ่ ๆ มีคนงานเป็นร้อยเป็นพัน หนังสือพิมพ์อาจออกเป็นรายวัน หรือรายสัปดาห์หรือรายเดือนก็ได้ หนังสือพิมพ์ประกอบด้วยตัวพิมพ์ หมึกพิมพ์และกระดาษ

ปรมะ สตะเวทิน (2529) ได้ให้ความหมายหนังสือพิมพ์ว่า หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งรวบรวมข่าวสาร ข้อคิดเห็น และสาระบันเทิงเรีงรมย์ต่าง ๆ โดยพิมพ์บนกระดาษพิมพ์ราคาถูก ทั้งนี้อาจพิมพ์ออกเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ หรือรายเดือนก็ได้

และตามศัพท์คำว่า “หนังสือพิมพ์” ถอดจากคำภาษาอังกฤษว่า “Newspaper” ซึ่ง news หมายถึง ข่าว paper หมายถึง กระดาษ เมื่อแปลรวมกัน ก็คือ “กระดาษข่าว” หมายถึง “กระดาษสำหรับรายงานข่าว” แต่เดิมคนไทย “หนังสือพิมพ์” ว่า “หนังสือข่าว” แสดงให้เห็นว่า หนังสือพิมพ์มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอหรือบอกข่าว จึงเรียกว่า “หนังสือข่าว” (มาลี บุญศิริพันธ์, 2537: 2)

สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมและนำเสนอข่าวสาร ข้อคิดเห็น และสาระบันเทิง ตลอดจนความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นและเหตุการณ์นั้นกำลังเป็นที่น่าสนใจของประชาชนทั่วไป โดยมีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม ซึ่งอาจจะออกเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ หรือรายเดือนก็ได้ และจะมีลักษณะเป็นกระดาษใหญ่ จำนวนหลายแผ่นพับก็ได้

ประเภทของหนังสือพิมพ์

พีระ จิรโสภณ (2528: 191 - 192) จำแนกหนังสือพิมพ์ตามแนวทางการเสนอข่าวออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์แนวคุณภาพ ซึ่งมีได้หมายความว่า เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีคุณภาพดีเสมอไป แต่หมายถึงลักษณะการเสนอเนื้อหาเน้นหนักข่าวประเภทหนัก (Hard News) เช่น ข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม การศึกษา ซึ่งมุ่งสนองความรู้ ความคิดเห็นเป็นสำคัญ ให้ผลตอบแทนกับผู้อ่านในระยะยาว (Delayed Reward) กล่าวคือ ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้ ความเข้าใจและเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้ เช่น ข้อมูลในการตัดสินใจ วิพากษ์วิจารณ์ แสดงความคิดเห็น ส่วนรูปแบบของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ไม่หวือหวาเร้าอารมณ์เหมือนหนังสือพิมพ์ประชาชน มีลักษณะค่อนข้างจริงจังมากกว่า เนื้อหาไม่ว่าจะเป็นข่าวหรือบทความหนักไปทางรายละเอียดข้อเท็จจริง การแสดงความคิดเห็นจะใช้เหตุผลมากกว่าเล่นสำนวนโวหาร ทำให้หนังสือพิมพ์ประเภทนี้มียอดจำหน่ายไม่สูงนัก

2. หนังสือพิมพ์แนวประชาชน บางคนเรียกว่า หนังสือพิมพ์ปริมาณ เพราะเหตุที่เป็นหนังสือพิมพ์ที่คนทั่วไปอ่านกันอย่างแพร่หลาย มียอดจำหน่ายค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตามก็ดีข้อบ่งบอกถึงลักษณะของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ไม่ได้อยู่ที่จำนวนจำหน่ายเป็นสำคัญ แต่อยู่ที่เนื้อหาและวิธีการนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้นให้ผู้อ่านจุดเด่นของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ คือ เน้นการเสนอข่าวประเภทเร้าอารมณ์ผู้อ่าน (Sensational) เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวภัยพิบัติ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับเพศ ข่าวบุคคลตลอดจนข่าวความขัดแย้งและความรุนแรงต่าง ๆ ซึ่งเป็นข่าวที่คนธรรมดาสามัญชนทั่วไปสนใจตามปฏิกิริยา (Human Interest) บางทีเราเรียกข่าวประเภทนี้ว่า ข่าวเบา (Soft News) นักวิชาการจัดข่าวประเภทนี้เป็นข่าวที่ให้ผลตอบแทนทางอารมณ์โดยทันที (Immediate Rewards) ส่วนลักษณะการเสนอเนื้อหาประเภทนี้เต็มไปด้วยการเร้าอารมณ์ ดึงดูดความสนใจโดยการพาดหัวข่าวตัวโต มีรูปภาพประกอบข่าวมากมาย รูปแบบการเขียนเต็มไปด้วยสีสันจินตนาการ

มาลี บุญศิริพันธ์ (2537: 2 - 4) ได้แบ่งประเภทหนังสือพิมพ์ตามลักษณะและรูปแบบการนำเสนอข่าวออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์เฟื่องปริมาณ (Popular Newspaper) คือ หนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญต่อข่าวประเภทเร้าอารมณ์ ตื่นเต้น (Sensational) เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิงเบา ๆ (Soft News) มักเป็นที่นิยมสำหรับผู้อ่านระดับกลางขึ้นไป เนื้อหาสามารถเข้าใจได้ในทันทีโดยไม่ต้องนำไปคิดต่อให้หนักสมอง คุณลักษณะประเภทนี้ทันทีทันใด ลักษณะการจัดหน้าค่อนข้างฉูดฉาด พาดหัวตัวโต เน้นภาพประกอบเป็นส่วนสำคัญของข่าวในการจูงใจคนอ่าน หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะมุ่งที่ปริมาณการจำหน่ายให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้

2. หนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพ (Quality Newspaper) คือ หนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญต่อข่าวประเภทมีผลกระทบต่อสังคม ลักษณะเนื้อหาสาระค่อนข้างหนัก (Hard News) เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจและข่าวต่างประเทศ หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะเน้นการรายงานวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประกอบในคอลัมน์หน้าในด้วย ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทเฟื่องคุณภาพค่อนข้างอยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจในความเคลื่อนไหวของข่าวสารการเมืองมากกว่าประเภทผู้อ่านเฟื่องปริมาณ ฉะนั้นยอดจำหน่ายจึงต่ำกว่า ลักษณะการจัดหน้าหนึ่งมักเรียบง่ายเป็นระเบียบไม่หวือหวาเท่ากับหนังสือพิมพ์เฟื่องปริมาณ

บุญเลิศ ศุภคิลก (2527: 83) จำแนกประเภทของหนังสือพิมพ์รายวันเป็น 3 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์รายวันประเภทคุณภาพ (Quality Newspaper) หรือหนังสือพิมพ์ประเภทข่าวแข็ง (Hard News) หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ให้ความสำคัญต่อข่าวสารที่เน้นหนักทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และปัญหาในหลาย ๆ ด้าน เนื้อหาส่วนใหญ่ประกอบด้วยข่าวและบทความประเภทหนักสมอง หรือประเภทผู้อ่านได้รับความพอใจช้า (Delayed Reward) ตัวอย่างของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้ได้แก่ สยามรัฐ มติชน มาตุภูมิ

2. หนังสือพิมพ์รายวันประเภทประชานิยม (Popular Newspaper) หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ให้ความสำคัญต่อข่าวสารประเภทเร้าอารมณ์ ตื่นเต้น เนื้อหาส่วนใหญ่ประกอบด้วยข่าวเบาหรือบทความประเภทเบาสมอง (Soft News) หรือเนื้อหาประเภทที่ผู้อ่านได้รับความพอใจทันที (Immediate Rewards News) เช่น ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวสังคม และข่าวอาชญากรรม เป็นต้น มีผู้นิยมนำมาอ่านทุกระดับชั้น จำนวนจำหน่ายสูง มีนโยบายให้อ่านเพื่อพักผ่อนสมอง และก่อให้เกิดความรู้สึกทางอารมณ์ได้มาก ตัวอย่างเช่น ไทยรัฐ คิวสยาม เดลินิวส์ เป็นต้น

3. หนังสือพิมพ์รายวันประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม (Semi-Quality and Semi-Popular Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีลักษณะเนื้อหาผสมผสานกันระหว่างหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพและประเภทประชานิยม ได้แก่ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง แนวหน้า เป็นต้น

ดังนั้น จึงสามารถจำแนกประเภทของหนังสือพิมพ์ได้อย่างมากมาย ไม่ว่าจะพิจารณาตามลักษณะของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ แต่อย่างไรก็ตาม หนังสือพิมพ์ทุกฉบับมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอให้ข่าวสารและข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นให้ประชาชนรับทราบเช่นเดียวกัน

บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ตามความคาดหวังสังคม (นันทวัน สุชาโต, 2520 : 63 - 64) ดังนี้

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (To Inform) ถือเป็นหน้าที่สำคัญอันดับแรกของหนังสือพิมพ์ที่จะต้องเสาะแสวงหาข้อเท็จจริงที่ถูกต้องสมบูรณ์ มีพยานหลักฐานอ้างอิงได้เสมอ เพื่อนำเสนอแก่ผู้อ่านอย่างเที่ยงธรรม ไม่บิดเบือนทั้งโดยอคติส่วนตัวหรือโดยมุ่งประโยชน์ทางการค้า

2. ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความตื่นตัว (To Alert) โดยดำรงฐานะคล้ายยามคอยตรวจสอบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ตลอดเวลา เพื่อนำเสนอแก่ผู้อ่านในทันทีที่เกิดเหตุสำคัญ เพื่อให้ประชาชนตื่นตัวไม่ประมาทในภาวะการณ์บ้านเมือง

3. ช่วยตีความหมายของข่าว (To Interpret) สืบเนื่องจากความซับซ้อนของข่าวสารที่เกิดขึ้น จึงจำเป็นที่นักหนังสือพิมพ์จะต้องช่วยเหลืออธิบายความหมายของข่าว ข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียวอาจโกหกได้ การบอกว่ามีอะไรเกิดขึ้นเท่านั้นจึงไม่พอ แต่นักหนังสือพิมพ์ต้องนำข้อเท็จจริงนั้นมาเขียนด้วยทักษะในการมองข่าวอันเกิดจากประสบการณ์เฉพาะตน เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจด้วย เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นมีความหมายอย่างไร บทบาทในเรื่องนี้จึงจำเป็นต้องกระทำไปโดยสุจริตใจ เพื่อให้ภาพที่เป็นจริงของเหตุการณ์อย่างเที่ยงตรงและสมบูรณ์

4. ช่วยให้การศึกษากับผู้อ่าน (To Educate) ถือเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะสำหรับสภาพสังคมที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังห่างไกลจากข่าวสารความรู้ต่าง ๆ หนังสือพิมพ์ที่ดีจึงถือเป็นเหมือนครูผู้อ่าน สามารถให้การศึกษานอกระบบ เช่น ความรู้ด้านอนามัย วิทยาศาสตร์ อาชีพ เป็นต้น โดยการจัดแบ่งเนื้อหาไปตามลักษณะความสนใจของผู้อ่านของหนังสือพิมพ์แต่ละกลุ่ม

5. ชี้นำผู้อ่าน (To Lead & to Persuade) หนังสือพิมพ์สามารถแสดงความเป็นผู้นำทางความคิดเห็นชี้แนะผู้อ่านให้คิดและกระทำ หรือละเว้นในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ การแสดงออกซึ่งความคิดเห็นส่วนบุคคลจะต้องรับผิดชอบต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นในสังคมด้วย

6. จัดให้มีเวทีของการแสดงความคิดเห็น (To Provide a Forum) การดำรงรักษาความเป็นกลาง หรือการปฏิบัติหน้าที่อย่างปราศจากความลำเอียงในเหตุการณ์ที่มีปัญหาขัดแย้ง ถือเป็นคุณสมบัติอันจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องปลูกฝังให้เกิดขึ้นเป็นเบื้องต้น นักหนังสือพิมพ์ต้องใจกว้างและยุติธรรมในการที่จะเสนอเวทีโต้แย้งเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างทัศนะกัน

7. ให้สิ่งบันดาลใจ (To Inspire) หนังสือพิมพ์มีโอกาที่จะช่วยลดช่องว่างทางเศรษฐกิจและสังคม โดยชักนำให้สังคมรู้จักถึงการช่วยเหลือผู้ประสบทุกข์ยาก การเป็นสื่อกลางในการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์หรือการกุศล จะช่วยสร้างเสริมค่านิยมสังคมให้เห็นเด่นชัดขึ้น ในขณะเดียวกันก็แสดงว่า นักหนังสือพิมพ์มิใช่เป็น

8. ให้ความบันเทิง (To Entertain) จะเห็นว่า ในปัจจุบันบทบาทหน้าที่ในการให้ความบันเทิงของหนังสือมีความเด่นชัดมากขึ้น เนื่องจากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจสิ่งพิมพ์ การแข่งขันและฉวยโอกาสในเรื่องจำนวนจำหน่าย ทำให้นโยบายทางเศรษฐกิจเข้ามามีอิทธิพลเหมือนหน้าที่ประการอื่น ๆ ของหนังสือพิมพ์

4. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ (มณฑิรา อินคชสาร, 2539: 9) หมายถึง สื่อที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ออนไลน์หรือผ่านทางคลื่นไฟฟ้าปรากฏทางจอคอมพิวเตอร์ หรือจอโทรทัศน์ ผู้รับสารสามารถเลือกอ่านข่าวได้ทางเครื่องรับปลายทางเมื่อใดก็ได้ เพียงแค่เปิดเว็บไซต์ (web site) ตามที่ได้กำหนดไว้แล้ว การรายงานข่าวเป็นไปอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ผู้รับจะทราบความเคลื่อนไหวในสังคม โดยไม่ต้องเสียเวลาเปิดหนังสือพิมพ์อ่าน

Lapham (1995) พบว่า การเสนอข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ทันสมัย เพราะสามารถใส่ข้อมูลใหม่ได้ตลอดเวลา สามารถส่งข่าวสารถึงผู้รับได้ทั่วโลกในราคาถูก โดยที่จำนวนและความยาวของข่าวไม่ได้เป็นข้อจำกัดในการนำเสนอเหมือนการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ (Printed Edition)

Rieder (1997) พบว่า การตีพิมพ์เรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้อ่านบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ก่อนที่หนังสือพิมพ์จะออก ยังส่งผลในทางบวกต่อการสร้างความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์ต่อผู้รับสาร จึงทำให้หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นขายดีขึ้น

ลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หนังสือพิมพ์จัดเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ใช้การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ World Wide Web คือ มีการใช้เทคโนโลยีไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) ซึ่ง Richie (1989) ได้ให้นิยาม ระบบไฮเปอร์เท็กซ์ ว่าเป็นระบบจัดการข้อมูลซึ่งแสดงออกมาในรูปแบบการเชื่อมโยงแหล่งข่าวสาร (Node) ต่าง ๆ โดยตัวเชื่อม (link) ข้อมูลที่ปรากฏนอกจากจะเป็นตัวหนังสือ (Text) แล้วยังประกอบด้วยรูปภาพ หรือกราฟฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือวีดิทัศน์ การเชื่อมโยงข้อมูลจะไม่เป็นเส้นตรง (Non-linear) คือ มีการเชื่อมโยงข้อมูลบางส่วนกับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ โดยผู้รับสารเป็นผู้เลือกและมีอิสระในการอ่านข้อมูล

เปรียบเทียบลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีการนำเสนอข่าวสารบนหน้ากระดาษ (broad sheet) ผู้อ่านจึงสามารถเปิดพลิกหน้าอ่านได้รวดเร็วตามความต้องการ จัดวางหนังสือพิมพ์ได้ตามความเหมาะสมกับระดับสายตาในขณะที่เปิดอ่าน และเนื่องจากหนังสือพิมพ์จะมีจำนวนหน้าในการเสนอข่าวสารต่าง ๆ ได้จำกัด จึงต้องมีการคัดเลือกข่าวสารข้อมูลที่จะนำเสนอในแต่ละฉบับให้สัมพันธ์กับขนาดของเนื้อที่ที่มีอยู่ โดยที่หนังสือพิมพ์ 1 ฉบับจะมีการแบ่งเป็นสัดส่วนของเนื้อหาและโฆษณา 40 : 60 (Ross, 1997) โดยประมาณ คือ จะเป็นส่วนของเนื้อหา 40 เปอร์เซ็นต์ และส่วนของโฆษณา 60 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิตที่ทำให้ต้องจำกัดเนื้อที่การนำเสนอเนื้อหา

สำหรับรูปแบบในการเรียงพิมพ์ของหนังสือก็จะคล้ายคลึงกันในแทบทุกฉบับ คือ รูปแบบและขนาดของตัวหนังสือที่นำเสนอเนื้อหาจะเป็นรูปแบบเดียวกันหมด การใช้สีสັນในหนังสือพิมพ์จะจำกัด โดยจะมีการใช้สีขาวดำแทบทั้งฉบับ เว้นแต่ในส่วนของรูปภาพและกราฟิกที่นำเสนอในหน้าหนึ่งเท่านั้นที่จะมีการใช้สีอื่น ๆ บ้าง

นอกจากนั้น หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ไม่มีการส่งสารเกี่ยวข้องเป็นเครือข่ายเหมือนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่จะนำเสนอข้อมูลภายในเนื้อที่ของหนังสือพิมพ์ 1 ฉบับเท่านั้น และผู้ผลิตสามารถเป็นผู้ส่งสารให้กับผู้อ่านได้ทางเดียว

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นสื่อที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ออนไลน์ จึงมีลักษณะเด่นในด้านการมีระบบหรือฐานข้อมูลที่กว้างมาก เนื่องจากผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องอ่านข่าวจากจอคอมพิวเตอร์ ลักษณะเฉพาะของจอคอมพิวเตอร์ที่จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้อ่าน จึงเป็นลักษณะที่จะมีอิทธิพลต่อผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ด้วย เช่น ทิศทางของจอที่ตั้งตรง (orientation) การเคลื่อนไหวในจอ (dynamics) การมีแสงกระพริบ (flicker) รวมทั้งคุณภาพของจอคอมพิวเตอร์ด้วยเช่นกัน

การเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องเป็นไปตามลำดับขั้นตอน (step by step) และผู้อ่านสามารถที่จะเปิดรับข่าวสารได้ที่ละหน้าจอเท่านั้น ผู้อ่านจะต้องเลือกหัวข้อข่าวที่จะอ่านก่อนจึงจะเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวได้ เมื่อเลือกข่าวที่จะอ่านแล้ว ก็จะต้องรอให้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ออนไลน์ดึงข้อมูลที่เป็นเนื้อหาข่าวมาให้อ่านและในการจะเข้าไปอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละครั้งก็ต้องติดต่อสื่อสารไปยังศูนย์ข้อมูลของหนังสือพิมพ์ก่อนทุกครั้ง

อย่างไรก็ตาม ผู้อ่านสามารถที่จะปรับขนาดและรูปแบบของตัวอักษร (font) ได้ตามความต้องการ นอกจากนี้ยังมีระบบการค้นหาข้อมูลบริการ ทำให้สามารถค้นหาข่าวที่ต้องการได้สะดวกขึ้นและระบบการสื่อสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็จะมีเครื่องมือ (tool) หรือคำแนะนำการใช้ในระบบ (help system) ให้กับผู้อ่านด้วยแต่อย่างไรก็ตามผู้อ่านก็จำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานในการใช้งานคอมพิวเตอร์มาก่อน (มณฑิรา อินคชสาร, 2539 : 9)

เปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หนังสือพิมพ์ รูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่เป็นมาตรฐานและสากล คือการนำเสนอข่าวเด่นหรือข่าวสำคัญประจำฉบับในหน้าหนึ่ง ข่าวที่มีความสำคัญมาก

ส่วนในหน้าอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์จะมีการจัดข่าวเป็นประเภท (sections) ซึ่งในแต่ละหน้าจะมีการนำเสนอข่าวประเภทหนึ่ง ๆ เป็นประจำ จึงทำให้ผู้อ่านรู้ว่า ถ้าจะอ่านข่าวประเภทนี้ควรจะไปอ่านในหน้าใดและความสำคัญของข่าวที่นำเสนอในแต่ละหน้าก็จะอยู่ที่ขนาดของตัวอักษรที่ใช้พาดหัวข่าวด้วยเช่นกัน โดยที่จะมีการใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดพาดหัวข่าวกับข่าวที่มีความสำคัญมากที่สุด แต่ขนาดตัวอักษรที่นำเสนอเนื้อหาข่าวในหนังสือพิมพ์จะมีขนาดเท่ากันทั้งฉบับ และเนื้อหาข่าวก็จะมีการจัดเป็นคอลัมน์เพื่อความสะดวกในการอ่านด้วย

นอกจากนี้ผู้อ่านยังสามารถรับรู้เนื้อหาข่าวได้อย่างรวดเร็วจากการกวาดสายตาอ่านความนำ (lead) ของข่าว เพราะการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์จะอยู่ในลักษณะพีระมิดหัวกลับ (inverted pyramids) คือ ส่วนสำคัญที่สุดของข่าวจะนำเสนอไว้ด้านบนของข่าวแล้วจึงค่อยขยายความรายละเอียดต่าง ๆ ของข่าวลงมาตามลำดับ การอ่านข่าวเฉพาะส่วนของความนำ จึงสามารถทำให้ผู้อ่านรับรู้ได้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไรและเมื่อไร ได้ทันที

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังไม่มีรูปแบบที่แน่นอน เพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังเป็นสื่อใหม่ที่เพิ่งเข้ามามีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารได้ไม่นาน แต่รูปแบบการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละฉบับก็ไม่ได้แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ทั้งนี้ ลักษณะการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ คือ การมีฐานข้อมูลที่กว้างมาก ผู้อ่านสามารถเลือกอ่านข่าวต่าง ๆ ในอดีตได้ และอาจจะสามารถเลือกอ่านข่าวสารประเภทอื่น ๆ ที่ไม่มีการนำเสนอในหนังสือพิมพ์ได้อีกด้วย โดยการคลิกเข้าไปในเว็บไซต์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ซึ่งในปัจจุบัน ได้แก่ www.thairath.co.th/ , www.dailynews.co.th/ , www.matichon.co.th , www.bangkokbiznews.com

หนังสือพิมพ์ออนไลน์จะไม่มีสิ่งชี้แนะผู้อ่านให้เห็นถึงความสำคัญของข่าวบางข่าวเหมือนในหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ การนำเสนอหัวข้อข่าวของหนังสือพิมพ์จะใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันหมด และจะมีการจัดหัวข้อข่าวเรียงกันไปตามประเภทของข่าว ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงต้องเลือกอ่านข่าว ๆ ตามความสนใจของตัวเอง อย่างไรก็ตามในหนังสือพิมพ์ออนไลน์บางฉบับจะมีการนำเสนอความน่าเชื่อถือไปกับหัวข้อข่าวแต่ละข่าวด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในลักษณะนี้สามารถอ่านความน่าเชื่อถือของข่าวไปได้พร้อม ๆ กับการอ่านหัวข้อข่าวเลย

การอ่านจากหน้ากระดาษหนังสือพิมพ์เปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การอ่านจากหน้ากระดาษหนังสือพิมพ์และจอคอมพิวเตอร์จะได้ผลที่ต่างกันหลาย ๆ ด้าน โดยที่อาจกล่าวได้ว่าความแตกต่างนี้เป็นผลมาจากลักษณะเฉพาะของแผ่นกระดาษและจอคอมพิวเตอร์เอง โดยที่ความแตกต่างที่น่าสนใจดังต่อไปนี้ (Dillon, McKnight and Richardson, 1988)

ก. ความเร็ว (Speed) จากการศึกษาดทดลองโดยมากพบว่า การอ่านจากหน้าจอคอมพิวเตอร์จะช้ากว่าการอ่านจากกระดาษ โดยการอ่านจากหน้าจอจะทำให้ลดประสิทธิภาพด้านความเร็วลง 20 - 30 % และถึงแม้ผลการศึกษานี้จะออกมาคล้าย ๆ กัน ก็ยังไม่ชัดเจนว่า กลไกตัวเคมหรือเปล่า ที่มีผลต่อการอ่านช้าในการทดลองแต่ละครั้ง ทั้งนี้ ตัวแปรที่อาจเข้ามาแทรก ได้แก่ ขนาด ประเภท และคุณภาพของจอคอมพิวเตอร์

ข. ความเข้าใจ (Comprehension) ในการศึกษาหลายชิ้นไม่พบความแตกต่างระหว่างการอ่านจากกระดาษและจอคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับความเข้าใจแต่ Cushman ได้สังเกตพบว่า มีความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างความเร็วในการอ่านและความเข้าใจ คือ คนที่อ่านช้ามักจะมีผลความเข้าใจได้สูงกว่าคนที่อ่านเร็ว นอกจากนี้ก็ยัง

ค. ความชอบ (Reference) งานวิจัยในอดีตบางชิ้นพบว่า ผู้ใช้ที่ไม่มีทักษะมีแนวโน้มที่จะไม่ชอบการใช้คอมพิวเตอร์ การศึกษาเกี่ยวกับความชอบของ Mutet et al. พบว่า ผู้ใช้จะชอบการอ่านหนังสือมากกว่า โดยระบุว่า ข้อได้เปรียบของหนังสือคือ สามารถพลิกหน้ากลับไปกลับมาได้ง่าย ข้อจำกัดของคอมพิวเตอร์จึงเป็นอุปสรรคต่อความชอบของบุคคล คุณภาพของกระดาษและคอมพิวเตอร์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความชอบและความพึงพอใจของผู้อ่าน นอกจากนี้ยังมีข้อพิจารณาถึงความยืดหยุ่นของหนังสือหรือกระดาษที่เหนือกว่าคอมพิวเตอร์ คือ หนังสือสามารถพกพาไปไหนมาไหนได้ ราคาถูก มีความคุ้นเคย มีความเป็นส่วนตัว และใช้ง่ายกว่า

แต่อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างของผลการศึกษาเปรียบเทียบดังกล่าว ก็อาจจะมีปัจจัยที่เป็นสาเหตุหลายปัจจัย ซึ่งส่วนมากมักจะเกี่ยวเนื่องกับลักษณะเฉพาะของกระดาษและคอมพิวเตอร์ เช่น ทิศทางของจอ (Orientation) การเคลื่อนที่ของสายตา (Eye movement) ความยาวของบรรทัด (Visual angle) ความสัมพันธ์ระหว่างความกว้างและความสูง (Aspect ratio) การเคลื่อนไหวในจอ (Dynamics) การมีแสงกระพริบ (Flicker) สีของตัวอักษรและพื้นหลัง (Image Polarity) ลักษณะตัวอักษร (Display characteristics) และลักษณะของผู้ใช้ (User characteristics) เป็นต้น

สำหรับปัจจัยที่น่าสนใจ ได้แก่ (Dillon, 1988)

1. ลักษณะตัวอักษร (Display characteristics) ตัวอักษรบนจอคอมพิวเตอร์จะมีขนาดไม่แน่นอนโดยที่ผู้อ่านสามารถจะกำหนดเลือกได้เอง Gould et al. (อ้างแล้ว) แสดงให้เห็นว่ารูปแบบตัวอักษร (font) มีผลเพียงเล็กน้อยในการอ่านจากกระดาษ และเกือบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่จะพูดถึงรูปแบบตัวอักษร โดยไม่สนใจตัวแปรด้านกายภาพของจอคอมพิวเตอร์ การแสดงภาพหรือความละเอียดของจอ (screen solution) และขนาดของลำแสง ซึ่งอาจจะช่วยเน้นให้เห็นถึงผลกระทบของปัจจัยที่เข้ามาปฏิสัมพันธ์ด้วยก็ได้

2. ลักษณะของผู้ใช้ (User characteristics) การศึกษาส่วนมากจะทดลองกับผู้ใช้ที่ไม่มีทักษะซึ่งเป็นความจริงที่ว่าประเภทของผู้ใช้ที่แตกต่างกันจะมีปฏิสัมพันธ์กับระบบคอมพิวเตอร์แตกต่างกันด้วย และเป็นไปได้ว่าความแตกต่างจากการอ่านในผลการศึกษารุ่นต่าง ๆ จะเป็นผลจากลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้ใช้ แต่จากการศึกษาไม่มีการรายงานถึงความแตกต่างด้านเพศและอายุ ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าคุณลักษณะเบื้องต้นของผู้ใช้ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างในการอ่านจากสื่อทั้งประเภทนี้

ลักษณะเฉพาะและรูปแบบการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีส่วนกำหนดข้อมูลที่ผู้อ่านได้อ่าน

หนังสือพิมพ์มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์จะมีการนำเสนอข่าวเด่นหรือข่าวที่สำคัญไว้ในหน้าหนึ่ง ส่วนในหน้าอื่น ๆ ก็จะมีการจัดข่าวแยกเป็นประเภท (sections) โดยที่ในหน้าหนึ่ง ๆ จะมีการเสนอข่าวในประเภทเดียวกัน และจะมีการเสนอข่าวประเภทนั้น ๆ ในหน้าที่แน่นอนเหมือนกันทุกฉบับ ทั้งนี้ก็อาจจะแตกต่างกันออกไปตามการจัดเรียงหน้าข่าวของหนังสือพิมพ์แต่ละชื่อฉบับ และเนื่องจากขนาดหน้ากระดาษของหนังสือพิมพ์มีขนาดใหญ่กว่าขนาดหน้าของหนังสือทั่ว ๆ ไปมากหนังสือพิมพ์จึงสามารถใช้ตัวหนังสือขนาดใหญ่พิเศษในการพาดหัวข่าว ซึ่งก็นับเป็นลักษณะเฉพาะในการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์อย่างหนึ่งที่เห็นได้ชัด

นอกจากการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่โดดเด่นประจำฉบับในหน้าหนึ่งแล้ว หนังสือพิมพ์ก็ยังมีสิ่งที่ช่วยชี้แนะผู้อ่านให้รับรู้ถึงความสำคัญของข่าวบางข่าวอีกด้วย ได้แก่ การใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดพาดหัวข่าวกับข่าวที่ให้ความสำคัญมากที่สุด การมีสารบัญหรือดัชนีในหน้าหนึ่งที่บอกให้ผู้อ่านทราบว่า มีข่าวหรือบทความใดที่น่าสนใจในฉบับบ้างและบทบรรณาธิการก็จะเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยชี้แนะผู้อ่านว่าตอนนี้ข่าวใดกำลังเป็นที่สนใจของผู้คนในสังคมอยู่ ซึ่งเมื่อผู้อ่านได้รับรู้ถึง

ในขณะที่เดียวกันหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมีการเสนอข่าวบนจอคอมพิวเตอร์ ซึ่งขนาดของหน้าจอจะเล็กกว่าขนาดของหน้ากระดาษหนังสือพิมพ์มาก หนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงไม่สามารถใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่พิเศษในการพาดหัวข่าวเหมือนในหนังสือพิมพ์ได้ หนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงมีการนำเสนอหัวข้อข่าวในขนาดเดียวกันหมด และจะจัดหัวข้อข่าวทั้งหมดเรียงกันไปตามประเภทของข่าว ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงไม่ได้รับรู้ถึงความสำคัญของข่าวบางข่าวเหมือนการอ่านข่าวในหนังสือพิมพ์ ดังนั้นการเลือกอ่านข่าวแต่ละข่าวของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงขึ้นอยู่กับความสนใจส่วนตัวของผู้อ่านเป็นสำคัญ

นอกจากนี้การที่หนังสือพิมพ์เสนอข่าวในหน้ากระดาษก็ทำให้ผู้อ่านสามารถพลิกหน้าเปิดอ่านข่าวต่าง ๆ ได้ง่ายและรวดเร็ว และการอ่านจากหน้ากระดาษก็ยังทำให้ผู้อ่านสามารถกวาดสายตาอ่านข่าวได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์บางคนจึงสามารถอ่านหนังสือพิมพ์ได้ทั้งฉบับในเวลาไม่เกิน 1 ชั่วโมง แต่ในการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นการจะเข้าไปอ่านเนื้อหาของข่าวหนึ่งๆ ได้นั้น ผู้อ่านจะต้องคลิกเลือกหัวข้อข่าวที่จะอ่านก่อนแล้วโปรแกรมการสื่อสารของระบบออนไลน์จะดึงข้อมูลมาเสนอบนหน้าจอให้ผู้อ่านได้อ่าน ทั้งนี้ Dillon ได้ทำการทดลองเปรียบเทียบการอ่านจากกระดาษและคอมพิวเตอร์พบว่า การอ่านจากหน้าจอคอมพิวเตอร์จะทำให้ประสิทธิภาพในการอ่านด้านความเร็วลดลงถึง 20-30 %

อย่างไรก็ตามหากจะพิจารณาการอ่านข่าวเพียงในระดับความน่าเชื่อถือที่ผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ก็จะสามารถอ่านข่าวได้มากกว่าการอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพราะในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มักจะมีการเสนอเฉพาะหัวข้อข่าวผู้อ่านต้องเลือกเข้าไปอ่านเนื้อหาข่าวแต่ละข่าวเอง แต่สำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์บางฉบับจะมีการนำเสนอความน่า (lead) ควบคู่ไปกับหัวข้อข่าวแต่ละข่าวเลย ผู้อ่านจึงสามารถที่จะอ่านความน่าของข่าวได้ขณะที่อ่านหัวข้อข่าว รูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในลักษณะนี้จึงอาจจะเอื้อให้ผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์

สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็คือ สื่อสิ่งพิมพ์สำหรับรายงานข่าว เหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เป็นที่สนใจของประชาชนในขณะนั้น ทั้งในและต่างประเทศรวมถึงบทความสารคดีต่าง ๆ โดยมีลักษณะการนำเสนอข่าวทางจอคอมพิวเตอร์ที่มีเครือข่ายเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาของสังคมอย่างใกล้ชิด แต่อย่างไรก็ตามการที่ผู้อ่านจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อให้เกิดผลประโยชน์กับ ผู้อ่านมากที่สุดนั้นจะต้องมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนับสนุนต่อการอ่านของบุคคลนั้น ๆ ด้วย

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา กาญจนทวี (2542) ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย โดยวิเคราะห์จากแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย 7 ฉบับ คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ บางกอกโพสต์ และเดอะเนชั่น โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 1,297 ชุด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในเมืองไทยจะมีอายุระหว่าง 18-25 ปี โดยมีความต้องการที่จะเป็นคนทันสมัย การใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 4 รองจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ แรงจูงใจที่ผลักดันให้เปิดรับคือ ความสะดวกเนื่องจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำและจะเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจโดยใช้เวลาอ่านประมาณ 10-20 นาทีในช่วงเวลา 08.00-16.00 น. ของการเปิดรับมากกว่า 1 ครั้งในแต่ละวัน วันละ 2-3 ฉบับ เนื้อหาที่นิยมอ่านมากที่สุดคือ ข่าวสังคม รองลงมาคือข่าวคอมพิวเตอร์-เทคโนโลยี ข่าวบันเทิงและข่าวภูมิภาค สำหรับความพึงพอใจที่ได้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง คือความสดใหม่ของข่าวและการใช้

มณฑิรา อินคชสาร (2539) ทำการศึกษา เรื่องการอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ : ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำและความพึงพอใจของผู้อ่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการอ่านและการรับรู้ของผู้อ่านจากการอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และความพึงพอใจในการอ่านข่าวจากข่าวจากสื่อแต่ละประเภท ผลการวิจัยพบว่า ผู้ อ่ า น ข่ า ว จ า ก หนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถอ่านข่าวในระดับความน่าได้มากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ แต่ในการอ่านข่าวถึงระดับเนื้อหา ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์สามารถอ่านข่าวได้มากกว่าผู้ที่อ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยที่ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้ในจำนวนชิ้นข่าวที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบความจำต่อชิ้นข่าวพบว่า ผู้ที่อ่านข่าวหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำข้อมูลได้มากกว่าผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ แต่เมื่อเปรียบเทียบความจำข้อมูลโดยรวมของบุคคลโดยไม่พิจารณาจำนวนชิ้นข่าวพบว่า ทั้งการอ่านจากหนังสือพิมพ์และการอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น ผู้อ่านสามารถจดจำเนื้อหาข่าวได้แตกต่างกัน สำหรับความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงพบว่า ผู้ที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถจดจำข้อมูลได้ถูกต้องตามข้อเท็จจริงมากกว่าที่อ่านจากหนังสือพิมพ์ ในด้านความสามารถในการดึงดูดความสนใจของรูปภาพและกราฟิกพบว่า รูปภาพและกราฟิกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในอันดับต้น ๆ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และในส่วนความพึงพอใจพบว่า ผู้อ่านที่อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะรู้สึกพึงพอใจในต่อลักษณะต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ทั้งสองประเภทแตกต่างกัน

อำไพศรี โสประทุม (2539) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับสื่อคอมพิวเตอร์ระบบ

DRU

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์
ของนักศึกษา ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตชั้น
ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา แล้วทำการวิเคราะห์โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี
วิธีการทางสถิติรวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตามที่ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ จึงสรุปได้ว่า
หนังสือพิมพ์ออนไลน์ทำหน้าที่เป็นสื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ ให้กับผู้รับ
สารซึ่งในที่นี้ก็คือ นักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยมีปัจจัย
เชิงจิตเป็นแรงส่งให้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วยปัจจัย
ของรูปแบบการนำเสนอ ปัจจัยที่เกิดจากสื่ออินเทอร์เน็ต ปัจจัยความต้องการใช้สื่อ
โดยมีสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ลักษณะพื้นฐานทางประชากรของนักศึกษาปริญญาโท
ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะพื้นฐานทางประชากร

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยเชิงจิตด้านความสะดวกในการใช้ น่าจะเป็นปัจจัยที่
มีน้ำหนักมากที่สุดที่นำไปสู่การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

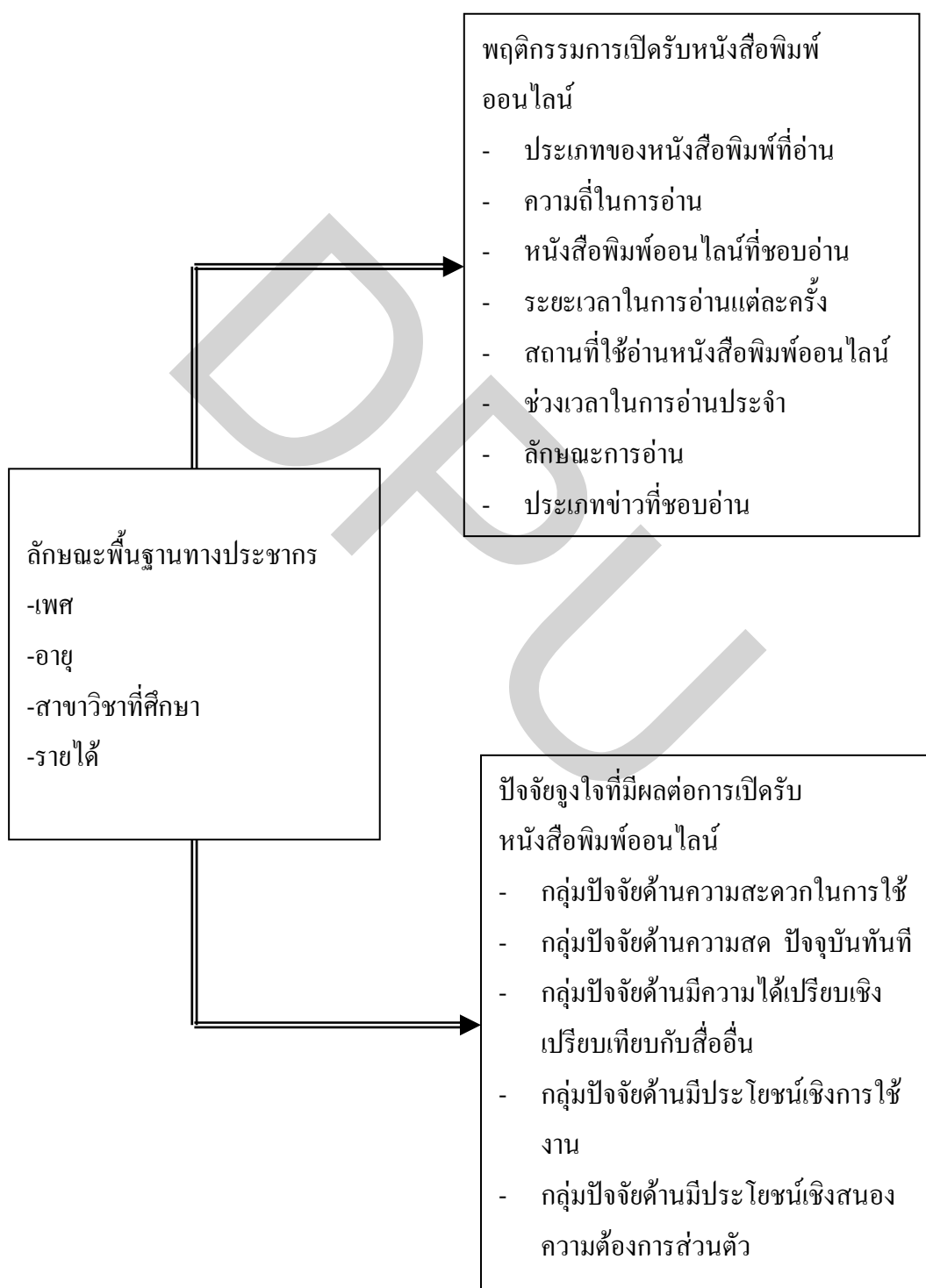
ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยเชิงจิตด้านความสะดวกในการใช้

ตัวแปรตาม คือ น้ำหนัก (ค่าเฉลี่ย) ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ดังนั้นจึงนำมาสรุปอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ นักศึกษาโดยทั่วไป

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งจำนวนนักศึกษาปริญญาโทประจำภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2544 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,582 คน (ฝ่ายทะเบียนและประมวลผล, 2544) ดังนั้นจึงนำมาคำนวณตามสูตร (Yamane, 1960) ได้ผลดังนี้

$$= \frac{1,582}{1 + (1,582)(0.05)^2}$$

$$= 319.2735$$

จึงสรุปได้ว่าจำนวนแบบสอบถามที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในการศึกษารั้งนี้ เป็นจำนวนทั้งสิ้น 320 ชุด และเพื่อให้เกิดการกระจายของข้อมูลมากที่สุด จึงได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) ที่ร้อยละ 20.23 ของจำนวนนักศึกษาในแต่ละสาขาวิชาดังต่อไปนี้

สาขาวิชา	จำนวนนักศึกษา	จำนวนตัวอย่าง
รัฐประศาสนศาสตร์	101	$20.23 \times 101 \div 100 = 21$
นิเทศศาสตร์	258	$20.23 \times 258 \div 100 = 52$
นิติศาสตร์	323	$20.23 \times 323 \div 100 = 65$
เศรษฐศาสตร์	112	$20.23 \times 112 \div 100 = 23$
บริหารธุรกิจ	788	$20.23 \times 788 \div 100 = 159$
รวม	1582	21+52+65+23+159 = 320

ขั้นตอนต่อไปก็จะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือจะสัมภาษณ์นักศึกษานิเทศศาสตร์ที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยใช้แบบสอบถามตามจำนวนสัดส่วนของแต่ละสาขาวิชา

3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มทดสอบ ซึ่งมีวิธีการดังนี้

การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity)

โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการการสอบวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบถึงความครอบคลุมของเนื้อหาการใช้ภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถามเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มทดสอบ

การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งในแต่ละข้อจะมีช่องให้ตอบ 5 ช่อง จำนวน 30 ชุดไปสัมภาษณ์นักศึกษาโดยทั่วไปที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กัลยาณมิตร เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างคนละกลุ่มและมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านเพศ อายุ สาขาวิชาที่ศึกษา และรายได้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และมีลักษณะพื้นฐานทางประชากรตรงตามกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้จริงในการวิจัย ทั้งนี้เพื่อนำผลการสัมภาษณ์มาทำการปรับปรุงเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ตรงกับวัตถุประสงค์มากที่สุด โดยการคำนวณหาค่า Reliability Coefficient Alpha ด้วยวิธีของ Cronbach ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.8366 จากสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

เมื่อ

α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

แสดงว่าคำถามในแบบสอบถามสามารถวัดตัวแปรหลักในการวิจัย และค่าที่ได้อยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่นสูง จึงสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงได้

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาโทของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยผู้วิจัยจะให้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเองและรอรับกลับ ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปิดแบบมีตัวเลือก โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร โดยจะมีลักษณะคำถามปิด

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยมีลักษณะเป็นคำถามปิด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยจะมีลักษณะเป็นคำถามปิด

5. การรวบรวมข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา

2. ให้คะแนนและลงรหัส (coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปตัวเลข (รหัส) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านได้

3. การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ในการประมวลผลข้อมูลและจัดทำตาราง วิเคราะห์ทางสถิติต่างๆ ที่ต้องการ

4. แปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผลแล้ว เพื่อจัดทำรายงานผลวิจัยต่อไป

6. การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้กำหนดการวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

ตอนที่ 1 : ลักษณะพื้นฐานทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. ชาย
2. หญิง

2. อายุ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. 21 – 30 ปี
2. 31 – 40 ปี
3. 41 – 50 ปี
4. 51 ปีขึ้นไป

3. สาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. รัฐประศาสนศาสตร์
2. นิเทศศาสตร์
3. นิติศาสตร์
4. เศรษฐศาสตร์
5. บริหารธุรกิจ

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท
2. 5,001 - 10,000 บาท
3. 10,001 – 15,000 บาท
4. 15,001 – 20,000 บาท
5. 20,001 บาทขึ้นไป

5. ปกติท่านมีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัวหรือไม่ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. มี
2. ไม่มี

ตอนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

1. ประเภทของหนังสือพิมพ์ที่ท่านอ่านประจำ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. หนังสือพิมพ์คุณภาพ เช่น สยามรัฐ มติชน
2. หนังสือพิมพ์ประชานิยม เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์
3. หนังสือพิมพ์กึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม เช่น บ้านเมือง แนวหน้า

2. ความถี่ที่ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. สัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง
2. สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง
3. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
4. น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง
5. ทุกวัน

3. หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ท่านชอบอ่านมากที่สุด แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้

1. ไทยรัฐ
2. เดลินิวส์
3. มติชน
4. ผู้จัดการ
5. ประชาชาติธุรกิจ

4. เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละครั้ง แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มดังนี้
 1. น้อยกว่า 30 นาที
 2. 31 – 60 นาที
 3. 1 – 1 ½ ชั่วโมง
 4. 1 ½ – 2 ชั่วโมง
 5. 2 – 3 ชั่วโมง
 6. ตั้งแต่ 3 ชั่วโมงขึ้นไป
5. สถานที่ที่ท่านเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้
 1. ที่ทำงาน
 2. สถานศึกษา
 3. บ้าน / ที่พัก
 4. ร้านบริการอินเทอร์เน็ต
6. ช่วงเวลาที่ท่านเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้
 1. 00.01 – 06.00 น. (หลังเที่ยงคืนถึงเช้า)
 2. 06.01 – 12.00 น. (ครึ่งวันเช้า)
 3. 12.01 – 18.00 น. (ครึ่งวันบ่าย)
 4. 18.01 – 24.00 น. (ตอนค่ำถึงเที่ยงคืน)
7. ลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้
 1. ดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย
 2. อ่านแต่พาดหัวข่าว
 3. อ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ
 4. อ่านทั้งหมด

8. ประเภทข่าวที่เปิดรับเป็นประจำ แบ่งออกเป็น 12 กลุ่มดังนี้

1. ข่าวด่วน (Breaking News)
2. ข่าวการเมือง
3. ข่าวต่างประเทศ
4. ข่าวกีฬา
5. การ์ตูน
6. สารคดี
7. คลัง (หมอดู)
8. อัตราแลกเปลี่ยน
9. พยากรณ์อากาศ
10. ข่าวบันเทิง
11. ข่าวการศึกษา

ตอนที่ 3 ข้อความที่ใช้วัดค่าตัวแปร ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับ
หนังสือพิมพ์ออนไลน์

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนและเกณฑ์การวัดค่าตัวแปรเกี่ยวกับ
ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญา
โทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

เมื่อศึกษาปริมาณความมากน้อยของแต่ละคำตอบจากผลรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยมาเป็นเกณฑ์ในการบรรยายลักษณะของค่าตัวแปรตามมาตราของลิเคิร์ต (Likert, 1961 : 97) โดยกำหนดแนวคำตอบเป็น 5 ระดับเพื่อคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น (class interval) ของความกว้างในแต่ละอันตรภาคชั้นตามสูตร ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของการให้ระดับคะแนนในแต่ละอันตรภาคชั้นจะมีลักษณะ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

จากประเด็นต่าง ๆ ที่สัมภาษณ์จะดำเนินวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

- ค่าร้อยละ (Percentage) โดยแสดงในรูปตารางแจกแจงความถี่ ซึ่งการวิเคราะห์แยกเป็นตารางทางเดียว ได้แก่ การอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการใช้บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง
- ค่าเฉลี่ย (Means) โดยแสดงในรูปตารางค่าเฉลี่ย เพื่อใช้ในการอธิบายปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ในการทดสอบสมมติฐานตามความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติขั้นสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ภายใต้การทดสอบเงื่อนไขแล้วมีรายละเอียดดังนี้

- การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย

- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้การทดสอบแบบ F - test

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา โดยมุ่งเน้นกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จากการตอบแบบสอบถามทั้งหมด 320 ชุด ปรากฏว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 316 ชุด คิดเป็นร้อยละ 98.75 ผลการวิจัยที่ได้แบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
2. พฤติกรรมในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง
3. เปรียบเทียบลักษณะของประชากรกับพฤติกรรมในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์
4. ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์
5. การทดสอบสมมติฐาน

ดังมีรายละเอียดในแต่ละตอนต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	122	38.6
หญิง	194	61.4
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่นิยมเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 194 คนคิดเป็นร้อยละ 61.4 ในขณะที่เพศชายมีจำนวน 122 คนคิดเป็นร้อยละ 38.6

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	120	38.0
31 – 40 ปี	157	49.7
41 – 50 ปี	37	11.7
51 ปีขึ้นไป	2	0.6
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุของกลุ่มตัวอย่างที่นิยมเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 157 คนคิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 120 คนคิดเป็นร้อยละ 38.0 อันดับที่สามคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากับ 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของสาขาวิชาของกลุ่มตัวอย่าง

สาขาวิชาที่ศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
รัฐประศาสนศาสตร์	24	7.6
นิเทศศาสตร์	55	17.4
นิติศาสตร์	47	14.9
เศรษฐศาสตร์	27	8.5
บริหารธุรกิจ	163	51.6
รวม	316	100.0

จากบทที่ 3 เกี่ยวกับสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสอบถาม จึงปรากฏผลตามที่กำหนดดังตารางที่ 3 คือ บริหารธุรกิจจำนวน 163 คนคิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาได้แก่ นิเทศศาสตร์จำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 17.4 นิติศาสตร์จำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 14.9 เศรษฐศาสตร์จำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 8.5 และรัฐประศาสนศาสตร์จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 7.6 อย่างไรก็ตาม ไม่อาจแปลความหมายว่า นักศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจเป็นกลุ่มที่นิยมเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด เพราะว่ามีนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจมีจำนวนมากที่สุด

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	16	5.1
5,001 – 10,000 บาท	68	21.5
10,001 – 15,000 บาท	75	23.7
15,001 – 20,000 บาท	86	27.2
สูงกว่า 20,001 บาท	71	22.5
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 86 รายคิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือนจำนวน 75 คนคิดเป็นร้อยละ 23.7 อันดับที่สามคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,001 บาทขึ้นไปจำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 22.5 อันดับที่สี่คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,001 บาท จำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 21.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 5.1

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว

คอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
มี	224	70.9
ไม่มี	92	29.1
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่มีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว กล่าวคือ จำนวน 224 คนคิดเป็นร้อยละ 70.9 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว จำนวน 92 คนคิดเป็นร้อยละ 29.1

2. พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของประเภทของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่เปิดรับประจำ

ประเภทของหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพนิยม	36	11.4
ประชานิยม	79	25.0
กึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม	201	63.6
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยมมากที่สุดจำนวน 201 คนคิดเป็นร้อยละ 63.6 กลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ประเภทประชานิยมมีจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 25.0 และ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	61	19.3
สัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง	111	35.1
สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง	71	22.5
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	58	18.4
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	15	4.7
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด คือสัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง จำนวน 111 คนคิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาได้แก่ สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง จำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 22.5 อันดับสามคือ อ่านทุกวัน จำนวน 61 คนคิดเป็นร้อยละ 19.3 อันดับสี่คือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 18.4 และจำนวนน้อยที่สุดคือ น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 4.7

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นิยมอ่านมากที่สุด

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	124	39.2
เดลินิวส์	94	29.7
มติชน	63	19.9
ผู้จัดการ	24	7.6
ประชาชาติธุรกิจ	11	3.4
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดอ่านมากที่สุดเรียงตามลำดับดังนี้ ไทยรัฐ จำนวน 124 คนคิดเป็นร้อยละ 39.2 เดลินิวส์ จำนวน 94 คนคิดเป็นร้อยละ 29.7 มติชน จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 19.9 ผู้จัดการ จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 7.6 และประชาชาติธุรกิจ จำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 3.4

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	50	15.8
31 – 60 นาที	77	24.4
1 – 1½ ชั่วโมง	110	34.8
1½ - 2 ชั่วโมง	59	18.7
2 – 3 ชั่วโมง	18	5.7
3 ชั่วโมงขึ้นไป	2	0.6
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในแต่ละครั้ง ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นจำนวนมากที่สุด คือ จะใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งประมาณ 1 – 1½ ชั่วโมง จำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ ใช้เวลาอ่านประมาณ 31 – 60 นาทีจำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 24.4 อันดับสามคือ ใช้เวลาในการอ่าน 1½ - 2 ชั่วโมงจำนวน 59 คนคิดเป็นร้อยละ 18.7 อันดับสี่คือ น้อยกว่า 30 นาทีจำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 15.8 อันดับห้าคือ ใช้เวลา 2 – 3 ชั่วโมงจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.7 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการอ่านครั้งละประมาณ 3 ชั่วโมงขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ใช้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ที่ทำงาน	74	23.4
สถานศึกษา	73	23.1
บ้าน / ที่พัก	164	51.9
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	5	1.6
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่า บ้าน / ที่พัก เป็นสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 164 คนคิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ ที่ทำงาน จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 23.4 อันดับที่ 3 คือ สถานศึกษา จำนวน 73 คนคิดเป็นร้อยละ 23.1 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 1.6

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
00.01 – 06.00 น.	6	1.9
06.01 – 12.00 น.	52	16.5
12.01 – 18.00 น.	116	36.7
18.01 – 24.00 น.	142	44.9
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่า ช่วงเวลาที่นิยมเปิดมากที่สุดคือเวลากลางคืน ระหว่าง 18.01 – 24.00 น. จำนวน 142 คนคิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ ระหว่างเวลา 12.01 – 18.00 น. จำนวน 116 คนคิดเป็นร้อยละ 36.7 อันดับสามคือ ระหว่างเวลา 06.01 – 12.00 น. จำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 16.5 และช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์น้อยที่สุด คือระหว่างเวลา 00.01 – 06.00 น. จำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของลักษณะการเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ลักษณะการเปิดอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย	27	8.5
อ่านแต่พาดหัวข่าว	62	19.6
อ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ	208	65.8
อ่านทั้งหมด	19	6.0
รวม	316	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ลักษณะการอ่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 208 คนคิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาได้แก่ อ่านแต่พาดหัวข่าว จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 19.6 ดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย จำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 8.5 และอ่านทั้งหมด จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของประเภทรายการที่นิยมเปิดรับ

ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวด่วน (Breaking News)	255	80.7
ข่าวต่างประเทศ	192	60.8
ข่าวการเมือง	164	51.9
ข่าวบันเทิง	142	44.9
สารคดี	96	30.4
ข่าวกีฬา	95	30.1
ข่าวการศึกษา	81	25.6
คูดวง	57	18.0
อัตราแลกเปลี่ยน	22	7.0
การ์ตูน	18	5.7
พยากรณ์อากาศ	9	2.8

จากตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทรายการที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดอ่านในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่าประเภทของรายการที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดอ่านมากที่สุด คือ ข่าวด่วน (Breaking News) จำนวน 255 คนคิดเป็นร้อยละ 80.7 ข่าวต่างประเทศ จำนวน 192 คิดเป็นร้อยละ 60.8 ข่าวการเมือง จำนวน 164 คนคิดเป็นร้อยละ 51.9 สำหรับรายการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด คือ พยากรณ์อากาศ จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.8 การ์ตูน จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.7 และอัตราแลกเปลี่ยน จำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 7.0

3. เปรียบเทียบลักษณะของประชากรกับพฤติกรรม的开รับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากคำกล่าวของ Schramm (1993) ที่ว่า การแสวงหาข่าวสารเกิดขึ้นจากความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว และความต้องการที่แตกต่างกันจึงส่งผลให้พฤติกรรม的开รับรู้ในเนื้อหาต่างกัน

ในส่วนนี้จะทำการวิเคราะห์พฤติกรรม的开รับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในสองลักษณะคือ ความละเอียดในการอ่าน และรายการที่สนใจอ่าน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 14 ความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามเพศ

เพศ	เฉพาะรูป และ คำบรรยาย	อ่าน แต่ พาด หัวข่าว	อ่าน เฉพาะ เรื่อง ที่สนใจ	อ่าน ทั้งหมด	รวม
ชาย	3.2	7.9	25.0	2.5	38.6
หญิง	5.4	11.7	40.8	3.5	61.4
รวม	8.5	19.6	65.8	6.0	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงร้อยละของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามเพศ พบว่า ทั้งเพศชายและหญิงต่างก็มีลักษณะในการเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เฉพาะเรื่องที่ตนสนใจเท่านั้นเป็นจำนวนมากที่สุด ส่วนเรื่องที่ไม่ค่อยสนใจจะข้ามเลยไปไม่อ่านอย่างถึถ้วนทั้งหมด

ตารางที่ 15 ความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามอายุ

อายุ	ดูเฉพาะรูป และ คำบรรยาย	อ่าน แต่ พาด หัวข่าว	อ่าน เฉพาะ เรื่อง ที่สนใจ	อ่าน ทั้งหมด	รวม
21 – 30 ปี	3.2	4.7	27.8	2.2	38.0
31 – 40 ปี	4.4	13.3	29.1	2.8	49.7
41 – 50 ปี	0.9	1.6	8.5	0.6	11.7
51 ปีขึ้นไป	0	0	0.3	0.3	0.6
รวม	8.5	19.6	65.8	6.0	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงร้อยละของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามอายุ พบว่า ระดับอายุที่ต่างกันจะไม่มี ความแตกต่างในพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป จะอ่านเฉพาะเรื่องที่น่าสนใจกับอ่านทั้งหมดเท่า ๆ กัน

ตารางที่ 16 ความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามสาขาวิชา

สาขาวิชา	เฉพาะรูป และ คำบรรยาย	อ่าน แต่ พาด หัวข่าว	อ่าน เฉพาะ เรื่อง ที่สนใจ	อ่าน ทั้งหมด	รวม
รัฐประศาสนศาสตร์	0.6	1.3	4.7	0.9	7.6
นิเทศศาสตร์	1.9	1.9	12.3	1.3	17.4
นิติศาสตร์	1.9	1.9	10.1	0.9	14.9
เศรษฐศาสตร์	0	1.9	6.3	0.3	8.5
บริหารธุรกิจ	4.1	12.7	32.3	2.5	51.6
รวม	8.5	19.6	65.8	6.0	100.0

จากตารางที่ 16 แสดงร้อยละของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามสาขาวิชา พบว่า นักศึกษาทุกสาขาวิชามีพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่เหมือนกันมากที่สุดคือ อ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ นอกนั้นนักศึกษาจะมีความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกันเล็กน้อย

ตารางที่ 17 ความละเอียดในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามรายได้

รายได้	เฉพาะรูป และ คำบรรยาย	อ่าน แต่ พาด หัวข่าว	อ่าน เฉพาะ เรื่อง ที่สนใจ	อ่าน ทั้งหมด	รวม
ต่ำกว่า 5,000 บาท	0.9	0.6	3.2	0.3	5.1
5,001 – 10,000 บาท	1.6	2.8	15.2	1.9	21.5
10,001 – 15,000 บาท	2.2	3.2	15.8	2.5	23.7
15,001 – 20,000 บาท	1.9	4.7	19.3	1.3	27.2
20,001 บาทขึ้นไป	1.9	8.2	12.3	0	22.5
รวม	8.5	19.6	65.8	6.0	100.0

จากตารางที่ 17 แสดงร้อยละของนักศึกษาที่มีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามรายได้ พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันจะไม่มี ความแตกต่างในพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตารางที่ 18 ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามเพศ

ลักษณะรายการ	ชาย	หญิง	รวม
ข่าวด่วน (Breaking News)	8.8	13.7	22.5
ข่าวการเมือง	7.1	7.4	14.5
ข่าวต่างประเทศ	7.1	9.9	17.0
ข่าวกีฬา	5.4	3.0	8.4
การ์ตูน	0.7	0.9	1.6
สารคดี	1.8	6.7	8.5
คู่มือ	0.7	4.3	5.0
อัตราแลกเปลี่ยน	0.7	1.2	1.9
พยากรณ์	0.2	0.6	0.8
ข่าวบันเทิง	2.5	10.1	12.6
ข่าวการศึกษา	2.7	4.5	7.2
รวม	37.6	62.4	100.0

จากตารางที่ 18 จะเห็นได้ว่า นักศึกษาที่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งเพศชายและหญิงมีพฤติกรรมในการอ่านตามลักษณะรายการที่ต่างกัน กล่าวคือ รายการที่นักศึกษาเพศชายนิยมอ่านมากที่สุดคือ ข่าวด่วน (8.8%) ข่าวการเมืองและข่าวต่างประเทศเท่ากัน (7.1%) ข่าวกีฬา (5.4%) ในขณะที่นักศึกษาเพศหญิงนิยมอ่านมากที่สุดคือ ข่าวด่วน (13.7%) ข่าวบันเทิง (10.1%) และข่าวต่างประเทศ (9.9%)

โดยสรุปคือว่า ทั้งเพศชายและหญิงจะนิยมอ่านข่าวด่วนมากที่สุด ส่วนอันดับรองจะอ่านต่างกัน

ตารางที่ 19 ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามอายุ

ลักษณะรายการ	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปี ขึ้นไป	รวม
ข่าวด่วน (Breaking News)	8.1	11.7	2.6	0.2	22.5
ข่าวการเมือง	5.5	7.0	1.9	0.2	14.5
ข่าวต่างประเทศ	5.3	9.5	2.1	0.1	17.0
ข่าวกีฬา	2.9	4.7	0.8	0	8.4
การ์ตูน	0.9	0.3	0.4	0	1.6
สารคดี	3.4	4.2	0.8	0	8.5
คู่มือ	1.8	2.7	0.6	0	5.0
อัตราแลกเปลี่ยน	1.1	0.6	0.3	0	1.9
พยากรณ์	0.2	0.4	0.2	0.1	0.8
ข่าวบันเทิง	5.7	6.0	0.8	0.1	12.6
ข่าวการศึกษา	3.4	3.3	0.4	0.1	7.2
รวม	38.3	50.2	10.8	10.8	100.0

จากตารางที่ 19 จะเห็นได้ว่า ข่าวที่นักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปีนิยมอ่านมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข่าวด่วน (8.1%) ข่าวบันเทิง (5.7%) และข่าวการเมือง (5.5%) สำหรับข่าวที่นักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปีนิยมอ่านมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข่าวด่วน (11.7%) ข่าวต่างประเทศ (9.5%) และข่าวการเมือง (7.0%) ส่วนนักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีนิยมอ่านมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข่าวด่วน (2.6%) ข่าวต่างประเทศ (2.1%) และข่าวการเมือง (1.9%) สำหรับนักศึกษาที่มีอายุ

โดยสรุป นักศึกษาทุกระดับอายุนิยมอ่านข่าวค่อนข้างมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงไปคือ ข่าวการเมือง หรือข่าวบันเทิง หรือข่าวต่างประเทศ สลับกัน ตารางที่ 20 ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามสาขา

ลักษณะรายการ	รัฐ ประศาสน ฯ	นิเทศ ศาสตร์	นิติ ศาสตร์	เศรษฐศา สตร์	บริหารธุ รกิจ	รวม
ข่าวด่วน (Breaking News)	1.9	3.4	3.5	2.2	11.5	22.5
ข่าวการเมือง	1.2	2.5	2.1	1.9	6.8	14.5
ข่าวต่างประเทศ	0.8	1.2	1.5	2.0	11.4	17.0
ข่าวกีฬา	0.1	1.2	0.9	0.5	5.7	8.4
การ์ตูน	0	0.7	0.2	0.2	0.5	1.6
สารคดี	0.6	1.7	1.1	0.2	4.9	8.5
คู่มือ	0.4	1.0	0.4	0.1	3.1	5.0
อัตราแลกเปลี่ยน	0	0.4	0	0.1	1.4	1.9
พยากรณ์	0.2	0.2	0.2	0	0.3	0.8
ข่าวบันเทิง	1.6	2.2	2.0	1.0	5.7	12.6
ข่าวการศึกษา	0.2	1.0	2.0	0.4	3.5	7.2
รวม	7.0	15.6	14.1	8.6	54.8	100.0

จากตารางที่ 20 ปรากฏว่า ข่าวที่นักศึกษาสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ นิยมอ่านมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข่าวด่วน (1.9%) ข่าวบันเทิง (1.6%) และข่าวการเมือง (1.2%) ส่วนข่าวที่นักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์นิยมอ่านมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข่าวด่วน (3.4%) ข่าวการเมือง (2.5%) และข่าวบันเทิง (2.2%) สำหรับข่าวที่นักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์นิยมอ่านมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข่าวด่วน (3.5%) ข่าวการเมือง (2.1%) และข่าวบันเทิงกับข่าวการศึกษาเท่ากัน (2.0%)

ตารางที่ 21 ลักษณะรายการที่นิยมเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แยกตามรายได้

ลักษณะรายการ	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	รวม
ข่าวด่วน (Breaking News)	1.0	4.3	5.2	5.9	6.1	22.5
ข่าวการเมือง	0.4	3.1	2.8	4.8	3.4	14.5
ข่าวต่างประเทศ	0.7	3.0	3.4	5.2	4.7	17.0
ข่าวกีฬา	0.8	2.0	1.6	1.9	2.1	8.4
การ์ตูน	0.3	0.5	0.3	0.4	0.2	1.6
สารคดี	0.5	2.4	2.5	1.9	1.1	8.5
คูดวง	0.3	0.8	1.8	1.5	0.7	5.0
อัตราแลกเปลี่ยน	0.4	0.6	0.3	0.4	0.4	1.9
พยากรณ์	0.1	0.3	0.2	0.2	0.1	0.8
ข่าวบันเทิง	0.4	2.8	3.5	3.3	2.6	12.6
ข่าวการศึกษา	0.3	2.1	2.3	1.6	0.9	7.2
รวม	5.0	22.0	23.8	27.0	22.2	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า ข่าวที่นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทนิยมอ่านมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข่าวด่วน (1.0%) ข่าวกีฬา (0.8%) และข่าวต่างประเทศ (0.7%) ส่วนข่าวที่นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาทนิยมอ่านมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ข่าวด่วน (4.3%) ข่าวการเมือง (3.1%) และข่าวต่างประเทศ (3.0%) ขณะที่ข่าวที่นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท

4. ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตารางที่ 22 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตด้านสะดวกในการใช้

ปัจจัยเชิงจิตเนื่องจาก สะดวกในการใช้	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ความหมาย
1. มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต อยู่เป็นประจำ	208	53	39	8	8	4.41	มากที่สุด
2. มีความสะดวกในการ เปิดรับข้อมูลได้ง่าย	175	77	45	11	8	4.27	มากที่สุด
3. สะดวกในการสืบค้น ข้อมูลจาก Search Engine	181	30	63	22	20	4.04	มาก
รวม						4.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยเชิงจิตด้านสะดวกในการใช้ มีค่าเฉลี่ย 4.24 จัดว่าเป็นกลุ่มปัจจัยที่มีผลเชิงจิตให้นักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ปัจจัยเชิงจิตด้านสะดวกในการใช้ประกอบด้วย

1. มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.41 จัดว่าเป็นปัจจัย
 จูงใจที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา

2. มีความสะดวกในการเปิดรับข้อมูลได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.27

3. สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine มีค่าเฉลี่ย 4.04

โดยสรุป นักศึกษาที่มีความพร้อมใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ย่อมมี
 โอกาสอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่า โดยเฉพาะมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เป็น
 ประจำทำให้สะดวกต่อการเปิดรับ

ตารางที่ 23 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยจูงใจด้านมีความสด ปัจจุบันทันที

ปัจจัยจูงใจเนื่องจาก มีความสด ปัจจุบันทันที	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ความหมาย
1. สามารถติดตามข่าวสาร ที่ต้องการได้ตลอดเวลา	216	9	53	17	21	4.21	มากที่สุด
2. ความสดใหม่ของข่าว ในแต่ละวัน	165	70	52	17	12	4.14	มาก
3. มีการเสนอข่าวรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	118	101	65	16	16	3.91	มาก
รวม						4.09	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยจูงใจด้านมีความสด ปัจจุบันทันที เป็นกลุ่ม
 ปัจจัยที่มีผลจูงใจให้นักศึกษาปริญญาโทเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ในระดับ
 เห็นด้วยมากมีค่าเฉลี่ย 4.09 ปัจจัยจูงใจในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

1. สามารถติดตามข่าวสารที่ต้องการได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 4.21

2. ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน มีค่าเฉลี่ย 4.14

3. มีการเสนอข่าวรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.91

โดยสรุปหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้รับการพัฒนานวัตกรรมอย่างหนึ่งที่มีผลทำให้มีความสดใหม่เท่าทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จากการเชื่อมโยงของเทคโนโลยีสมัยใหม่

ตารางที่ 24 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตด้านมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ

ปัจจัยเชิงจิตเนื่องจาก ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ความหมาย
1. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลัง	126	140	36	10	4	4.18	มาก
2. มีรายละเอียดและเนื้อหาดี เป็นสัดส่วน	106	91	86	16	17	3.80	มาก
3. สามารถแสดงความคิดเห็น ในประเด็นต่าง ๆ	95	115	65	19	22	3.77	มาก
4. ตำแหน่งของข่าวใน แต่ละหน้าเรียงลำดับ	92	111	63	28	22	3.71	มาก
5. มีการวิเคราะห์ข่าวและ ข้อมูลแบบเจาะลึก	37	150	81	23	25	3.48	มาก
รวม						3.79	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่าปัจจัยเชิงจิตด้านมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (กับสื่ออื่น) เป็นกลุ่มปัจจัยที่มีผลเชิงจิตให้นักศึกษาปริญญาโทเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ในระดับมากอีกกลุ่มปัจจัยหนึ่งซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยเชิงจิตกลุ่มนี้ประกอบด้วย

1. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลัง มีค่าเฉลี่ย 4.18
2. มีรายละเอียดและเนื้อหาดีเป็นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ย 3.80
3. สามารถแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.77

4. ตำแหน่งของข่าวในแต่ละหน้าเรียงลำดับ มีค่าเฉลี่ย 3.71

5. มีการวิเคราะห์ข่าวและข้อมูลแบบเจาะลึกตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ย 3.48

โดยสรุปหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องมีคุณภาพดีจึงจะสามารถดึงดูดให้มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้นเรื่อย ๆ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาในทุก ๆ ด้านอย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ 25 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตกลุ่มมีประโยชน์เชิงการใช้งาน

ปัจจัยเชิงจิตเนื่องจาก มีประโยชน์เชิงการใช้งาน	เห็น ด้วย มาก ที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็น ด้วย น้อย ที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ความหมาย
1. สอบถามข้อข้องใจกับ บรรณาธิการได้สะดวก	32	131	101	22	30	3.36	ปานกลาง
2. เพื่อนำไปใช้ในการ อ้างอิง	30	182	79	12	13	3.65	มาก
3. เพื่อนำไปประกอบ การทำงาน/การเรียน	42	148	98	14	14	3.60	มาก
รวม						3.54	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่าปัจจัยเชิงจิตกลุ่มมีประโยชน์เชิงการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.54 เป็นอีกกลุ่มปัจจัยที่มีผลเชิงจิตให้นักศึกษาปริญญาโทเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์อยู่ในระดับความเห็นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 ปัจจัยเชิงจิตกลุ่มนี้ประกอบด้วย

1. เพื่อนำไปใช้ในการอ้างอิง มีค่าเฉลี่ย 3.65
2. เพื่อนำไปประกอบการทำงาน/การเรียน มีค่าเฉลี่ย 3.60
3. สอบถามข้อข้องใจกับบรรณาธิการได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.36

โดยสรุป นักศึกษาที่ได้รับประโยชน์จากการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ย่อมต้องการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับประโยชน์

ตารางที่ 26 จำนวนและค่าเฉลี่ยของปัจจัยเชิงจิตด้านมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว

ปัจจัยเชิงจิตเนื่องจากมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ความหมาย
1. มีบทความของนักเขียนที่ชื่นชอบ	45	142	78	31	20	3.51	มาก
2. ได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟิกและสีสันต่าง ๆ	61	108	77	39	31	3.41	มาก
3. ให้ความรู้สึกรู้ว่าเป็นคนทันสมัย	34	127	85	35	35	3.28	ปานกลาง
รวม						3.40	ปานกลาง

จากตารางที่ 26 พบว่าปัจจัยเชิงจิตด้านมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว เป็นกลุ่มปัจจัยที่มีผลเชิงจิตอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ปัจจัยเชิงจิตดังกล่าวนี้ประกอบด้วย

1. มีบทความของนักเขียนที่ชื่นชอบ มีค่าเฉลี่ย 3.51
2. ได้รับความเพลิดเพลินจากการฟิกและสีสันต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.41
3. ให้ความรู้สึกรู้ว่าเป็นคนทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.28

เนื่องจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นนวัตกรรมใหม่ที่จะต้องใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตจึงอาจทำให้ความต้องการส่วนตัวมีความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยเชิงจิตอื่น ๆ

5. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะพื้นฐานทางประชากรที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน ซึ่งลักษณะพื้นฐานทางประชากรประกอบด้วย เพศ อายุ สาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ และรายได้ สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้แก่ ประเภทของหนังสือพิมพ์ ความถี่ ชื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ระยะเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง สถานที่ที่อ่าน ช่วงเวลาที่นิยมอ่าน และลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อยที่ 1.1

H_0 : เพศต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างประเภทกัน

H_1 : เพศต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างประเภทกัน

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	.917	2	.632
หญิง			

จากตารางที่ 27 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .632 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ เพศต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างประเภทกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2

H_0 : เพศต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 28 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	9.463	4	.051
หญิง			

จากตารางที่ 28 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .051 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ เพศต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.3

H_0 : เพศต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับต่างกัน

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	10.007	4	.040
หญิง			

จากตารางที่ 29 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้ออกคือ .040 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ เพศต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.4

H_0 : เพศต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	12.748	5	.026
หญิง			

จากตารางที่ 30 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้ออกคือ .026 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ เพศต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.5

H_0 : เพศต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 31 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	1.376	3	.711
หญิง			

จากตารางที่ 31 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้ออกคือ .711 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ เพศต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.6

H_0 : เพศต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาไม่ต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาต่างกัน

ตารางที่ 32 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.6 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	5.385	3	.146
หญิง			

จากตารางที่ 32 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.6 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้ออกคือ .146 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ เพศต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.7

H_0 : เพศต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.7 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

เพศ	Chi-Square	D.F.	Sig.
ชาย	.238	3	.971
หญิง			

จากตารางที่ 33 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.7 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้ออกคือ .971 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ เพศต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.8

H_0 : อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างประเภทกัน

H_1 : อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างประเภทกัน

ตารางที่ 34 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.8 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
21 – 30 ปี	32.707	6	.000
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 34 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.8 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้ออกคือ .000 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างประเภทกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.9

H_0 : อายุต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 35 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.9 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
21 – 30 ปี	26.640	12	.005
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 35 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.9 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .005 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ อายุต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.10

H_0 : อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับต่างกัน

ตารางที่ 36 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.10 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
21 – 30 ปี	16.532	12	.168
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 36 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.10 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .168 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.11

H_0 : อายุต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 37 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.11 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
21 – 30 ปี	22.849	15	.087
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 37 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.11 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .087 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ อายุต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.12

H_0 : อายุต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 38 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.12 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
21 – 30 ปี	27.148	9	.001
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 38 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.12 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .001 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ อายุต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.13

H_0 : อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาไม่ต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาต่างกัน

ตารางที่ 39 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.13 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
21 – 30 ปี	9.488	9	.393
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 39 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.13 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .393 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ อายุต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.14

H_0 : อายุต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 40 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.14 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

อายุ	Chi-Square	D.F.	Sig.
21 – 30 ปี	17.599	9	.040
31 – 40 ปี			
41 – 50 ปี			
51 ปีขึ้นไป			

จากตารางที่ 40 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.14 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .040 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ อายุต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.15

H_0 : สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างประเภทกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างประเภทกัน

ตารางที่ 41 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.15 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

สาขาวิชาที่ศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
รัฐประศาสนศาสตร์	176.642	8	.000
นิเทศศาสตร์			
นิติศาสตร์			
เศรษฐศาสตร์			
บริหารธุรกิจ			

จากตารางที่ 41 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.15 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .000 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างประเภทกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.16

H_0 : สาขาวิชาต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 42 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.16 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

สาขาวิชาที่ศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
รัฐประศาสนศาสตร์	63.976	16	.000
นิเทศศาสตร์			
นิติศาสตร์			
เศรษฐศาสตร์			
บริหารธุรกิจ			

จากตารางที่ 42 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.16 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .000 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.17

H_0 : สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับไม่ต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับต่างกัน

ตารางที่ 43 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.17 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

สาขาวิชาที่ศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
รัฐประศาสนศาสตร์	71.921	16	.000
นิเทศศาสตร์			
นิติศาสตร์			
เศรษฐศาสตร์			
บริหารธุรกิจ			

จากตารางที่ 43 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.17 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .000 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.18

H_0 : สาขาวิชาต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 44 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.18 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

สาขาวิชาที่ศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
รัฐประศาสนศาสตร์	86.355	20	.000
นิเทศศาสตร์			
นิติศาสตร์			
เศรษฐศาสตร์			
บริหารธุรกิจ			

จากตารางที่ 44 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.18 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .000 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.19

H_0 : สาขาวิชาต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 45 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.19 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

สาขาวิชาที่ศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
รัฐประศาสนศาสตร์	19.308	12	.081
นิเทศศาสตร์			
นิติศาสตร์			
เศรษฐศาสตร์			
บริหารธุรกิจ			

จากตารางที่ 45 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.19 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .081 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.20

H_0 : สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาไม่ต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาต่างกัน

ตารางที่ 46 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.20 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

สาขาวิชาที่ศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
รัฐประศาสนศาสตร์	13.706	12	.320
นิเทศศาสตร์			
นิติศาสตร์			
เศรษฐศาสตร์			
บริหารธุรกิจ			

จากตารางที่ 46 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.20 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .320 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ สาขาวิชาต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.21

H_0 : สาขาวิชาต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สาขาวิชาต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 47 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.21 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

สาขาวิชาที่ศึกษา	Chi-Square	D.F.	Sig.
รัฐประศาสนศาสตร์	12.413	12	.413
นิเทศศาสตร์			
นิติศาสตร์			
เศรษฐศาสตร์			
บริหารธุรกิจ			

จากตารางที่ 47 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.21 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .413 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือสาขาวิชาต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.22

H_0 : รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างประเภทกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างประเภทกัน

ตารางที่ 48 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.22 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	41.375	8	.000
5,001 – 10,000 บาท			
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
สูงกว่า 20,001 บาท			

จากตารางที่ 48 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.22 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .000 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างประเภทกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.23

H_0 : รายได้ต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 49 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.23 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	37.838	16	.002
5,001 – 10,000 บาท			
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
สูงกว่า 20,001 บาท			

จากตารางที่ 49 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.23 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .002 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะมีความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.24

H_0 : รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับต่างกัน

ตารางที่ 50 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.24 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	23.828	16	.093
5,001 – 10,000 บาท			
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
สูงกว่า 20,001 บาท			

จากตารางที่ 50 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.24 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .093 ซึ่งมากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.25

H_0 : รายได้ต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 51 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.25 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	46.942	20	.001
5,001 – 10,000 บาท			
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
สูงกว่า 20,001 บาท			

จากตารางที่ 51 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.25 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .001 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.26

H_0 : รายได้ต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 52 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.26 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	55.091	12	.000
5,001 – 10,000 บาท			
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
สูงกว่า 20,001 บาท			

จากตารางที่ 52 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.26 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .000 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะใช้สถานที่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.27

H_0 : รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาไม่ต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาต่างกัน

ตารางที่ 53 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.27 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	24.382	12	.018
5,001 – 10,000 บาท			
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
สูงกว่า 20,001 บาท			

จากตารางที่ 53 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.27 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .018 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงเวลาต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.28

H_0 : รายได้ต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 54 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.28 โดยใช้สถิติไค-สแควร์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Chi-Square	D.F.	Sig.
ต่ำกว่า 5,000 บาท	26.390	12	.009
5,001 – 10,000 บาท			
10,001 – 15,000 บาท			
15,001 – 20,000 บาท			
สูงกว่า 20,001 บาท			

จากตารางที่ 54 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.28 ปรากฏผลว่า ค่า Sig. ที่ได้คือ .009 ซึ่งน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ต่างกันจะมีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยเชิงจิตด้านความสะดวกในการใช้ น่าจะเป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักมากที่สุดที่นำไปสู่การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตารางที่ 55 ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงจิตด้านความสะดวกในการใช้

กลุ่มสะดวกในการใช้	ค่าเฉลี่ย (mean)	ค่าน้ำหนัก (mean rank)
มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ	4.41	11.71
มีความสะดวกในการเปิดรับข้อมูลได้ง่าย	4.27	11.18
สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine	4.04	10.19
รวม	4.24	11.02

จากตารางที่ 55 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักตามวิธีของฟรีดแมน ปรากฏว่า กลุ่มสะดวกในการใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และค่าน้ำหนักเท่ากับ 11.02

ตารางที่ 56 ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงจิตด้านความสะดวก ปัจจุบันทันที

กลุ่มมีความสด ปัจจุบันทันที	ค่าเฉลี่ย (mean)	ค่าน้ำหนัก (mean rank)
สามารถติดตามข่าวสารที่ต้องการได้ตลอดเวลา	4.21	11.13
ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน	4.14	10.47
มีการเสนอข่าวรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	3.91	9.58
รวม	4.09	10.39

จากตารางที่ 56 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักตามวิธีของฟรีดแมน
ปรากฏว่า กลุ่มมีความสด ปัจจุบันทันที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และค่าน้ำหนักเท่ากับ
10.39

ตารางที่ 57 ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงใจมีความได้เปรียบเชิง
เปรียบเทียบ (กับสื่ออื่น)

กลุ่มมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (กับสื่ออื่น)	ค่าเฉลี่ย (mean)	ค่าน้ำหนัก (mean rank)
สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลัง	4.18	10.47
มีรายละเอียดและเนื้อหาดีเป็นสัดส่วน	3.80	8.65
สามารถแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ	3.77	8.96
ตำแหน่งของข่าวในแต่ละหน้าเรียงลำดับ	3.71	8.60
มีการวิเคราะห์ข่าวและข้อมูลแบบเจาะลึกตรง ประเด็น	3.48	7.57
รวม	3.79	8.85

จากตารางที่ 57 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักตามวิธีของฟรีดแมน
ปรากฏว่า กลุ่มมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (กับสื่ออื่น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79
และค่าน้ำหนักเท่ากับ 8.85

ตารางที่ 58 ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงจิตมีประโยชน์เชิงการใช้งาน

กลุ่มมีประโยชน์เชิงการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย (mean)	ค่าน้ำหนัก (mean rank)
เพื่อนำไปใช้ในการอ้างอิง	3.65	7.87
เพื่อนำไปประกอบการทำงาน/การเรียนรู้	3.60	7.52
สอบถามข้อข้องใจกับบรรณาธิการได้สะดวก	3.36	6.96
รวม	3.54	7.45

จากตารางที่ 58 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักตามวิธีของฟรีดแมน ปรากฏว่า กลุ่มมีประโยชน์เชิงการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และค่าน้ำหนักเท่ากับ 7.45

ตารางที่ 59 ค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยเชิงจิตมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว

กลุ่มมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย (mean)	ค่าน้ำหนัก (mean rank)
มีบทความของนักเขียนที่ชื่นชอบ	3.51	7.39
ได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟิกและสีสันต่างๆ	3.41	7.75
ให้ความรู้สึกรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.28	6.99
รวม	3.40	7.37

จากตารางที่ 59 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักตามวิธีของฟรีดแมน ปรากฏว่า กลุ่มมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 และค่าน้ำหนักเท่ากับ 7.37

ตารางที่ 60 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของกลุ่มปัจจัยจูงใจ

ประเภทของปัจจัยจูงใจ	ค่าเฉลี่ย (mean)	ค่าน้ำหนัก (mean rank)
กลุ่มสะดวกในการใช้	4.24	11.02
กลุ่มมีความสุข ปัจจุบันทันที	4.09	10.39
กลุ่มมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (กับสื่ออื่น)	3.79	8.85
กลุ่มมีประโยชน์เชิงการใช้งาน	3.54	7.45
กลุ่มมีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว	3.40	7.37

จากตารางที่ 60 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักของแต่ละกลุ่มปัจจัยจูงใจ ปรากฏว่า ปัจจัยจูงใจกลุ่มสะดวกในการใช้ มีค่าเฉลี่ยและค่าน้ำหนักมากที่สุด ที่นำไปสู่การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

ผลของนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี จึงทำให้อินเทอร์เน็ตมีบทบาทอย่างมากต่อการติดต่อข่าวสาร ข้อมูล และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว ดังกล่าวไว้ว่าปัจจุบันการสื่อสารอยู่ในยุคของโลกไร้พรมแดน เพียงใช้นวัตกรรมที่ปุ่มของเมาส์ไปตามคำสั่งในจอคอมพิวเตอร์เท่านั้นก็ทำให้เราสามารถรับรู้ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เราต้องการจากเว็บไซต์ได้

จากหลักการดังกล่าวก่อให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นในเกือบทุกวงการที่จะพยายามพัฒนาศักยภาพของตนเองเพื่อให้เท่าทันกับคู่แข่งอื่น ๆ ซึ่งหนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็เช่นเดียวกัน ในปัจจุบันที่ได้อาศัยการขยายนวัตกรรมใหม่ขึ้นโดยการใช้กระบวนการเชื่อมโยงของอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ผู้บริโภคทั่วไปสามารถเลือกอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ที่เป็นรูปเล่มสิ่งพิมพ์อย่างในอดีต หรืออ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ปรากฏทางจอคอมพิวเตอร์ก็ได้

การศึกษาปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานทางประชากรของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยน์ที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโท ในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยน์ รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีผลเชิงจิตให้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตยน์ โดยทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่กำหนดทั้งหมด 320 ราย ปรากฏว่ามีแบบสอบถามที่ชำรุด 4 ราย ดังนั้นจำนวนแบบสอบถามที่นำมาทำการรวบรวมข้อมูลจึงมีทั้งหมด 316 รายคิดเป็นร้อยละ 98.75

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการสำรวจ (Survey Method) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูล และใช้การเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) วิธีสุ่มตัวอย่างใช้แบบหลายวิธี วิธีที่ 1 สุ่มแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) จากจำนวนนักศึกษาปริญญาโททั้งหมดที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ประจำปีการศึกษา 2544 ภาคเรียนที่ 1 วิธีที่ 2 สุ่มแบบเจาะจง (Specific Sampling) เฉพาะนักศึกษาที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของแต่ละสาขาวิชา รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered Questionnaire)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแสดงในรูปตารางเพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะพื้นฐานทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และปัจจัยที่มีผลลงใจให้นักศึกษาเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรสองลักษณะ (Chi-Square) และการหาค่าน้ำหนักของตัวแปรด้วยวิธีฟรีดแมน (Mean Rank)

การวิเคราะห์ครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for windows version 10 ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดัง 4 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลลงใจต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตอนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะพื้นฐานทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะพื้นฐานทางประชากรของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 194 คนคิดเป็นร้อยละ 61.4 ในขณะที่เพศชายมีจำนวน 122 คนคิดเป็นร้อยละ 38.6 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี เป็นจำนวนมากที่สุดคือ 157 คนคิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 120 คนคิดเป็นร้อยละ 38.0 อันดับที่สามคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดเท่ากับ 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.6

ส่วนของสาขาวิชาที่ศึกษาอยู่พบว่า บริหารธุรกิจจำนวน 163 คนคิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาได้แก่ นิเทศศาสตร์จำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 17.4 นิติศาสตร์จำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 14.9 เศรษฐศาสตร์จำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 8.5 และรัฐประศาสนศาสตร์จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 7.6 อย่างไรก็ตาม ไม่อาจแปลความหมายว่า นักศึกษาสาขาวิชาบริหารธุรกิจเป็นกลุ่มที่นิยมเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด เพราะว่านักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมีจำนวนมากที่สุด

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 86 รายคิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาทต่อเดือนจำนวน 75 คนคิดเป็นร้อยละ 23.7 อันดับที่สามคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,001 บาทขึ้นไปจำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 22.5 อันดับที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,001 บาทจำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 21.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาทจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 5.1

ส่วนใหญ่นักศึกษาจะมีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว กล่าวคือ จำนวน 224 คนคิดเป็นร้อยละ 70.9 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ที่ไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว จำนวน 92 คนคิดเป็นร้อยละ 29.1

โดยสรุปส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี ศึกษาอยู่ในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท และเกือบทั้งหมดจะมีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวใช้

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

แต่เดิมประชาชนโดยทั่วไปจะนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ธรรมดา จนกระทั่งมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เจริญรุดหน้าเทียบเท่าานาประเทศขึ้น จึงทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้กำเนิดขึ้น ดังนั้นผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์บางส่วนก็ยังคงอ่านหนังสือพิมพ์ธรรมดา ในขณะที่บางส่วนก็เริ่มเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ตที่ถือได้ว่ามีความเท่าทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นด้วย ฉะนั้นพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

หนังสือพิมพ์ประเภทถึงคุณภาพถึงประชนนิยมมากที่สุดจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาก็คือประชนนิยมมีจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 25.0 และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ประเภทคุณภาพมีจำนวน 36 คนคิดเป็นร้อยละ 11.4 ซึ่งความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด คือสัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาก็คือ สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง จำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 22.5 อันดับสามคือ อ่านทุกวัน จำนวน 61 คนคิดเป็นร้อยละ 19.3 อันดับสี่คือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 18.4 และจำนวนน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า สัปดาห์ละครั้ง จำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุดเรียงตามลำดับดังนี้ ไทยรัฐ จำนวน 124 คนคิดเป็นร้อยละ 39.2 เดลินิวส์ จำนวน 94 คนคิดเป็นร้อยละ 29.7 มติชน จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 19.9 ผู้จัดการ จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 7.6 และประชาชาติธุรกิจ จำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จำนวนมากที่สุด คือ จะใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งประมาณ 1 – 1½ ชั่วโมง จำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาก็คือ ใช้เวลาอ่านประมาณ 31 – 60 นาทีจำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 24.4 อันดับสามคือ ใช้เวลาในการอ่าน 1½ - 2 ชั่วโมงจำนวน 59 คนคิดเป็นร้อยละ 18.7

ส่วนสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่า บ้าน / ที่พัก เป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 164 คนคิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ ที่ทำงาน จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 23.4 อันดับที่ 3 คือ สถานศึกษา จำนวน 73 คนคิดเป็นร้อยละ 23.1 และมีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 1.6

ช่วงเวลาที่นิยมเปิดมากที่สุดคือเวลากลางคืน ระหว่าง 18.01 – 24.00 น. จำนวน 142 คนคิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ ระหว่างเวลา 12.01 – 18.00 น. จำนวน 116 คนคิดเป็นร้อยละ 36.7 อันดับที่สามคือ ระหว่างเวลา 06.01 – 12.00 น. จำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 16.5 และช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์น้อยที่สุด คือระหว่างเวลา 00.01 – 06.00 น. จำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 1.9

ลักษณะการอ่านที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ จำนวน 208 คนคิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาได้แก่ อ่านแต่พาดหัวข่าว จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 19.6 ดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย จำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 8.5 และอ่านทั้งหมด จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ประเภทของรายการที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดอ่านมากที่สุด คือ ข่าวด่วน (Breaking News) จำนวน 255 คนคิดเป็นร้อยละ 80.7 ข่าวต่างประเทศ จำนวน 192 คนคิดเป็นร้อยละ 60.8 ข่าวการเมือง จำนวน 164 คนคิดเป็นร้อยละ 51.9 สำหรับรายการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด คือ พยากรณ์อากาศ จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.8 การ์ตูน จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.7 และอัตราแลกเปลี่ยน จำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 7.0

โดยสรุป กลุ่มตัวอย่างจะเปิดรับหนังสือพิมพ์ประเภทที่คุณภาพดี ประชาชนนิยม จะเปิดอ่านสัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง โดยเฉพาะไทยรัฐ และมีระยะเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง 1 – 1½ ชั่วโมง และจะเปิดอ่านที่บ้าน / ที่พัก ในช่วงเวลากลางคืน

ตอนที่ 3 ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์นั้น ผู้วิจัยได้ใช้มาตรการวัดของลิเคอร์ โดยการกำหนดคะแนนให้กับคำตอบทั้ง 5 ช่อง แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อจัดกลุ่มประเภทของปัจจัยเชิงจิต พบว่า

1. ความสะดวกในการใช้ จัดว่าเป็นกลุ่มปัจจัยที่มีผลเชิงจิตนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ให้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24
2. มีความสด ปัจจุบันทันที เป็นกลุ่มปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากรองลงมา มีค่าเฉลี่ย 4.09
3. มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (กับสื่ออื่น) เป็นกลุ่มปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษา อันดับสาม มีค่าเฉลี่ย 3.79
4. มีประโยชน์เชิงการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.54 จัดอยู่ในกลุ่มปัจจัยเชิงจิตที่มีน้ำหนักความสำคัญอันดับสี่
5. มีประโยชน์เชิงสนองความต้องการส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.40 เป็นกลุ่มปัจจัยเชิงจิตที่มีความสำคัญน้อยที่สุดในการวิจัยครั้งนี้

ตอนที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะพื้นฐานทางประชากรที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีทั้งที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย และไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ตามนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ เพศ อายุ สาขาวิชา และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยเชิงจิตด้านสะดวกในการใช้ น่าจะเป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักมากที่สุดที่นำไปสู่การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ปัจจัยเชิงจิตด้านสะดวกในการใช้เป็นปัจจัยเชิงจิตที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดที่นำไปสู่การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

2. อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยเชิงจิตและพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ครั้งนี้ เป็นการศึกษาในแง่ของผู้รับสารหรือผู้เปิดรับโดยตรง โดยจะดูว่าลักษณะการเปิดรับและประเภทของข่าวที่แตกต่างกัน มีส่วนในการกำหนดกระบวนการเลือกรับรู้ข้อมูลของผู้อ่านในด้านข้อมูลที่เปิดอ่าน ความจำ และความจำข้อมูลที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงอย่างไร ทั้งนี้เพื่อให้ได้รับรู้ถึง “ความเป็นสาร” (Message) ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ สามารถแบ่งอภิปรายได้ดังนี้

จะเห็นได้ว่าการวิจัยครั้งนี้จากสมมติฐานข้อที่ 1 จะมีความสอดคล้องกันกับแนวคิดทฤษฎี “ลักษณะทางประชากรศาสตร์” (Demographic Characteristics Theory) ที่ว่าผู้รับสารในแต่ละคนจะมีคุณลักษณะเฉพาะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้นจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย พฤติกรรมที่แตกต่างกันนั้นก็จะมีไปถึงการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ตามความต้องการของแต่ละคนที่อยู่ในแต่ละกลุ่ม ประชาชนย่อมมีกิจกรรม การดำเนินชีวิต ตลอดจนการใช้เวลาว่างที่แตกต่างกันด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

สอดคล้องกันกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (ปรมะ สตะเวทิน, 2538) ที่กล่าวว่า คนที่มีคุณสมบัติทางด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีความคิดทัศนคติ และพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกันกับ Rogers & Svenning (1969) ที่ได้ทำการศึกษาไว้ว่าการศึกษา อายุ และสถานภาพทางเศรษฐกิจ

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ลักษณะพื้นฐานทางประชากรที่แตกต่างกันของ นักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ฉะนั้นการที่จะใช้สื่อให้สัมฤทธิ์ผลได้นั้นควรจะต้อง คำนึงถึงลักษณะความแตกต่างพื้นฐานทางประชากรของผู้รับสารด้วย

สำหรับการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 จะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับ Katz และคณะ (1973) ได้กล่าวว่าลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่ เหมือนกันก็จะแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีการ เปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory) ที่ Klapper (1960) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อ องค์ประกอบในเรื่องของผู้รับสารที่สำคัญก็คือกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของมนุษย์ซึ่งก็จะมีอยู่ 4 ขั้นตอนคือ การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย การเลือกจดจำ ซึ่งบุคคลก็จะเลือกหรือเปิดรับ สื่อจากข่าวสารตามแหล่งสารต่าง ๆ นั้นตามความสนใจหรือความต้องการของตนเอง ซึ่งการเปิดรับสื่อนี้ก็เพื่อสนองตอบต่อความสนใจหรือความต้องการของตนเอง ขึ้น ต่อไปก็จะนำไปสู่การรับรู้และตีความหมายตามความรู้สึกรู้สึกของตนเองและท้ายสุดก็จะ จดจำเฉพาะในสิ่งที่ตนเองสนใจและต้องการที่จะรับรู้เท่านั้น ซึ่ง Klapper (1960) กล่าวว่า มนุษย์จะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจหรือความ ต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือตอบสนองตามความต้องการของตนเอง

จากการวิเคราะห์ยังพบว่า ส่วนใหญ่พฤติกรรมการเปิดอ่านในลักษณะอ่านเฉพาะเรื่องที่ตนสนใจ ไม่ว่าจะแยกตามลักษณะพื้นฐานทางประชากรของนักศึกษาที่แตกต่างกัน อีกทั้งนักศึกษาส่วนใหญ่จะเปิดอ่านข่าวด่วน (Breaking News) เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ข่าวต่างประเทศ ข่าวการเมือง และข่าวบันเทิงตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าการที่นักศึกษาเปิดอ่านข่าวอะไรนั้นขึ้นอยู่กับความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสารนั้น ๆ เป็นหลัก จึงกล่าวได้ว่าพื้นฐานภูมิหลังของตัวบุคคลไม่ได้มีผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลมากนัก

พฤติกรรมกรอ่านซึ่งแตกต่างกันนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Keane (1998) เกี่ยวกับผู้รับสารส่วนใหญ่จะไม่อ่านข่าวหรือข้อมูลทุกชนิดจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่จะเลือกอ่านเฉพาะข้อมูลที่สนใจเท่านั้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกันกับแนวคิดที่เกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชน (Function of the Mass Media Concept) ซึ่ง Wright (1959) ได้กล่าวว่าหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้นมีหน้าที่ 4 ประการคือ หน้าที่ในการให้ข่าวสาร หน้าที่ในการแสดงความคิดเห็นหรือการชักจูงใจ หน้าที่ในการให้การศึกษา และหน้าที่ในการให้ความบันเทิง

นอกจากนี้เหตุผลที่สำคัญที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ดังกล่าว ยังสามารถอธิบายได้ด้วยหลักการแสวงหาข่าวสารของ Schramm (1993) ที่ว่าผู้รับสารจะเปิดรับสารจากสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดแต่สามารถบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด โดยผู้รับสารจะพิจารณาจากปัจจัยทางด้านสะดวกในการเปิดรับ การใช้งานง่าย และการอยู่ใกล้ตัวหรือหยิบมาใช้งานได้ง่าย

อาจสรุปได้ว่า พฤติกรรมกรเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์เกิดจากการที่ผู้รับสารนั้นมีความสนใจหรือความต้องการของตนเอง ซึ่งในแต่ละบุคคลนั้นก็ย่อมที่จะแตกต่างกันออกไป ซึ่งจะทำให้เกิดผลก็คือการรับรู้นั้นก็ย่อมแตกต่างกันออกไป

3. ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นถึงปัจจัยจูงใจและพฤติกรรมกรเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยศึกษาจากลักษณะของการเสนอข่าวในปัจจุบันของสื่อ

1. ควรจะมีการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้นโดยอาจจะเริ่มจากสถาบันต่าง ๆ เช่น สถาบันครอบครัวที่ปกติด้วยรสนิยมที่จะใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการ Chat ทำให้สูญเสียโอกาสที่จะได้เรียนรู้สิ่งแวดล้อมรอบตัวมากขึ้น ดังนั้นบิดามารดาจึงควรให้เวลาร่วมวงสนทนาโดยการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์พร้อม ๆ กันซึ่งจะนำมาซึ่งประโยชน์มากมายหลายด้าน

2. ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ออนไลน์ควรคำนึงถึงประโยชน์โดยตรงของผู้รับสื่อด้วย เนื่องจากในบางครั้งหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังไม่มีความสะดวกทันต่อหนังสือพิมพ์รูปเล่มสิ่งพิมพ์ จึงทำให้บางครั้งผู้ที่คลิกอ่านต้องพบกับความผิดหวังส่งผลให้ความต้องการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์ในการสืบค้นข้อมูลเป็นหลักและเฉพาะผู้ที่ใช้งานอยู่บนอินเทอร์เน็ตเป็นปกติเท่านั้น

3. ในส่วนของปัจจัยเชิงจิตที่มีผลต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในหลายปัจจัยที่ผู้ผลิตควรนำมาแก้ไขเพิ่มเติม ได้แก่ มีบทความของนักเขียนที่ชื่นชอบ กราฟิกและสีสันต่าง ๆ และการสอบถามข้อข้องใจกับบรรณาธิการได้สะดวกเนื่องจากเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถกระตุ้นให้ประชากรเกิดความต้องการที่จะเปิดอ่านจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มคุณภาพของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น

4. สถาบันการศึกษาควรสนับสนุนให้บุคลากร นักศึกษาในสถาบัน เข้าร่วมรับฟังการสัมมนา อบรม วิธีการใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ ประสิทธิภาพ และรูปแบบการดำเนินชีวิตในยุคสารสนเทศ

บรรณานุกรม

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2514.

ครุณี หิรัญรักษ์. การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ: บริษัทเอกพิมพ์ไทย, 2543.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2538.

วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย : การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี, 2537.

วิทยา เรื่องพรวิสุทธิ. เรียนอินเทอร์เน็ตผ่าน World Wide Web อย่างง่าย. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2539.

พีระ จิรโสภณ. “ทฤษฎีการสื่อสาร” เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.

มาลี บุญศิริพันธ์. หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2537.

สมควร กวียะ. “ประมวลทฤษฎีการสื่อสาร” คำบรรยายภาควิชาทฤษฎีการสื่อสาร วส. 602. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. ภาคที่ 1, 2534.

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ. การบริหารงานหนังสือพิมพ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2539.

ศูนย์เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, กระทรวงวิทยาศาสตร์. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ, 2542.

บรรณานุกรม (ต่อ)

วารสาร

- ไกรสร พงษ์รักษา. คุญเฟื่องเรื่องอินเทอร์เน็ต. นิตยสารไมโครคอมพิวเตอร์. ฉบับที่ 104 (มีนาคม), 2539. น.207.
- ประดิษฐ์ ภิญญาภาสกุล. ทำไมต้องโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต. นิตยสาร@Internet. ปีที่ 1 ฉบับที่ 6 (สิงหาคม), 2539. น.12.
- สมชาย นำประเสริฐชัย. สารพัน UNIX ตอนที่โลกอินเทอร์เน็ต. นิตยสารไมโครคอมพิวเตอร์. ฉบับที่ 102 (มกราคม), 2537. น. 192-196.
- “อินเทอร์เน็ต” โลกโฆษณาของไทยรอเปิดพรมแดนสู่สากล. นิตยสาร Thailand Advertising & Marketing. ปีที่ 1 ฉบับที่ 10 (สิงหาคม), 2538. น. 1-3.

วิทยานิพนธ์

- กาญจนา กาญจนทวี. “แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- กิตติพงศ์ ไทยเจริญ. “การกำหนดนโยบายองค์กรและลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต (WWW) ของสื่อมวลชนไทย.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- คมสัน รัตนสิมากุล. “รูปแบบของสื่อกับความน่าเชื่อถือที่มีต่อแหล่งสาร : เปรียบเทียบสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

บรรณานุกรม (ต่อ)

วิทยานิพนธ์

มณฑิรา อินคชสาร. “การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์: ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำและความพึงพอใจของผู้อ่าน.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ศุจิภา ดวงมณี. “การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

Books

Atkin, Charles K. New. **Model for Mass Communication Research**. New York : Free Press, 1973.

Cater V. Good. **Dictionary of Education**. London : McGrawHill, 1956.

Chandler, Daniel. December. **The Active Reader**. Lecture Notes of UWA Education, 1995.

De Fleur, Melvin. **Theories of Mass Communication**. New York : David Mchay Company, 1970.

Dillon, A., McKnight, C., and Richardson, J. Reading from Paper versus Reading from Screen. **The Computer Journal** 31 (October 1988) : 457-464.

Katz, Elihu and Paul F. Lazarsfeld. **Personal Influence : The Past Played by People in the Flew of Mass Communication**. Glencoe, Illinois : The Free Press, 1995.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Klapper, Joseph T. **The Effects of Mass Communication** Glencoe. Illinois : The Free Press, 1960.
- Lerner, Daniel and Wilbur Schramm eds, **Communication and Change in the Developing Countries.** Honolulu : The University Press of Hawaii, 1972.
- McQuail, Denis. **Mass Communication Theory.** London : SAGE Publication Ltd., 1987.
- Nucma, Russell, W. **The Future of the Mass Audience.** Cambridge : Cambridge University Press. P.XII., 1991.
- Rogers, E.M. **Communication Technology.** New York : Free Press, 1986.
- Rogers, Everett M. with F. Floyd Shoemaker. **Communication of Innovations.** New York : The Free Press, 1971.
- Rieder, Rem. A Breakthrough in Cyberspace (a newspaper's breaking a story on a Web site before the paper printed the story.) Editorial. **American Journalism Review.** (1997) : 6.
- Ross, Paul. **Statistics about Journalism and the Internet [World Wide Web].** USA : 1994. <http://www.dorsailorg:80/~tristan/AIMC/25b.htm>.
- Schramm, Wilbur. "Reading and Listening Patterns of American University Students." **Journalism Quarterly** 22 (March 1993) : 23-33.
- Wright, Charles R. **Mass Communication.** New York : Random House, Inc., 1975.
- Yamane, Taro. **Statistics-An Introductory Analysis 2nd Ed.** Tokyo : John Weatherhill, Inc., 1970.

ประวัติผู้เขียน

นางสาวนิตยา ไชยเจริญ เกิดที่กรุงเทพมหานคร
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย สาขา นิเทศศาสตรธุรกิจ ในปี พ.ศ. 2540
ปัจจุบันทำงานที่ บริษัท สยามสื่อสารวิล์ด จำกัด
ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายขาย