


แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

นางสาวกาญจนา กาญจนทวี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2542  
ISBN 974-334-757-7  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MOTIVATIONS, BEHAVIOUR AND SATISFACTION OF READERS  
OF THAI ON-LINE NEWSPAPERS



Miss Karnjana Karnjanatawe

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

Department of Journalism  
Faculty of Communication Arts  
Chulalongkorn University

Academic Year 1999

ISBN 974-334-757-7



กาญจนา กาญจนทวี: แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย (MOTIVATIONS, BEHAVIOUR AND SATISFACTION OF READERS OF THAI ON-LINE NEWSPAPERS) อ.ที่ปรึกษา: อาจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 139 หน้า. ISBN 974-334-757-7.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย โดยวิเคราะห์จากแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย 7 ฉบับ คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ Bangkok Post และ The Nation ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ 5 ฉบับ และเว็บที่มีผู้เยี่ยมชมมากอีก 4 แห่งทั้งสิ้น คือ 37 วัน คำตอบของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งสิ้น 1,297 ชุด

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในเมืองไทยใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 4 รองจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ต่างประเทศจะใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์นี้เป็นอันดับสองรองจากโทรทัศน์ โดยแรงจูงใจที่ผลักดันให้เปิดรับคือความสะดวกเนื่องจากการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ และความสะดวกที่สามารถเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจ แต่เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีกระจายอยู่ทั่วโลก ความแตกต่างทางประชากรศาสตร์จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการใช้สื่อที่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้อ่านที่อาศัยอยู่ต่างประเทศมีแรงจูงใจด้านความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกที่ ( $t = .00, p < 0.01$ ) และทุกเวลา ( $t = .00, p < 0.01$ ) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปีมีแรงจูงใจด้านความต้องการให้เป็นคนทันสมัย ( $f = 8.14$ )

โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยคนละ 2-3 ฉบับ ต่อครั้ง โดยใช้เวลาอ่านประมาณ 10-20 นาที และนิยมอ่านในช่วงเวลา 8.00-16.00 น. ผู้อ่านที่ไม่ได้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองมีความถี่ในการเปิดรับมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ซึ่งมากกว่าผู้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองที่เปิดรับประมาณวันละ 1 ครั้ง (Chi-square 0.006,  $p < 0.05$ ) เนื้อหาที่ผู้อ่านเปิดรับมากที่สุดคือข่าวและรองลงมาคือบันเทิง และข่าวที่อ่านมากที่สุดคือข่าวหน้าหนึ่ง และรองลงมาคือข่าวคอมพิวเตอร์-เทคโนโลยี และข่าวการตลาด ตามลำดับ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมกรรมการอ่านแตกต่างกัน เช่น ผู้อ่านในประเทศไทยเปิดรับข่าวสังคม, ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์, ข่าวบันเทิง และข่าวภูมิภาค-ในประเทศมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ Chi-square 8.43, 26.06, 6.87 และ 16.07 ( $p < 0.01$ ) เป็นต้น

โดยรวมแล้วผู้อ่านมีความพึงพอใจในความสดใหม่ของข่าวและการใช้งานง่าย แต่ผู้อ่านร้อยละ 78.2 ต้องการให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงโดยมีรูปแบบการนำเสนอเฉพาะตัว คือ นำเสนอข่าวใหม่เสมอในหนึ่งวัน และนำเสนอข่าวตัวก่อนหนังสือพิมพ์จะตีพิมพ์ พร้อมทั้งมีการนำเสนอลิงค์สู่ข่าวหรือบทความที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกและกว้างกว่าการเปิดรับสารจากสื่ออื่น ๆ

สุดท้ายคือการศึกษาถึงปัญหาของผู้อ่าน จากการวิจัยพบว่าปัญหาหลักคือความล่าช้าในการใส่ข้อมูลใหม่ รองลงมาคือมีข้อมูลน้อยเกินไป การไม่สามารถอ่านฟอนท์ภาษาไทย เกิดความเมื่อยล้าและปวดตา และสุดท้ายคือมีเวลาจำกัดในการอ่านข้อมูล

ภาควิชา \_\_\_\_\_วารสารสนเทศ\_\_\_\_\_  
สาขาวิชา \_\_\_\_\_การหนังสือพิมพ์\_\_\_\_\_  
ปีการศึกษา 2542 \_\_\_\_\_

ลายมือชื่อนิสิต \_\_\_\_\_  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา \_\_\_\_\_  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม \_\_\_\_\_



# # C750084 : MAJOUR JOURNALISM

KEY WORLD: ONLINE NEWSPAPER/ MOTIVATION/ BEHAVIOUR/ SATISFACTION

KARNJANA KARNJANATAWE: MOTIVATIONS, BEHAVIOUR AND SATISFACTION OF READERS OF THAI ON-LINE NEWSPAPERS. THESIS ADVISOR: DUANGKAMOL CHARTPRASERT, Ph.D. 139 pp. ISBN 974-334-757-7

This research aims to find out the motivations, behaviour and level of satisfaction of Thai on-line newspaper readers. The study covers readers of seven on-line newspapers; Thairath, DailyNews, Manager, Bangkok BizNews, Than Business News, Bangkok Post and The Nation. An electronic survey was conducted through five on-line newspapers and four highly visited web sites for a period of 37 days. There were 1,297 responses, which were all used for this study.

Results showed that readers residing in Thailand used the on-line media as the fourth most preferred source of news after traditional media which are television, radio and newspaper. On the other hand, readers living abroad use the on-line media as their second most preferred source of news after television. Overall, the respondents said that their initial motivation for reading on-line newspapers was based on their need for convenience. They cited the fact that they were always connected to the Internet and that it was easier to find any specific news they were interested in at on-line newspapers.

Naturally readers have different motivation, behaviours and levels of satisfaction towards the on-line media. Respondents living outside the Kingdom, for example, give high preference to on-line newspapers because they can read news about Thailand anytime ( $t=.00, p<0.01$ ) and in any location ( $t=.00, p<0.01$ ). Readers aged between 18 to 25 years old, meanwhile, preferred reading news on-line because they want to be fashionable ( $f=8.14, p<0.01$ ).

By average, readers access 2 to 3 on-line newspapers whenever they log on to the Internet and spend 10 to 20 minutes reading the news. They also access the newspaper web sites between 8.00 a.m. to 4.00 p.m. It should be noted that readers who do not pay for their own Internet access visit on-line newspapers more often than those who have paid for it (Chi-square value at 16.21,  $p<0.01$ ). In terms of content, the respondents indicated that they mostly read news and entertainment articles. The type of news they explored most were front-page news (or headline news) followed by information technology and business news. Interestingly, however, readers living in Thailand prefer reading social news, information technology, and entertainment and local news.

Readers, on the average, are satisfied with regards to the freshness of news and ease of navigation of the Thai on-line newspapers surveyed in this study. However, 78.2% of the respondents recommended changes for the on-line newspapers. They wanted on-line newspapers to have a unique way of presentation as opposed to the present day methods of imitating their printed editions. They also required on-line newspapers to provide breaking news throughout the day as well as post the headline news before the availability of the printed newspaper. They also preferred having links to other news or articles related to stories that they read.

Finally, this research also dealt with the obstacles. According to readers, the topping list was that Thai on-line newspapers were slow in updating their news. Following this, they complained that there was not enough information on the web sites. Their browsers could not read Thai fonts and were, therefore, unable to read Thai-language news. Some respondents also said they did not like to read on-line editions because reading from computer screens could result to sore eyes. The last obstacle was that they simply had too limited time to read news on the Internet.

ภาควิชาวารสารสนเทศ

สาขาวิชา การหนังสือพิมพ์

ปีการศึกษา 2542

ลายมือชื่อนิสิต มนุชญา มนุชญา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา อัมมวดี มนุชญา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม --



## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้มีจิตกรุณาและให้ความเมตตาต่อผู้วิจัยพร้อมทั้งชี้แนะและให้คำปรึกษาที่มีคุณค่ากับงานวิจัยชิ้นนี้มาโดยตลอด พร้อมกันนี้ผู้วิจัยขอกราบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิโรสภณ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ผู้ให้แนวทางในการทำหัวข้อวิทยานิพนธ์และรายละเอียดสำคัญ ๆ และรองศาสตราจารย์รจิตลักษณ์ แสงอุไร สำหรับคำแนะนำที่มีประโยชน์ในงานวิจัย

พร้อมกันนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบรรณาธิการ Tony Waltham และ รองบรรณาธิการ บริสุทธิบุญญ์ ทศนิยะเวช ผู้อนุญาตให้ผู้วิจัยได้ทำงานและศึกษาต่อในเวลาเดียวกัน และพี่สาวใจดี ศศิวิมล บุญเรือง นักข่าวรุ่นพี่ที่ให้ความช่วยเหลือและเอื้อเฟื้อทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวต่อผู้วิจัยมาโดยตลอด

การวิจัยครั้งนี้คงสำเร็จลงไม่ได้ถ้าขาดความช่วยเหลือจากบุคคลสำคัญอีกท่านหนึ่งคือพี่เอ (อภิชาติ หอมโกศล) ผู้พัฒนาแบบสอบถามออนไลน์และให้พื้นที่ใน Server ของคณะแพทยศาสตร์ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของเว็บมาสเตอร์ทั้ง 9 แห่ง ดังนี้ หัวหน้าศูนย์ข้อมูลไทยรัฐคุณชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี, Ms. Deborah Leenutaphong และคุณพิบูลย์ จำเริญเลิศ จาก Bangkok Post, คุณชุตินธรา วัฒนกุล จากกรุงเทพธุรกิจ, คุณอรวรรณ ชโนวิทย์จาก The Nation, คุณรัชณีกรจากผู้จัดการออนไลน์, คุณวิวัฒน์วงศ์ วิจิตรวาทการและ ดร.รัชพงษ์ โทตรภวานนท์ ประธานและรองประธานบริษัท Loxley Information, ดร.กนกวรรณ ว่องวัฒนะสิน ประธานบริษัท Internet KSC และคุณวันฉัตรผู้บุกเบิกเว็บไซต์ไทยและเจ้าของ Pantip.com

ขอขอบคุณพี่นายและพี่อ้อมที่คอยเป็นธุระและช่วยส่งข้อความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องเรียนให้ทราบเสมอ ขอขอบคุณพี่รัตน์และเพื่อน ๆ สนิทในรั้วเหลืองแดงในการกระจายแบบสอบถาม ขอขอบคุณมารีสาสำหรับน้ำใจที่เพื่อนต้องแบกคอมพิวเตอร์มาสอนวิธีใช้ SPSS ให้ในวันหยุด ขอขอบคุณอ้อยสำหรับคำแนะนำดี ๆ ในเรื่องสถิติและข้อปลีกย่อยอื่น ๆ ขอขอบคุณแพม เอ๋ พี่หลี่ วิ และฝนสำหรับน้ำใจที่มีให้ ขอขอบคุณพิเศษสำหรับพี่จ๊อบผู้สละเวลาช่วยตรวจแก้คำผิดให้ในครั้งแรก (แม้จะมีการสะกดผิดอยู่บ้างแต่เป็นเพราะการแก้ไขจนวินาทีสุดท้ายของผู้วิจัยเอง) และขอบคุณ Arthur สำหรับกำลังใจและความช่วยเหลือเสมอมา

และสุดท้ายผู้มีอุปการะคุณยิ่งกับผู้วิจัย คือ คุณแม่ และพี่สาวทั้งสองโดยเฉพาะอย่างยิ่งพี่สาวคนโตที่คอยเป็นธุระให้เสมอเมื่อยามคอมพิวเตอร์ไม่ให้ความร่วมมือในการทำงาน นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณผู้มีอุปการะคุณอีกมากมายซึ่งไม่สามารถกล่าวชื่อนามได้ทั้งหมดใน ณ ที่นี้ ผู้วิจัยรู้สึกทราบบ้างในน้ำใจและความอนุเคราะห์ของท่านเป็นอย่างยิ่ง

กาญจนา กาญจนทวี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปและกราฟ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
ปัญหานำการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	7
บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
I. แนวคิดการแสวงหาข่าวสารและการเปิดรับสาร.....	8
การแสวงหาข่าวสาร.....	8
ทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อ.....	11
การเปิดรับข่าวสาร.....	12
ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ.....	14
แรงจูงใจในการเลือกเปิดรับสื่อและสาร.....	16
II. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	19
ลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	22
ข้อได้เปรียบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	25
ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	25
III. แนวคิดการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	26
แรงจูงใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	27
การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	31
ข้อดีและข้อด้อยของหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	33
คุณลักษณะของผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	34
สมมุติฐานการวิจัย.....	37
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	38
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	38
การสร้างแบบสอบถาม.....	39

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
นิยามศัพท์.....	40
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
วิธีการตอบและเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์.....	42
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอ.....	43
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย.....</b>	<b>44</b>
คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	44
พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการเปิดรับสื่อมวลชน.....	47
พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	49
แรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	53
ความพึงพอใจของผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	57
ข้อเสนอแนะของผู้เปิดรับสารต่อลักษณะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	58
ปัญหาจากการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	60
การทดสอบสมมุติฐานการวิจัย.....	61
แรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	61
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	67
ความพึงพอใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	79
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>89</b>
สรุปผลการวิจัย.....	89
คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	89
พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	90
คุณลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการรับสาร.....	91
แรงจูงใจในการเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	92
ความพึงพอใจในการเลือกรับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	94
อุปสรรคในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	96
ข้อเสนอแนะจากผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	96
การอภิปรายผล.....	97
ข้อเสนอแนะ.....	101
รายการอ้างอิง.....	102
ภาคผนวก.....	107

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ก.....	108
ภาคผนวก ข.....	110
ภาคผนวก ค.....	111
ภาคผนวก ง.....	119
ประวัติผู้เขียน.....	129



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 Classification of Media-related Needs.....	16
ตารางที่ 2 รูปแบบกิจกรรมของผู้รับสาร.....	19
ตารางที่ 3 สื่อมวลชนที่มีผู้อ่านเปิดรับสารเป็นประจำโดยจัดเรียงลำดับตาม ประเภทของสื่อและจำนวนชั่วโมงในการเปิดรับสารต่อสัปดาห์.....	35
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละตามเพศและอายุ.....	45
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละตามสัญชาติและประเทศที่อยู่ในปัจจุบัน.....	45
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละตามระดับการศึกษาและอาชีพ.....	46
ตารางที่ 7 การจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต.....	47
ตารางที่ 8 แสดงการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย.....	47
ตารางที่ 9 ความถี่ของสถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต.....	48
ตารางที่ 10 ประเภทของสื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ.....	48
ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบประเภทของสื่อมวลชนที่เปิดรับจำแนกตามถิ่นที่อยู่.....	49
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์.....	49
ตารางที่ 13 ความถี่ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	50
ตารางที่ 14 ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	50
ตารางที่ 15 ความถี่ของระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ.....	51
ตารางที่ 16 ลักษณะข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด.....	51
ตารางที่ 17 แสดงประเภทข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ.....	52
ตารางที่ 18 ปัจจัยที่ส่งผลให้เปิดรับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	53
ตารางที่ 19 แสดงจำนวนผู้ชื่นชอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแต่ละฉบับ.....	54
ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบจำนวนผู้เปิดรับต่อจำนวนผู้ชื่นชอบ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	55
ตารางที่ 21 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความชอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	56
ตารางที่ 22 ความพึงพอใจต่อการนำเสนอเนื้อหา.....	57
ตารางที่ 23 ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์.....	57
ตารางที่ 24 รูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	58
ตารางที่ 25 ลักษณะการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	59
ตารางที่ 26 ปัญหาที่พบจากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย.....	60
ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงต่อแรงจูงใจ ในการเปิดรับ.....	61

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 28 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกัน ต่อแรงจูงใจในการเปิดรับ.....	62
ตารางที่ 29 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ต่อแรงจูงใจในการเปิดรับ.....	63
ตารางที่ 30 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อแรงจูงใจ.....	64
ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และต่างประเทศต่อแรงจูงใจในการเปิดรับ.....	66
ตารางที่ 32 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงต่อ ลักษณะข้อมูลที่อ่าน.....	67
ตารางที่ 33 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่อายุต่างกันต่อเนื้อหาที่อ่าน.....	68
ตารางที่ 34 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันต่อ ลักษณะข้อมูลที่อ่าน.....	69
ตารางที่ 35 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อ ลักษณะข้อมูลที่อ่าน.....	70
ตารางที่ 36 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในและต่างประเทศ ต่อลักษณะข้อมูลที่อ่าน.....	71
ตารางที่ 37 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงต่อ ประเภทข่าวที่เปิดรับ.....	72
ตารางที่ 38 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันต่อ ประเภทข่าวที่เปิดรับ.....	73
ตารางที่ 39 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อ ประเภทข่าวที่อ่าน.....	74
ตารางที่ 40 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อ ประเภทข่าวที่เปิดรับ.....	75
ตารางที่ 41 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันต่อ ประเภทข่าวที่เปิดรับ.....	76
ตารางที่ 42 แสดงอัตราส่วนการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ.....	77
ตารางที่ 43 แสดงค่าสถิติสัมพันธระหว่างการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตกับความถี่...	77

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 44	แสดงจำนวนผู้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตต่อระยะเวลาในการเปิดรับ.....	78
ตารางที่ 45	แสดงค่าสถิติสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต กับระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ.....	78
ตารางที่ 46	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงต่อ ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา.....	79
ตารางที่ 47	การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกันต่อ ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา.....	80
ตารางที่ 48	การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันต่อ ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา.....	81
ตารางที่ 49	การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อ ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา.....	81
ตารางที่ 50	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันต่อ ความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา.....	82
ตารางที่ 51	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงต่อ ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ.....	83
ตารางที่ 52	การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันต่อ ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ.....	84
ตารางที่ 53	การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันต่อ ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ.....	86
ตารางที่ 54	การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อ ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์.....	87
ตารางที่ 55	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันต่อ ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์.....	88



บทที่ 1

บทนำ



## ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปัจจุบันสื่อมวลชนทุกประเภทได้ขยายรูปแบบการนำเสนอข้อมูลเข้าสู่ระบบดิจิทัล ในรูปแบบออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากการศึกษาของ Syrysko (1994) พบว่าสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ปรากฏบนอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบ World Wide Web (WWW) ตามมาด้วยสำนักข่าวต่าง ๆ เช่น Reuters โทรทัศน์ เช่น CNN และวิทยุ เช่น BBC (Raid, 1994) ข่าวสารที่แต่เดิมเคยปรากฏอยู่เพียงหน้ากระดาษ (printed newspaper) ได้ถูกเปลี่ยนโฉมหน้าเป็นการนำเสนอข่าวสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรือที่รู้จักกันดีว่า “หนังสือพิมพ์ออนไลน์” (online newspaper)

เครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดยักษ์ หรือ อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทอย่างมากในยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน Hoffman and Novak (1995) ประมาณการว่ามีข้อมูลให้ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตสามารถสืบค้นได้จากฐานข้อมูลทั่วโลกมากกว่า 20,000,000 ไฟล์ รวมทั้งจำนวนผู้ใช้อีกมีจำนวนสูงขึ้นถึงวันละ 64 ล้านคน

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ระดับโลก เช่น Time Magazine, Financial Time, International Herald Tribune และ Down Jones ต่างก็มีเว็บไซต์เสนอข่าวของตนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น โดยแต่ละฉบับก็มีกลุ่มผู้อ่านและเนื้อหาที่นำเสนอแตกต่างกันไป เช่น Wall Street Journal ของ Down Jones เน้นการนำเสนอเนื้อหาธุรกิจ รวมทั้งมีเว็บไซต์ Asian Wall Street Journal ที่มุ่งเน้นเนื้อหาข่าวธุรกิจในทวีปเอเชีย ในขณะที่เว็บไซต์ของ The Financial Times มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวที่เกิดขึ้นในยุโรป และ International Herald Tribune นำเสนอข่าวสารทั่วโลก (General world news)

เว็บไซต์ของ Down Jones นี้ ไม่ได้ให้บริการข่าวสารฟรีอย่างเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ฉบับอื่น ๆ แต่ผู้อ่านต้องสมัครสมาชิกรายปี โดยเสียค่าบริการปีละ US\$ 59 หรือ 2,242 บาท หรือ เพียง US\$ 29 หรือ 1,102 บาท เมื่อผู้อ่านเป็นสมาชิก Wall Street Journal อยู่แล้ว ซึ่งการให้บริการของเว็บไซต์นี้ได้รับความสนใจสมัครเป็นสมาชิกสูงถึง 45,000 คน ทั่วโลก สาเหตุที่มีผู้อ่านเสียค่าบริการให้เว็บไซต์ของ Down Jones นี้มีเหตุผลสำคัญคือ เว็บไซต์ของ Down Jones ไม่ได้นำเสนอข่าวแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังนำเสนอ

ข่าวได้จับใจ พร้อมทั้งนำเสนอบทความงานวิจัยและการให้บริการฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพให้กับสมาชิกอีกด้วย ซึ่งรายได้ของการสมัครสมาชิกนี้เองที่ทำให้เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์สามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยรายได้ร้อยละ 55 มาจากค่าสมาชิก และร้อยละ 45 มาจากการขายเนื้อที่โฆษณาบนเว็บไซต์ (Nophakhun, 2000)

ตรงกันข้ามกับหนังสือพิมพ์ New York Times ซึ่งเปิดเว็บไซต์ให้บริการข่าวสารฟรีแต่มีรายได้หลักมาจากการขายพื้นที่โฆษณา และปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับนี้มีผู้อ่านที่เป็นสมาชิกอยู่ประมาณ 10 ล้านคนทั่วโลก

ประเทศไทยก็มีหนังสือพิมพ์ออนไลน์เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, เดลินิวส์, ผู้จัดการ, กรุงเทพธุรกิจ, ฐานเศรษฐกิจ, The Nation และ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ที่ทยอยเปิดตัวกันอย่างไม่ขาดสาย โดยเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งหมดนี้ให้บริการข่าวสารฟรี โดยมีรายได้หลักจากการขายโฆษณา โดยเนื้อหาที่นำเสนอจะมีความแตกต่างกันไปตามธรรมชาติของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและเดลินิวส์มุ่งเน้นข่าวสารทั่วไป และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และผู้จัดการเน้นข่าวเชิงธุรกิจ

จากสถิติบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจชี้ให้เห็นว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์มาจากประชากรทั่วโลก โดยมีผู้สนใจเข้ามาอ่านข่าวจากเว็บไซต์นี้วันละ 2,000-3,000 คน ในขณะที่สถิติบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการแสดงให้เห็นว่ามีผู้อ่านข่าวจากเว็บไซต์นี้วันละประมาณ 1,000-2,000 คน ถึงแม้จำนวนผู้อ่านจะน้อยกว่าเมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ระดับโลกที่นำเสนอเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสากล แต่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยซึ่งอยู่ในระยะเริ่มต้น มีความเป็นไปได้สูงที่จะมีการเติบโต ซึ่งการเติบโตนี้จะนำไปตามการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอยู่ทั่วโลกนั่นเอง

จากสถิติของ Bonington (1995) พบว่าเพียงชั่วข้ามคืนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มขึ้น 2 ล้านคนทั่วโลก จากการศึกษาของ Boston Consulting Group (1999) พบว่าในทวีปเอเชียมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ทั้งสิ้น 66 ล้านคน (รวมผู้ใช้ในประเทศญี่ปุ่น ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์) ส่วนในเมืองไทยนั้นทางสถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) ได้ประเมินจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ประมาณ 600,000 คน และจำนวนจะเพิ่มขึ้นเป็น 7.5 แสนคนภายในปี 2542 และ ประมาณ 1 ล้านคนเมื่อสิ้นปี 2543 (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2542.) Boston Consulting Group คาดการณ์เพิ่มเติมว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน

ประเทศไทยจะมีการเติบโตเป็น 150 เท่าในอีก 5 ปีข้างหน้าคือขยายตัวจาก 600,000 คนในปี 2542 เป็น 9 ล้านคนในปี 2005

บริการซึ่งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมใช้เป็นอันดับหนึ่ง คือ การสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine เช่น yahoo.com <www.yahoo.com> หรือ excite.com <www.excite.com> รองลงมาเป็นอันดับสองคือ การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (บริษัทไอดีซี, 1998) ผลการสำรวจในครั้งนี้อยู่สอดคล้องกับผลการสำรวจที่เคยเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาใน 3 ปีที่ผ่านมา โดยการสำรวจของ A.C.Nielson ในปี 1996 เพื่อค้นหาจุดประสงค์ของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาทั้งสิ้น 20,000 คนพบว่า ร้อยละ 49 ของจำนวนดังกล่าวนิยมใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงและเพื่ออ่านข่าวสาร

จากการรายงานสรุป เรื่อง The Future of the Printed Media ของ European Journalism Centre (1998) พบว่าความนิยมในบริการค้นหาข้อมูล และการใช้สื่อเพื่อติดตามข่าวสารนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารมองสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางใหม่ในการเปิดรับข้อมูลซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตนี้จะเข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์ทั้งการทำงาน การศึกษา การทำธุรกิจ การแสวงหาข้อมูล ความบันเทิง หรือแม้กระทั่งการติดตามข่าวสาร

จากความนิยมในการหาข้อมูลและข่าวสารนี้ ผลักดันให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีการเติบโตทางปริมาณมากขึ้น จากการศึกษาของ News Link of American Journalism Review (1998) พบว่าจำนวนหนังสือพิมพ์ออนไลน์บนเครือข่าย อินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จาก 745 ฉบับในช่วงปี 2539 ขยับขึ้นเป็น 2,059 ในอีกหนึ่งปีถัดมา และคาดว่าสิ้นปี 2541 หนังสือพิมพ์จะเข้ามาเสนอข่าวในรูปแบบออนไลน์นี้เป็นจำนวนสูงถึง 3,622 ฉบับ หรือ ประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนหนังสือพิมพ์ทั้งหมด (Meyer, 1998)

นอกจากนี้ ศุจิกา ดวงมณี (2539) ยังพบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ตอีกว่า เกิดจากสาเหตุของการต้องการสร้างภาพความเป็นผู้นำ เช่น หนังสือพิมพ์ Bangkok Post เป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกๆ ที่ให้บริการ online edition ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ส่งผลให้เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

จากการจัดอันดับเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านมากที่สุด โดยเว็บไซต์ 100hot.com <<http://100hot.com/newspaper>> ในช่วงต้นปี 2542 พบว่าหนังสือพิมพ์

Bangkok Post เป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีผู้อ่านนิยมสูงเป็นอันดับ 6 รองจากเว็บไซต์กล่าวคือ CNN, Info Beat, USA Today, ABC News และ New York Times

เหตุผลอีกประการหนึ่งก็คือ การนำเสนอข่าวสารบนเว็บไซต์ยังสามารถช่วยขยายช่องทางธุรกิจ เช่น การที่ Nation Multimedia Group นำเสนอกลยุทธ์ในการขายโฆษณาโดยใช้ข้อได้เปรียบในการเป็นธุรกิจหลายสื่อ ส่งผลให้สามารถนำเสนอรูปแบบการลงโฆษณาที่น่าสนใจ กล่าวคือเมื่อลงโฆษณากับหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) ยังสามารถได้ลงโฆษณาพรีบนเว็บไซต์ (Online Edition)

นอกจากนี้ รายงานของ Information Technology Conference (1996) ยังชี้ให้เห็นว่าการที่หนังสือพิมพ์มีเว็บไซต์เป็นของตนเองนั้นเป็นการบ่งบอกถึงความเป็นแหล่งข้อมูลชั้นนำของประเทศ พร้อมทั้งยังเป็นการให้บริการสังคม กล่าวคือเป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา นักธุรกิจ หรือผู้ที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศสามารถติดตามข่าวสารของประเทศตนได้โดยผ่านทางเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์

คุณลักษณะหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นเป็นได้ทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่สามารถนำเสนอข้อมูลและบริการได้ในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือ ภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง ข้อมูลเหล่านี้ยังสามารถนำเสนอถึงผู้รับสารได้ทั่วโลก 7 วัน 24 ชั่วโมง (McCarty, 1994) ลักษณะของสื่อหนังสือพิมพ์เมื่ออยู่ในรูปแบบออนไลน์นั้นสามารถมีรูปแบบการนำเสนอต่างไปจากหนังสือพิมพ์ (Printed Newspaper) ในแง่มุมต่าง ๆ ดังนี้คือ มีการนำเสนอในรูปแบบสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน (Interactive) เป็นสื่อผสมทั้งภาพ เสียงและข้อมูล (Multimedia) มีความง่ายของการใช้งานหรืออ่านข้อมูล (Ease of Navigation) และ ที่สำคัญข้อมูลยังมีความสดเพราะมีการใส่ข้อมูลใหม่อย่างสม่ำเสมอใน 1 วัน (Continuous Change)

แต่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ก็มีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านความพร้อมของผู้รับสารที่จะต้องมีความพร้อมคอมพิวเตอร์และมีการต่อเชื่อมเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้อ่านถูกจำกัดอยู่ในวงของประชากรที่มีฐานะและมีความรู้พื้นฐานการใช้งานคอมพิวเตอร์ เช่น จากการศึกษาของ Relevant Knowledge ในปี 1998 พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่เป็นประชากรที่มีอายุมากกว่า 12 ปี มีการศึกษาและฐานะดี

จากผลการสำรวจ กลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ของศูนย์เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) เรื่องการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (Internet User Profile of Thailand) ในปี 2542 พบผลลัพธ์ที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ พบว่ากลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีรายได้ของครัวเรือนโดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,000-

30,000 บาท (37.81%) และยังมีกลุ่มที่รายได้สูงกว่า 30,000 บาท เรื่อยไปจนถึง มากกว่า 150,000 บาทต่อเดือนคิดรวมแล้วเป็นจำนวนสูงถึง 49.67% และมีเพียง 12.52% ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2,404 คนเท่านั้นที่มีรายได้โดยเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และระดับการศึกษาของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่เป็นผู้ที่กำลังศึกษา หรือจบการศึกษาระดับปริญญาตรี สูงถึง 62.97%

นอกจากข้อจำกัดของคุณสมบัติของผู้รับสารแล้วหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังมีข้อด้อยเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ (Traditional Media) กล่าวคือรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทำให้ผู้อ่านไม่ตระหนักถึงข่าวเด่น (headline news) ในแต่ละวันและไม่สามารถกวาดสายตาดูข่าวทั้งหมดอย่างเช่นการกวาดสายตาในหนึ่งหน้ากระดาษหนังสือพิมพ์ได้ เนื่องจากการนำเสนอข่าวผ่านหน้าจอมคอมพิวเตอร์มีขนาดจำกัด ทำให้การพาดหัวข่าวตัวโตไม่เป็นที่นิยมใช้ แต่จะใช้วิธีนำเสนอหัวข้อข่าวแทน หรือนำเสนอเพียงข่าวเด่นในวันนั้นเพียงหนึ่งข่าวและตามด้วยพาดหัวข่าวต่าง ๆ ที่จัดอยู่ในหมวดหมู่วางเรียงต่อกันในแนวดิ่ง

การอ่านข่าวของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงเป็นลักษณะการเลือกอ่านเฉพาะข่าวที่ผู้อ่านสนใจ จากปัจจัยดังกล่าวทำให้เว็บไซต์หลายแห่งเริ่มให้บริการการคัดเลือกประเภทข่าวสารและนำเสนอเฉพาะข่าวที่ผู้อ่านสนใจเท่านั้น เช่น เว็บไซต์ของ CNN.COM ที่มีบริการ my personal page ลักษณะการให้บริการดังกล่าวของสื่อมวลชนบนอินเทอร์เน็ต อาจส่งผลต่อบทบาทของสื่อในด้านการกำหนดประเด็นข่าวสารของสังคม (Agenda Setting) ในอนาคต

แรงจูงใจที่ทำให้ประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ความสนใจอ่านข้อมูลผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้น Mueller และ Kameron (1994) พบว่า สาเหตุหลักก็คือหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้อ่านสามารถเลือกเปิดรับสารได้ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง นอกจากนี้การให้บริการสืบค้นข้อมูลยังส่งผลในทิศทางบวกกับความพึงพอใจของผู้รับสาร และปัจจัยสำคัญประการสุดท้ายก็คือลักษณะของเนื้อหาที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าได้รับข้อมูลที่ใหม่และสดตลอดเวลา

Ha และ James (1996) ยังพบว่ารูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการจูงใจผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอรูปภาพที่สวยงาม การนำเสนอด้วยลูกเล่นของภาพเคลื่อนไหว หรือเสียง รวมทั้งปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นคนทันสมัยและเป็นผู้มีความรู้ดี

จากแรงจูงใจดังกล่าวส่งผลให้พฤติกรรมการรับสารของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนแปลงไปกล่าวคือ จากการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสารของประชาชนชาวอเมริกาจำนวน 100,000 คน โดยธนาคารเพื่อการลงทุน Hambrecht & Quist (1998) พบว่าร้อยละ 22 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหยุดการเปิดรับสารจากโทรทัศน์ และใช้เวลาในการอ่านหรือค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากขึ้น นอกจากนี้งานวิจัยดังกล่าวยังพบอีกว่า ประมาณร้อยละ 12 ของกลุ่มที่เปลี่ยนพฤติกรรมการรับสารนี้ยังใช้เวลากับการอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารน้อยลงอีกด้วย

บริษัท MSNBC ได้สำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารในหนึ่งสัปดาห์ พบว่าผู้รับสารร้อยละ 53 ใช้อินเทอร์เน็ตในการอ่านข่าวสารเป็นประจำ และระยะเวลาในการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตนั้นอยู่ระหว่าง 3-5 ชั่วโมงต่อหนึ่งสัปดาห์ และจากการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของ Deloitte & Touche (1998) พบว่าผู้รับสารส่วนใหญ่จะนิยมอ่านข่าวธุรกิจและการเงินจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

จากการศึกษางานวิจัยที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นยังไม่มียานวิจัยใดที่ครอบคลุมการสำรวจแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในไทย การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งไปในการหาคำตอบในประเด็นดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังให้เป็นประโยชน์ต่อวงการหนังสือพิมพ์ไทย ในการพัฒนารูปแบบและลักษณะการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์นี้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ในงานวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาผู้อ่านเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับ ในปัจจุบัน (ณ พ.ศ. 2542) คือ

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ <[www.thairath.co.th](http://www.thairath.co.th)>
2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ <[www.dailynews.co.th](http://www.dailynews.co.th)>
3. หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ <[www.manager.co.th](http://www.manager.co.th)>
4. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ <[www.bangkokbiznews.com](http://www.bangkokbiznews.com)>
5. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ <[www.thannews.th.net](http://www.thannews.th.net)>
6. หนังสือพิมพ์ Bangkok Post <[www.bangkokpost.net](http://www.bangkokpost.net)>
7. หนังสือพิมพ์ The Nation <[www.nationmultimedia.com](http://www.nationmultimedia.com)>

โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อตอบปัญหานำการวิจัยดังต่อไปนี้

### ปัญหานำการวิจัย

1. ผู้รับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีคุณลักษณะทางประชากรอย่างไร
2. ผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยอย่างไร
3. แรงจูงใจในการเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยของผู้รับสารคืออะไร
4. ผู้รับสารมีความพึงพอใจในการเลือกรับสารจากรหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยอย่างไร
5. ปัจจัยใดคืออุปสรรคในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยของผู้รับสาร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย
2. เพื่อนำเสนอรูปแบบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยให้ตรงกับความต้องการของผู้่านมากที่สุด
3. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ให้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้อ่านมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้การรับ-ส่งสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารและคอมพิวเตอร์ทำให้เกิดการสื่อสารระบบเครือข่ายที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก รูปแบบการสื่อสารจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มีการปรับตัวและการคิดค้นวิธีการสื่อสารแบบใหม่ สถาบันสื่อสารมวลชนในฐานะผู้กระจายข่าวสาร จึงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีและเพื่อนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาใช้งานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม แรงจูงใจ และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย” ประกอบด้วย:

- 1.แนวคิดการแสวงหาข่าวสารและการเปิดรับสาร
- 2.แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์
- 3.แนวคิดการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

#### I. แนวคิดการแสวงหาข่าวสารและการเปิดรับสาร

##### 1.1 การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)

Rosengren (1972) พบว่าความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจก่อให้เกิดแรง จูงใจและพฤติกรรม กล่าวคือบุคคลได้ประสบกับสถานการณ์ทางสังคมต่าง ๆ ซึ่งเต็มไปด้วยความขัดแย้ง และความตึงเครียดจนทำให้บุคคลนั้นได้รับแรงจูงใจที่จะพยายามหาทางผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยการเปิดรับสื่อมวลชน หรือการที่บุคคลตระหนักถึงปัญหาทางสังคม ซึ่งเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการแสวงหาข่าวสาร เพื่อที่จะทำความเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

การแสวงหาข่าวสารจึงเกิดขึ้นมาจากความต้องการจำเป็น (Needs) ในการรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว และความต้องการของมนุษย์ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อของบุคคลเกิดขึ้นต่างกันไปตามความต้องการนั้น ๆ (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534) เช่น ต้องการคลายเครียดจึงเปิดดูรายการตลกจากโทรทัศน์ หรือ ต้องการทราบข่าวสารของคะแนนผู้สมัครวุฒิสภาที่ผ่านมา (4 มีนาคม 2543) ก็อาจเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ The Nation ที่มีการ update ข้อมูลของคะแนนในลักษณะ Real Time กล่าวคือทันที



ที่มีข้อมูลใหม่ ตลอดช่วงเวลา 11.00 น. ถึง 2.00 น. ของเช้าวันใหม่ ซึ่งจับไวและรวดเร็ว การรายงานข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับอื่น ๆ เป็นต้น

Schramm (1973) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการแสวงหาข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 2 ประการคือ หลักการใช้ความพยายามน้อยที่สุดแต่สามารถบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

ปัจจัยของการเลือกดังกล่าวประกอบด้วย

- ความสะดวกในการเปิดรับ
- การใช้งานง่าย
- และการอยู่ใกล้ตัวหรือหยิบมาใช้งานได้ง่าย

แนวคิดของ Schramm สามารถสรุปเป็นสูตรได้ดังนี้

$$\text{การเลือกข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งที่ตอบแทนที่คาดหวัง (Expectation of Reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องการใช้ (Effort Required)}}$$

(Fraction of Selection)

เช่น การเลือกเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์, วิทยุ หรือโทรทัศน์ทุกเช้า แทนการเข้าไปอ่านข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์บนอินเทอร์เน็ต เพราะการอ่านข่าวออนไลน์จะต้องใช้ความพยายามมากกว่าเปิดเครื่องรับวิทยุ, โทรทัศน์หรือการเปิดหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ผู้เปิดรับสารอาจจะต้องเผชิญกับความผิดหวังเมื่อเข้าไปในเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ในช่วงเช้าและพบว่าข้อมูลของวันนั้นยังไม่ได้รับการใส่ข้อมูลใหม่ (update) เป็นต้น เมื่อคิดคำนวณถึงความคุ้มค่าในสิ่งที่ต้องลงแรงและผลตอบแทนอาจส่งผลให้บุคคลนั้นเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อที่มีอยู่ปัจจุบัน (Traditional media) แทนการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

Atkin (1973) ได้กล่าวเสริมถึงสาเหตุอีกประการหนึ่งของการแสวงหาข่าวสารของบุคคลว่านอกจากการคิดคำนวณถึงสิ่งที่จะได้มาและการลงแรงแล้ว บุคคลยังพยายามหาข่าวสารเพื่อหาคำตอบให้กับความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจซึ่งเกิดจาก

- การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความเข้าใจสูง

- การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคล ขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

ทั้งนี้ความพยายามให้ได้มาซึ่งข้อมูลของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความต้องการใฝ่รู้ เพื่อยุติความขัดแย้งหรือความไม่แน่ใจ ซึ่งก่อให้เกิดความไม่สบายใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อลดความขัดแย้งในใจนี้ ยังก่อผลดีให้เกิดความพึงพอใจในการรับสารอีกด้วย

Atkin กล่าวเสริมงานวิจัยของ Schramm ถึงกระบวนการแสวงหาและเปิดรับข่าวสารได้จากสื่อมวลชนว่า บุคคลจะเลือกแสวงหาข่าวสารและเปิดรับข่าวสารใดนั้นนอกจากจะขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุน (Expenditures) แล้วบุคคลยังคำนึงถึง พันธะผูกพัน (Liabilities) ที่อาจมีผลตามมาอีกด้วย

กล่าวคือ ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือความพยายามที่ต้องใช้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาสารนั้น ๆ ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งตอบแทนหรือผลประโยชน์มีน้อยกว่าการลงทุนหรือลงแรง บุคคลก็จะเมินเฉยต่อการเปิดรับสารนั้น (Information Ignoring) แต่ถ้าบุคคลนั้น ๆ คาดคะเนแล้วเห็นว่าการเปิดรับสารนั้นอาจก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ความไม่แน่ใจ หรือไม่สบายใจ บุคคลนั้นก็ จะพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น ๆ (Information Avoidance) แต่ถ้าการพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้นต้องใช้ความพยายามมากบุคคลนั้นก็ใช้วิธียอมรับข่าวสารนั้น อย่างไม่เต็มใจ (Information Yielding)

Atkin จึงชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นเป็นความต้องการ ที่จะได้มาซึ่งข้อมูล (Information) และความบันเทิง (Entertainment) เพื่อลดความไม่สอดคล้องดังกล่าว

ตัวอย่างของกระบวนการแสวงหาข่าวสารของ Atkin สามารถชี้ให้เห็นได้ดังนี้คือ ถ้าผู้อ่านต้องการแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่พบว่าเนื้อหาของข่าวสารไม่มีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ที่เปิดรับเป็นประจำ แต่ผู้รับสารต้องลงทุนในเรื่องค่าบริการอินเทอร์เน็ต และเวลาในการต่อเชื่อมรวมทั้งความพยายามในการอ่านข้อมูลจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ กระบวนการทั้งหมดนี้อาจทำให้ผู้รับสารเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการเข้าไปเยี่ยมชมเว็บไซต์หนังสือพิมพ์นั้น แต่อาจจะเข้าไปอ่านข่าวจากเว็บไซต์อื่นที่ผู้รับสารไม่ได้เปิดรับจาก

หนังสือพิมพ์ เว้นเสียแต่ว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์นั้นมีความแตกต่าง เช่นมี Breaking News ทุก ๆ ดันชั่วโมง หรือ เป็นช่องทางที่ผู้รับสารสะดวกที่สุดในการเปิดรับ เช่น อยู่ต่างประเทศ แต่ต้องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทย หรือ มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ การแสวงหาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงเป็นตัวเลือกที่สำคัญและโดดเด่นกว่า การแสวงหาข่าวสารจากสื่อประเภทอื่น ๆ

หรือในกรณีที่ผู้รับสารต้องการค้นหาข้อมูลข่าวย้อนหลังสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ น่าจะเป็นสื่อที่สะดวกที่สุดในการใช้งานตามวัตถุประสงค์นี้ เพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะให้บริการ Archive (ข่าวย้อนหลัง) หรือ Search Engine (บริหารค้นหาข้อมูล) แม้ว่าบางครั้งการใช้บริการดังกล่าวอาจไม่ประสบความสำเร็จ หรือจะต้องแรกด้วยเวลาและความอดทน แต่ผู้เปิดอ่านอาจยินดีที่จะรอคอยและใช้เวลากับการหาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าการค้นหาข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์ เพราะสะดวกและประหยัดเวลามากกว่า เป็นต้น

นอกจากแนวคิดดังกล่าวแล้ว ยังมีทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อที่สามารถนำมาปรับใช้กับมูลเหตุของแรงจูงใจและพฤติกรรมของการแสวงหาข่าวสารได้

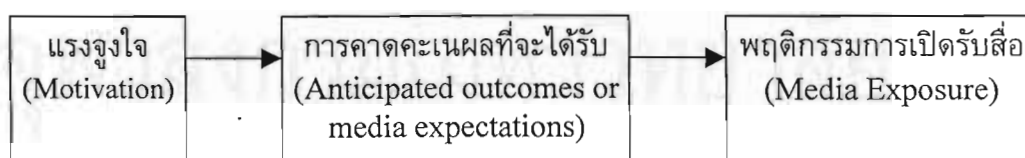
### ทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นเป้าหมายและเหตุผลของผู้รับสาร โดยมีกรอบของความคิดที่ว่าแรงจูงใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรม

หลักพื้นฐานของทฤษฎีนี้ประกอบด้วย

1. พฤติกรรมของมนุษย์เป็นอิสระในการเลือกแสดงความเห็นและพฤติกรรม
2. แรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม
3. การคาดการณ์ของผู้รับสารหลังจากการแสดงพฤติกรรมออกไป

จากหลักพื้นฐานสามารถนำมาแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังนี้



รูปที่ 1 แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

Mcquail และ Gurevitch (1974 อ้างถึงในสุเมธ จงศรีวาท, 2538) ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ว่า ผู้รับสารมีอิสระในการแสวงหาข่าวสารเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์

โดยฉับพลัน (immediate benefits) หรือประโยชน์ในอนาคต (delayed benefits) ซึ่งเป็นประโยชน์ที่ผู้รับสารสังเกตเห็นและต้องการ ผู้รับสารเป็นผู้กระทำโดยมีภาพอยู่ในใจแล้วว่าเขาทำอะไร และต้องการอะไร

ทฤษฎีความคาดหวังนี้สามารถนำมาใช้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารได้ ดังนี้

1. ใช้วิธีตั้งคำถามถึงสาเหตุการเปิดรับสารจากสื่อเพื่อให้ผู้รับสารตระหนักถึงแรงจูงใจของตน
2. ไม่ด่วนสรุปว่าพฤติกรรมทุก ๆ อย่างมีความหมายเพียงความหมายเดียว เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีประสบการณ์หรือภูมิหลังที่ต่างกัน ซึ่งผู้รับสารมักนำเอาความเห็นส่วนตัวและภูมิหลัง หรือประสบการณ์มาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมด้วยเสมอ เช่น ผู้รับสารเลือกอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐฉบับออนไลน์ แทนการเลือกหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับอื่น ๆ เพราะเคยชินกับลักษณะการนำเสนอข่าวสารของไทยรัฐ หรือเพราะชื่นชอบนักเขียนคอลัมน์บางท่าน หรือเนื้อหาพิเศษในฉบับ เป็นต้น
3. พยายามหาคำตอบจากผลที่ผู้รับสารคาดว่าจะได้รับ (anticipated outcomes) จากการเปิดรับสื่อมวลชน โดยมุ่งหวังที่ผลในอนาคต เช่น มุ่งหาคำตอบว่าเมื่อผู้รับสารอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แล้วมีความพึงพอใจอย่างไรบ้าง
4. ต้องตีกรอบคำถามให้อยู่ในขอบเขตของประสบการณ์ทางด้านสื่อสารเท่านั้น สิ่งอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ สถานการณ์ชีวิต หรือประสบการณ์ในอดีตนั้นมีความสำคัญน้อยกว่าสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็นว่าจำได้รับจากสื่อมวลชน เช่น เปิดรับข่าวสารออนไลน์ เพื่อให้ได้ข่าวที่รวดเร็วสุดและทันสมัยตลอดเวลา

## 1.2 การเปิดรับข่าวสาร

โดยปรกติแล้วผู้อ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านข่าวทุกข่าวจากหนังสือพิมพ์ 1 ฉบับ Keane (1998) พบว่า ผู้อ่านข่าวหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ใช้การกวาดสายตาเพื่อหาข้อมูลที่น่าสนใจก่อนจะลงมืออ่าน โดยเฉลี่ยผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านข่าวเพียงร้อยละ 33 ของเนื้อหาทั้งหมดของหนังสือพิมพ์ และมีเพียงร้อยละ 18 ของข่าวที่เปิดรับเท่านั้น ที่ผู้อ่านติดตามอ่านเนื้อหาตั้งแต่ต้นจนจบ

พฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นเพราะบุคคลมีกระบวนการการเลือกสาร (Selective Processes) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเลือกสื่อและเปิดรับพร้อมทั้งรับรู้เฉพาะข่าวสารที่สนใจ กระบวนการดังกล่าวนี้ประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังต่อไปนี้

1. การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention) คือ การที่ผู้รับเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งหนึ่ง เช่น การเลือกอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือการเลือกอ่านข่าวที่ตรงกับความสนใจส่วนตัว โดยมีหลักพื้นฐานที่ว่าบุคคลมักจะแสวงหาข้อมูลที่สนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกเดิมของตน เพราะการรับสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมที่มีอยู่ทำให้ภาวะทางจิตไม่สมดุลย์ ก่อให้เกิดความไม่สบายใจ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น ปัจจัยทางสังคม จิตใจ และปัจจัยส่วนบุคคล เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี หรือประสบการณ์

เช่น การสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ของศูนย์เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) ในปี 2542 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2,404 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรู้และฐานะทางเศรษฐกิจดี กล่าวคือ ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในแต่ละครัวเรือนที่ 10,000 – 30,000 บาท และ 30,000 – 50,000 บาท ร้อยละ 63 เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ร้อยละ 23 เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 77 มีคอมพิวเตอร์ที่บ้าน และใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากบ้าน ร้อยละ 36 จากที่ทำงาน ร้อยละ 41 และจากสถานศึกษา ร้อยละ 20 เป็นต้น กลุ่มบุคคลเหล่านี้มีเหตุจูงใจในการเลือกใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการแสวงหาข่าวสารสูงถึง ร้อยละ 67 และเพื่อติดต่อส่วนตัวเพียงร้อยละ 17 เท่านั้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกรองสารที่ผู้รับสารจะตีความสารที่ได้รับ ดังนั้น สารชิ้นเดียวกันอาจทำให้ผู้รับสารตีความต่างกันได้ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ทัศนคติตามประสบการณ์ ความต้องการ ความคาดหวัง และสภาวะอารมณ์ เป็นต้น เช่นการชมภาพยนตร์เรื่องเดียวกันอาจทำให้ผู้รับสารตีความเนื้อหาของหนังได้ในหลาย ๆ แบบ
3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ของผู้รับสาร และมักจะลืมในส่วนที่ไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้โดยง่าย

กระบวนการการเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกในกระบวนการเลือกรับหรือเลือกสนใจ โดยการไม่เลือกชม ฟัง หรือ อ่านข้อมูลจากสื่อมวลชนบางรายการหรือบางฉบับ

แต่ถ้าผู้รับสารตกอยู่ในกรณีที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารก็จะตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเอง และถ้าข่าวสารที่ได้รับนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายให้แตกต่างกันไปได้ ผู้รับสารก็จะเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนของตนเองสนใจหรือที่ต้องการเท่านั้น กระบวนการดังกล่าวนี้เป็นไปอย่างอัตโนมัติโดยผู้รับสารอาจไม่รู้สึกรับ (Klapper, 1960)

Chandler (1995) ยังพบว่าเมื่อผู้รับสารมีกระบวนการเลือกจดจำแล้วผู้รับสารยังมีการระลึกข้อมูลที่ได้อ่านไปในลักษณะที่แตกต่างจากข้อมูลที่เปิดรับ เพราะผู้รับสารจะจัดสร้างลักษณะของกลุ่มข้อมูลใหม่ที่เลือกจดจำนี้ตามความเข้าใจของตน เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการรับรู้ (schema) ที่มีอยู่เดิม ซึ่งก็อาจจะส่งผลให้ข้อมูลบางส่วนคลาดเคลื่อนไปจากข้อมูลจริงที่เคยเปิดรับได้

การที่ผู้รับสารจะเลือกแสวงหาข่าวสารและเปิดรับสารใดนั้น เป็นแนวคิดสำคัญของทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ปรับปรุงจากแนวคิดด้านการสื่อสารทางจิตวิทยา เน้นเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลเลือกเปิดรับสารจากสื่อ (Fisher, 1978)

### **ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Use and Gratification Theory)**

องค์ประกอบสำคัญของทฤษฎีนี้ก็คือ ความต้องการและแรงผลักดันของบุคคลในการสื่อสาร สภาวะทางจิตและสภาวะแวดล้อมทางสังคม สื่อสารมวลชน ทางเลือกของการใช้สื่อ พฤติกรรมการสื่อสาร และพฤติกรรมอันต่อเนื่องจากการสื่อสาร (Katz, Blumer และ Gurevitch, 1974)

เช่น Pearlin (1959) พบว่า การเปิดรับสารจากสื่อโทรทัศน์ เช่นการชมละครหรือ เกมโชว์ เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลได้หลุดพ้นจากโลกอันเลวร้าย หรือประสบการณ์ที่ไม่พึงพอใจในชีวิตจริง Katz, Gurevitch และ Hass (1973) ยังกล่าวเพิ่มเติมว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับสารจากสื่อเฉพาะสารที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ ทั้งนี้การใช้สื่ออาจจะสามารถตอบสนองได้ตั้งแต่ความต้องการขั้นพื้นฐาน ไปจนถึงความต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อลดความขัดแย้งในความคิด

ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้เป็นผลต่อเนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของการศึกษาทางนิเทศศาสตร์ จากการศึกษาในยุคเริ่มแรกที่มุ่งเน้นการศึกษาถึง “ผู้ส่งสาร” “สื่อ” และ “สาร” ว่ามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ทั้งนี้เป็นเพราะสภาพสังคมที่ตกอยู่ในยุค ค.ศ. 1930-

1950 (พ.ศ.2473-2493) ซึ่งเป็นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 และ 2 ทำให้การศึกษาทางนิเทศศาสตร์ในช่วงนั้นมีบริบททางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก

ส่วนใหญ่ทฤษฎีและแนวความคิดในช่วงสงครามโลกจะเน้นที่อิทธิพลของผู้ส่งสารซึ่งผู้ส่งสารมักจะเป็นผู้มีอิทธิพลในการใช้สื่อมวลชน เพื่อประโยชน์ทางการเมือง ผู้รับสารจึงกลายเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) ให้ดูดซึมข้อมูลข่าวสารทุกอย่างจากผู้รับสาร การศึกษาในเวลาต่อมา ได้เปลี่ยนแปลงแนวความคิดดังกล่าวอย่างสิ้นเชิง การศึกษาทางนิเทศศาสตร์ยุคหลังสงครามโลกได้มุ่งเน้นแนวคิดใหม่ไปที่ “ผู้รับสาร” เป็นสำคัญ

ในแนวความคิดใหม่นี้ ผู้รับสารจะเป็นผู้มีความต้องการจำเป็น (Needs) อย่างใดอย่างหนึ่งจึงเลือกเปิดรับสื่อมวลชน ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของตนเอง ทฤษฎีนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมเปิดรับสารและความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงสื่อมวลชนให้ผลิตข่าวสารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารอย่างแท้จริง

แนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้เริ่มจากการวิจัยความสนใจ ความพึงพอใจ พฤติกรรมการใช้สื่อ แรงจูงใจ และความต้องการของผู้รับสาร โดยมีพัฒนาการมากกว่า 50 ปี เมื่อ Herzog (1940) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการเปิดรับฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวันของแม่บ้าน ซึ่งเป็นการสำรวจความสนใจของผู้รับสารและถือว่าความสนใจนี้เป็นตัวแปรแทรกอยู่ในกระบวนการทางการสื่อสาร

การศึกษาในปีต่อ ๆ มาของนักวิจัยหลายท่าน เช่น Mein (1942), McCandless (1944), Arnheim (1944), Warner และ Henri (1948), Wolf และ Fiske (1949) ได้พยายามสร้างรูปแบบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนโดยเชื่อมโยงกับพฤติกรรมของสื่อหรือตัวแปรทางจิตวิทยาสังคมของผู้รับสาร

การศึกษาผู้รับสารได้รับความสนใจมากขึ้นเมื่อ Lazarfeld และ Stanton (1949) ได้ศึกษาวิจัยการใช้สื่อของผู้รับสารและพบว่าการรณรงค์เลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี 1948 นั้น การหาเสียงมิได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัคร แสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนมิได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังปรากฏในการวิจัยทางนิเทศศาสตร์ในระยะเริ่มแรก

การพัฒนาารูปแบบการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนนี้ได้พัฒนาขึ้นตามลำดับ โดยนักวิจัยหลายท่านได้ศึกษาบทบาทของสื่อและพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสาร เช่น

Lazarfeld และ Merton (1948), Lasswell (1948), Merton ( 1957), Morton และ Wohl (1956) และ Wright (1960) ซึ่งการศึกษาดังกล่าวเป็นการเน้นการศึกษาการเลือกใช้สื่อและการได้รับประโยชน์จากสื่อตามความต้องการของปัจเจกบุคคลมากกว่าการวิจัยผลกระทบของสื่อมวลชนต่อผู้รับสาร

### แรงจูงใจในการเลือกเปิดรับสื่อและสาร

การศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารนี้ได้รับการพัฒนาให้ก้าวไปสู่การศึกษาในเรื่อง “แรงจูงใจ” ของผู้รับสาร เช่น Katz (1959), Davison (1959), Schrammn และคณะ (1966) ได้ศึกษาวิเคราะห์หน้าที่ โดยเน้นเรื่องแรงจูงใจและผลกระทบที่มีต่อการสื่อสาร Gerson (1966), Stephenson (1967) และ McQuail (1969) ศึกษาแรงจูงใจกับหน้าที่ของการใช้สื่อโทรทัศน์ และ Rubin (1969) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อกับผลจากพฤติกรรม

ในปี 1973 Katz ได้ศึกษาความต้องการของผู้ใช้สื่อมวลชนในประเทศอิสราเอล การวิจัยครั้งนี้กลายเป็นต้นแบบของการศึกษา ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่ง Katz ได้สำรวจความต้องการของผู้ใช้สื่อ และพยายามสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวัดความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมของผู้รับสาร การวิจัยครั้งนี้เป็นการเน้นการศึกษาด้านเครื่องมือวัดมากกว่าการพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ ผลจากการศึกษาสามารถจัดเป็นองค์ประกอบได้ 3 ประการ เรียกว่า “Classification of Media-Related Needs” ดังแผนภาพต่อไปนี้

ตารางที่ 1 Classification of Media-related Needs

ลักษณะความต้องการ	เป้าหมายการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก	บุคคลหรือสิ่งของที่มีมนุษย์ได้เชื่อมโยงการติดต่อไปถึง
1. ความต้องการให้เพิ่มมากขึ้น	1. การติดต่อเพื่อรับข่าวสารหรือความรู้	1. ตนเอง
2. ต้องการให้น้อยลง	2. การติดต่อเพื่อความพอใจเพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์	2. ครอบครัว 3. เพื่อนฝูง 4. สังคม รัฐบาล 5. ธรรมเนียม วัฒนธรรม
3. ต้องการให้ได้มา	3. การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ 4. การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์	6. โลก 7. สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มี ความหมายน้อย

จากองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ Katz ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของผู้ใช้สื่อ 35 ข้อความ เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้าน



ความพึงพอใจของตน เช่น เพื่อใช้เป็นข้อมูลหรือหัวข้อในการสนทนา เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลิน หรือเพื่อความบันเทิง เป็นต้น

นอกจากนี้ Katz ยังนำข้อความทั้ง 35 ข้อความมาแยกตามความต้องการ (Needs) ข่าวดสารตามลักษณะทางจิตวิทยาได้ดังนี้

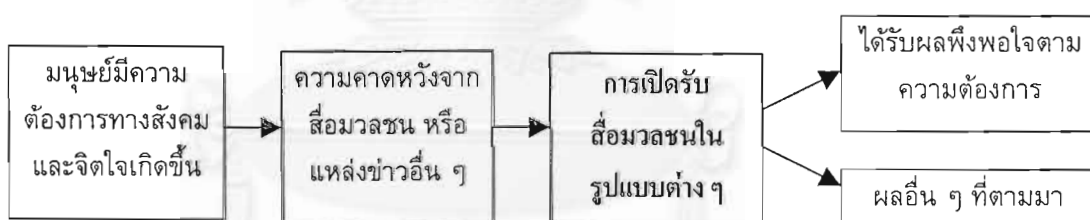
1. Cognitive Need คือ ความต้องการที่บุคคลเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและข่าวสารเพื่อจะได้รับความเป็นไปในชีวิตประจำวัน ความรู้ รวมทั้งความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

2. Affective Need คือ ความต้องการที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ร่วมทางอารมณ์ รวมทั้งความต้องการในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่าง ๆ

3. Integrative Need คือ ความต้องการข่าวสารที่บุคคลพึงประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลในการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ความมั่นคงทางอารมณ์และความคิด รวมทั้ง เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคมรอบข้างอีกด้วย

4. Escape Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ เพื่อสิ่งสิ่งที่ยมขึ้นหรือความยุ่งยากในชีวิตจริงโดยใช้สื่อและสารเป็นเครื่องมือในการผ่อนคลายความเครียดหรือหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ในปี 1974 Katz ได้วางแบบแผนของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ดังนี้



รูปที่ 2 แบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

จากแผนภาพ Katz อธิบายว่า เมื่อมนุษย์มีความต้องการทางด้านสังคมและทางด้านจิตใจ เป็นสาเหตุก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวอื่น ๆ ที่จะสนองความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบที่แตกต่างกัน ได้รับผลเป็นที่พึงพอใจตามความต้องการหรือได้รับผลอื่น ๆ ที่อาจไม่ได้คาดหวังเกิดขึ้นตามมา

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ สามารถอธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลแต่ละคนหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน จึงมีการเลือกใช้สื่อตามความต้องการของตนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน และความต้องการที่แตกต่างกันทำให้เกิดแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันอีกด้วย แบบจำลองนี้จึงเป็นการศึกษากระบวนการรับสาร (Receiving Process) แต่ไม่ได้หมายรวมถึงกระบวนการของการสื่อสารทั้งหมด

McQuail และหม่อคณะ (1972) ได้ศึกษาผู้รับสารในฐานะเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชน เพื่อให้ได้มาซึ่งสารที่ตอบสนองความต้องการของตน ทำให้สื่อมวลชนมีหน้าที่โดยสรุปที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับของผู้รับสาร ดังนี้

1. หน้าที่การเสนอข่าว (Information) เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปของสังคม
2. หน้าที่สร้างเสริมเอกลักษณ์ (Personal Identity) ของบุคคลเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ที่จะมีสิ่งที่สามารถอ้างถึงได้ และความต้องการที่จะสร้างค่านิยมของตนเอง
3. หน้าที่การติดต่อกับสังคม (Social Interaction) เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ที่จะมีเพื่อนและติดต่อกับสังคมภายนอก
4. หน้าที่เสนอความบันเทิง (Entertainment) เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ที่จะหนีไปชั่วขณะ เพื่อผ่อนคลายอารมณ์และเพื่อความเพลิดเพลิน

จากการศึกษาการใช้สื่อและการเลือกเปิดรับสารต่าง ๆ Levy และ Windahl (1984) ได้สร้างกรอบแนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมของผู้รับสาร โดยพิจารณาจากกิจกรรม 3 ประการคือ

- การเลือกเปิดรับสาร
- การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้อง
- และการใช้ประโยชน์จากสื่อ

โดยการศึกษานี้ได้ดูรูปแบบจากกิจกรรมของบุคคลทั้งในระหว่างเวลาของการใช้สื่อ คือ ก่อนการเปิดรับสื่อ, ขณะมีการเปิดรับสื่อ และหลังจากการเปิดรับสื่อ เพื่อกำหนดรูปแบบตามแผนภาพ ดังนี้

ตารางที่ 2 รูปแบบกิจกรรมของผู้รับสาร

กิจกรรมของผู้รับสาร	ลำดับของการสื่อสาร (มิติด้านเวลา)		
	ก่อนการเปิดรับ	ขณะเปิดรับ	หลังจากการเปิดรับสื่อ
ก่อนการเปิดรับ	การเลือกเปิดรับ		
การเกี่ยวข้อง		การถอดรหัส	
การใช้ประโยชน์			การใช้ประโยชน์ทางสังคม

จากแผนภาพนี้อธิบายได้ว่า ผู้รับสารมีพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างไร เช่น เวลา ก่อนจะเปิดรับสื่อ ผู้รับสารมีการเลือกใช้สื่อประเภทใด มีความต้องการอย่างไรในขณะเปิดรับสาร ผู้รับสารมีความคิด มีความเข้าใจต่อสารเพียงใด และมีการทำกิจกรรมใดในระหว่างเปิดรับสารหรือไม่ และหลังจากการเปิดรับสารแล้วผู้รับสารได้นำสิ่งที่ได้รับไปใช้ประโยชน์อย่างไร เป็นการแสดงให้เห็นถึงการตัดสินใจของผู้รับสารและการศึกษาความต้องการในเชิงสังคมและจิตวิทยา

การที่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่ออย่างไรนั้น Levy และ Windahl ได้แบ่งประเภทของผู้รับสารตามวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้สื่อไว้ 3 ประเภทคือ

1. Preactivity: ผู้รับสารกลุ่มนี้เป็นพวกที่เลือกสื่อเพื่อสนองความต้องการด้านข่าวสารข้อมูล และใช้ข่าวสารในการพัฒนาความคิดของตน
2. Duractivity: ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการทางด้านอารมณ์
3. Postactivity: ผู้รับสารกลุ่มนี้เลือกใช้สื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางด้านสังคม มีการนำสารที่ได้รับไปใช้เพื่อสร้างค่านิยม และสร้างคุณค่าให้กับตนเองและครอบครัว

## II. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การนำเสนอข้อมูลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นจัดอยู่ในรูปแบบ World Wide Web (ณรงค์, 2541) คือมีการใช้เทคโนโลยีไฮเปอร์เทกซ์ (Hypertext) Richie (1998) นิยามระบบไฮเปอร์เทกซ์ ว่าเป็นระบบจัดการข้อมูลซึ่งแสดงออกมาในรูปแบบการเชื่อมโยงแหล่งข่าวสาร (Node) ต่าง ๆ โดยตัวเชื่อม (link) ข้อมูลที่ปรากฏนอกจากจะเป็นตัวหนังสือ (Text) แล้วยังประกอบด้วยรูปภาพ หรือกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือวีดิทัศน์ การเชื่อมโยง

ข้อมูลจะไม่เป็นเส้นตรง (Non-linear) คือมีการเชื่อมโยงข้อมูลบางส่วนกับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ โดยผู้รับสารเป็นผู้เลือกและมีอิสระในการอ่านข้อมูล

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

จุดประสงค์หลักที่หนังสือพิมพ์มีการขยายตัวสู่สื่ออินเทอร์เน็ตก็คือความต้องการขยายฐานลูกค้าผู้อ่านนอกประเทศทั่วโลก หรือเพื่อให้บริการข่าวสารแก่นักศึกษา นักธุรกิจ หรือผู้ที่มีถิ่นฐานอยู่ต่างแดน แต่ต้องการติดตามข่าวสารจากประเทศของตน (Information Technology Conference, 1996)

ศุจิกา ดวงมณี (2539) ได้ศึกษาถึงสาเหตุดังกล่าวและพบสาเหตุเพิ่มเติมว่าหนังสือพิมพ์จัดทำเว็บไซต์เพื่อเป็นการเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร และเพื่อเพิ่มโอกาสในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งเพื่อส่งเสริมช่องทางการตลาด เช่น เป็นช่องทางในการขายพื้นที่โฆษณา ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ *The Dallas Morning News* ได้ลงข่าวของ Timothy McVeigh บนเว็บไซต์หลายชั่วโมงก่อนหนังสือพิมพ์จะออกจำหน่ายจริง ส่งผลให้ยอดขายของหนังสือพิมพ์ *The Dallas Morning News* ในวันนั้นมียอดจำหน่ายสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์

Rider (1997) พบว่าการตีพิมพ์เรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้อ่านบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ก่อนที่หนังสือพิมพ์จะออก ยังส่งผลในทางบวกต่อการสร้างความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์ต่อผู้รับสาร จึงทำให้หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นขายดีขึ้น

รูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนคือ (ศึกษาโดย ศุจิกา, 2539 อ้างแล้ว)

#### 1. รูปแบบการนำเสนอ (Layout Format) แบ่งเป็น

- ลักษณะการใช้กรอบ (Frame) แบ่งส่วนการนำเสนอข่าวสาร ซึ่งนิยมแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ด้านซ้ายนำเสนอหัวข้อหลักซึ่งจะมีลักษณะแคบกว่าพื้นที่ทางด้านขวา ซึ่งใช้นำเสนอรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, เดลินิวส์ และ *The Nation* ใช้พื้นที่นี้สำหรับนำเสนอข่าวในหน้าแรก (ภาคผนวก ก.) ทั้งนี้รูปแบบในปัจจุบันอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับการปรับปรุงการนำเสนอ

การใช้กรอบช่วยให้ผู้รับสารไม่เสียเวลาในการย้อนกลับไปดูเมนูข่าวสารเมื่ออ่านข่าวหนึ่งข่าวใดจบแล้ว และยังช่วยให้การอ่านข่าวสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว แต่การนำเสนอแบบการใช้กรอบนี้ข้อมูลจะแสดงไม่ครบในหนึ่งหน้าจอ ดังนั้นในแต่ละกรอบจึงต้องมี Scroll Bar ไว้สำหรับเลื่อนหน้าจอขึ้น-ลง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้รับสารเปิดอ่านข้อมูลได้ทั้งหมด

- ลักษณะการนำเสนอในพื้นที่หน้าจอปกติ (ไม่ใช่กรอบ) เป็นรูปแบบพื้นฐานในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารบนเว็บ ผู้ใช้งานต้องย้อนไปมาระหว่างหน้าที่เป็นหัวข้อหลักและหน้าข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบนี้ ส่วนใหญ่ใช้กับสื่อมวลชนที่ให้ความสำคัญกับรูปภาพเช่น นิตยสาร หรือเน้นเฉพาะการนำเสนอเนื้อหา เช่น หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ (ภาคผนวก ข.)

การจัดเรียงเนื้อหาข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นิยมนำเสนอในลักษณะหนึ่งคอลัมน์ ซึ่งมีขนาดกว้างประมาณ 2 ใน 3 ของจอภาพ Lynch (1995) และ Tilton (1995) กล่าวว่า บนหน้าจอ 14 นิ้ว โดยทั่วไปการนำเสนอข่าวแบบออนไลน์จะไม่มีแบ่งเป็นสองหรือหลายคอลัมน์ แต่จะวางเนื้อหาข่าวเรียงตามยาวตามหน้าจอ ทั้งนี้เป็นไปตามข้อจำกัดของโปรแกรม HTML (โปรแกรมที่ใช้เขียน หรือ ออกแบบหน้าจอหนังสือพิมพ์ออนไลน์ และเว็บไซต์ต่าง ๆ) เพื่อให้การนำเสนอมีรูปแบบที่แปลกตามากขึ้น ในเนื้อเรื่องข่าวอาจมีการนำเสนอวลีคำพูดให้มีลักษณะโดดเด่นออกมาเหมือนการจัดหน้าในหนังสือพิมพ์ก็ได้

## 2. รูปแบบเนื้อหา (Content Format):

จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า รูปแบบเนื้อหาข่าวที่นำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย มีความแตกต่างกันอย่างเห็นเด่นชัดใน 3 ลักษณะคือ (ภาคผนวก ค.)

- แบบการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะเดียวกับข่าวที่ปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์เสมือนเป็นการแปลงหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) เป็น หนังสือพิมพ์ออนไลน์(Online Edition) กล่าวคือรูปแบบการนำเสนอจะประกอบด้วย การพาดหัวข่าว วรรคหน้า ชื่อผู้เขียน (ในกรณีที่เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ) และเนื้อหาที่มีความยาวและใจความเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ และมีการใส่ข้อมูลใหม่เพียง 1 วันต่อครั้งและหลังจากหนังสือพิมพ์ตีพิมพ์เรียบร้อยแล้ว เวลาดังกล่าวจะอยู่ในช่วงครึ่งเช้าของวัน หรือไม่เกิน 12.00 น. โดยเฉลี่ย

ตัวอย่างเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยที่นำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้คือ หนังสือพิมพ์ Bangkok Post, หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ

- แบบย่อข่าว หรือสรุปข่าว เป็นการนำเสนอเพียงใจความสำคัญของข่าว ซึ่งประกอบด้วยพาดหัวข่าวและประเด็นข่าว ซึ่งส่วนใหญ่จะมีความยาวของข่าวไม่เกิน 2 หน้าจอ หรือสั้นสุดประมาณ 2 ย่อหน้า การวางจะจัดเป็นหมวดหมู่ข่าวแต่เมื่อผู้อ่านกดเลือกหมวดหมู่ที่ต้องการอ่านแล้ว ข่าวจะวางยาวเรียงต่อกันไปตามแนวดิ่ง การใส่ข้อมูลใหม่จะกระทำเพียงวันละครั้ง ตัวอย่างของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยที่นำเสนอเนื้อหาในลักษณะนี้คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ในแต่ละวันจะไม่เกิน 10.00 น.

- แบบเสนอข่าวเหมือนหนังสือพิมพ์แต่มีการใส่เนื้อหาข่าวใหม่ (Breaking News) ตลอดวัน แต่เนื้อหาข่าวหลักมีลักษณะเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์และมีการใส่ข้อมูลใหม่วันละครั้งโดยไม่เกินช่วงเช้าของวันใหม่ และในบางครั้ง The Nation ยังสามารถใส่ข้อมูลข่าวของวันใหม่บนเว็บไซต์ก่อนหนังสือพิมพ์จะตีพิมพ์ คือประมาณเที่ยงคืน (12.00 a.m.)

ประโยชน์ของการนำเสนอข่าวบนเว็บคือสามารถเปลี่ยนแปลงเนื้อหาได้ในเวลาอันรวดเร็วและมีต้นทุนต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ ทำให้ผู้พัฒนาเว็บไซต์หนังสือพิมพ์สามารถใส่ข้อมูลข่าวใหม่ ๆ (updated news) ได้ตลอดวัน หรือทุกต้นชั่วโมงในหัวข้อ Breaking News ตัวอย่างของการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารในรูปแบบนี้คือ หนังสือพิมพ์ The Nation และหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ถึงแม้การนำเสนอเนื้อหาหรือรูปแบบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็ยังมีรูปแบบการนำเสนอที่เป็นพื้นฐานบางอย่างคล้ายๆ กัน กล่าวคือ การมุ่งเน้นการเสนอข่าวในประเทศเป็นสำคัญ และมีการจัดหมวดหมู่ข่าวตามประเภทของข่าวที่นำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์และใช้ข่าวนำ (Headline News) ของหนังสือพิมพ์เป็นข่าวนำของเว็บไซต์ โดยสังเกตได้จากการนำเสนอข่าวนำเป็นข่าวแรกของเว็บไซต์นั้น ๆ

### ลักษณะเฉพาะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากลักษณะเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต Roger (1986) พบว่าการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นมีลักษณะเฉพาะตัว และสามารถนำเสนอเนื้อหาได้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

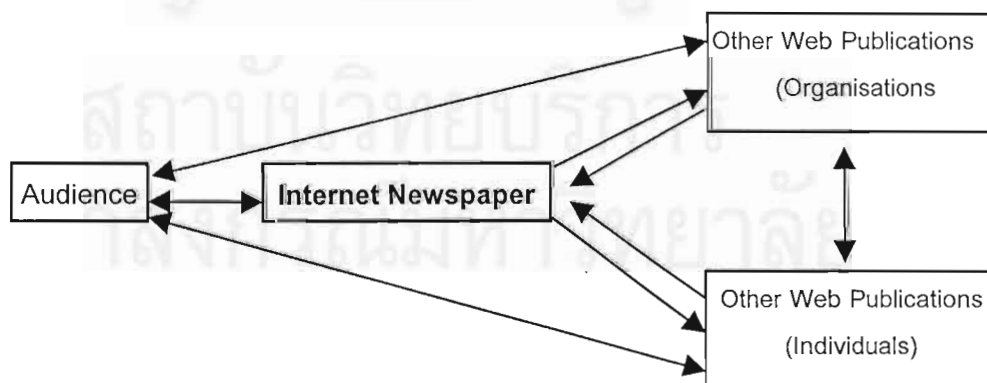
1. รูปแบบการปฏิสัมพันธ์ (Interactively Model) เช่น การคลิกเมาส์ไปยังหัวข้อข่าวเพื่อเรียกอ่านข้อมูลเพิ่มเติม หรือ การร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านแบบสำรวจความคิดเห็น (Online Poll) หรือการส่งอี-เมลให้กองบรรณาธิการ เป็นต้น

2. การผสมผสานของสื่อผสม (Multimedia Model) คือการนำเสนอเนื้อหาทั้งในรูปแบบข้อมูล ภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหว หรือ เสียง เช่น การนำเสนอวิทยุเนชั่นบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ The Nation หรือภาพเคลื่อนไหวในศิลปไทยของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post

3. ความเปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ (Continuous Change) เป็นคุณลักษณะสำคัญของหนังสือพิมพ์ที่จะดึงดูดให้ผู้อ่านติดตามอ่านข่าวสารอยู่เป็นประจำ เช่น เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์กรุงเทพมหานครที่มีการใส่ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ทุก ๆ ชั่วโมง

4. การใช้งานง่าย (Ease of Navigation) คือความง่ายในการเข้าถึงข้อมูลบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์เมื่อต้องใช้งานร่วมกับโปรแกรมบราวเซอร์ เช่น มีไอคอนหน้าจอแรก หรือ ไอคอนหมวดหมู่ข่าวต่าง ๆ อยู่ทางด้านข้าง เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้อ่านสามารถกดอ่านข่าวในหัวข้อต่อไปได้ โดยไม่ต้องย้อนกลับมาที่หน้าจอแรก การอำนวยความสะดวกในการอ่านจะช่วยให้ผู้อ่านไม่เกิดความงุนงงและสับสนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอีกด้วย

Lynch (1995) และ Tilton (1995) ได้ศึกษาการจัดองค์ประกอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์และพบว่าการออกแบบเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์อาศัยองค์ประกอบเดียวกับองค์ประกอบการจัดหน้าของหนังสือพิมพ์ กล่าวคือ ประกอบด้วยชื่อหนังสือพิมพ์ซึ่งมีลักษณะการเขียนแบบเดียวกัน การพาดหัวข่าว เนื้อหาข่าว ช่องว่าง รูปภาพ กราฟิก แต่สิ่งที่เพิ่มเติมขึ้นมาคือ ลิงค์ (Link) หรือจุดเชื่อมต่อของเอกสารอิเล็กทรอนิกส์หนึ่งไปสู่เอกสารอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ซึ่งอาจเก็บไว้ในฐานข้อมูลเดียวกันหรือต่างกันได้ ดังรูป



รูปที่ 3: Information Flow of Online Newspaper over the Internet

จากภาพแสดงให้เห็นว่า การนำเสนอจุดเชื่อมต่อ (Link) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการสื่อสารของสื่อมวลชน จากรูปแบบการสื่อสารจุดหนึ่งไปหลายจุด (One-to-many communication) เช่นในสื่อทั่วไป (Traditional Media) มาเป็นรูปแบบ การสื่อสารแบบหลายจุด (Many-to-many communication) โดยมีหนังสือพิมพ์เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมต่อจุดเหล่านั้น

ลักษณะการนำเสนอเช่นนี้ทำให้ผู้อ่านมีทางเลือกในการเปิดรับข้อมูลมากขึ้นและยังเป็นรูปแบบการนำเสนอที่เปลี่ยนแปลงความสำคัญของ “สื่อ” มาอยู่ที่ “ผู้รับสาร” หนังสือพิมพ์ออนไลน์ จึงมิได้เป็นแหล่งข่าวสารเพียงแหล่งเดียว เนื้อหาบางส่วนอาจนำมาจากเว็บไซต์หรือฐานข้อมูลอื่น ๆ ที่มีอยู่บนอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าสารนั้นจะมาจากผู้รับสารที่เป็นองค์กร หรือบุคคล ซึ่งอาจมีการเชื่อมโยง (Link) กันเองโดยไม่ผ่านหนังสือพิมพ์ก็ได้

รูปแบบการนำเสนอเช่นนี้ทำให้ “ผู้รับสาร” มีความสำคัญ เพราะเป็นผู้กำหนดการเปิดรับ ผู้รับสารจึงเป็นผู้มีอำนาจในการคัดเลือก หรือสรรหาข่าวสารที่ปรากฏอยู่บนเว็บไซต์จากเว็บหนึ่งไปสู่อีกเว็บหนึ่งได้โดยไม่ติดอยู่กับที่มาของข้อมูล ว่ามาจากเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งเพียงอย่างเดียว หรือมาจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ (Johnson และ Kaye, 1998)

นอกจากองค์ประกอบของรูปแบบการนำเสนอแล้ว การออกแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านความเร็วในการเข้าถึงและได้มาซึ่งข้อมูล (Information access speed) Lynch (1995) และ Tilton (1995) ได้ศึกษาถึงระยะเวลาที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ สามารถอดทนรอข้อมูลให้ปรากฏหลังจากการเรียกหาข้อมูลว่าอยู่ในช่วงระยะเวลาที่สั้นมาก กล่าวคือ ประมาณ 20 วินาที ถ้าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับนั้นไม่สามารถสนองตอบความต้องการของผู้เปิดรับสารได้ในช่วงเวลาดังกล่าว จะมีแนวโน้มว่าผู้รับสารจะหยุดการเปิดรับสารจากเว็บไซต์นั้น และเข้าไปเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์อื่น ๆ แทน

นอกจากปัจจัยทางด้านความเร็วแล้ว หนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังต้องคำนึงถึงการวางจุดเด่นของข้อมูลในหน้าจอหลัก (Home Page) เพื่อดึงดูดความสนใจ, ความสมดุลย์ระหว่างสีและการได้สัดส่วนของรูปแบบเรื่อง ตำแหน่งและการกวาดสายตา รวมทั้งขนาดความยาวและปริมาณข้อมูลอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านเข้ามาอ่านข้อมูลอยู่เสมอ

จากการศึกษาของ Li (1998) เรื่องการออกแบบเว็บไซต์และการใช้กราฟิกของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ระดับชาติ 3 ฉบับในสหรัฐอเมริกา คือ USA Today, Watchington



Post และ New York Times พบว่า การนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ระดับชาติทั้ง 3 ฉบับนี้มุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหามากกว่าการใส่ใจในรูปแบบที่สวยงาม ทั้งนี้เห็นได้จากเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับเน้นการนำเสนอข้อมูล พร้อมกันนี้ยังไม่นิยมใช้รูปภาพขนาดใหญ่ แต่จะใช้เพียงรูปภาพหนึ่งรูปเพื่อประกอบเรื่องข่าวในหน้าแรกเท่านั้น จากนั้นจึงนำเสนอภาพหัวข่าวของข่าวต่าง ๆ เรื่อยลงมา การนำเสนอในรูปแบบนี้จะส่งผลต่อความเร็วในการเข้าถึงข้อมูล เพราะการใช้รูปภาพขนาดเล็กและการที่เว็บไซต์ไม่มีลูกเล่นอื่นใดนอกจากตัวหนังสือและภาพจะทำให้ผู้รับสารเข้าถึงเว็บไซต์นั้น ๆ ได้เร็วกว่าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือ มีข้อมูลในหน้าจอหลักมากจนเกินไป

### ข้อได้เปรียบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ข้อดีของการนำเสนอข้อมูลในลักษณะหนังสือพิมพ์ออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตก็คือ หนังสือพิมพ์สามารถนำเสนอข้อมูลหรือบทความย้อนหลังได้มากกว่า 1 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของเครื่องที่ใช้ในการเก็บข้อมูลว่าจะมีประสิทธิภาพในการบันทึกข้อมูลอยู่มากน้อยเพียงใด และขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละหนังสือพิมพ์ว่าจะนำเสนอข่าวย้อนหลังไปเป็นระยะเวลาเท่าใด เช่น ของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post นำเสนอมีฐานข้อมูลข่าวย้อนหลังประมาณ 3 เดือน ในขณะที่หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจนำเสนอฐานข้อมูลให้ผู้อ่านสามารถอ่านข่าวย้อนหลังได้ประมาณ 6 เดือน

การนำเสนอข้อมูลย้อนหลังนี้ส่งผลดีต่อผู้อ่านที่ไม่มีภูมิหลังของข่าวสารนั้น ๆ มาก่อน การอ่านข่าวย้อนหลังทำให้เข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน พร้อมกันนี้ผู้อ่านยังสามารถใช้ฐานข้อมูลนี้ในการสืบค้นข้อมูลที่ต้องการศึกษาได้อีกด้วย การนำเสนอข้อมูลเช่นนี้ทำให้ผู้อ่านได้ความรู้ที่กว้างและลึกมากขึ้น

ข้อดีอีกประการหนึ่งก็คือ หนังสือพิมพ์ออนไลน์จะมีหน้าตาและสีสันสดใส ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ผลิตสื่อออนไลน์สามารถกำหนดให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอในรูปแบบ 4 สี ทั้งเล่มก็ได้ (Baird, Turnbull และ McDonald, 1987) หรือจะนำเสนอในลักษณะสื่อผสม (Multimedia) ซึ่งประกอบด้วยภาพวิดีโอ (Video Clip) หรือการ์ตูนเคลื่อนไหว พร้อมทั้งเสียงประกอบก็ได้ Mueller และ Kameron (1996) พบว่าจุดดึงดูดของภาพหรือสีสันของเว็บไซต์เป็นปัจจัยทำให้เกิดความพึงพอใจของการเปิดรับสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์อีกด้วย

### ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

แต่จากการศึกษาของ Syrysko (1994) พบว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์กับมีข้อจำกัดในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์บนเว็บไซต์ แม้ว่าหนังสือพิมพ์จะเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่ปรากฏตัวอยู่บน WWW ก็ตาม ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อหนังสือพิมพ์ยังยึดติดกับ

ประเด็นด้านรูปแบบและหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ คือมุ่งเน้นให้ข่าวสารทำให้การนำเสนอเนื้อหาพร้อมทั้งภาพนิ่งเป็นสิ่งที่เพียงพอแล้วสำหรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ นอกจากนี้ Syrsko ยังระบุถึงสาเหตุอีกประการหนึ่งว่าเป็นเพราะการมุ่งเน้นเนื้อหาข่าวสารที่ต้องทันสมัยและสดใหม่ทุกวันทำให้ผู้ผลิตสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่มีเวลามากพอที่จะคำนึงถึงการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ

McAdams (1994) กล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ว่า ยังยึดติดอยู่กับการนำเสนอแบบเดิม ๆ แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงของ World Wide Web จะเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีการใช้ลูกเล่นต่าง ๆ มากมายก็ตาม จะเห็นได้จากการออกแบบเว็บไซต์ ถึงแม้จะมีโปรแกรมที่สามารถสร้างภาพเคลื่อนไหว เช่น Animation Gifs หรือ Java Script แต่หนังสือพิมพ์กลับไม่ให้ความสนใจ สาเหตุเป็นเพราะหนังสือพิมพ์ได้สร้างกระแสตั้งแต่เดิมว่า : “Design is fix, it is content that change” หรือ รูปแบบคงที่ เนื้อหาเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลง

แต่ความคิดเช่นนี้กำลังจะกลายเป็นอดีต เพราะปัจจุบันนี้มีความพยายามของหนังสือพิมพ์ออนไลน์จำนวนหนึ่งที่ได้สร้างสรรค์รูปแบบการนำเสนอใหม่ ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ The Nation ที่เปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีปฏิสัมพันธ์กับสารหรือผู้อ่านคนอื่น ๆ ได้ทันทีโดยผ่าน Chat Board หรือการตอบแบบสำรวจ (Poll) หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจนำเสนอข่าวที่สดและใหม่เสมอใน 1 วัน เช่นมีการใส่ข้อมูลใหม่ (Updated News) ทุก ๆ ดัน ชั่วโมง หรือการบริการทางด้านการศึกษาเช่น หนังสือพิมพ์ Bangkok Post ที่ให้บริการสอนภาษาอังกฤษบนเว็บไซต์ ทั้งนี้เพื่อดึงให้ผู้อ่านเข้ามาอ่านข้อมูลบนเว็บไซต์ของตนมากขึ้น เป็นต้น

### III แนวคิดการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

แนวคิดการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์นี้มีพื้นฐานมากจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ปัจจุบัน (Traditional Media) Klapper (1990) กล่าวถึงทฤษฎีการสื่อสารเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารไว้เป็นขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน
2. ผู้รับสารจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน

3. ผู้รับสารจะเลือกตีความข่าวสารให้สอดคล้องกับทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน ทั้งยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับการแสวงหาข่าวสารของผู้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ ดังนี้



รูปที่ 4: ภาพแสดงกระบวนการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

จากภาพแสดงให้เห็นว่าผู้แสวงหาข่าวสารเปิดรับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตซึ่งอาจพบกับอุปสรรคในการต่อเชื่อม เช่น ความล่าช้าของโมเด็ม ซึ่งเป็นอุปสรรคในการต่อเชื่อมเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต หรือ เสียงรบกวน (noise) ในสายโทรศัพท์ อุปสรรคต่างๆนี้อาจส่งผลต่อความล่าช้าของการได้รับข้อมูลหรือการถูกตัดสาย (Disconnect) จากระบบอินเทอร์เน็ต

แต่ถ้าข้อจำกัดนั้นไม่เกิดขึ้นและการต่อเชื่อมเป็นไปอย่างสมบูรณ์ ผู้เปิดรับข่าวสารจะสามารถเข้าถึง (Access) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ทันที กระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสารจะทำหน้าที่ของมันอย่างอัตโนมัติในการเลือกข่าวที่สนใจ เปิดรับและจดจำหรือตีความ เป็นต้น ซึ่งผู้เปิดรับข่าวสารจะเลือกอ่านข่าวสารประเภทใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของการแสวงหาข่าวสาร เช่น เพื่อหาความรู้ เพื่อลดความขัดแย้ง หรือเพื่อความบันเทิง

#### แรงจูงใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการอ่านนั้นได้มีมานานกว่า 25 ปี ไม่ว่าจะเป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ ใจความสำคัญของแรงจูงใจในการอ่านประกอบด้วย

ความเชื่อ (believe) ค่านิยม (values) และเป้าหมาย (goals) (Ames, 1992b; Dweck & Leggett, 1988; Nicholls, 1979) แต่ยังมีนักคิดที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยเพิ่มเติมและพบว่ายังมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นแรงจูงใจในการอ่านอีก Bandura (1977, 1994) และ Schunk (1991) พบปัจจัยทางด้านความสามารถเฉพาะตัว (self-efficacy) Eccles และหมู่คณะ (1983) และ Wigfield และ Eccles (1992) พบปัจจัยด้านความหวัง (expectancy) และ Deci & Ryan (1985) และ Deci, Vallerand, Pelletier และ Ryan (1991) พบปัจจัยทางการตัดสินใจส่วนบุคคล (self-determination)

จากการศึกษาของนักคิดดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการอ่าน และการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ได้ดังนี้

1. ความเชื่อ (believe) ไม่ว่าจะเป็นเชื่อมั่นในความสามารถ หรือความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จ (Meece, Wigfield, & Eccles, 1990) และยังเกี่ยวเนื่องกับความสามารถเฉพาะตัว (self-efficacy) เช่น ความเชื่อมั่นในตนเองว่าเป็นนักอ่านที่ดี

Bandura (1977) และ Schunk (1991) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถนี้เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลหนึ่งว่าสามารถจะทำการนั้น ๆ ได้ เช่น เมื่อเราเชื่อว่าเราสามารถทำการนั้นได้ เราก็จะเลือกทำในสิ่งนั้นเป็นอย่างแรก และจะพยายามทำการนั้นให้สำเร็จดังตัวอย่างที่ Schunk และ Rice (1993) พบก็คือ เมื่อเด็กมีความเชื่อว่าพวกเขามีความสามารถในการอ่านและอ่านได้ดี แนวโน้มที่พวกเขาจะเพิ่มปริมาณในการอ่านก็มีมากขึ้น หรือเชื่อว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทำให้เป็นคนทันสมัย ความเชื่อนี้จะเป็นแรงผลักดันให้บุคคลนั้นเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์และติดตามข่าวสารผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

2. ค่านิยม (Values) เป็นปัจจัยสำคัญ เพราะเพียงความเชื่ออย่างเดียวอาจไม่สามารถเป็นแรงผลักดันหรือจูงใจให้บุคคลหันมารักการอ่าน หรือเลือกอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ ซึ่งค่านิยมนี้เป็นสิ่งจูงใจให้แต่ละคนมีพฤติกรรมที่แสดงออกได้ต่างกัน ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 2 ประการคือ

2.1 ค่านิยมของแต่ละบุคคล (Eccles, 1983; Wigfield และคณะ, 1992) ประกอบด้วย

- ความสนใจ (Interest Value) ซึ่งตีความได้จากปริมาณความชอบของแต่ละคน หรือความสนใจในการทำกิจกรรมนั้น ๆ เช่น สนใจเทคโนโลยีและชอบการเรียนรู้

สิ่งใหม่ บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มในการเลือกอ่านข่าวอินเทอร์เน็ตมากกว่าผู้ที่ไม่สนใจหรือไม่ชอบเทคโนโลยี

- ความประสงค์ที่จะให้ได้มาในสิ่งที่มุ่งหวัง (Attainment Value) คือ การมองเห็นความสำคัญของสิ่งที่ต้องการทำ ซึ่งคล้าย ๆ กับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อและทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร เช่น ความต้องการติดตามข่าวสารจากต่างประเทศ หรือความต้องการค้นหาข้อมูลทำให้บุคคลนั้นใช้การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์แทนการเลือกใช้อื่น ทั้งนี้ เพราะเป็นสื่อที่สามารถทำให้บุคคลเข้าถึงข้อมูลที่มุ่งหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ประโยชน์ที่จะได้รับ (Utility Value) คือ การมองเห็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการอ่าน เช่น เพื่อตอบสนองความต้องการข่าวสาร เพื่อใช้ข่าวสารเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ หรือเพื่อลดความขัดแย้งหรือไม่เข้าใจ หรือเพื่อไว้เป็นหัวข้อในการสนทนา หรือเพื่อความบันเทิง เช่น ไม่ว่าจะจะเป็นนักศึกษาที่ไปศึกษาต่อต่างแดน หรือเป็นนักธุรกิจก็ยังสามารถติดตามความเป็นไปของสังคมบ้านเกิดได้จากการอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นต้น

## 2.2 แรงจูงใจจากภายในและภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation)

- แรงจูงใจจากภายใน คือ แรงผลักดันและความอยากรู้อยากเห็นของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควบคู่ไปกับความสนใจของแต่ละบุคคล (Eccles, และหมู่คณะ 1983) เช่น ความอยากรู้ว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทยรัฐนำเสนอเนื้อหาใดแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ที่วางขายตามแผงหรือไม่ หรือความอยากทราบว่าวันนี้มีข่าวอะไรที่น่าสนใจ แต่ไม่ต้องการเสียเงินซื้อหนังสือพิมพ์ ก็ใช้วิธีการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แทน
- แรงจูงใจจากภายนอก คือ แรงผลักดันที่มาจากบุคคลหรือสถานการณ์รอบข้าง เช่น การกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อหวังรางวัล หรือมีใครบางคนมาขอร้องให้ทำ หรือมีการชักชวนจากเพื่อน ๆ รอบตัว (Deci และ Ryan, 1985; Harter, 1981) เช่น การที่ดารา หรือคนที่ชื่นชอบนิยมอ่านข่าวจากอินเทอร์เน็ต ก็เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหันมาสนใจเปิดรับข่าวสาร และแสวงหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3. จุดมุ่งหมาย (goals) ประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการ คือ การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ (Achievement Goals) นักวิจัยหลายท่านพบว่า เหตุผลหลัก ๆ ของการให้ได้มาซึ่ง

ความสำเร็จในสิ่งที่มุ่งหวังนี้เป็นแรงจูงใจในการอ่าน หรือการเปิดรับสารอย่างมาก เช่น ความมุ่งหวังที่จะเรียนรู้ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้จากตำรา หรือเหตุการณ์ สังคม หรือ ความเป็นไปรอบ ๆ ตัว และความมุ่งหวังที่ต้องทำให้ได้ดี หรือรู้ให้มากกว่าคนอื่น ๆ (Ames, 1992; Dweck & Leggett, 1988; Nicholls, 1979; Nicholls, Cheung, Lauer และ Patashnick, 1989) จุดมุ่งหมายนี้เองเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการทুম่อ่านหนังสือ หรือการใช้เวลาเป็นชั่วโมงในการค้นคว้าหาคำตอบในสิ่งที่สงสัยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

4. ทักษะคติต่อการอ่าน (attitudes about reading) ไม่ว่าจะเป็นการอ่านหนังสือ หรือการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ทักษะคติของบุคคลต่อการอ่านย่อมเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้คน ๆ หนึ่งเลือกที่จะอ่านหรือไม่อ่านข่าว หรือแม้กระทั่งเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือเลือกอ่านข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ หรือโทรทัศน์

ซึ่งทัศนคตินี้เองคือความรู้สึกที่มีต่อการอ่านและสื่อ (individual's feelings about reading and media) เช่น การรักการอ่าน และการไม่ชอบการอ่าน Alexander & Filler (1976) กล่าวว่า ทัศนคตินี้เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรับหรือปฏิเสธสารที่ได้จากการอ่าน รวมทั้งสื่อ ทั้งนี้ Matthewson (1985) ยังพบอีกว่าคนที่ชอบการอ่านอาจจะไม่เปิดรับสารใดสารหนึ่งถ้าสารนั้นเป็นสารที่เขาไม่ใส่ใจหรือไม่สนใจ หรือไม่ใช้สื่อใดสื่อหนึ่งถ้าเป็นสื่อที่เขาไม่ทัศนคติในทางลบ เช่น ไม่นิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเปิดรับข่าวสารเพราะไม่ชอบเทคโนโลยี หรือเคยมีประสบการณ์ด้านลบมาก่อน ส่งผลให้เกิดทัศนคติในแง่ลบต่อสื่อดังกล่าวไปด้วย

เช่น คนที่ไม่ชอบการอ่านอาจเลือกเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ หรือโทรทัศน์ แทนการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่ด้วยวิทยาการอันทันสมัยของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ข่าวสารที่น่าเสนอไม่จำเป็นต้องเปิดรับด้วยการอ่านแต่เพียงอย่างเดียว ผู้รับสารอาจใช้การชมวีดิโอการถ่ายทอดสด หรือวิทยุบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ก็ได้ เช่น เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ The Nation <[www.nationmultimedia.com](http://www.nationmultimedia.com)> หรือ CNN <[www.cnn.com](http://www.cnn.com)>

5. ความใส่ใจในการอ่าน (interest in reading) เป็นปัจจัยที่นำไปสู่ความเข้าใจในเนื้อหา Alexander (1997) ได้แยกปัจจัยนี้ไว้ 2 ลักษณะ คือ

- ความสนใจส่วนบุคคล (Personal Interest) Renninger (1992) พบว่าความสนใจในการอ่านมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความเข้าใจของเนื้อหา โดยเขาทำการทดลองกับเด็กประถม 5 และ 6 พบว่าถ้าเรื่องที่ให้อ่านเป็นเรื่องที่ตรง

กับความสนใจ เด็กจะเข้าใจเนื้อหาและสนใจที่จะอ่านมากกว่าเรื่องที่ไม่ได้อยู่ในความสนใจ เช่นเดียวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ถ้าผู้รับสารสนใจกับหัวข้อข่าวใดก็จะเปิดรับและทำความเข้าใจกับสิ่งที่อ่านไปด้วย

- สถานการณ์ทำให้คนสนใจ (Situational Interest) เช่น เมื่อมีคนพูดถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น ก็อาจกระตุ้นความสนใจให้เกิดการทดลองเปิดรับสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต

แรงผลักดัน หรือแรงจูงใจในการเปิดรับสารนี้เองจะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความถี่ในการเปิดรับสารมากขึ้น เช่น Wigfield, McGough และ Wigfield (1994) พบว่าเด็กนักเรียนจะมีการอ่านหนังสือมากและบ่อยขึ้นเมื่อมีแรงจูงใจต่าง ๆ ดังนี้ คือ เมื่อต้องการอ่านเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคม เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อคะแนน หรือเพราะเป็นคนชอบและรักการอ่าน

Mueller และ Kameron (1994) ได้ศึกษาถึงแรงจูงใจในการเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ (Reader Preference for Electronic Newspapers) พบว่าผู้อ่านนิยมอ่านหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ เพราะข่าวสารมีให้เลือกอ่านตลอด 24 ชั่วโมง มีข้อมูลให้อ่านมากมาย และยังมีการเปิดรับมากก็จะมีแนวโน้มที่อ่านข่าวสารจากสื่อประเภทนี้ทุกวัน นอกจากนี้ผู้อ่านยังชอบที่จะค้นหาข้อมูลผ่านหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่าหนังสือพิมพ์อีกด้วย

จากรายงานของ The Newspaper Association of America (1999) พบว่าจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3,693 คนพบว่าผู้รับสารนิยมเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นประจำมากกว่าการเสียเงินซื้อหนังสือพิมพ์ทุกวัน แต่ทั้งนี้ก็มีผู้ตอบเพียงร้อยละ 15 เท่านั้นที่นิยมอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น และร้อยละ 74 ของกลุ่มตัวอย่างตอบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสารของพวกเขาไม่มีการเปลี่ยนแปลง

#### การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์

Sunil Gupta และ Jim Pitkow ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน เวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web หรือ Web) ทั่วโลกพบว่า ผู้ใช้เว็บส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการค้นหาข้อมูล และเพื่อแสวงหาความบันเทิง รองลงมา คือ เพื่อการทำงานและการศึกษา โดยผู้ใช้งานเว็บส่วนใหญ่จะมีการศึกษาในระดับวิทยาลัยขึ้นไป นอกจากนี้บุคคลที่มีฐานะทางสังคม

และ เศรษฐกิจในระดับปานกลางยังให้การยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตในฐานะที่เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารมากขึ้น การขยายฐานของผู้ใช้ทำให้การเปิดรับอินเทอร์เน็ตแผ่ขยายไปสู่วงการอื่น ๆ นอกเหนือไปจากวงการทหาร การศึกษา และนักวิชาการเหมือนเช่นในอดีต

Jagodzinski และ Clarke (1988) กล่าวว่าคนที่มนุษย์จะเข้าไปมีบทบาทปฏิสัมพันธ์ในการใช้งานคอมพิวเตอร์นั้น เกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการ กล่าวคือผู้ที่จะต้องเป็นผู้ที่ทำงานกับคอมพิวเตอร์ได้ดี จะต้องเป็นผู้มีทัศนคติในทางบวกกับคอมพิวเตอร์ มีพื้นฐานความรู้และมีประสบการณ์พอสมควร รวมทั้งยังมีปัจจัยของตัวผู้ใช้ทางด้านบุคลิกภาพ รูปแบบการเรียนรู้ และลักษณะทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคลที่จะผลักดันให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กับคอมพิวเตอร์รวมถึงการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์ (2539) ทำการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ ไรต์ เว็บ ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า จุดประสงค์ของการเปิดรับสารจากเว็บก็คือ เพื่อการพัฒนาตนเองในด้านวิชาการ และทักษะการใช้งาน และยังใช้เป็นเครื่องมือตอบสนองความต้องการทางด้านข่าวสาร และการพักผ่อนหย่อนใจ และยังพบว่า นักศึกษาชายมีพฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็บมากกว่าเพศหญิง

มณฑิรา อินคชสาร (2539) ได้ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่อ่าน ความจำ และความพึงพอใจของผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์พบว่า กลุ่มผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถอ่านข่าวในระดับความนำได้มากกว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ แต่เมื่อเทียบกับการอ่านข่าวถึงระดับเนื้อหาแล้วพบว่ากลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเนื้อหาข่าวได้มากกว่า ทั้งนี้เป็นเพราะรูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์เอื้อให้ผู้อ่านเข้าถึงข้อมูลได้มากกว่า กล่าวคือ ผู้อ่านสามารถอ่านเนื้อหาของข่าวที่สนใจได้ทันที ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะต้องค่อย ๆ อ่านหัวข้อที่วางเรียงกันไปทีละหัวข้อก่อน จนกว่าจะพบข่าวที่สนใจ แล้วจึงค่อยคลิกที่หัวข้อข่าว เพื่อเข้าไปอ่านเนื้อหาของข่าวนั้น ๆ

เมื่อวัดความจำจากเนื้อหาที่ผ่านปรากฏว่าผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จดจำเนื้อหาข่าวได้มากกว่าและจดจำได้ถูกต้องมากกว่าการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ เมื่อทดสอบถึงมูลเหตุจูงใจในการเปิดรับพบว่าปัจจัยแรกที่ดึงดูดให้เปิดรับข่าวสารออนไลน์คือการเสนอข่าวได้รวดเร็ว รองลงมาคือการสามารถเปิดรับข้อมูลได้ง่ายและการนำเสนอรูปภาพและกราฟิก การศึกษาครั้งนี้ยังพบอีกว่าผู้อ่านพอใจกับความทันสมัยของข่าวเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือปัจจัยด้านความหลากหลายของข่าวและการนำเสนอรูปภาพและกราฟิกที่สวยงาม



ในด้านของสื่อสิ่งพิมพ์พบว่า ปัจจัยที่ดึงดูดความสนใจคือ การเสนอข่าวได้ตรงกับ ความสนใจส่วนตัว และรองลงมาคือการมีรูปภาพและกราฟิกประกอบ และเมื่อเจาะลึกถึงสาเหตุของการอ่านข่าวต่าง ๆ บนหน้าหนังสือพิมพ์พบว่านอกจากความสนใจส่วนตัวที่เป็นเหตุผลอันดับ 1 แล้ว รองลงมาคือลักษณะการพาดหัวข่าว และตามมาด้วยการใช้รูปภาพหรือกราฟิกประกอบ

### ข้อดีและข้อด้อยของหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถเปิดรับได้ง่าย ราคาไม่แพง มีขนาดที่สามารถพกพาได้สะดวก มีการจัดหน้าเป็นสัดส่วนที่แน่นอน ผู้รับสารสามารถพลิกไปอ่านข่าวหรือเนื้อหาตามแต่จะสนใจได้โดยง่าย เช่น เปิดหน้า 4 ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐหรือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จะรู้ทันทีว่ามีข่าวชุกชุมทางการเมืองและสังคมให้อ่าน หรือ พลิกไปหน้าใดก็ตามที่มีคอลัมน์ประจำก็จะพบคอลัมน์ที่ต้องการอ่านได้ทุกครั้ง นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่จะเลือกนำเสนอเฉพาะบทความที่น่าสนใจเท่านั้น หรือ เลือกที่จะไม่นำเสนอข่าวบางประเภท เช่น Bangkok Post ไม่นำเสนอข่าวต่างประเทศ

นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังมีการจัดหน้าในการช่วยผู้อ่านให้ทราบถึงความสำคัญของข่าวในแต่ละวัน โดยให้ข่าวสำคัญในวันนั้นเป็นข่าวหน้าหนึ่ง และใช้ระดับตัวหนังสือของการพาดหัวข่าวเป็นการบอกนัยสำคัญของข่าวแต่ละชิ้นในหน้านั้น แบบแผนการจัดหน้าเช่นนี้ทำให้ผู้อ่านมีแบบแผน (Schema) ของการอ่านข่าวจากสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในใจ จึงรู้สึกคุ้นชินและสะดวกในการเปิดรับข่าวสาร ผู้อ่านที่มีการรับรู้แบบแผนเช่นนี้แล้ว จะทำให้ผู้เปิดรับสารมีการประมวลข้อมูลและรับรู้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Hawkins and Daly, 1998)

ตรงกันข้ามกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีการนำเสนอข่าวผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ ซึ่งขนาดของหน้าจอมีขนาดที่เล็กกว่าหน้ากระดาษของหนังสือพิมพ์มาก การใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่พิเศษในการพาดหัวข่าวจึงไม่เป็นที่นิยม หนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงใช้การนำเสนอหัวข้อข่าวในขนาดเดียวกันหมด และจัดหัวข้อข่าวตามหมวดหมู่ข่าวเหมือนหนังสือพิมพ์ โดยหมวดหมู่นี้จะวางเรียงกันทางด้านซ้ายของหน้าจอเป็นส่วนใหญ่ การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงขึ้นอยู่กับความสนใจส่วนตัวของผู้อ่านเป็นสำคัญ

ข้อด้อยจากธรรมชาติของสื่อนี้มีผลทำให้ ผู้เปิดรับสารไม่สามารถรับรู้เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละวันด้วยการกวาดสายตาในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ หรือพลิกไปอ่านข่าวที่สนใจก่อนเปิดรับข่าวหน้าแรกที่เป็นหน้าจอหลักของหนังสือพิมพ์ได้ ซึ่งตรงกันข้ามกับธรรมชาติของหนังสือพิมพ์ที่ผู้อ่านสามารถพลิกหน้าที่ต้องการอ่านได้ทันทีโดยไม่ต้องผ่าน

จากหน้าหนึ่ง การกวาดสายตาของผู้อ่านบนหน้าหนังสือพิมพ์จึงเป็นอิสระมากกว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงเอื้อต่อการเปิดรับสารเฉพาะสารที่ผู้รับสนใจมากกว่า ปัจจัยการเลือกเปิดรับนี้อาจส่งผลต่อบทบาทของการกำหนดประเด็นข่าวสาร (Agenda Setting) ของสื่อมวลชนได้

Katz (1994) ค้นพบว่าข้อจำกัดของการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์เกิดจากธรรมชาติของสื่อและผู้รับสาร กล่าวคือ การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ผ่านโปรแกรมเบราว์เซอร์นั้น ทำให้ผู้รับสารสามารถเปิดรับข่าวสารได้ที่ละข่าว ผู้รับสารพบว่าการอ่านเช่นนี้เป็นเรื่องยากเมื่อเทียบกับการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดทางด้านความไม่คุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีหรือการขาดประสบการณ์การใช้งานคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารต้องปรับตัวและเรียนรู้การใช้งาน ทำให้ผู้รับสารบางคนเกิดทัศนคติในแง่ลบกับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ว่าเป็นเรื่องยุ่งยากและเสียเวลา

แต่จากการศึกษาของคมสัน รัตนะสิมากุล (2540) พบว่าผู้อ่านข่าวจากสื่อคอมพิวเตอร์ประเมินความน่าเชื่อถือข่าวสารจากสื่อคอมพิวเตอร์สูงกว่าข่าวจากหนังสือพิมพ์ ด้วยเหตุผลจากคุณลักษณะทางด้านบวกของสื่อ เช่น มีความฉลาด เชื่อวชาญ สมเหตุสมผล น่าเชื่อถือ และไม่มีอคติ ผู้อ่านจึงให้ความเชื่อถือกับข่าวสารที่เปิดรับจากหน้าจอคอมพิวเตอร์มากกว่าหน้าหนังสือพิมพ์

### คุณลักษณะของผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ปัจจัยของผู้เปิดรับสารเป็นปัจจัยสำคัญของการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ Arlen (1987) พบว่าผู้ที่มีความสามารถในการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้นิยมเทคโนโลยีและการเรียนรู้หรือใช้ของใหม่ (Early Adopters) ซึ่งส่วนใหญ่คือผู้ที่มีอายุน้อย หรืออยู่ในช่วงหนุ่มสาว มีฐานะทางสังคมและการเงินที่ดี และมีประสบการณ์ทางการใช้งาน ออนไลน์และคอมพิวเตอร์มาก่อน

จากการศึกษาของบริษัท MSNBC ในปี 1998 พบว่า มีประชากรเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการเปิดรับข่าวสารมากขึ้น แม้ว่าผู้อ่านข่าวผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะเป็นกลุ่มเดียวกับผู้เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์นั่นเอง จากการศึกษาในครั้งนี้ ยังพบอีกว่าจำนวนผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเปิดรับข่าวสารเป็นประจำนั้นยังมีจำนวนใกล้เคียงกับจำนวนผู้ใช้สื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ (Traditional Media) อีกด้วย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 สื่อมวลชนที่มีผู้อ่านเปิดรับข่าวสารเป็นประจำโดยจัดเรียงลำดับตามประเภทของสื่อและจำนวน ชั่วโมงในการเปิดรับข่าวสารต่อสัปดาห์

ประเภทสื่อ	แหล่งข่าวสารที่ เปิดรับเป็นประจำ	จำนวนชั่วโมงการเปิดรับ ข่าวสารในหนึ่งสัปดาห์
หนังสือพิมพ์	82%	3.7
โทรทัศน์	82%	5.7
วิทยุ	74%	4.5
เคเบิลทีวี	71%	5.0
นิตยสาร	57%	2.4
อินเทอร์เน็ต	53%	3.5

การศึกษาในครั้งนี้อย่างพบอีกว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังมีความพึงพอใจกับข่าวสารที่ได้รับใกล้เคียงกับสื่ออื่น ๆ โดยข่าวที่อ่านส่วนใหญ่ประกอบด้วย ข่าวในประเทศ (Local News), ข่าวต่างประเทศ (International News), พยากรณ์อากาศและข่าวความเคลื่อนไหวของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก (The Weather and World News) แต่ที่น่าสนใจก็คือ เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในการเปิดรับข้อมูลทางการเงิน (Financial News) แล้ว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข่าวสารมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้เป็นเพราะความสดใหม่ของข่าวนั้นเอง

นอกจากนี้ยังมีการวิจัยเรื่อง Millennium Survey ของบริษัท Deloitte & Touche, LLP จัดทำโดย Yankelovich Partners พบว่า แหล่งข้อมูลออนไลน์หรือข้อมูลที่ได้จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์นี้เป็นแหล่งข้อมูลที่นักธุรกิจนิยมใช้เป็นอันดับแรกในการเปิดรับข่าวสารเชิงธุรกิจที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ กล่าวคือในช่วง 10 ปีข้างหน้า

จากการศึกษาของ Dahlin & Associates Research (1999) เรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยวิเคราะห์จากผู้อ่าน 63,000 คนทั่วโลกที่ตอบแบบสอบถามบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 120 เว็บไซต์ พบว่า ข่าวภูมิภาค (Local news) เป็นเนื้อหาที่ผู้อ่านเปิดรับมากที่สุด โดยผู้รับสารจะนิยมทำ Bookmark เพื่อเก็บลิงค์ของไซต์หนังสือพิมพ์ที่ชื่นชอบไว้ ทั้งนี้เพื่อสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลในครั้งต่อไป

แม้ว่าข่าวภูมิภาคจะเป็นข่าวที่ผู้รับสารให้ความสนใจมากที่สุดแต่เมื่อวิเคราะห์จากปัจจัยทางด้านเพศ การศึกษา และอายุแล้วจะพบว่ามีความต้องการทางด้านเนื้อหาที่ต่างกัน กล่าวคือ เพศชายจะสนใจอ่านข่าวระดับประเทศ (National news) กีฬา รวมทั้งข่าวและ

ข้อมูลด้านธุรกิจ ในขณะที่เพศหญิงสนใจอ่านข่าวภูมิภาค (Local news) ชาวบ้านเทิง ข้อมูลเกี่ยวกับบ้าน ชีวิตความเป็นอยู่ (Lifestyles) และโฆษณา

เมื่อดูจากระดับการศึกษาจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปกติ จะนิยมอ่านข่าวภูมิภาค ชาวบ้านเทิง ชาวกีฬา และข่าวธุรกิจ ในทางตรงกันข้าม กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงจะนิยมอ่านข่าว National news, lifestyle, home information และ โฆษณา

เมื่อดูจากระยะเวลาที่ผู้รับสารเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์แล้วจะพบว่า โดยเฉลี่ยผู้รับสารจะใช้เวลาในการอ่านข่าวและข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์น้อยกว่า 30 นาที ต่อ 1 สัปดาห์ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สั้นมากเมื่อเปรียบเทียบกับเวลาที่คนส่วนใหญ่ใช้ในการเล่น อินเทอร์เน็ตคือ 5-15 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

จากการศึกษาครั้งนี้ยังพบอีกว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนสูงถึงร้อยละ 48 ได้ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ลดลงและใช้เวลาดังกล่าวไปกับการใช้บริการต่าง ๆ บน อินเทอร์เน็ต และการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังคาดการณ์อีกว่าแนวโน้มของการแข่งขันระหว่างสื่อต่าง ๆ นี้จะมีมากขึ้นทั้งนี้เป็นเพราะบุคคลเริ่มหันมาใช้เวลามากขึ้นกับอินเทอร์เน็ตและเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ถึงแม้ว่าบุคคลจะถอยห่างจากสื่ออื่น ๆ มากขึ้นแต่พวกเขาเหล่านั้นก็ยังให้ความสำคัญกับการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่ออื่น ๆ แต่ในอนาคตข้างหน้าก็ไม่แน่ว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะสามารถเข้ามาแทนที่สื่อหนังสือพิมพ์ได้

ตัวอย่างเช่นในปี 1997 หนังสือพิมพ์ Bangkok Post ได้หยุดพิมพ์และจำหน่าย Bangkok Post Weekly ที่จัดจำหน่ายให้กับสมาชิกซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้อาศัยอยู่ในต่างแดน ทั้งนี้เป็นเพราะ Bangkok Post ได้เปิดบริการเว็บไซต์ของตนเอง ซึ่งสามารถให้บริการผู้อ่านได้รอบโลกโดยไม่ต้องเสียค่ากระดาษและหมึกพิมพ์ แต่ข้อเสียก็คือหนังสือพิมพ์ได้ขาดรายได้จากสมาชิกผู้อ่านในส่วนนี้ไป แต่ปัจจุบันเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ได้เริ่มทำกำไรได้บ้างแล้วจากการขายเนื้อที่โฆษณาและการรับทำโฆษณา

จากงานวิจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์เริ่มเข้ามา มีบทบาทกับวงการสื่อสารมวลชนและผู้รับสารมากขึ้น แต่เท่าที่ผ่านมายังไม่มีใครเคยศึกษาถึงคุณลักษณะของผู้อ่าน แรงจูงใจในการเปิดรับ พฤติกรรมการอ่าน รวมทั้งความพึงพอใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแต่อย่างใด ในงานวิจัยชิ้นนี้จึงขอมุ่งเน้นศึกษาให้ได้มาซึ่งคำตอบของคำถามดังกล่าว

### สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย” ในครั้งนี้คือ

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะทางประชากรต่างกันมีแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะทางประชากรต่างกันมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะทางประชากรต่างกันมีความพึงพอใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังศึกษาคุณลักษณะทางประชากรของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พฤติกรรมการอ่าน แรงจูงใจที่ส่งผลต่อความชอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละฉบับ พร้อมทั้งลักษณะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ผู้อ่านต้องการ ตลอดจนถึงปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับอีกด้วย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือภาษาไทย 1 ชุด และภาษาอังกฤษ 1 ชุด โดยทั้ง 2 ชุดมีเนื้อหาเหมือนกัน การสำรวจได้จัดทำใน 2 ลักษณะคือเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ และ กระดาษ (Hard Copy)

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จากเว็บไซต์ 9 แห่ง คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ, หนังสือพิมพ์ Bangkok Post, หนังสือพิมพ์ The Nation และเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมสูง (High hit rate) ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตสองรายคือ Internet KSC และ Loxley Information (Loxinfo) รวมทั้งเว็บไซต์ Loxley's Intercast ซึ่งเป็นเว็บไซต์ทางด้านความบันเทิงในเครือ Loxinfo และ Pantip.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ชุมชน (Community site) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้แบบสอบถาม (Hard Copy) ประกอบ โดยการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้อาศัยแผนการเลือกตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) เพราะเป็นการเลือกตัวอย่างที่ไม่สามารถหาหรือทราบความน่าจะเป็นของหน่วยประชากรผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยได้ วิธีการเลือกตัวอย่างจึงใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กล่าวคือเจาะจงเฉพาะประชากรผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย กลุ่มตัวอย่างจึงต้องมีคุณสมบัติอย่างหนึ่งที่คล้ายกันคือ ต้องเป็นผู้มีประสบการณ์การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่จัดทำขึ้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมทั้งสิ้น 21 ข้อ แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิด รวมทั้งแบบประเมินค่า (Rating Scale)

### การสร้างแบบสอบถาม

รายละเอียดของแบบสอบถามมีดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลด้านคุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ, สัญชาติ, ประเทศที่อยู่อาศัย, อายุ, การศึกษา และ อาชีพ จำนวน 5 ข้อ
2. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ จำนวน 3 ข้อ
3. ข้อมูลด้านปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย จำนวนทั้งสิ้น 1 ข้อใหญ่ ซึ่งประกอบด้วยข้อย่อย 12 ข้อ เช่น ปัจจัยทางด้านความต้องการข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา หรือ ปัจจัยของคุณสมบัติของสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์
4. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่อ่านเป็นประจำ ช่วงระยะเวลาที่เปิดรับ หรือ ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ รวมทั้งประเภทของข้อมูลที่มีการเปิดรับ จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ
5. ข้อมูลด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ซึ่งแบ่งเป็นความพึงพอใจในด้านรูปแบบและเนื้อหา จำนวน 3 ข้อใหญ่ ประกอบด้วยข้อย่อยจำนวน 17 ข้อ เช่น รูปแบบของเนื้อหาข่าวที่มีความกระชับใน 2 หน้าจอ การใส่ข้อมูลใหม่เสมอใน หนึ่งวัน หรือ ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์ เป็นต้น
6. ข้อมูลทางด้านความชื่นชอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับใดฉบับหนึ่งเป็นพิเศษพร้อมทั้งเหตุผลประกอบ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย รวมทั้งสิ้น 3 ข้อ

ตัวแปรต่าง ๆ ในงานวิจัยสามารถนิยามในเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## นิยามศัพท์

**หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย** หมายถึง หนังสือพิมพ์ไทยที่นำเสนอในรูปแบบ World Wide Web หรือ Web (เว็บ) บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่อยู่ในรูปอิเล็กทรอนิกส์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทยรัฐ, เดลินิวส์, ผู้จัดการ, กรุงเทพธุรกิจ, ฐานเศรษฐกิจ, Bangkok Post และ The Nation ผู้อ่านสามารถอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยเหล่านี้ได้โดยใช้โปรแกรม Web Browser เช่น Netscape Navigator และ Microsoft Explorer

รูปแบบการนำเสนอในลักษณะเว็บนี้จะใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลในลักษณะ Hypertext Mark-up Language (HTML) กล่าวคือเมื่อเปิดหน้าจอแรก (Home Page) ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย จะพบกับหัวข้อข่าวที่นำเสนอในลักษณะตัวเน้น (Highlight words) ที่ผู้อ่านสามารถคลิกเมาส์ที่ตัวหนังสือเหล่านั้น โปรแกรมเบราว์เซอร์จะดึงข้อมูลที่อยู่ภายใต้คำเน้นนั้น ๆ ออกมาโดยอัตโนมัติ ผู้อ่านสามารถใช้วิธีเดียวกันนี้ในการเลือกอ่านข่าวอื่นต่อไป

**แรงจูงใจ** หมายถึง ปัจจัยที่เป็นแรงส่งให้ผู้เปิดรับสารเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วยปัจจัยของรูปแบบการนำเสนอ ปัจจัยที่เกิดจากสื่ออินเทอร์เน็ต ปัจจัยความต้องการการใช้สื่อ และ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

**พฤติกรรม** หมายถึง ลักษณะการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ประกอบด้วย ความถี่, ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ, เวลาที่ใช้ในการอ่าน, เนื้อหาและประเภทข่าวที่อ่าน

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความชอบของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ที่ได้รับจากความเพลิดเพลินในการอ่าน (Enjoyment), การอ่านง่าย (Readability) และ ความดึงดูด (Attractiveness) ของสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์

**คุณลักษณะของประชากร** หมายถึง คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยที่ศึกษาได้จาก เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ และถิ่นที่อยู่อาศัย



## การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ตัวแปรต่าง ๆ ที่ศึกษาในแบบสอบถามนี้ ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์ ทั้งนี้เพื่อให้คำถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัยกับผู้ตอบแบบสอบถาม

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวนหนึ่งไปทดสอบ (Pre-test) 2 ครั้ง โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างคนละกลุ่มและมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านอายุ อาชีพ และระดับการศึกษา แต่เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีคุณสมบัติตรงตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้จริงในการวิจัย หลังจากการทดสอบครั้งแรก ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงและทำการทดสอบอีกครั้งจนได้แบบสอบถามที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้มากที่สุด

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเก็บข้อมูลเป็นสองส่วนดังนี้

1. เก็บข้อมูลออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แบ่งออกเป็นสองส่วนคือ (ภาคผนวก ง)
  - 1.1 เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์: โดยการติดต่อเว็บมาสเตอร์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ทำการศึกษทั้งสิ้น 7 ฉบับ เพื่อขอความอนุเคราะห์พื้นที่สำหรับแขวนจุดต่อเชื่อมโยง (Link) หรือป้าย(Banner) แบบสอบถาม โดยการนำเสนอจุดต่อเชื่อมโยงของแบบสอบถามจะเป็นเพียงตัวหนังสือก็ได้ เช่นบนหน้าจอของหนังสือพิมพ์ *Bangkok Post* ใช้คำว่า “Enter Survey” และหนังสือพิมพ์ *The Nation* ใช้คำว่า “Fill out this questionnaire and win more than 100 prizes”

สำหรับแบนเนอร์แบบสอบถามนั้นผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์ของเครื่องหมายคำถามและตัวหนังสือโดยตัวหนังสือที่ใช้มี 2 ภาษาด้วยกันคือ ภาษาไทยใช้คำว่า “แบบสอบถาม” และวางไว้ในตำแหน่งเหนือคำภาษาอังกฤษ ซึ่งใช้คำว่า “Award Questionnaire” ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากเว็บมาสเตอร์ หรือผู้ดูแลเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ 5 ฉบับ คือ ไทยรัฐ, ผู้จัดการ, กรุงเทพธุรกิจ, Bangkok Post และ The Nation

- 1.2 เว็บไซต์ที่มีผู้เข้าชมสูง (High hit rate web sites): โดยการติดต่อโดยตรงกับผู้บริหารของบริษัท Internet KSC, Loxley Information (Loxley) และ Pantip.com วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ให้แขวนป้ายแบบสอบถามไว้บนเว็บไซต์ของ Internet KSC <<http://www.ksc.th.net>>, Loxinfo <<http://www.loxinfo.co.th>> และ Loxinfo Intericast <<http://www.intercast.com>> ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เป็นศูนย์รวมความบันเทิง และ Pantip.com

<<http://www.pantip.com>> ซึ่งเป็นเว็บไซต์ชุมชน (Community web sites) เป็นแหล่งรวมพลของชนทุกเพศทุกวัยซึ่งนิยมการพูดคุยบนอินเทอร์เน็ต

ระยะเวลาที่ใช้ในการขอความอนุเคราะห์แขวนจุดเชื่อมต่อและป้ายแบบสอบถามของแต่ละเว็บไซต์ คือ 15-30 วัน และระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ทั้ง 9 แห่งนี้คือ 37 วัน โดยเริ่มจาก วันที่ 22 ธันวาคม 2542 – วันที่ 29 มกราคม 2543

2. เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามตามวิธีปกติ โดยผู้วิจัยได้ไปตามงานสัมมนาเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตต่างๆ เพื่อสำรวจความคิดเห็นผู้ที่มีประสบการณ์การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผู้วิจัยได้สำรวจกลุ่มตัวอย่างตามวิธีนี้ได้ทั้งสิ้น 39 คน

### วิธีการตอบและเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์

ผู้สนใจสามารถตอบแบบสอบถามได้โดยการคลิกที่จุดเชื่อมต่อ หรือ ป้ายโฆษณาแบบสอบถาม คำสั่งจะส่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมายังเครื่องแม่ข่าย (Web Server) ของศูนย์คอมพิวเตอร์ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งทำหน้าที่ในการเก็บข้อมูล (Web Hosting) ให้กับแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ในครั้งนี้

ชุดแบบสอบถามจะประกอบด้วยใบปะหน้าแบบสอบถามภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเนื้อหาประกอบด้วยคำชี้แจงของการทำแบบสอบถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยใช้ชื่อแบบสอบถามเป็นภาษาไทยว่า “แบบสอบถามพฤติกรรม และทัศนคติของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย” และภาษาอังกฤษว่า “A Questionnaire on Attitudes and Behaviours of Thai on-line Newspaper Readers”

ผู้วิจัยยังใช้กลยุทธ์การจูงใจให้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ให้รางวัลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีจับฉลากอีกด้วย ในใบปะหน้าแบบสอบถามนี้จะมีเนื้อที่ให้ใส่อีเมลล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม อีเมลล์นี้นอกจากจะใช้เพื่อการแจ้งผลผู้โชคดีแล้วผู้วิจัยยังใช้อีเมลล์นี้ในการตรวจสอบการมีตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถามและเพื่อป้องกันการซ้ำซ้อนของข้อมูลที่ได้รับอีกด้วย

รางวัลที่ใช้เป็นมูลเหตุจูงใจในการตอบแบบสอบถามประกอบด้วยของรางวัลจำนวน 112 รางวัล ดังนี้

- รางวัลที่ 1 คือ CD-ROM เฉลิมพระเกียรติเรื่อง King Bhumibol Adulyadej: Thailand's Guiding Light จำนวน 5 รางวัล
- รางวัลที่ 2 คือ ซีดี-รอมชั่วโมงใช้งานอินเทอร์เน็ต 15 ชั่วโมง จำนวน 5 รางวัล
- รางวัลที่ 3 คือ นาฬิกาข้อมือ 2 รางวัล
- และรางวัลของที่ระลึกอีก 100 รางวัล

รูปแบบของการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นลักษณะ Real-time Interactive Questionnaire คือเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามกรอกรายละเอียดและตอบคำถามแล้วเสร็จ ผู้ตอบสามารถกดปุ่ม Submit เพื่อส่งคำตอบของแบบสอบถามนั้นได้ทันที ข้อมูลจะถูกเก็บไว้ในเครื่องแม่ข่ายดังกล่าว จนกว่าจะมีการนำข้อมูลนั้น ๆ มาใช้วิเคราะห์ในภายหลัง

ภายในระยะเวลา 37 วันนี้ ผู้วิจัยได้รับคำตอบจากชุดแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 1,317 ชุด และเมื่อนับรวมกับชุดคำตอบของแบบสอบถามภาคสนามที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจโดยใช้กระดาษ (Hard Copy) ตามวิธีปรกติแล้ว ผู้วิจัยได้รับคำตอบทั้งสิ้น 1,354 ชุด และเมื่อคัดแยกชุดคำตอบซ้ำและชุดคำตอบที่ไม่สมบูรณ์ออกไปแล้ว ผู้วิจัยได้รับคำตอบที่สมบูรณ์และใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 1,297 ชุด

#### การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานดังนี้

##### 1. กรรมวิธีทางข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการลงรหัสข้อมูล (Coding) เพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลดิบที่ได้ให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณได้ แล้วจึงนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science)

##### 2. การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติร้อยละ เพื่ออธิบายคุณลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย เพศ, สัญชาติ, ประเทศที่อยู่อาศัย, อายุ, การศึกษา และ อาชีพ และเพื่ออธิบายพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และการเปิดรับสื่อในชีวิตประจำวัน

2.2 สถิติที่ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานคือ Chi-square, t-test และ One-way Anova

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาการเรื่อง “แรงจูงใจ พฤติกรรม และ ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย” โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในครั้งนี้ มุ่งเน้นกลุ่มประชากรที่เป็นผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยทั้งสิ้น 7 ฉบับ คือ

- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ <[www.thairath.co.th](http://www.thairath.co.th)>
- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ <[www.dailynews.co.th](http://www.dailynews.co.th)>
- หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ <[www.manager.co.th](http://www.manager.co.th)>
- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ <[www.bangkokbiznews.com](http://www.bangkokbiznews.com)>
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ <[www.thannews.th.net](http://www.thannews.th.net)>
- หนังสือพิมพ์ Bangkok Post <[www.bangkokpost.net](http://www.bangkokpost.net)>
- หนังสือพิมพ์ The Nation <[www.nationmultimedia.com](http://www.nationmultimedia.com)>

การวิจัยในครั้งนี้ใช้การเก็บแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ จากการสนับสนุนของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ที่มีผู้เข้าเยี่ยมชมมากทั้งสิ้น 9 เว็บไซต์ เป็นเวลาทั้งสิ้น 37 วัน ปรากฏว่ามีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 1,297 ฉบับ การวิเคราะห์ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

#### คุณลักษณะทางประชากรของผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

จากการศึกษาพบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีความหลากหลายทางคุณลักษณะทางประชากรทั้งในรูปแบบชนชาติ ถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันซึ่งมีกระจัดกระจายอยู่ทั่วโลก ระดับช่วงอายุที่มีความแตกต่าง อาชีพ และระดับการศึกษา ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 1. เพศและอายุของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละตามเพศและอายุ

อายุ	เพศ				จำนวน	(ร้อยละ)
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ		
ต่ำกว่า 18 ปี	27	(2.1%)	10	(0.8%)	37	(2.9%)
18-25 ปี	231	(18.1%)	177	(13.8%)	408	(31.9%)
26-35 ปี	303	(23.7%)	218	(17.0%)	521	(40.7%)
36-45 ปี	143	(11.2%)	52	(4.1%)	195	(15.2%)
มากกว่า 45 ปี	107	(8.4%)	11	(0.9%)	118	(9.2%)
รวม	811	(63.4%)	468	(36.6%)	1279	(100%)

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นชาย 811 คน และหญิง 468 คน โดยมีระดับอายุแตกต่างกันคือ อายุต่ำกว่า 18 ปี มีจำนวน 37 คน อายุระหว่าง 18-25 ปี มี 408 คน อายุ 26-35 ปี มี 521 คน อายุระหว่าง 36-45 ปี มี 195 คน และอายุมากกว่า 45 ปี มี 118 คน และมีผู้ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 18 คน

## 2. ชนชาติและถิ่นที่อยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละตามชนชาติและถิ่นที่อยู่ในปัจจุบัน

ชนชาติ	ถิ่นที่อยู่ในปัจจุบัน							รวม
	ประเทศ ไทย	ทวีปเอเชีย (ไม่รวมไทย)	ทวีป ออสเตรเลีย	ทวีป อเมริกา	ทวีป ยุโรป	ทวีป แอฟริกา	ไม่ระบุ	
ไทย	1060 82 %	8 .6%	10 .8%	65 5.0%	15 1.2%	1 .1%	-	1159 90.0%
เอเชีย	4 .3%	6 .5%	-	5 .4%	-	-	-	15 1.2%
ออสเตรเลีย/ นิวซีแลนด์	1 .1%	-	4 .3%	-	-	-	-	5 .4%
อเมริกัน/ อเมริกาใต้	20 1.5%	1 .1%	-	55 4.3%	-	-	-	76 5.8%
ยุโรป	9 .7%	1 .1%	-	1 .1%	24 1.9%	-	-	35 2.7%
แอฟริกา	-	-	-	-	-	-	2 .2%	2 .2%
รวม	1098 85.0%	16 1.2%	14 1.1%	122 9.4%	39 3.0%	1 .1%	2 .2%	1292 100.0%

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย คือคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย (82%) รองลงมาคือ คนไทยที่อาศัยอยู่ในทวีปอเมริกา (5%) และคนอเมริกันที่อาศัยอยู่ในทวีปอเมริกา (4.3%)

### 3. ระดับการศึกษาและอาชีพ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละตามระดับการศึกษาและอาชีพ

ระดับการศึกษา	อาชีพ						จำนวน (ร้อยละ)
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ	
มัธยมต้น	15 (1.2%)	-	-	1 (0.1%)	2 (0.2%)	-	18 (1.4%)
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	41 (3.2%)	4 (0.3%)	1 (0.1%)	13 (1.0%)	5 (0.4%)	2 (0.2%)	66 (5.2%)
อาชีวศึกษา	5 (0.4%)	7 (0.5%)	-	30 (2.3%)	8 (0.6%)	9 (0.7%)	59 (4.6%)
ปริญญาตรี	192 (15.0%)	61 (4.8%)	34 (2.7%)	349 (27.3%)	68 (5.3%)	45 (3.5%)	749 (58.6%)
ปริญญาโท	67 (5.2%)	66 (5.2%)	12 (0.9%)	109 (8.5%)	33 (2.6%)	25 (2.0%)	312 (24.4%)
ปริญญาเอก	15 (1.2%)	16 (1.3%)	-	8 (0.6%)	5 (0.4%)	5 (0.4%)	49 (3.8%)
อื่น ๆ	2 (0.2%)	1 (0.1%)	1 (0.1%)	12 (0.9%)	4 (0.3%)	6 (0.5%)	26 (2.0%)
<b>รวม (ร้อยละ)</b>	<b>337 (26.3%)</b>	<b>155 (12.1%)</b>	<b>48 (3.8%)</b>	<b>522 (40.8%)</b>	<b>125 (9.8%)</b>	<b>92 (7.2%)</b>	<b>1279 (100%)</b>

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 749 คน (58.6%) เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 312 คน (24.4%) ระดับการศึกษาลำดับที่ 3 คือมัธยมปลาย จำนวน 66 คน (5.2%), อาชีวศึกษา จำนวน 59 คน (4.6%), ปริญญาเอก จำนวน 49 คน (3.8%), อื่น ๆ จำนวน 26 คน หรือ (2%) และมัธยมต้น จำนวน 18 คน (1.4%)

กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คือ 522 คน (40.8%) รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา 337 คน (26.3%), ข้าราชการ 155 คน (12.1%), เป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว 125 คน (9.8%) และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ 48 คน (3.8%)

## พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการเปิดรับสื่อมวลชน

เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยแอบแฝงที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผู้วิจัยจึงสอบถามกลุ่มตัวอย่างในพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตดังต่อไปนี้

### 1. การจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 7 การจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต

การจ่ายค่าบริการ	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายเอง	651	50.19
ไม่ได้จ่ายเอง	646	49.80
Total	1297	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 651 คน (50.2%) เป็นผู้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเอง และ 646 คน (49.8%) ไม่ได้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเอง

เพื่อศึกษาว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในเมืองไทยและในต่างประเทศมีพฤติกรรมการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตไปในทำนองเดียวกันหรือไม่ พบว่ามีความแตกต่างกันดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 แสดงการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตจำแนกตามถิ่นที่อยู่อาศัย

ถิ่นที่อยู่อาศัย	การจ่ายค่าบริการ		รวม
	ไม่ได้จ่าย	จ่ายเอง	
ประเทศไทย	565	527	1092
	43.7%	40.8%	84.5%
ต่างประเทศ	77	123	200
	6.0%	9.5%	15.5%
รวม	642	650	1292
	49.7%	50.3%	100.0%

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในประเทศไทยร้อยละ 43.7 ไม่ต้องเสียค่าบริการอินเทอร์เน็ตซึ่งมีมากกว่าผู้ที่ต้องเสียค่าบริการ ซึ่งตรงกันข้ามกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ต่างประเทศซึ่งร้อยละ 9.5 ต้องจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเอง ซึ่งมีจำนวนมากกว่าผู้อ่านที่ไม่ต้องจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตที่มีอยู่เพียงร้อยละ 6

## 2. สถานที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 9 ความถี่ของสถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต

สถานที่ ใช้อินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	1062	81.9
ที่ทำงาน	703	54.2
โรงเรียน	232	17.9
อินเทอร์เน็ตคาเฟ่	60	4.6

\*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่าสถานที่ซึ่งกลุ่มตัวอย่างใช้บริการอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือที่บ้าน (81.9%) รองลงมาคือที่ทำงาน (54.2%), โรงเรียน (17.9%) และอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ (4.6%)

## 3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ตารางที่ 10 ประเภทของสื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ

สื่อมวลชน	ความถี่	ค่าเฉลี่ย
โทรทัศน์	1239	1.88
หนังสือพิมพ์	1252	2.30
วิทยุ	1143	3.33
หนังสือพิมพ์ออนไลน์	1297	3.43
นิตยสาร	984	4.50
เคเบิลทีวี	908	4.57

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นสื่อโทรทัศน์คือสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับ 1 (คะแนนเฉลี่ย 1.88) รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ (คะแนนเฉลี่ย 2.30), วิทยุ (คะแนนเฉลี่ย 3.33), หนังสือพิมพ์ออนไลน์ (คะแนนเฉลี่ย 3.43), นิตยสารข่าว (คะแนนเฉลี่ย 4.50) และเคเบิลทีวี (คะแนนเฉลี่ย 4.57) ตามลำดับ

เมื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มตามถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันจะพบความแตกต่างดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบประเภทของสื่อมวลชนที่เปิดรับจำแนกตามถิ่นที่อยู่

อันดับ	กลุ่มที่อยู่ในประเทศไทย		กลุ่มที่อยู่ ต่างประเทศ	
	สื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย	สื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย
1	โทรทัศน์	1.80	โทรทัศน์	2.40
2	หนังสือพิมพ์	2.22	หนังสือพิมพ์ ออนไลน์	2.56
3	วิทยุ	3.27	หนังสือพิมพ์	2.76
4	หนังสือพิมพ์ ออนไลน์	3.59	เคเบิลทีวี	3.39
5	นิตยสาร	4.55	วิทยุ	3.65
6	เคเบิลทีวี	4.77	นิตยสาร	4.21

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับการเลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์ต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ต่างประเทศนิยมเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นอันดับสอง รองลงมาคือหนังสือพิมพ์และเคเบิลทีวี

#### พฤติกรรม的开รับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม的开รับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผู้วิจัยได้สอบถามถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ ดังตารางต่อไปนี้

##### 1. หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่เปิดรับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ออนไลน์ไทย	จำนวนผู้อ่าน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	742	22.14
เดลินิวส์	565	16.86
กรุงเทพธุรกิจ	488	14.56
Bangkok Post	474	14.14
The Nation	376	11.22
ผู้จัดการ	371	11.07
หนังสือพิมพ์ต่างประเทศ	169	5.04
ฐานเศรษฐกิจ	166	4.95
รวม	3351	100

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งของประเทศไทยและของต่างประเทศ เช่น CNN.COM และ New York Times

## 2. ความถี่ในการเปิดรับ

ตารางที่ 13 ความถี่ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ความถี่	คะแนน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อวัน	402	31.0
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	354	27.3
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	202	15.6
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	155	12.0
สัปดาห์ละครั้ง	137	10.6
อื่น ๆ	47	3.6
<b>รวม</b>	<b>1297</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยวันละ 1 ครั้ง (30%) มากที่สุด รองลงมาคือ การเปิดรับ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ (27.3%), มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน (15.6%), เปิดรับ 4-6 ครั้ง ต่อสัปดาห์ (12%), สัปดาห์ละครั้ง (10.6%) และ สุดท้ายคือเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงความถี่อื่น ๆ เช่น เดือนละครั้ง หรือ 2 สัปดาห์ครั้ง (3.6%) เป็นต้น

## 3. ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ

ตารางที่ 14 ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ช่วงเวลา (24 ชั่วโมง)	จำนวน	ร้อยละ
12.01-16.00 น.	513	30.92
8.00-12.00 น.	372	22.42
16.01-20.00 น.	325	19.59
20.01-24.00 น.	233	14.04
24.01-4.00 น.	132	7.95
4.01-8.00 น.	84	5.06
<b>รวม</b>	<b>1659</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในช่วง 12.01-16.00 น. มากที่สุด (30.92%), รองลงมาคือ 8.00-12.00 น. (22.42%), 16.01-20.00 น. (19.59%), 20.01-24.00 (14.04%), 24.01-4.00 น. (7.95%) และสุดท้ายคือช่วงเวลา 4.01-8.00 น. (5.06%)

#### 4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ

ตารางที่ 15 ความถี่ของระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
10-20 นาที	532	41.2
21-30 นาที	328	25.4
31-40 นาที	190	14.7
น้อยกว่า 10 นาที	152	11.8
มากกว่า 40 นาที	89	6.8
Total	1291	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับ 10-20 นาที มากที่สุด (41%), รองลงมาคือ 21-30 นาที (25.4%), 31-40 นาที (14.7%), น้อยกว่า 10 นาที (11.8%) และ ใช้เวลามากกว่า 40 นาที (6.8%) อาทิ ใช้ระยะเวลา 50 นาที, 1 ชั่วโมง, 1.30 ชั่วโมง และ 2 ชั่วโมง

#### 5. ลักษณะข้อมูลที่เปิดรับ

ตารางที่ 16 ลักษณะข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด

ลักษณะข้อมูล	ร้อยละ
1. พาดหัวข่าว	89.6
2. ข่าว	82.8
3. ข่าวด่วน	43.6
4. บ้านเทิง เช่น วิจารณ์ภาพยนตร์, เพลง หรือนิยาย	32.5
5. อัตราแลกเปลี่ยน	25.0
6. รูปภาพและคำบรรยาย	21.5
7. สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ	20.3
8. บริการอื่น ๆ เช่น การศึกษา, เว็บไซต์, ดัชนี ราคาหุ้น ฯลฯ	20.0
9. บทความ/สารคดี	19.1
10. คอลัมน์/สัปดาห์	18.9
11. โฆษณา (Ads/Classifieds)	17.7
12. การ์ตูน	17.5
13. บทบรรณาธิการ	15.3
14. ดูดวง	15.3
15. พยากรณ์อากาศ	11.8

ลักษณะข้อมูล (ต่อ)	ร้อยละ
16. หนังสือพิมพ์ในเครือ เช่น Nation Junior, Thailand Tatler	11.1
17.จดหมายจากผู้อ่าน	8.7

\*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 แสดงว่าประเภทเนื้อหาที่มีผู้เปิดรับมากที่สุดคือ ข่าว ซึ่งประกอบด้วย: พาดหัวข่าว (89.6%) , ข่าว (82.8%) และ ข่าวด่วน (43.6%) รองลงมาคือ ข้อมูลด้านความบันเทิง (32.5%) และอัตราแลกเปลี่ยน (25%) สำหรับประเภทเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ จดหมายจากผู้อ่าน (8.7%)

## 6. ประเภทข่าวที่เปิดรับ

ตารางที่ 17 แสดงประเภทข่าวที่กลุ่มตัวอย่างปิดรับ

ประเภทข่าว	ร้อยละ
1. ข่าวหน้า1/ข่าวปก	84.2
2. ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์	44.8
3. ข่าวการตลาด	38.4
4. ข่าวการเมือง	37.5
5. ข่าวต่างประเทศ	33.5
6. ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน	30.7
7. ข่าวภูมิภาค-ในประเทศ	29.7
8. ข่าวบันเทิง	29.2
9. ข่าวกีฬา	25.7
10.ข่าวสังคม	20.8
11.ข่าวท่องเที่ยว	17.7
12.ข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษา	17
13.ข่าวอุตสาหกรรม-คมนาคม	9
14.ข่าวรถยนต์	8.7
15.ข่าวอสังหาริมทรัพย์	6.4

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับมากที่สุดคือ ข่าวหน้าหนึ่งหรือข่าวปก (84.2%), ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์ (44.8%), ข่าวการตลาด (38.4%) และข่าวการเมือง (37.5%) สำหรับข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ ข่าวอสังหาริมทรัพย์ (6.4%)

## แรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

### 1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

เพื่อให้ทราบถึงมูลเหตุจูงใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามไว้ทั้งสิ้น 12 คำถาม ซึ่งเป็นคำถามที่มีพื้นฐานจากความต้องการทางจิตวิทยาตามแนวคิดของ Katz ซึ่งประกอบด้วยความต้องการด้านข่าวสาร, ความต้องการความเพลิดเพลิน, ความต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม และความต้องการหลีกเลี่ยงสภาพความเป็นจริงไปชั่วขณะ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 18 ปัจจัยส่งผลให้เปิดรับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ปัจจัยที่ทำให้เลือกเปิดรับ	คะแนนเฉลี่ย
1. มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ	4.07
2. สะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจ	4.01
3. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังจาก News Archive	3.96
4. สามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ตลอดเวลา	3.95
5. สามารถอ่านข่าวเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกหนทุกแห่ง	3.92
6. สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine	3.78
7. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.74
8. มีข้อมูลสดใหม่ (Breaking news) เสมอใน 1 วัน	3.73
9. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องหาซื้อหนังสือพิมพ์	3.72
10. ได้รับความเพลิดเพลินจาก กราฟิกและสีสันท	3.50
11. สามารถโต้ตอบกับกองบ.ก.หรือผู้อ่านได้โดยผ่าน Chat, e-mail หรือ web board	3.43
12. ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.16

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมากที่สุด คือ ความต้องการข่าวสารประกอบด้วย การเปิดรับเพราะความสะดวกเนื่องจากการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ (คะแนนเฉลี่ย 4.07), สะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจ (คะแนนเฉลี่ย 4.01) และ หารายละเอียดเพิ่มเติมได้จากการอ่านข้อมูลย้อนหลังจาก News Archive (คะแนนเฉลี่ย 3.96) และปัจจัยทางด้านการเป็นที่ยอมรับของสังคม หรือความต้องการความเพลิดเพลิน เป็นปัจจัยที่มีผลน้อยที่สุด

## 2. หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ชื่นชอบ

จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย 7 ฉบับ มีผู้ชื่นชอบหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับดังนี้

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนผู้ชื่นชอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแต่ละฉบับ

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ออนไลน์ไทย	จำนวนผู้อ่านที่ชอบ	ร้อยละ
ไทยรัฐ	355	27.45
Bangkok Post	272	21.03
กรุงเทพธุรกิจ	217	16.78
เดลินิวส์	189	14.61
The Nation	182	14.07
ฐานเศรษฐกิจ	40	3.09
ผู้จัดการ	38	2.93
รวม	1293	100

\*มี 4 คนไม่ตอบแบบสอบถามในข้อนี้

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้ที่ชอบหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมีความหลากหลายไม่ขึ้นอยู่กับภาษา แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่มีจำนวนผู้ชื่นชอบมากจะเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยที่ผู้อ่านชอบมากที่สุด หรือหนังสือพิมพ์ผู้จัดการจะได้รับความนิยมน้อยที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะผู้วิจัยไม่สามารถคาดคะเนจำนวนผู้อ่านที่แท้จริงของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแต่ละฉบับได้ จึงไม่สามารถคำนวณหาสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละฉบับในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ได้

การสุ่มตัวอย่างในลักษณะไม่อาศัยความน่าจะเป็น แต่ใช้วิธีการจูงใจให้ผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ตอบแบบสอบถามโดยการให้รางวัลนี้ อาจมีผลต่อผู้เปิดรับเพียงบางกลุ่ม จึงมีความเป็นไปได้ว่ากลุ่มที่ชื่นชอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับอื่น ๆ อาจไม่สนใจมีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

นอกจากนี้ระยะเวลาในการนำเสนอแบบสอบถามอาจมีผลต่อจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากเว็บมาสเตอร์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับแตกต่างกัน ทำให้ระยะเวลาในการนำเสนอแบบสอบถามบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไม่เท่ากัน เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐให้ความอนุเคราะห์พื้นที่ป้ายแบบสอบถามถึง 30 วันในขณะที่หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจให้ความอนุเคราะห์ประมาณ 15 วัน ตามระยะเวลาที่ผู้วิจัยร้องขอ ความต่างของช่วงเวลานี้อาจส่งผลต่อจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามได้

### 3. แสดงจำนวนผู้เปิดรับต่อจำนวนผู้ชื่นชอบหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ

จากความต่างของจำนวนผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแต่ละฉบับและจำนวนผู้ชื่นชอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยนี้ สามารถนำมาคำนวณหาอัตราส่วนผู้เปิดรับได้ดังนี้

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบจำนวนผู้เปิดรับต่อจำนวนผู้ชื่นชอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

กลุ่มผู้เปิดรับ หนังสือพิมพ์	หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ชอบ							จำนวน (ร้อยละ)
	ไทยรัฐ	เดลินิวส์	ผู้จัดการ	กรุงเทพ ธุรกิจ	ฐาน เศรษฐกิจ	Bangkok Post	The Nation	
กลุ่มผู้อ่าน ไทยรัฐ	351 (47.4%)	139 (18.8%)	24 (3.2%)	97 (13.1%)	19 (2.6%)	64 (8.6%)	46 (6.2%)	740 (100%)
กลุ่มผู้อ่าน เดลินิวส์	173 (30.7%)	180 (31.9%)	20 (3.5%)	99 (17.6%)	15 (2.7%)	42 (7.4%)	35 (6.2%)	564 (100%)
กลุ่มผู้อ่าน ผู้จัดการ	96 (25.9%)	53 (14.3%)	37 (10%)	112 (30.3%)	17 (4.6%)	29 (7.8%)	26 (7%)	370 (100%)
กลุ่มผู้อ่าน กรุงเทพธุรกิจ	85 (17.5%)	44 (9%)	25 (5.1%)	214 (43.9%)	26 (5.3%)	46 (9.4%)	47 (9.7%)	487 (100%)
กลุ่มผู้อ่าน ฐานเศรษฐกิจ	37 (22.4%)	13 (7.9%)	10 (6.1%)	37 (22.4%)	40 (24.2%)	19 (11.5%)	9 (5.5%)	165 (100%)
กลุ่มผู้อ่าน Bangkok Post	42 (8.9%)	21 (4.5%)	9 (1.9%)	44 (9.3%)	6 (1.3%)	272 (57.7%)	77 (16.3%)	471 (100%)
กลุ่มผู้อ่าน The Nation	41 (11%)	16 (4.3%)	6 (1.6%)	41 (11%)	1 (0.3%)	88 (23.6%)	180 (48.3%)	373 (100%)

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์หลายฉบับและมีการกระจายความชอบของหนังสือออนไลน์ต่างกันไป โดยผู้อ่านส่วนใหญ่จะชอบหนังสือพิมพ์ที่เปิดรับ เช่น กลุ่มผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีทั้งสิ้น 740 คน และส่วนใหญ่ (47.4%) ชอบหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ยกเว้น หนังสือพิมพ์ผู้จัดการที่ผู้อ่านชื่นชอบหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมากกว่า

### 4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยที่ชื่นชอบ

เมื่อผู้วิจัยได้ทราบถึงหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยที่ผู้อ่านชื่นชอบแล้ว จึงต้องการวิเคราะห์ถึงสาเหตุของความชอบนั้น ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 21 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความชอบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ปัจจัย	คะแนน เฉลี่ย
1. มีข้อมูลใหม่เสมอในหนึ่งวัน	3.91
2. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้ง่าย	3.84
3. มีการอำนวยความสะดวกในการอ่านข้อมูลต่าง ๆ (Ease of Navigation) มากกว่าฉบับอื่น ๆ	3.77
4. นำเสนอข้อมูลได้สั้นกระชับ	3.76
5. มีความหลากหลายของข้อมูลมากกว่าฉบับอื่น	3.71
6. สามารถเข้าถึงข้อมูลจากเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ (download speed) ได้รวดเร็วกว่าฉบับอื่น	3.68
7. มีความถูกต้องของข้อมูลมากกว่าฉบับอื่น	3.63
8. มีความหลากหลายของลิงค์ไปสู่แหล่งข้อมูลต่าง ๆ	3.62
9. มีบริการการสืบค้นข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ	3.52
10. เป็นแฟนประจำของหนังสือพิมพ์	3.48
11. ใช้รูปภาพหรือกราฟิกที่สวยงาม	3.37
12. มีสรุปข่าวประจำวันจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ	3.26
13. มีการนำเสนอข่าวในรูปแบบเสียง หรือ วีดีโอ	3.01

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการนำเสนอเนื้อหา กล่าวคือ การมีข้อมูลใหม่เสมอใน 1 วัน (คะแนนเฉลี่ย 3.91) รองลงมาคือ การบริการข่าวย้อนหลังที่เปิดโอกาสให้ผู้เปิดรับสามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้ง่าย (คะแนนเฉลี่ย 3.84) และ การอำนวยความสะดวกในการอ่านข้อมูลจากหน้าหนึ่งไปสู่อีกหน้าหนึ่ง (Ease of Navigation) มากกว่าฉบับอื่น ๆ (คะแนนเฉลี่ย 3.77)

ปัจจัยที่ส่งผลน้อยที่สุดคือ การประยุกต์ข้อได้เปรียบของสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในรูปแบบการนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอด้วยเสียง หรือวีดีโอ (คะแนนเฉลี่ย 3.01) รองลงมาคือ การมีบริการพิเศษ คือ การนำเสนอสรุปข่าวประจำวันจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ (คะแนนเฉลี่ย 3.26) และ การใช้รูปภาพหรือกราฟิกที่สวยงาม (คะแนนเฉลี่ย 3.37)



## ความพึงพอใจของผู้เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ผู้วิจัยได้วัดความพึงพอใจของผู้อ่านใน 2 ลักษณะคือลักษณะการนำเสนอเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วยสี่สัณ หรือ การวางตำแหน่งเนื้อหา ดังนี้

### 1. ความพึงพอใจในลักษณะการนำเสนอเนื้อหา

ตารางที่ 22 ความพึงพอใจต่อการนำเสนอเนื้อหา

I การนำเสนอเนื้อหา	คะแนนเฉลี่ย
1. ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน	3.95
2. ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์	3.82
3. ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ	3.81
4. ความละเอียดของข่าว	3.66
5. ความถูกต้องของข้อมูล	3.65

ตารางที่ 22 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพอใจกับความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวันมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.98) รองลงมาคือ ความพึงพอใจที่มีต่อความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์ (คะแนนเฉลี่ย 3.81), ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ (คะแนนเฉลี่ย 3.81), ความละเอียดของข่าว (คะแนนเฉลี่ย 3.66) ที่น่าสนใจก็คือกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจต่อความถูกต้องของข้อมูลน้อยที่สุดคือ (คะแนนเฉลี่ย 3.65)

### 2. ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์

ตารางที่ 23 ความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์

II รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์	คะแนนเฉลี่ย
1. การใช้งานง่าย (Ease of Navigation) เช่น การอำนวยความสะดวกในการอ่านข่าวต่อหรือย้อนกลับหน้าจอหลัก	3.94
2. ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว	3.93
3. ความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก	3.66
4. ความสวยงามของกราฟิกหรือภาพที่ใช้	3.60
5. ความหลากหลายของลิงค์แหล่งข้อมูลต่าง ๆ	3.60
6. ความสมดุลย์ของสีที่ใช้	3.59
7. ความสวยงามของการจัดหน้า	3.57
8. การเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านโพลล์, Chat, web board หรือการเขียนคำไว้อาลัยบุคคลสำคัญ	3.56
9. เวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวัน	3.50

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการอำนวยความสะดวกในการอ่านเนื้อหาจากหน้าหนึ่งไปอีกหน้าหนึ่ง (Ease of Navigation) มากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.94) รองลงมาคือ ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว (คะแนนเฉลี่ย 3.93) และความพึงพอใจในปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก (คะแนนเฉลี่ย 3.66) โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องเวลาสำหรับใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวันน้อยที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 3.57)

### ข้อเสนอแนะของผู้เปิดรับสารต่อลักษณะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

จากลักษณะการนำเสนอเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงต้องการหาคำตอบที่ว่าลักษณะการนำเสนอแบบใดที่เป็นที่ต้องการของผู้รับสาร คำตอบที่ได้มีดังตารางต่อไปนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะต่อรูปแบบการนำเสนอข่าว

ตารางที่ 24 รูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

รูปแบบ	จำนวน	ร้อยละ
1. แปลงข้อมูลของหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) ทั้งฉบับมาเป็นดิจิทัลและนำเสนอในลักษณะ Online Edition เพราะ	294	22.7
• สามารถทดแทน Printed Edition เนื่องจากมีเนื้อหาเช่นเดียวกัน	25	43.1
• อ่านง่าย	19	32.8
• สะดวกในการอ่านหรือเปิดรับข้อมูล	6	10.3
• อื่น ๆ เช่น ประหยัดเงินในการซื้อหนังสือพิมพ์	8	13.7
2. มีรูปแบบเฉพาะสำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (On-line Edition) เพราะ	976	75.3
• ประเภทของสื่อต่างกันควรมีการนำเสนอต่างกัน	72	38.5
• เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว (Quick Access)	31	16.6
• เพื่อให้มีรูปแบบการนำเสนอที่ดึงดูดและน่าสนใจ	28	15.0
• อ่านข่าวจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ได้ง่ายขึ้น	20	10.7
• ประหยัดเวลาในการอ่าน	18	9.6
• อื่น ๆ เช่น สามารถนำเสนอข้อมูลที่สดใหม่ตลอดเวลา	18	9.6
3. พึงพอใจกับการนำเสนอในรูปแบบปัจจุบัน	26	2.0
รวม	1297	100

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 75.3 พึงพอใจกับรูปแบบการนำเสนอเฉพาะสำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (On-line Edition) ด้วยเหตุผลอันดับหนึ่งคือ ประเภทของสื่อที่ต่างกันรูปแบบการนำเสนอควรเป็นรูปแบบที่ต่างกัน (ร้อยละ 38.5)

รองลงมาคือ เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว (ร้อยละ 16.6), เพื่อให้มีรูปแบบการนำเสนอที่ดึงดูดและน่าสนใจ (ร้อยละ 15.0), เพื่ออ่านข่าวจากหน้าจอมพิวเตอร์ได้ง่ายขึ้น (ร้อยละ 10.7) ประหยัดเวลาในการอ่าน (ร้อยละ 9.6) และอื่น ๆ เช่น สามารถนำเสนอข้อมูลที่สดใหม่ตลอดเวลา (ร้อยละ 9.6)

สำหรับกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 22.7 ยังพึงพอใจกับรูปแบบการนำเสนอที่มีการแปลงข้อมูลของหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) ทั้งฉบับมาเป็นการนำเสนอในรูปแบบดิจิทัล ด้วยเหตุผลที่ว่า เพื่อให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถทดแทนหนังสือพิมพ์ได้ เนื่องจากมีเนื้อหาเช่นเดียวกัน (ร้อยละ 43.1) เหตุผลรองลงมา คือ เพื่ออ่านง่าย (ร้อยละ 32.8), สะดวกในการอ่านหรือเปิดรับข้อมูล (ร้อยละ 10.3) และ อื่น ๆ เช่น ประหยัดเงินในการซื้อหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 13.7)

### 3. ข้อเสนอแนะต่อลักษณะการนำเสนอหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ตารางที่ 25 ลักษณะการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ลักษณะ	คะแนนเฉลี่ย
1. นำเสนอข้อมูลที่สดใหม่ตลอดวัน	4.47
2. เสนอข่าวก่อนหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) จะตีพิมพ์	4.33
3. นำเสนอลิงค์สู่ข่าวหรือบทความที่เกี่ยวข้อง	4.31
4. ใช้ภาษาสุภาพไม่ห้วน	4.03
5. เนื้อหาข่าวสั้นกระชับใน 2 หน้าจอ	3.99
6. มีพื้นที่ให้ผู้อ่านแสดงความคิดเห็นผ่าน chat, poll หรือ web board	3.98
7. มีลักษณะเป็นสื่อผสม คือ มีทั้งเสียง ภาพเคลื่อนไหว ประกอบ	3.83
8. มีเนื้อหาที่นำเสนอเฉพาะหนังสือพิมพ์ออนไลน์	3.73

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญที่สุดกับรูปแบบการนำเสนอในลักษณะการให้ข้อมูลที่สดใหม่ตลอดวัน (คะแนนเฉลี่ย 4.47) รองลงมาคือการเสนอข่าวก่อนหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) จะตีพิมพ์ (คะแนนเฉลี่ย 4.33) และมีการนำเสนอลิงค์สู่ข่าวหรือบทความที่เกี่ยวข้อง (คะแนนเฉลี่ย 4.31) โดยการนำเสนอที่มีเนื้อหาเฉพาะสำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นยังไม่เป็นที่นิยม (คะแนนเฉลี่ย 3.73)

## ปัญหาจากการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

เนื่องจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีผู้อ่านหลากหลายและกระจายอยู่ทั่วโลก ผู้วิจัยจึงนำเสนอตารางออกเป็น 2 ส่วนคือ

### 1. ปัญหาอันดับ 1-5 ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ตารางที่ 26 ปัญหาที่พบจากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ปัญหา	คะแนนเฉลี่ย
ความล่าช้าในการใส่ข้อมูลใหม่	2.15
ข้อมูลมีน้อยเกินไป	2.55
ไม่สามารถอ่านฟอนท์ภาษาไทยได้	2.65
เกิดความเมื่อยล้าและปวดตา	2.87
มีเวลาจำกัดในการอ่านข้อมูล	2.99
ไม่สามารถสืบค้นเนื้อหาที่ต้องการได้	3.12
ความยุ่งยากในการอ่านข้อมูล	3.42
เกิดความไม่มั่นใจในข้อมูลที่ได้รับ	3.53
ขาดทักษะพื้นฐานในการใช้คอมพิวเตอร์	3.62

\*เลือกตอบปัญหาที่พบจาก 1-5 โดย 1 หมายถึงสำคัญที่สุด

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างประสบตามลำดับ 1-5 ดังนี้คือ

อันดับ 1 คือ ความล่าช้าในการใส่ข้อมูลใหม่ (คะแนนเฉลี่ย 2.15)

อันดับ 2 คือ ข้อมูลมีน้อยเกินไป (คะแนนเฉลี่ย 2.55)

อันดับ 3 คือ ไม่สามารถอ่านฟอนท์ภาษาไทยได้ (คะแนนเฉลี่ย 2.65)

อันดับ 4 คือ เกิดความเมื่อยล้าและปวดตา (คะแนนเฉลี่ย 2.87)

อันดับ 5 คือ มีเวลาจำกัดในการอ่านข้อมูล (คะแนนเฉลี่ย 2.99)

สถาบันนวัตกรรมการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## การทดสอบสมมุติฐานการวิจัย

### I แรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมุติฐานข้อที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะประชากรต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยต่างกัน ดังนี้

#### 1.1 กลุ่มตัวอย่างที่เพศต่างกันจะมีแรงจูงใจต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนเพศชายและเพศหญิงต่อปัจจัยแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย พบความแตกต่างดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงต่อแรงจูงใจในการเปิดรับ

แรงจูงใจ	ชาย		หญิง		ค่า t-value
	ค่าเฉลี่ย	S.D	ค่าเฉลี่ย	S.D	
1. สะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจ	4.00	.86	4.04	.82	.53
2. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกหนทุกแห่ง	3.96	.97	3.86	.97	.09
3. สามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกเวลา	3.95	.92	3.96	.90	.746
4. มีข้อมูลสดใหม่เสมอในหนึ่งวัน	3.76	.96	3.70	.92	.32
5. สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine	3.74	.94	3.86	.95	.02*
6. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังจาก News Archive	3.95	.88	3.99	.89	.40
7. มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ	4.04	.92	4.13	.86	.06
8. ได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟิกและสีสันทัน	3.42	1.03	3.62	1.01	.00**
9. ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	3.66	.97	3.88	.95	.00**
10. ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.06	1.18	3.34	1.14	.00**
11. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องซื้อหาหนังสือพิมพ์	3.63	1.15	3.87	.108	.00**
12. สามารถโต้ตอบกับกองบรรณาธิการ หรือผู้อ่านได้โดยผ่าน chat, e-mail	3.41	1.06	3.49	.107	.20

\* $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าเพศหญิงมีแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้าน ความสะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine โดยมีค่า  $t = .02$  ( $p < 0.05$ ), สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องซื้อหาหนังสือพิมพ์ โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ), การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์, ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัยและการได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟิกและสีสันทัน ที่ค่า  $t$  เดียวกันคือ  $.00$  ( $p < 0.01$ )

## 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีแรงจูงใจต่างกัน

ตารางที่ 28 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกันต่อแรงจูงใจในการเปิดรับ

ปัจจัย	อายุ (ค่าเฉลี่ย)					ค่า F	Sig
	อายุต่ำกว่า 18	18-25	26-35	36-45	มากกว่า 45		
1. สะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวที่สนใจ	4.12	4.00	3.99	4.04	4.11	.79	.526
2. สามารถอ่านข่าวเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกหนทุกแห่ง	3.69	3.83	3.91	4.08	4.07	3.50	.007
3. สามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ตลอดเวลา	3.69	3.83	3.91	4.08	4.07	3.67	.006
4. มีข้อมูลสดใหม่เสมอใน 1 วัน	3.82	3.72	3.68	3.89	3.72	1.85	.115
5. สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine	3.74	3.75	3.76	3.91	3.77	1.04	.384
6. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังจาก News Archive	4.28	3.93	3.91	4.05	4.06	2.71	.029
7. มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ	4.05	4.03	4.07	4.09	4.15	.44	.777
8. ได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟิกและสีสันทัน	3.71	3.54	3.35	3.65	3.60	4.56	.001
9. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.84 <sup>ab</sup>	3.87 <sup>a</sup>	3.59 <sup>b</sup>	3.70 <sup>ab</sup>	3.94 <sup>ab</sup>	6.52***	.000
10. ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.53 <sup>ab</sup>	3.36 <sup>a</sup>	3.05 <sup>b</sup>	3.21 <sup>ab</sup>	2.79 <sup>b</sup>	8.14***	.000
11. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องซื้อหาหนังสือพิมพ์	3.79 <sup>ab</sup>	3.87 <sup>a</sup>	3.74 <sup>a</sup>	3.66 <sup>ab</sup>	3.23 <sup>b</sup>	7.58***	.000
12. สามารถโต้ตอบกับกองบ.ก. หรือผู้อ่านโดยผ่าน chat, email	3.43	3.47	3.35	3.50	3.57	1.55	.184

D.F.= 4 \*\*\*p < 0.001 ตัวหนังสือต่างกันแสดงว่าเป็นกลุ่มที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์, การเป็นคนทันสมัย และ การไม่ต้องซื้อหาหนังสือพิมพ์ (ค่า f= 6.52, 8.14 และ 7.58, p<.001 ตามลำดับ) และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า มีความต่างระหว่างคู่ในปัจจัยด้านการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

ระหว่างกลุ่มอายุ 18-25 ปี และ 26-35 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .01$ ) โดยกลุ่มอายุระหว่าง 18-25 มีแรงจูงใจนี้มากกว่า

สำหรับปัจจัยด้านความต้องการเป็นคนทันสมัย พบว่ามีความต่างระหว่างคู่ที่อยู่สองคู่คือ ระหว่างอายุ 18-25 ปี กับอายุ 26-35 และอายุ 18-25 และอายุมากกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < .01$ ) โดยกลุ่มอายุระหว่าง 18-25 ปีมีแรงจูงใจด้านนี้มากกว่า ตรงกันข้ามกับกลุ่มอายุต่ำกว่า 45 ปี ซึ่งมีความต้องการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อเป็นคนทันสมัยนี้ น้อยที่สุด

ปัจจัยสุดท้ายที่พบความแตกต่างระหว่างคู่คือ ปัจจัยด้านความต้องการเปิดรับข่าวสารโดยไม่ต้องซื้อหนังสือพิมพ์ โดยพบว่ามีความต่างระหว่างกลุ่มอายุระหว่าง 18-25 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี แลกลุ่มอายุระหว่าง 26-35 กับกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี ( $p < .01$ ) โดยกลุ่มระหว่าง 18-25 ปี มีแรงจูงใจด้านนี้มากที่สุด ซึ่งตรงกันข้ามกับกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี ที่มีแรงจูงใจในด้านดังกล่าวนี้ น้อยที่สุด

### 1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีแรงจูงใจต่างกัน

เพื่อทดสอบกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา ซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี ต่อแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย จะได้ผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 29 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อแรงจูงใจในการเปิดรับ

ปัจจัย	ระดับ การศึกษา (ค่าเฉลี่ย)				ค่า F	Sig
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่นๆ		
1. สะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวที่สนใจ	4.06	4.01	3.98	4.14	.54	.649
2. สามารถอ่านข่าวเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกหนทุกแห่ง	4.00	3.89	3.93	4.14	1.00	.392
3. สามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกเวลา	4.02	3.93	3.95	4.25	1.44	.227
4. มีข้อมูลสดใหม่ (Breaking news) เสมอใน 1 วัน	3.87	3.73	3.67	4.03	2.54	.055
5. สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine	3.80	3.83	3.68	4.00	2.29	.076
6. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังจาก News Archive	4.06	3.96	3.94	4.07	.73	.529

ปัจจัย (ต่อ)	ระดับ การศึกษา (ค่าเฉลี่ย)				ค่า F	Sig
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	อื่นๆ		
7. มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ	4.02	4.02	4.20	4.20	3.40	.017
8. ได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟิกและสีสันทัน	3.56	3.51	3.43	3.59	.78	.504
9. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.77	3.77	3.63	4.03	2.44	.063
10. ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.27 <sup>a</sup>	3.26 <sup>ab</sup>	2.90 <sup>b</sup>	3.44 <sup>ab</sup>	8.43**	.000
11. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องซื้อหาหนังสือพิมพ์	3.84	3.74	3.64	3.92	1.42	.235
12. สามารถโต้ตอบกับกองบ.ก. หรือผู้อ่านโดยผ่าน chat, email หรือ Web board	3.48	3.43	3.41	3.74	.91	.434

D.F.= 3 \*\*\*<.01 ตัวหนังสือต่างกันแสดงว่าเป็นกลุ่มที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจต่างกันด้านความต้องการเป็นคนทันสมัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า  $f = 8.43$  ( $p < .01$ ) และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยกลุ่มที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีมีแรงจูงใจในด้านนี้มากกว่า ( $p < .01$ ) ส่วนกลุ่มตัวอย่างอื่นนั้นไม่พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มแต่อย่างใด

#### 1.4 กลุ่มผู้อ่านที่มีอาชีพต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อแรงจูงใจ

ปัจจัย	อาชีพ (ค่าเฉลี่ย)						ค่า F	Sig
	นักเรียน	ข้าราชการ	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว		
1. สะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวที่สนใจ	4.01	4.00	4.12	3.99	4.03	4.06	.27	.926
2. สามารถอ่านข่าวเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกหนทุกแห่ง	3.90	3.94	4.04	3.89	3.99	3.96	.40	.844
3. สามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ตลอดเวลา	3.93	3.96	3.95	3.93	4.01	4.03	.31	.903
4. มีข้อมูลสดใหม่ (Breaking news) เสมอใน 1 วัน	3.73	3.77	3.77	3.69	3.81	3.80	.52	.755



ปัจจัย (ต่อ)	อาชีพ (ค่าเฉลี่ย)						ค่า F	Sig
	นักเรียน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ		
5. สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine	3.67	3.88	3.89	3.81	3.85	3.74	1.64	.146
6. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังจาก News Archive	3.98	4.01	3.87	3.92	4.00	4.01	.51	.768
7. มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ	4.07	4.15	4.19	4.02	3.97	4.23	1.62	.152
8. ได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟิกและสีสรร	3.55	3.62	3.60	3.42	3.38	3.59	1.79	.112
9. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.87 <sup>a</sup>	3.84 <sup>ab</sup>	3.76 <sup>ab</sup>	3.62 <sup>b</sup>	3.67 <sup>ab</sup>	3.83 <sup>ab</sup>	3.32*	.005
10. ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.29	3.25	3.48	3.12	3.05	2.84	3.34	.005
11. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องซื้อหนังสือพิมพ์	3.91	3.75	3.97	3.65	3.58	3.49	4.02	.001
12. สามารถโต้ตอบกับกองบ.ก. หรือผู้อ่านโดยผ่าน chat, email	3.48	3.46	3.48	3.35	3.63	3.36	1.67	.137

D.F. = 5 \* $p < 0.05$  ตัวหนังสือต่างกันแสดงว่าเป็นกลุ่มที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 30 แสดงว่ากลุ่มที่มีอาชีพต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ค่า  $f = 3.32$  ( $p < .05$ ) และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักเรียนและกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน โดยกลุ่มที่เป็นนักเรียนมีแรงจูงใจด้านนี้มากกว่า ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นนั้นไม่พบที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.5 กลุ่มผู้อ่านที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันแตกต่างกันจะมีแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและต่างประเทศต่อแรงจูงใจในการเปิดรับ

แรงจูงใจ	ประเทศไทย		ต่างประเทศ		ค่า t-value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. สะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจ	4.01	.86	4.07	.76	.36
2. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกหนทุกแห่ง	3.86	.94	4.26	1.02	.00**
3. สามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกเวลา	3.88	.90	4.29	.92	.00**
4. มีข้อมูลสดใหม่เสมอในหนึ่งวัน	3.74	.94	3.72	1	.76
5. สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine	3.83	.93	3.56	.98	.00**
6. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังจาก News Archive	3.97	.89	3.93	.84	.50
7. มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ	4.02	.91	4.35	.77	.00**
8. ได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟิกและสีสัน	3.51	1.03	3.44	1.04	.35
9. ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	3.72	.98	3.82	.93	.20
10. ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย	3.26	1.17	2.67	1.10	.00**
11. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องซื้อหาหนังสือพิมพ์	3.76	1.11	3.52	1.21	.00**
12. สามารถโต้ตอบกับกองบรรณาธิการหรือผู้อ่านได้โดยผ่าน chat, e-mail	3.43	1.09	3.46	.93	.74

\*\*P<0.01

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันต่างกัน มีแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มผู้อาศัยอยู่ในประเทศไทยมีแรงจูงใจมากกว่าผู้อาศัยอยู่ต่างประเทศในปัจจุบัน ความสะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ), สามารถอ่านข่าวเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องซื้อหาหนังสือพิมพ์ โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ) และความต้องการให้เป็นคนทันสมัย โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ) สำหรับผู้อ่านที่อาศัยอยู่ต่างประเทศมีแรงจูงใจในด้านการการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกหนทุกแห่ง โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ), สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกเวลา  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ) และสุดท้ายคือมีการใช้งานทางด้านอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ )

## II พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

สมมุติฐานข้อที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะประชากรต่างกันจะมีพฤติกรรม การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยนี้มี 3 ส่วน คือการเปรียบเทียบคุณลักษณะประชากรต่อลักษณะข้อมูลและประเภทข่าวที่เปิดรับ และการหาความสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตต่อความถี่และช่วงระยะเวลาในการเปิดรับ ดังนี้

### 2.1 ลักษณะข้อมูลที่เปิดรับเปิดรับ

2.1.1 กลุ่มตัวอย่างที่เพศต่างกันจะเปิดรับลักษณะข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยต่างกัน

ตารางที่ 32 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงต่อลักษณะข้อมูลที่อ่าน

ลักษณะข้อมูล	เพศ (ร้อยละ)		ค่า Chi-square	Sig.
	ชาย	หญิง		
1. พาดหัวข่าว	64.2	45.8	2.80	.94
2. บทบรรณาธิการ	67.7	32.3	0.77	.38
3. อัตราแลกเปลี่ยน	62.9	46.2	5.01	.02*
4. ข่าว	63.5	36.5	0.36	.54
5. จดหมายจากผู้อ่าน	75.7	24.3	2.85	.09
6. โฆษณา	53.3	46.7	3.54	.06
7. ข่าวด่วน	62.2	37.8	0.06	.79
8. การ์ตูน	66.7	33.3	0.54	.46
9. สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ	60.0	40.0	0.37	.54
10. รูปภาพและคำบรรยาย	72.2	27.8	4.30	.03*
11. บันเทิง เช่น วิจารณ์ภาพยนตร์, เพลง	31.0	69.0	14.24	.00**
12. หนังสือในเครือ เช่น Nation Junior	50.0	50.0	3.65	.05
13. บทความ/สารคดี	55.0	45.0	2.61	.10
14. ดูดวง	39.1	60.9	18.31	.00**
15. บริการอื่น ๆ เช่น การศึกษา, เว็บไซต์ฯ	58.8	41.2	0.74	.38
16. คอลัมน์/สัปดาห์	64.6	35.4	0.12	.72
17. พยากรณ์อากาศ	68.0	32.0	0.64	.42

D.F. = 1 \*p < 0.05, \*\*p < 0.01

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่าเพศชายเปิดรับอัตราแลกเปลี่ยนและ รูปภาพพร้อมคำบรรยายมากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า Chi-square ที่ 5.01 และ 4.30

( $p < .05$ ) โดยเพศหญิงเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับความบันเทิงและดูดวงมากกว่าเพศชาย โดยมีค่า Chi-square ที่ 14.24 และ 18.31 ( $p < .01$ ) ตามลำดับ

### 2.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันเปิดรับลักษณะข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยต่างกัน

ตารางที่ 33 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันต่อเนื้อหาที่อ่าน

ลักษณะข้อมูล	อายุ (ปี)					ค่า Chi-Square	Sig.
	ต่ำกว่า 18	18-25	26-35	36-45	มากกว่า 4		
1. พาดหัวข่าว	1.1	23.9	45.3	15.3	14.5	2.89	.57
2. บทบรรณาธิการ	0	12.3	47.7	20.0	20.0	8.30	.08
3. อัตราแลกเปลี่ยน	0.9	20.8	37.7	17.92	22.6	11.22	.02*
4. ข่าว	1.1	23.6	44.7	16.8	13.7	2.56	.63
5. จดหมายจากผู้อ่าน	0	13.5	36	10.8	38.6	20.71	.00**
6. โฆษณา	2.7	21.3	52.0	17.3	6.7	7.40	.11
7. ข่าวด่วน	1.1	23.2	42.7	16.8	16.2	2.46	.65
8. การ์ตูน	5.4	41.9	35.1	9.5	8.1	37.21	.00**
9. สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ	2.3	15.1	52.3	17.4	12.8	7.11	.13
10. รูปภาพและคำบรรยาย	3.3	30.8	37.4	9.9	18.7	15.34	.00**
11. บันเทิง เช่น วิจารณ์ภาพยนตร์, เพลง, นิยาย	1.4	39.1	44.2	8.0	7.2	34.08	.00**
12. หนังสือในเครือ เช่น Nation Junior	0	34	40.4	14.9	10.6	3.37	.49
13. บทความ/สารคดี	1.2	23.5	44.4	14.8	16	.60	.96
14. ดูดวง	1.5	30.8	44.6	13.8	9.2	3.03	.55
15. บริการอื่น ๆ เช่น การศึกษา, ดัชนีราคาหุ้น	2.4	31.8	37.6	16.5	11.8	6.62	.15
16. คอลัมน์/สัปดาห์	1.3	17.5	42.5	17.5	21.3	6.36	1.73

D.F= 4 \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะเปิดรับประเภทเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี อ่านการ์ตูนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยมีค่า Chi-Square ที่ 37.21 ( $p < 0.01$ ), กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-35 อ่านอัตราแลกเปลี่ยน, รูปภาพและคำบรรยายและบันเทิง

มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยมีค่า Chi-Square ที่ 11.22 ( $p < .05$ ), 15.34 ( $p < .01$ ) และ 34.08 ( $p < .01$ )  
 สุดท้ายคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ซึ่งอ่านจดหมายจากผู้อ่านมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยมีค่า Chi-Square ที่ 20.71 ( $p < .01$ )

### 2.1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันเปิดรับลักษณะข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 34 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันต่อลักษณะข้อมูลที่อ่าน

ลักษณะข้อมูล	การศึกษา (ร้อยละ)				ค่า Chi-square	Sig.
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	อื่น ๆ		
1. พาดหัวข่าว	8.5	53.2	36.5	1.9	5.89	.177
2. บทบรรณาธิการ	7.7	50.8	40	1.5	.10	.991
3. อัตราแลกเปลี่ยน	10.4	47.2	39.6	2.8	2.52	.472
4. ข่าว	8.6	49.9	39.8	1.7	2.62	.453
5. จดหมายจากผู้อ่าน	13.5	48.6	32.4	5.4	5.21	.157
6. โฆษณา	2.7	56.8	36.5	4.1	7.02	.071
7. ข่าวด่วน	10.3	47.8	39.7	2.2	3.21	.360
8. การ์ตูน	6.8	65.8	27.4	0	7.85	.049*
9. สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ ฉบับต่าง ๆ	3.5	50.0	43.0	3.5	5.84	.119
10. รูปภาพและคำบรรยาย	5.6	56.7	34.4	3.3	3.98	.263
11. บันเทิง เช่น วิจารณ์ภาพยนตร์	6.6	54	38.7	0.7	2.00	.571
12. หนังสือในเครือ	14.9	59.6	23.4	2.1	6.58	.086
13. บทความ/สารคดี	9.9	50.6	35.8	3.7	3.02	.388
14. ดูนว	4.6	56.9	36.9	1.5	1.71	.634
15. บริการอื่น ๆ	4.8	57.1	34.5	3.6	4.90	.179
16. คอลัมน์/ สกู๊ป	7.5	50	42.5	0	2.20	.532
17. พยากรณ์อากาศ	16.0	48.0	34.0	2.0	.714	.870

D.F = 3 \* $p < 0.05$

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะเปิดรับลักษณะเนื้อหาบางประเภทต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีอ่านการ์ตูนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยมีค่า Chi-square 7.85 ( $p < 0.05$ )

## 2.1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะเปิดรับลักษณะข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยต่างกัน

ตารางที่ 35 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อลักษณะข้อมูลที่อ่าน

ลักษณะข้อมูล	อาชีพ (ร้อยละ)						ค่า Chi-square	Sig.
	นักเรียน	ราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ		
1. พาดหัวข่าว	21.4	10.3	2.1	48.9	9.3	7.9	7.59	.18
2. บทบรรณาธิการ	9.4	18.8	3.1	51.6	7.8	9.4	11.07	.05
3. อัตราแลกเปลี่ยน	22.9	7.6	3.8	46.7	9.5	9.5	1.95	.85
4. ข่าว	22.3	10.9	3.4	45.6	9.2	8.6	8.11	.15
5. จดหมายจากผู้อ่าน	18.9	10.8	0	40.5	10.8	18.9	7.77	.16
6. โฆษณา	21.3	5.3	2.7	58.7	5.3	6.7	6.10	.29
7. ข่าวด่วน	21.2	9.2	1.6	49.5	11.4	7.1	3.79	.58
8. การ์ตูน	45.9	8.1	4.1	32.4	6.8	2.7	35.82	.00**
9. สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ	21.2	14.1	.12	51.8	8.2	3.5	5.83	.32
10. รูปภาพและคำบรรยาย	34.2	11.1	5.6	30.2	10.0	8.9	15.55	.00**
11.บันเทิง เช่น วิจารณ์ภาพยนตร์, เพลง	35.8	6.6	4.4	42.3	5.1	5.8	30.85	.00**
12. หนังสือในเครือ	27.7	8.5	6.4	48.9	4.3	4.3	5.95	.31
13. บทความ/สารคดี	25.0	6.3	2.5	50.0	5.0	11.3	5.58	.34
14. ดูดวง	28.1	6.3	1.6	51.6	10.9	1.6	7.52	.18
15. บริการอื่น ๆ	27.4	14.3	6.0	41.7	3.6	7.1	11.96	.03*
16. คอลัมน์/สัปดาห์	21.5	13.9	6.3	36.7	7.6	13.9	12.62	.02*
17. พยากรณ์อากาศ	30.6	10.2	8.2	32.7	12.2	6.1	11.21	.05

D.F.= 5 \*p <0.05, \*\*p<0.01

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างกันเปิดรับเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มนักเรียนอ่านการ์ตูน และรูปภาพพร้อมคำบรรยาย มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ โดยมีค่า Chi-square ที่ 35.82 ( $p < 0.01$ ) และ 15.55 ( $p < 0.01$ ) นอกจากนี้กลุ่มพนักงานเอกชนอ่านเนื้อหาต่าง ๆ เหล่านี้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ คือด้านบันเทิง โดยมีค่า Chi-square ที่ 30.85 ( $p < 0.01$ ), บริการอื่น ๆ โดยมีค่า Chi-square ที่ 11.96 ( $p < 0.05$ ) และคอลัมน์หรือสัปดาห์ โดยมีค่า Chi-square ที่ 12.62 ( $p < 0.05$ ) -

## 2.1.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นที่อยู่ต่างกันเปิดรับลักษณะข้อมูลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 36 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในและต่างประเทศต่อลักษณะข้อมูลที่อ่าน

ลักษณะข้อมูล	ถิ่นที่อยู่	ร้อยละ	ค่า Chi-Square	Sig.
	ประเทศไทย	ต่างประเทศ		
1. พาดหัวข่าว	71.8	28.2	5.76	.01*
2. บทบรรณาธิการ	70.3	29.7	.39	.52
3. อัตราแลกเปลี่ยน	59.0	41.0	15.03	.00**
4. ข่าว	71.7	28.3	3.40	.06
5. จุดหมายจากผู้อ่าน	54.1	45.9	7.89	.00**
6. โฆษณา	81.3	18.7	2.85	.09
7. ข่าวด่วน	76.1	23.9	1.10	.29
8. การ์ตูน	75.7	24.3	.21	.64
9. สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ	87.1	12.9	10.01	.00**
10. รูปภาพและคำบรรยาย	68.9	31.1	1.26	.26
11.บันเทิง เช่น วิจารณ์ภาพยนตร์, เพลง	79.6	20.4	3.79	.05
12. หนังสือในเครือ เช่น Nation Junior	76.1	23.9	.17	.67
13. บทความ/สารคดี	68.8	31.3	1.15	.28
14. ดูดวง	86.2	13.8	6.29	.01*
15. บริการอื่น ๆ เช่น การศึกษา	77.6	22.4	.93	.33
16. คอลัมน์	68.8	31.3	1.15	.28
17. พยากรณ์อากาศ	66.0	26.5	1.64	.19

D.F.= 1 \*p< 0.05, \*\*p<0.01

จากตารางที่ 36 แสดงว่าจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันเปิดรับเนื้อหาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทยอ่านพาดหัวข่าว, อัตราแลกเปลี่ยน, จุดหมายจากผู้อ่าน, สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ และดูดวง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ โดยมีค่า Chi-square 5.76 ( $p<.05$ ), 15.08 ( $p<.01$ ), 7.89 ( $p<.1$ ), 10.01 ( $p<.01$ ) และ 6.29 ( $p<.05$ )

## 2.2 ประเภทข่าวที่เปิดรับ

### 2.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เพศต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับประเภทข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 37 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงต่อประเภทข่าวที่เปิดรับ

ประเภทข่าว	เพศ (ร้อยละ)		ค่า Chi-Square	Sig.
	ชาย	หญิง		
1. ข่าวหน้าหนึ่ง/ข่าวปก	61.6	38.4	1.56	.21
2. ข่าวต่างประเทศ	63.8	36.2	.08	.76
3. ข่าวรถยนต์	83.8	16.2	7.61	.00**
4. ข่าวการเมือง	69.0	31.0	4.07	.04*
5. ข่าวกีฬา	83.3	16.7	26.10	.00**
6. ข่าวสังคม	50.6	49.4	7.09	.00**
7. ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน	66.7	33.3	1.15	.28
8. ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์	62.2	37.8	.05	.81
9. ข่าวบันเทิง	44.6	55.4	24.19	.00**
10. ข่าวการตลาด	58.0	42.0	2.63	.10
11. ข่าวสงฆ์หรือพระสงฆ์	59.3	40.7	.16	.68
12. ข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษา	57.1	42.9	1.17	.27
13. ข่าวภูมิภาค-ในประเทศ	66.4	33.6	.95	.32
14. ข่าวอุตสาหกรรม-คมนาคม	77.1	28.9	1.20	.27
15. ข่าวท่องเที่ยว	56.8	43.2	1.43	.23

D.F.= 1 \*p<0.05, \*\*p<0.01

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่าเพศชายและเพศหญิงอ่านประเภทข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย เพศชายอ่านข่าวรถยนต์และข่าวกีฬามากกว่าเพศหญิงที่ค่า Chi-square 7.61 และ 26.1 ( $p<0.01$ ) ตามลำดับ รวมทั้งข่าวการเมืองที่ค่า Chi-square 4.07 ( $p<0.05$ ) ส่วนเพศหญิงนิยมอ่านข่าวสังคมและข่าวบันเทิงมากกว่าเพศชาย โดยมีค่า Chi-square ที่ 7.09 และ 24.19 ( $p<0.01$ ) ตามลำดับ ผลของการศึกษาแสดงว่าเพศชายและเพศหญิงเปิดรับประเภทข่าวแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมุติฐานที่ตั้งไว้



## 2..2.2 กลุ่มตัวอย่างที่อายุต่างกันเปิดรับประเภทข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 38 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันต่อประเภทข่าวที่เปิดรับ

ประเภทข่าว	อายุ(ปี) ร้อยละ					ค่า Chi-Square	Sig.
	ต่ำกว่า 18	18-25	26-35	36-45	มากกว่า 45		
1. ข่าวหน้าหนึ่ง/ข่าวปก	.6	24.6	46.2	14.3	14.3	7.98	.09
2. ข่าวต่างประเทศ	1.4	20.4	43.7	14.8	19.7	7.65	.10
3. ข่าวรถยนต์	5.4	10.8	54.1	16.2	13.5	12.16	.01*
4. ข่าวการเมือง	.6	17	44	22.6	15.7	13.99	.00**
5. ข่าวกีฬา	2.8	29.4	44.0	11.0	12.8	9.08	.05
6. ข่าวสังคม	1.1	23.9	44.3	18.2	12.5	.59	.96
7. ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน	0	13.8	48.5	21.5	16.2	14.99	.00**
8. ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์	1.6	23.7	48.4	14.2	12.1	3.30	.50
9. ข่าวบันเทิง	2.4	39.5	47.6	7.3	3.2	43.71	.00**
10.ข่าวการตลาด	0	17.2	47.9	21.5	13.5	13.41	.00**
11.ข่าวสังหาริมทรัพย์	3.7	11.1	40.7	25.9	18.5	6.84	.14
12.ข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษา	2.8	29.2	38.9	19.4	9.7	6.59	.15
13.ข่าวภูมิภาค-ในประเทศ	.8	18.3	41.3	16.7	23	14.77	.00*
14.ข่าวอุตสาหกรรม-คมนาคม	2.6	18.4	47.4	18.4	13.2	2.03	.73
15.ข่าวท่องเที่ยว	1.3	24	38.7	16	20	3.75	.44

D.F= 4 \*p&lt;0.05, \*\*p&lt;0.01

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันเปิดรับประเภทข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-35 นิยมอ่านข่าวประเภทต่างๆ นี้มากที่สุดคือ ข่าวรถยนต์ โดยมีค่า Chi-square ที่ 12.16 ( $p<.05$ ), ข่าวการเมือง โดยมีค่า Chi-square ที่ 13.99 ( $p<.01$ ), ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน โดยมีค่า Chi-square ที่ 14.99 ( $p<.01$ ) และข่าวการตลาด โดยมีค่า Chi-square ที่ 13.41 ( $p<.05$ ) โดยกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 36-45 เป็นกลุ่มที่อ่านข่าวประเภทเหล่านี้รองลงมา ประเภทข่าวที่มีการเปิดรับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญอีก 2 ประเภทคือ ข่าวบันเทิงและข่าวภูมิภาค-ในประเทศ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-35 เป็นกลุ่มที่เปิดรับมากที่สุด โดยมีค่า Chi-square ที่ 43.71 ( $p<.01$ ) และ 14.77 ( $p<.05$ ) ตามลำดับ กลุ่มที่เปิดรับข่าวประเภทนี้รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี

2..2.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับประเภทข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 39 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันต่อประเภทข่าวที่อ่าน

ประเภทข่าว	การศึกษา (ร้อยละ)				ค่า Chi-Square	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่นๆ		
1. ข่าวหน้าหนึ่ง/ข่าวปก	8.4	52.4	37.5	1.7	5.89	.11
2. ข่าวต่างประเทศ	10.6	46.5	39.4	3.5	2.50	.47
3. ข่าวรถยนต์	16.7	47.2	27.8	8.3	2.62	.45
4. ข่าวการเมือง	8.2	44.7	44	3.1	5.21	.157
5. ข่าวกีฬา	10.3	50.5	37.4	1.9	7.02	.07
6. ข่าวสังคม	11.4	48.9	36.4	3.4	3.21	.36
7. ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน	5.4	46.9	43.1	4.6	5.84	.11
8. ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์	7.9	51.3	37.6	3.2	3.98	.26
9. ข่าวบันเทิง	6.5	56.9	36.6	0	2.00	.57
10. ข่าวการตลาด	4.9	49.4	43.8	1.9	6.58	.08
11. ข่าวอสังหาริมทรัพย์	11.1	37	48.1	3.7	3.02	.38
12. ข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษา	4.2	48.6	44.4	2.8	1.71	.63
13. ข่าวภูมิภาค-ในประเทศ	8.7	42.1	46	3.2	4.90	.17
14. ข่าวอุตสาหกรรม-คมนาคม	10.5	25.6	34.2	2.6	2.20	.53
15. ข่าวท่องเที่ยว	10.7	54.7	38.4	1.7	.71	.87

D.F= 3

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันเปิดรับประเภทข่าวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อการศึกษาไม่ใช่ตัวแปรสำคัญในการกำหนดประเภทเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกเปิดรับสาร ผู้วิจัยจึงทดสอบปัจจัยทางด้านอาชีพ เพื่อหาความสัมพันธ์ของอาชีพต่อพฤติกรรมการอ่านข่าว ดังมีรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

## 2.2.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับประเภทข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 40 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อประเภทข่าวที่เปิดรับ

ประเภทข่าว	อาชีพ (ร้อยละ)						ค่า Chi-Square	Sig.
	นักเรียน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ		
1. ข่าวหน้าหนึ่ง/ข่าวปก	21.4	10.1	2.3	49.3	9.0	7.9	3.99	.55
2. ข่าวต่างประเทศ	21.3	9.9	2.8	45.4	11.3	9.2	1.47	.91
3. ข่าวรถยนต์	16.7	5.6	0	52.8	13.9	11.1	3.79	.58
4. ข่าวการเมือง	17.2	15.3	1.9	49.7	7.6	8.3	10.17	.07
5. ข่าวกีฬา	27.5	9.2	5.5	46.8	6.4	4.6	10.15	.07
6. ข่าวสังคม	30.7	10.2	2.3	43.2	5.7	8.0	6.94	.22
7. ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน	10.9	8.5	1.6	62.8	8.5	7.8	19.68	.00**
8. ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์	20.1	7.4	3.7	49.7	12.2	6.9	7.12	.21
9. ข่าวบันเทิง	37.1	4.8	3.2	38.7	8.9	7.3	28.92	.00**
10. ข่าวการตลาด	16.0	6.2	2.5	59.3	9.9	6.2	15.73	.00**
11. ข่าวอสังหาริมทรัพย์	14.8	11.1	0	59.3	7.4	7.4	2.31	.80
12. ข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษา	32.4	14.1	4.2	31.0	5.6	12.7	15.53	.00**
13. ข่าวภูมิภาค-ในประเทศ	26.4	9.6	2.4	36	9.6	16	21.64	.00**
14. ข่าวอุตสาหกรรม-คมนาคม	10.5	10.5	2.6	63.2	7.9	5.3	4.77	.44
15. ข่าวท่องเที่ยว	20.3	1.4	6.8	50.0	9.5	12.2	13.70	.01*

D.F.= 5 \*p<0.05, \*\*p<0.01

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งมีอาชีพต่างกันเปิดรับประเภทข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มนักเรียนนิยมอ่านข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษามากที่สุด โดยมีค่า Chi-square ที่ 15.53 ( $p<0.05$ ) ส่วนกลุ่มพนักงานเอกชนนั้นนิยมเปิดรับข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน, ข่าวบันเทิง, ข่าวการตลาด, ข่าวภูมิภาค-ในประเทศ และท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีค่า Chi-square ที่ 19.68, 28.92, 15.73, 21.64 ( $p<0.01$ ) และ 17.70 ( $p<0.05$ ) ตามลำดับ

## 2.2.5 กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันเปิดรับประเภทข่าวแตกต่างกัน

ตารางที่ 41 การทดสอบอัตราส่วนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันต่อประเภทข่าวที่เปิดรับ

ประเภทข่าว	ถิ่นที่อยู่ (ร้อยละ)		ค่า Chi-Square	Sig.
	ประเทศไทย	ต่างประเทศ		
1. ข่าวหน้าหนึ่ง/ข่าวปก	72.5	27.5	1.27	.25
2. ข่าวต่างประเทศ	70.9	29.1	.73	.39
3. ข่าวรถยนต์	75.7	24.3	.09	.75
4. ข่าวการเมือง	68.4	31.6	3.46	.06
5. ข่าวกีฬา	76.9	23.1	.82	.36
6. ข่าวสังคม	61.4	38.6	8.43	.00**
7. ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน	71.5	28.5	.37	.53
8. ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์	85.7	14.3	26.08	.00**
9. ข่าวบันเทิง	82.3	17.7	6.87	.00**
10. ข่าวการตลาด	74.8	25.2	.23	.62
11. ข่าวอสังหาริมทรัพย์	77.8	22.2	.26	.60
12. ข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษา	77.5	22.5	.68	.40
13. ข่าวภูมิภาค-ในประเทศ	60.3	39.7	16.07	.00**
14. ข่าวอุตสาหกรรม-คมนาคม	76.3	23.7	.16	.68
15. ข่าวท่องเที่ยว	68.0	32.0	1.42	.23

D.F.= 1    \*\*p<0.01

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันเปิดรับข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยเปิดรับข่าวสังคม, ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์, ข่าวบันเทิง และข่าวภูมิภาค-ในประเทศ มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในต่างประเทศ โดยมีค่า Chi-square ที่ 8.43, 26.08, 6.87 และ 16.07 ( $p < 0.01$ ) ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.3 การจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับความถี่และช่วงเวลาในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

### 2.3.1 ความถี่ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตารางที่ 42 แสดงอัตราส่วนการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ

ความถี่	การจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ)	
	ไม่จ่าย	จ่าย
มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน	60.9	39.1
1 ครั้งต่อวัน	50.5	49.5
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	47.7	52.3
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	45.8	54.2
สัปดาห์ละครั้ง	42.3	57.7
อื่น ๆ	55.3	44.7
รวม	100	100

ตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่า 1 ครั้งต่อวันมากที่สุด ตรงกันข้ามกับกลุ่มที่จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองซึ่งเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ประมาณ 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์

เพื่อทดสอบถึงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์กับการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยได้ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งสองนี้ ดังนี้

ตารางที่ 43 แสดงค่าสถิติสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตกับความถี่ในการเปิดรับ

Chi-square Value	องศาความอิสระ (D.F)	Sig.
16.21	5	.00**

\*\*p< 0.01

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า การจ่ายความถี่ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีความสัมพันธ์กับการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต ที่ค่า Chi-square 16.21, p< 0.01 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์บ่อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต

### 2.3.2 ระยะเวลาในการเปิดรับ

การจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนผู้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตต่อระยะเวลาในการเปิดรับ

ระยะเวลาในการเปิดรับ	การจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ)	
	ไม่จ่าย	จ่าย
น้อยกว่า 10 นาที	44.1	55.9
10-20 นาที	53.9	46.1
21-30 นาที	50	50
31-40 นาที	48.4	51.6
มากกว่า 40 นาที	38.6	61.4
รวม	100	100

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่ไม่จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ (53.9%) เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยประมาณ 10-20 นาที ในขณะที่กลุ่มที่จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ (61.4%) เปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่า 40 นาที

จากความแตกต่างดังกล่าวสามารถนำมาหาความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 45 แสดงค่าสถิติสัมพันธ์ระหว่างการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตกับระยะเวลาที่ใช้เปิดรับ

Chi-Square Value	องศาความอิสระ (D.F)	Sig.
11.17	5	.04*

\*p< 0.05

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่าการจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า Chi-square 11.17, p< .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่จ่ายค่าบริการเองใช้ระยะเวลาในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่จ่ายค่าบริการ

### III ความพึงพอใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

สมมุติฐานข้อที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะประชากรต่างกันจะมีความพึงพอใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยต่างกัน

การศึกษาครั้งนี้จะแบ่งประเภทของความพึงพอใจออกเป็น 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ ความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอเนื้อหาและความพึงพอใจต่อรูปแบบเว็บไซต์

#### 3.1 คุณลักษณะประชากรต่างกันจะมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกัน ดังสมมุติฐานย่อยต่อไปนี้

##### 3.1.1 กลุ่มตัวอย่างที่เพศต่างกันจะมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 46 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงต่อความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา

การนำเสนอเนื้อหา	ชาย		หญิง		t-value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน	3.98	.77	3.91	.75	.14
2. ความละเอียดของข่าว	3.69	.76	3.61	.76	.08**
3. ความถูกต้องของข้อมูล	3.66	.76	3.63	.73	.46
4. ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งข้อมูลในเว็บไซต์	3.82	.86	3.80	.88	.74
5. ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์	3.80	.80	3.84	.82	.46

\*  $p < 0.01$

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่าการศึกษาพบว่าเพศชายพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาด้านความละเอียดของข่าวมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ค่า  $t = .08$  ( $p < 0.01$ ) ส่วนความพึงพอใจในแง่มุมต่าง ๆ นั้นพบว่าไม่แตกต่างกัน จึงเป็นการยอมรับสมมุติฐานย่อยนี้

### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 47 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุต่างกันต่อความพึงพอใจในการนำเสนอเนื้อหา

การนำเสนอเนื้อหา	อายุ(ปี)					ค่า F	Sig.
	ต่ำกว่า 18	18-25	26-35	36-45	มากกว่า 45		
1. ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน	3.89	3.90	3.91	4.08	4.11	3.34	.010
2. ความละเอียดของข่าว	3.82 <sup>ab</sup>	3.57 <sup>a</sup>	3.64 <sup>ab</sup>	3.76 <sup>ab</sup>	3.86 <sup>b</sup>	4.83**	.001
3. ความถูกต้องของข้อมูล	3.66	3.61	3.62	3.72	3.79	2.07	.082
4. ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ	3.76	3.74	3.79	3.89	3.99	2.39	.049
5. ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์	3.79	3.78	3.80	3.87	3.88	.69	.593

D.F.= 4, \*\* $p < 0.01$  ตัวหนังสือต่างกันแสดงว่าเป็นกลุ่มที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อวิธีการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในปีวิจัยด้านความละเอียดของข่าว โดยมีค่า  $f = 4.83$  ( $p < .01$ ) และเมื่อทดสอบความต่างของแต่ละคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่ามีความต่างระหว่างกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี โดยกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีความพอใจในความละเอียดของข่าวมากที่สุด ( $p < .01$ ) ส่วนกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง



3.1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 48 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันต่อความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา

การนำเสนอเนื้อหา	การศึกษา ค่าเฉลี่ย				ค่า F	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่น ๆ		
1. ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน	4.08	3.92	3.93	4.18	2.46	.06
2. ความละเอียดของข่าว	3.78	3.65	3.64	3.74	1.52	.19
3. ความถูกต้องของข้อมูล	3.78	3.63	3.63	3.70	1.88	.13
4. ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ	3.89	3.79	3.82	3.85	.587	.62
5. ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์	3.89	3.79	3.84	3.85	.82	.48

D.F.=3

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกัน

ตารางที่ 49 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา

การนำเสนอเนื้อหา	อาชีพ (ค่าเฉลี่ย)						ค่า F	Sig
	นักเรียน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ		
1. ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน	3.93	4.01	4.00	3.91	4.07	3.92	1.14	.336
2. ความละเอียดของข่าว	3.59	3.67	3.62	3.68	3.72	3.80	1.52	.18
3. ความถูกต้องของข้อมูล	3.61	3.72	3.64	3.63	3.73	3.61	.84	.51
4. ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ	3.72	3.78	3.89	3.84	3.90	3.81	1.17	.32
5. ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์	3.77	3.84	3.89	3.84	3.73	3.83	.70	.61

D.F.=5

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### 3.1.5 กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีที่อยู่อาศัยในปัจจุบันต่างกันจะมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกัน

ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันต่อความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหา

การนำเสนอเนื้อหา	ประเทศไทย		ต่างประเทศ		t-value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน	3.92	.77	4.09	.73	.00**
2. ความละเอียดของข่าว	3.63	.75	3.83	.78	.00**
3. ความถูกต้องของข้อมูล	3.62	.74	3.79	.78	.00**
4. ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ	3.79	.86	3.94	.85	.02*
5. ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์	3.80	.80	3.88	.79	.20

\* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยต่างกันมีความพึงพอใจในวิธีการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ต่างประเทศมีความพึงพอใจวิธีการนำเสนอเนื้อหา มากกว่ากลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย ในด้านความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวันมากกว่ากลุ่มที่อยู่ในประเทศไทย โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ), รวมทั้งความพอใจในความละเอียดของข่าว โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ), ความถูกต้องของข้อมูล โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ ) และความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ โดยมีค่า  $t = 0.02$  ( $p < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน ดังนี้

#### 3.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ต่างกัน

ตารางที่ 51 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงต่อความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์	ชาย		หญิง		ค่า t
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว	3.95	.71	3.89	.72	.17
2. การติดตามอ่านข้อมูลได้ง่าย (Ease of Navigation)	3.93	.77	3.95	.79	.65
3. ความสวยงามของกราฟิกหรือภาพ	3.60	.76	3.59	.79	.77
4. ความสมดุลย์ของสี	3.57	.77	3.62	.76	.29
5. ความสวยงามของการจัดหน้า	3.58	.76	3.55	.74	.60
6. ความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก	3.66	.77	3.67	.78	.83
7. การเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านโพลล์ หรือ Chat	3.52	.85	3.62	.81	.04*
8. ความหลากหลายของลิงค์แหล่งข้อมูลต่าง ๆ	3.55	.82	3.69	.83	.00**
9. เวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวัน	3.47	.99	3.54	.92	.23

\*  $p < 0.05$ ,  $p < 0.01$

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชายในปัจจัยต่าง ๆ ของรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ การเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านโพลล์ หรือ chat โดยมีค่า  $t = 0.04$  ( $p < 0.05$ ) และความหลากหลายของจุดเชื่อมโยงของแหล่งข้อมูล โดยมีค่า  $t = .00$  ( $p < 0.01$ )

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ต่างกัน

ตารางที่ 52 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันต่อความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์	อายุ(ปี) ค่าเฉลี่ย					ค่า F	Sig
	ต่ำกว่า 18	18-25	26-35	36-45	มากกว่า 45		
1. ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว	3.92 <sup>ab</sup>	3.90 <sup>ab</sup>	3.88 <sup>a</sup>	3.99 <sup>ab</sup>	4.13 <sup>b</sup>	3.58*	.007
2. การติดตามอ่านข้อมูลได้ง่าย (Ease of Navigation)	3.95 <sup>ab</sup>	3.93 <sup>a</sup>	3.89 <sup>a</sup>	3.94 <sup>ab</sup>	4.18 <sup>b</sup>	3.33*	.010
3. ความสวยงามของกราฟิกหรือภาพ	3.74	3.54	3.57	3.67	3.75	2.65	.032
4. ความสมดุลย์ของสี	3.89 <sup>ab</sup>	3.54 <sup>a</sup>	3.55 <sup>ab</sup>	3.75 <sup>b</sup>	3.61 <sup>ab</sup>	4.37*	.002
5. ความสวยงามของการจัดหน้า	4.02 <sup>a</sup>	3.50 <sup>b</sup>	3.53 <sup>b</sup>	3.67 <sup>ab</sup>	3.66 <sup>ab</sup>	5.79**	.000
6. ความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก	3.74 <sup>ab</sup>	3.59 <sup>a</sup>	3.65 <sup>ab</sup>	3.70 <sup>ab</sup>	3.86 <sup>b</sup>	2.98*	.018
7. การเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็นผ่านโพลล์ หรือChat	3.79	3.55	3.51	3.61	3.63	1.47	.207
8. ความหลากหลายของลิงค์แหล่งข้อมูลต่าง ๆ	3.84	3.55	3.57	3.68	3.69	2.21	.605
9. เวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวัน	3.89	3.48	3.43	3.55	3.62	2.77	.026

S.D.= 4 \* p<0.05, \*\*p<0.01 ตัวหนังสือต่างกันแสดงว่าเป็นกลุ่มที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในปัจจัยด้านความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว ( $f=3.58$ ,  $p<.05$ ), การติดตามอ่านข้อมูลได้ง่าย ( $f=3.33$ ,  $p<.05$ ), ความสมดุลย์ของสี ( $f=4.37$ ,  $p<.05$ ), ความสวยงามของการจัดหน้า ( $f=5.79$ ,  $p<.01$ ) และความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก ( $f=2.98$ ,  $p<.05$ ) และเมื่อทำการทดสอบรายคู่ด้วย Scheffe พบความแตกต่างระหว่างคู่ ต่อปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ดังนี้

ปัจจัยด้านความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว พบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่อายุ 26-35 ปี กับอายุมากกว่า 45 ปี โดยกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปีมีความพอใจมากกว่า ส่วนกลุ่มอายุอื่นๆ นั้น ไม่พบว่ามีความแตกต่าง

ปัจจัยด้านการติดตามอ่านข้อมูลได้ง่าย (Ease of Navigation) พบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุ 18-25 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี และกลุ่มอายุ 26-35 ปี กับกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี โดยกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปีนี้เป็นกลุ่มที่พอใจกับปัจจัยด้านนี้มากที่สุด ส่วนกลุ่มอายุอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ปัจจัยด้านความสมดุ ลย์ของสี พบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุระหว่าง 18-25 ปีและกลุ่มอายุ 36-45 ปี โดยกลุ่มอายุ 36-45 ปีมีความพอใจในความสมดุ ลย์ของสีสีนที่ใช้มากกว่า ส่วนกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

ปัจจัยด้านความสวยงามของการจัดหน้า พบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับกลุ่มอายุ 18-25 ปี และระหว่างกลุ่มอายุต่ำกว่า 18 ปี กับกลุ่มอายุ 26-35 ปี โดยกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีมีความพอใจมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มอายุ 26-35 ปี และกลุ่มอายุ 18-25 ปีตามลำดับ โดยกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

สุดท้ายคือปัจจัยด้านความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอบแรก พบว่ามีความแตกต่างระหว่างคู่อายุ 18-25 ปี และอายุมากกว่า 45 โดยกลุ่มอายุ 18-25 ปีมีความพอใจในปัจจัยดังกล่าวนี้มากกว่า โดยกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามี ความแตกต่าง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3.2.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ต่างกัน

ตารางที่ 53 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันต่อความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์	การศึกษา (ค่าเฉลี่ย)				ค่า F	Sig
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	อื่นๆ		
1. ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว	3.96	3.89	3.97	4.18	2.10	.09
2. การติดตามอ่านข้อมูลได้ง่าย (Ease of Navigation)	3.98	3.92	3.93	4.22	1.40	.24
3. ความสวยงามของกราฟิกหรือภาพ	3.72	3.60	3.54	3.62	1.85	.13
4. ความสมดุลย์ของสี	3.80 <sup>a</sup>	3.57 <sup>b</sup>	3.55 <sup>b</sup>	3.66 <sup>ab</sup>	4.08*	.00
5. ความสวยงามของการจัดหน้า	3.73	3.56	3.53	3.70	2.96	.03
6. ความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก	3.74	3.62	3.69	3.92	2.30	.07
7. การเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็น	3.75 <sup>a</sup>	3.55 <sup>ab</sup>	3.49 <sup>b</sup>	3.66 <sup>ab</sup>	3.37*	.01
8. ความหลากหลายของลิงค์แหล่งข้อมูลต่าง ๆ	3.75	3.59	3.55	3.59	1.99	.11
9. เวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวัน	3.70	3.46	3.49	3.70	2.78	.03

D.F.=3 \*  $p < 0.05$  ตัวหนังสือต่างกันแสดงว่าเป็นกลุ่มที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านความสมดุลย์ของสีและการเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็น โดยมีค่า  $f = 4.08$  และ  $3.37$  ( $p < .05$ ) ตามลำดับ และเมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ด้วย Scheffe พบว่า มีความแตกต่างระหว่างคู่ในปัจจัยที่กล่าวมา ดังนี้

ปัจจัยด้านความสมดุลย์ของสี พบว่ามีความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ( $p < .05$ ) โดยกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพอใจในปัจจัยนี้มากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีตามลำดับ

สุดท้ายคือปัจจัยด้านการเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็น พบความแตกต่างระหว่างกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ( $p < .05$ ) โดยกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพอใจในปัจจัยด้านนี้มากกว่า ส่วนกลุ่มอื่น ๆ นั้นไม่พบว่ามีความแตกต่าง

### 3.2.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจในด้านรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 54 การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์

รูปแบบ	อาชีพ (ค่าเฉลี่ย)						ค่า F	Sig
	นักเรียน	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ		
1. ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว	3.88	3.99	4.00	3.92	3.93	3.95	.63	.672
2. การติดตามอ่านข้อมูลได้ง่าย (Ease of Navigation)	3.86	3.98	4.00	3.94	4.00	3.99	.99	.418
3. ความสวยงามของกราฟิกหรือภาพ	3.52	3.72	3.68	3.59	3.66	3.56	1.85	.100
4. ความสมดุลงของสี	3.53	3.74	3.66	3.56	3.65	3.64	2.00	.075
5. ความสวยงามของการจัดหน้า	3.52	3.65	3.62	3.55	3.66	3.60	1.18	.317
6. ความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก	3.62	3.74	3.56	3.67	3.65	3.69	.68	.635
7. การเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็น	3.50	3.60	3.60	3.58	3.66	3.43	1.34	.243
8. ความหลากหลายของลิงค์แหล่งข้อมูลต่าง ๆ	3.56	3.63	3.64	3.59	3.63	3.65	.36	.876
9. เวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวัน	3.54	3.50	3.20	3.46	3.55	3.58	1.30	.258

D.F.=5

จากตารางที่ 54 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยไม่แตกต่างกัน

### 3.2.5 กลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่อาศัยในปัจจุบันต่างกันจะมีความพึงพอใจในด้านรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน

ตารางที่ 55 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีถิ่นที่อยู่ต่างกันต่อความพึงพอใจใน รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์

รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์	ประเทศไทย		ต่างประเทศ		ค่า t
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	
1. ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว	3.90	.71	4.06	.75	.00**
2. การติดตามอ่านข้อมูลได้ง่าย (Ease of Navigation)	3.92	.78	4.03	.788	.08
3. ความสวยงามของกราฟิกหรือภาพ	3.60	.76	3.57	.86	.55
4. ความสมดุลงของสี	3.59	.76	3.60	.82	.86
5. ความสวยงามของการจัดหน้า	3.55	.75	3.65	.77	.10
6. ความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก	3.63	.77	3.82	.76	.00**
7. การเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็นผ่าน โพลล์หรือ Chat	3.57	.84	3.51	.84	.40
8. ความหลากหลายของลิงค์แหล่งข้อมูลต่าง ๆ	3.59	.82	3.66	.80	.31
9. เวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวัน	3.47	.98	3.63	.87	.03*

\*p < 0.05, \*\*p < 0.01

จากตารางที่ 55 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นที่อยู่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติดังนี้ กลุ่มซึ่งอาศัยอยู่ต่างประเทศมีความพึงพอใจในความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยค่า  $t = 0.00$  ( $p < 0.01$ ) รวมทั้งมีความพึงพอใจด้านความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้าจอแรก โดยมีค่า  $t = 0.00$  ( $p < 0.0$ ), และเวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวัน โดยมีค่า  $t = 0.03$  ( $p < 0.05$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย” นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะทางประชากรของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย สาเหตุของการเลือกเปิดรับ พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจ พร้อมทั้งอุปสรรคในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย เนื้อหาโดยสรุปมีดังต่อไปนี้

### สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจครั้งนี้ คือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย 7 ฉบับ ประกอบด้วยผู้อ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ Bangkok Post และ The Nation ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอในรูปแบบออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปี 2542 การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ โดยนำเสนอผ่านเว็บไซต์ 9 แห่งคือ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, กรุงเทพธุรกิจ, ผู้จัดการ, The Nation, Bangkok Post, KSC Internet, Loxley Information, Loxley's Intercast และ Pantip.com ภายในระยะเวลารวมทั้งสิ้น 37 วัน ประกอบกับการสำรวจภาคสนามจากผู้มีประสบการณ์การเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยอีก 39 ฉบับ รวมทั้งสิ้น 1,297 ฉบับ

ผลการสำรวจได้ตอบปัญหานำวิจัยในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### 1. คุณลักษณะทางประชากรของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (63.4% และ 36.6%) โดยมีอายุอยู่ตั้งแต่ต่ำกว่า 18 ปีจนถึงอายุมากกว่า 45 ปี แต่ช่วงอายุที่มีมากที่สุดคืออายุระหว่าง 26-35 ปี (40.7%) และ 18-25 ปี (31.9%) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Arlen (1987) ที่พบว่าผู้ที่นิยมเทคโนโลยีใหม่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอายุน้อย หรืออยู่ในช่วงหนุ่มสาว มีความรู้และฐานะดี รวมทั้งมีทัศนคติในแง่บวกต่อการใช้งานคอมพิวเตอร์ (Jagodzinski และ Clarke, 1988)

แม้ว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีจุดมุ่งหมายที่ต้องการขยายฐานผู้อ่านสู่ประชากรในต่างประเทศ (กิตติพงษ์, 2541) แต่จากการศึกษาในครั้งนี้กลับพบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย (82%) มีเพียงร้อยละ 18

เท่านั้นที่เป็นผู้อ่านจากต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยคนไทยที่อยู่ในทวีปอเมริกา (5%) คนอเมริกันที่อยู่ในทวีปอเมริกา (4.3%) และผู้อ่านซึ่งเป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในทวีปเอเชีย, ทวีปออสเตรเลีย, ยุโรป และแอฟริกา เช่น ประเทศอียิปต์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (58.6%) รองลงมาคือปริญญาโท (24.4%) อาชีพที่กลุ่มตัวอย่างประกอบมากที่สุดคือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (40.8%) รองลงมาคือนักเรียน (26.3%) และข้าราชการ (12.1%) กลุ่มตัวอย่างล้วนแล้วแต่เป็นผู้มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต โดย 50.2% ของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้จ่ายค่าบริการเอง และส่วนใหญ่หรือ 51.62% ใช้อินเทอร์เน็ตจากที่บ้าน และรองลงมาคือการใช้อินเทอร์เน็ตจากที่ทำงาน (34.17%) สถานศึกษา (17.9%) และอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ (4.6%)

## 2. พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

กลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทยใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับ 4 รองจากการเลือกใช้สื่อโทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ และ วิทยุ ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างนี้จะใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับ 2 รองจากโทรทัศน์ และสื่อที่ใช้เป็นอันดับ 3 คือหนังสือพิมพ์

เมื่อสอบถามถึงความถี่ในการเปิดรับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวันมากที่สุด (31%) รองลงมาคือ 2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ (27.3%) และมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน (15.6%) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองจะใช้สื่อประเภทนี้บ่อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ต้องจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเอง (ค่า Chi-square ที่ 16.21,  $p=.01$ )

ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์คือช่วงเวลาระหว่าง 8.00 น.-16.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับช่วงเวลาที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยใส่ข้อมูลใหม่ในแต่ละวัน (daily news update) คือเวลาประมาณ 8.00 น.-10.00 น. ของทุกวัน โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยครั้งละ 2-3 ฉบับ ต่อคน และส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการอ่านแต่ละครั้งประมาณ 10-20 นาที และเมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มที่จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตกับระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับ กลับพบว่ากลุ่มซึ่งต้องจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองกลับใช้เวลาในการเปิดรับมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้จ่ายค่าบริการเอง แสดงให้เห็นว่าเป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการเปิดรับข่าวสารจึงใช้ระยะเวลาอ่านมากกว่า

ลักษณะข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือข้อมูลเกี่ยวกับข่าว ไม่ว่าจะเป็น พาดหัวข่าว ข่าว หรือ ข่าวด่วน (Breaking news) รองลงมาคือข้อมูลด้านบันเทิง เช่น วิจารณ์หนัง เพลง หรือ นิยาย ตามมาด้วยข้อมูลเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Gupta และ Pitkow (1996) และองอาจ (2539) ที่พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการค้นหาข้อมูล และแสวงหาความบันเทิง

เมื่อแยกประเภทของข่าวที่เปิดรับ พบว่าข่าวหน้าหนึ่งหรือข่าวปกของหนังสือพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข่าวที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอในหน้าจอแรก (home page) คือประเภทข่าวที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด (84.2%) รองลงมาคือ ข่าวเทคโนโลยี และคอมพิวเตอร์ (44.8%) ข่าวการตลาด (38.4%) และข่าวการเมือง (37.5%) ตามลำดับ

### คุณลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการรับสาร

จากการศึกษาพบว่าคุณลักษณะประชากรที่ต่างกันทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสารต่างกัน โดยเฉพาะชนนิยมเปิดรับรูปภาพและคำบรรยาย, อัตราแลกเปลี่ยน, ข่าวรถยนต์, ข่าวการเมืองและข่าวกีฬา มากกว่าเพลง ส่วนเพลงนิยมเปิดรับข้อมูลด้านความบันเทิงรวมทั้งข่าวบันเทิงข่าวสังคมมากกว่าเพลง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Dahlin & Associates Research (1999) ที่พบว่าเพศชายอ่านประเภทของเนื้อหา และข่าวต่างจากเพลง

อายุที่แตกต่างกันยังส่งผลให้ผู้อ่านมีพฤติกรรมการเปิดรับสารต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 นิยมอ่านการ์ตูน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี นิยมเปิดรับอัตราแลกเปลี่ยน, รูปภาพและคำบรรยายและบันเทิง รวมทั้งข่าวรถยนต์, ข่าวการเมือง, ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน, ข่าวการตลาด, ข่าวบันเทิงและข่าวภูมิภาคในประเทศ มากกว่าช่วงอายุอื่น ๆ โดยกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี นิยมอ่านจดหมายจากผู้อ่าน

แต่สำหรับการศึกษานั้นพบความแตกต่างในลักษณะเนื้อหาที่อ่านเพียงประการเดียวคือ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งนิยมเปิดรับการ์ตูนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพต่างนิยมเปิดรับลักษณะข้อมูลและประเภทข่าวแตกต่างกัน โดยกลุ่มนักเรียนนิยมเปิดรับการ์ตูน, รูปภาพพร้อมคำบรรยาย และข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษามากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนนิยมอ่านข้อมูลทางด้านความบันเทิง, คอลัมน์ และบริการเสริม เช่น บริการ การศึกษา หรือ ดัชนีราคาหุ้น มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ และยังมีนิยมเปิดรับข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน, การตลาด,

ภูมิภาค-ในประเทศ, บันเทิง และข่าวท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ อีกด้วย ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนจะนิยมเปิดรับข่าวสารทางด้านสิ่งแวดล้อม-การศึกษามากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ

สุดท้ายคือถิ่นที่อยู่อาศัย จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยซึ่งเป็นผู้่านกลุ่มใหญ่นี้ นิยมอ่านพาดหัวข่าว อัตราแลกเปลี่ยน จดหมายจากผู้่านสรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ และดูดวง มากกว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ต่างแดน นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทยนิยมอ่านข่าวสังคม, ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์, ข่าวบันเทิง และข่าวภูมิภาค-ในประเทศมากกว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศ

พฤติกรรมการอ่านซึ่งแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะประชากรนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Keane (1998) ที่ว่าผู้รับสารส่วนใหญ่จะไม่อ่านข่าวหรือข้อมูลทุกอย่างจากหนังสือพิมพ์แต่จะเลือกอ่านเฉพาะข้อมูลที่สนใจ ซึ่งโดยเฉลี่ยผู้รับสารจะอ่านข่าวเพียงร้อยละ 33 ของเนื้อหาทั้งหมดเท่านั้น คุณลักษณะทางประชากรนี้เองที่สามารถนำมาอธิบายกระบวนการเลือกสารของกลุ่มตัวอย่างได้

### 3. แรงจูงใจในการเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

แรงจูงใจหรือสาเหตุในการเลือกใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยของกลุ่มตัวอย่างคือ “ความสะดวก” เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำจึงสะดวกในการเปิดรับข่าวสารออนไลน์ รวมทั้งความสะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจ

ซึ่งเหตุผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยหลักการแสวงหาข่าวสารของ Schramm (1973) ที่ว่าผู้รับสารจะเปิดรับสารจากสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดแต่สามารถบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด โดยผู้รับสารจะพิจารณาจากปัจจัยทางด้านความสะดวกในการเปิดรับ การใช้งานง่าย และการอยู่ใกล้ตัวหรือหยิบมาใช้งานได้ง่าย ดังนั้นการที่ผู้รับสารเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ จึงสะดวกต่อผู้รับสารในการเข้าถึง (access) เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อติดตามข่าวสาร ผู้รับสารจึงลงทุนน้อยแต่ได้ผลตอบแทนมาก เพราะสามารถอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้มากเท่าที่ต้องการ ทั้งในปริมาณเนื้อหาและความถี่ คือทั้งฉบับปัจจุบัน ฉบับย้อนหลัง จาก News Archive รวมทั้งหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับใดก็ได้บนอินเทอร์เน็ต โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการอ่านข้อมูล และยังสามารสืบค้นข้อมูลได้จาก Search Engine อีกด้วย

ผลการศึกษาดร้งกับงานวิจัยของ Mueller และ Kameron (1994) ซึ่งพบว่าผู้อ่านนิยมนอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะมีข่าวสารให้เลือกอ่านได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีข้อมูลมากมาย และยังสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากฐานข้อมูลของหนังสือพิมพ์อีกด้วย

การศึกษาคั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาคั้งก่อนของมณฑิรา (2539) ที่พบว่า การนำเสนอรูปภาพและกราฟิกเป็นปัจจัยหนึ่งในการดึงดูดผู้รับสาร แม้ว่าผลจากการศึกษาคั้งนี้พบว่าแรงจูงใจดังกล่าวจัดอยู่ในแรงจูงใจที่มีผลอ่อนหรือเป็นเพียงแรงเสริมที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารโดยรวม แต่เมื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มเพศชายและหญิง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิงนิยมเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ด้วยเหตุผลทางด้านต้องการความเพลิดเพลินจากรูปภาพและกราฟิกมากกว่าเพศชาย พร้อมกับความต้องการความสะดวกสบายโดยสามารถอ่านหนังสือพิมพ์ได้โดยไม่ต้องซื้อ สามารถค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้จาก Search Engine และต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะประชากรต่างกันก็จะมีแรงจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยแตกต่างกันออกไป กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และอาศัยอยู่ในเมืองไทยมีแรงจูงใจในด้านความต้องการเป็นคนทันสมัยมากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน และอายุระหว่าง 18-25 ปี มีแรงจูงใจด้านการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและมีอายุระหว่าง 18-25 ปี มีแรงจูงใจด้านความสามารถในการอ่านข่าวได้โดยไม่ต้องซื้อหนังสือพิมพ์มากที่สุด

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ต่างประเทศมีแรงจูงใจที่จะอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อติดตามความข่าวสารจากประเทศไทยได้ทุกที่และทุกเวลา พร้อมทั้งสะดวกเพราะมีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำอีกด้วย เช่น ผู้อ่านที่เป็นคนไทยซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศเยอรมันนี้ให้เหตุผลเพิ่มเติมว่าต้องการอ่านข่าวเกี่ยวกับเมืองไทย แต่บริเวณที่อาศัยอยู่ไม่มีหนังสือพิมพ์ไทยวางขาย สื่ออินเทอร์เน็ตจึงเป็นสื่อที่สะดวกที่สุดใน การอ่านข่าวเกี่ยวกับเมืองไทย

ข้อน่าสังเกตอีกประการหนึ่งก็คือ ผู้อ่านที่อาศัยอยู่ต่างประเทศนั้นมีทั้งผู้อ่านคนไทยและต่างชาติ โดยเหตุผลเพิ่มเติมที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คือ เป็นเพราะเคยมีประสบการณ์ร่วมเกี่ยวกับประเทศไทย หรือ คนไทย เช่น ผู้อ่านบางคนเคยทำงานหรืออยู่เมืองไทย หรือสนใจเมืองไทย หรือบางคนมีภรรยา หรือ สามีเป็นคนไทยจึงต้องการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทย เป็นต้น

ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารมีอิสระในการแสวงหาข่าวสารจากสื่อตามประโยชน์ที่ตนจะได้รับ ซึ่งเป็นภาพอยู่ในใจของผู้รับสารแต่ละคนอยู่แล้วว่าต้องการอะไร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mcquail และ Gurevitch (1974) รวมทั้งยังสนับสนุนการวิจัยของ Katz (1973) ที่พบว่าความต้องการการใช้สื่อมวลชนนั้นเกิดจากความต้องการทางด้านจิตวิทยา คือ ความต้องการข่าวสารเพื่อให้ทราบความเป็นไปในชีวิตประจำวัน (Cognitive Need) ความต้องการเปิดรับข่าวสารเพื่อให้ได้ความพึงพอใจจากสื่อ (Affective Need) ความต้องการให้เป็นที่ยอมรับของสังคมหรือคนรอบข้าง (Integrative Need) และ ความต้องการการผ่อนคลาย

#### 4. ความพึงพอใจในการเลือกรับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

ผู้วิจัยได้วัดระดับความพึงพอใจจากการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของผู้รับสารในสองส่วนใหญ่ ๆ คือ วิธีการนำเสนอเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์ ดังนี้

- วิธีการนำเสนอเนื้อหา : จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในความสดใหม่ของข่าวแต่ละวันมากที่สุด รองลงมาคือความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์, ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ, ความละเอียดของข่าว และ ความถูกต้องของข้อมูลตามลำดับ

เมื่อแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกตามลักษณะทางประชากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย, กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 45 ปี และกลุ่มที่อาศัยอยู่ต่างประเทศมีความพึงพอใจในรายละเอียดของข่าวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มผู้อ่านในต่างประเทศยังพึงพอใจในความสดใหม่ของข่าว, ความถูกต้องของข้อมูลและความรวดเร็วในการได้มาซึ่งข้อมูลมากกว่ากลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย

ทั้งนี้เป็นเพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยเป็นสื่อซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ต่างแดนสะดวกในการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยมากที่สุด ซึ่งตรงข้ามกับผู้อ่านในเมืองไทยที่สามารถรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้จากสื่อหลากหลายชนิดมากกว่า จึงมีข้อเปรียบเทียบมากกว่า นอกจากนี้อาจเป็นเพราะข้อมูลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยส่วนใหญ่มีการจัดเก็บไว้ในเครื่องแม่ข่ายที่อยู่ในต่างประเทศ ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ต่างประเทศสามารถได้ข้อมูลในเวลาอันรวดเร็วกว่าผู้อ่านในเมืองไทย แม้ว่าจะเรียกข้อมูลในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ผู้อ่านในประเทศยังต้องพบกับอุปสรรคของช่องสัญญาณ (Bandwidth) ของสายที่ต่อออกต่างประเทศ ซึ่งถ้าช่องสัญญาณมีจำกัดก็จะส่งผลให้การเรียกหาข้อมูลในแต่ละครั้งใช้เวลานานกว่าปกติ

- รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์: กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในด้านการติดตามอ่านข้อมูลได้ง่าย (Ease of Navigation) เช่น ความสะดวกในการการอ่านข่าวอื่น ๆ หรือการย้อนกลับมาที่หน้าจอแรกมากที่สุด รองลงมาคือความพอใจในความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว โดยพบว่ากลุ่มที่มีอายุมากกว่า 45 ปี และกลุ่มที่อาศัยอยู่ต่างประเทศมีความพอใจในปัจจัยทั้งสองด้านนี้มากกว่ากลุ่มที่มีอายุในช่วงอื่น ๆ และกลุ่มซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทย นอกจากนี้กลุ่มอายุมากกว่า 45 ปีนี้ยังมีความพอใจในความเพียงพอของปริมาณของข้อมูลที่น่าเสนอในหน้าจอแรกมากที่สุดอีกด้วย

เมื่อศึกษาถึงความต่างของเพศต่อระดับความพึงพอใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีความพอใจในความหลากหลายของจุดเชื่อมต่อของแหล่งข้อมูลต่าง ๆ บนเว็บไซต์มากกว่าเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและกลุ่มที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมีความพอใจในการเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็นผ่าน web board, chat หรือ poll มากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและกลุ่มที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มอายุต่ำกว่า 18 มีความพอใจในความสวยงามของการจัดหน้ามากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ และกลุ่มอายุ 18-25 ปี และกลุ่มที่มีการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

สุดท้ายคือความพึงพอใจในเวลาที่ใช้สำหรับการใส่ข้อมูลใหม่หรือข่าวในแต่ละวัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนน้อยที่สุด ผลครั้งนี้ยังสอดคล้องกับปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัญหาความล่าช้าในการใส่ข้อมูลใหม่ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

จากการศึกษาของ Syrysco และ McAdams (1994) สามารถอธิบายข้อจำกัดในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์บนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้งในด้านสีสัน หรือความล่าช้าครั้งนี้ได้ว่า เป็นเพราะหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังติดกับประเด็นด้านรูปแบบและหน้าที่หลักของสื่อมวลชน ในการมุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ทำให้การนำเสนอเนื้อหาพร้อมภาพหนึ่งเป็นการนำเสนอที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่ถือปฏิบัติ มากกว่าเน้นการพัฒนาให้เกิดความสวยงาม นอกจากนี้งานวิจัยของ กิตติพงศ์ (2541) ยังชี้ให้เห็นถึงอีกเหตุผลหนึ่งว่าเป็นเพราะองค์กรหนังสือพิมพ์ขาดทีมงานหรือบุคลากรในการพัฒนาสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างจริงจัง แม้ว่าบางองค์กรจะมีแผนงานในการจัดทำทีมข่าวออนไลน์ของตัวเอง แต่ก็ยังเป็นแผนงานในอนาคตเท่านั้น

## 5. อุปสรรคในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

จากการศึกษาครั้งนี้พบปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยของกลุ่มตัวอย่างว่ามีสาเหตุอันดับหนึ่งมาจาก ความล่าช้าในการใส่ข้อมูลใหม่ รองลงมาคือ ข้อมูลมีน้อยเกินไป ซึ่งผู้อ่านบางคนให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าเป็นเพราะหนังสือพิมพ์ไม่ได้นำเสนอเนื้อหาทุกประเภทลงในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกิตติพงศ์ (2541) ที่ว่าหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะคัดเลือกข่าวลงเพียงบางประเภท และจะไม่นำเสนอข่าวบางประเภท เช่น ข่าวต่างประเทศ หรือ บทความบางประเภท

ปัญหาอันดับรองลงมาคือไม่สามารถอ่านฟอนท์ภาษาไทยได้ ซึ่งปัจจุบันหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยได้แก้ปัญหานี้ให้ผู้อ่าน โดยการนำเสนอโปรแกรมฟอนท์ภาษาไทยให้ผู้อ่านที่มีปัญหาเกี่ยวกับการแสดงตัวหนังสือบนหน้าจอมพิวเตอร์ดาวน์โหลดโปรแกรมเหล่านี้จากเว็บไซต์ของตนได้ ปัญหาที่พบอันดับสี่ก็คือ เกิดความเมื่อยล้าและปวดตา ซึ่งปัญหานี้ตรงกับ Gould et al. (อ้างถึงในมณฑิรา, 2539) ว่าผลจากการอ่านจากหน้าจอจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกเมื่อยล้าสายตาได้ง่ายกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ แสงสะท้อนและแสงกระพริบ (flicker) จากหน้าจอ สามารถทำให้ผู้อ่านปวดตาหรือแสบตาเมื่ออ่านไปนาน ๆ ได้ สิ่งเหล่านี้จะทำให้ประสิทธิภาพในการอ่านลดน้อยลง หรือส่งผลต่อความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับหรือเลือกเปิดรับจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ปัญหาที่พบอันดับที่ 5 คือ การมีเวลาจำกัดในการอ่านข้อมูล จะเห็นได้ว่าช่วง 8.00 น.-16.00 น ซึ่งเป็นเวลาทำงาน หรือ เวลาเรียน ผู้อ่านจึงใช้เวลาเพียงช่วงสั้น ๆ ในการอ่านข้อมูลแต่ละครั้ง คือ ประมาณ 10-20 นาที

### ข้อเสนอแนะจากผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

จากการศึกษาพบว่าผู้อ่านส่วนใหญ่ (75.3%) ต้องการให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีรูปแบบ และวิธีการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะตัวที่แตกต่างจากการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) ด้วยเหตุผลต่อไปนี้

- ธรรมชาติของสื่อต่างกันวิธีการนำเสนอควรแตกต่างกัน
- เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลที่ต้องการเปิดรับได้รวดเร็วขึ้น
- คือเพื่อประหยัดเวลาในการเปิดรับข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างนี้กลุ่มนี้จึงต้องการให้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์นำเสนอข้อมูลที่สดใหม่ตลอดวัน, สามารถนำเสนอข่าวด่วนก่อนที่หนังสือพิมพ์จะตีพิมพ์, มีบริการนำเสนอจุดเชื่อมต่อสู่บทความที่เกี่ยวข้องกับข่าวที่นำเสนอ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถรับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างละเอียดและลึกซึ้งมากขึ้น



รูปแบบในการนำเสนอที่กลุ่มตัวอย่างเห็นพ้องกันคือ การนำเสนอโดยใช้ภาษาที่สุภาพ เนื่องจากผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นผู้มีระดับการศึกษาสูง การใช้ภาษาโลดโผนหรือหยาบโหลน จึงไม่เป็นที่ยอมรับ นอกจากนี้ภาษากลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับความยาวของข่าว ซึ่งส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการนำเสนอข่าวให้มีความยาวไม่เกิน 2 หน้าจอคอมพิวเตอร์ และสุดท้ายคือการนำเสนอเนื้อหาที่มีเฉพาะหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตรงกันข้ามกับกลุ่มตัวอย่างอีกกลุ่มหนึ่ง (22.7%) ซึ่งต้องการให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยคงรูปแบบและวิธีการนำเสนอสารเช่นเดียวกับสื่อหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างต้องการให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถทดแทนหนังสือพิมพ์ได้ รวมทั้งเพื่อให้อ่านง่าย เพราะคุ้นชินกับวิธีการนำเสนอข่าวจากหนังสือพิมพ์อยู่แล้ว กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้รับสารมีแบบแผน (schema) ของรูปแบบการนำเสนอข่าวอยู่แล้ว เช่น รู้ว่าใจความสำคัญของข่าวจะอยู่ตำแหน่งไหนเนื้อหาข่าวจะเป็นรายละเอียด ผู้อ่านจึงอ่านเพียงพาดหัวและวรรคนำก็สามารถรับรู้ข่าวนั้นได้แล้ว การนำเสนอข่าวในลักษณะนี้ผู้อ่าน จึงรู้สึกคุ้นเคยและสะดวกในการอ่านจึงทำให้อ่านได้ง่ายขึ้น (Hawkins and Daly, 1998) ผู้อ่านจึงไม่ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ยังมีเหตุผลทางด้าน เศรษฐกิจ คือ เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องจากไม่ต้องซื้อหาหนังสือพิมพ์ รวมทั้งเพื่อสร้างความเสมอภาคในการรับข่าวสารระหว่างผู้อ่านที่อาศัยอยู่ต่างแดนกับผู้อ่านในเมืองไทย

### การอภิปรายผล

ในโลกยุคสังคมข่าวสาร (Information Society) ข้อมูลสามารถไหลผ่านจากโลกซีกโลกหนึ่งไปยังอีกซีกโลกหนึ่งได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส สื่ออินเทอร์เน็ตคือทางด่วนหรือที่นิยมเรียกกันว่าทางด่วนข้อมูล (Information Superhighway) ที่นำพาข้อมูลเหล่านี้ไปสู่ผู้รับสาร โดยไม่มีข้อจำกัดของเวลาและสถานที่

หนังสือพิมพ์ออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก็ได้ใช้ประโยชน์จากความสามารถพิเศษของทางด่วนข้อมูลนี้ ในการเผยแพร่ข้อมูลออกสู่สาธารณะชนทั่วโลกเช่นกัน จากที่เคยมีข้อจำกัดในเวลาและการเข้าถึงผู้รับสาร เช่น หนังสือพิมพ์มีข้อดีในการนำเสนอเนื้อหาที่ละเอียดมากกว่าข่าวโทรทัศน์ และผู้อ่านสามารถเปิดรับข่าวสารเวลาใดก็ได้ แต่วิทยุและโทรทัศน์มีข้อดีในการนำเสนอข่าวที่จับใจมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ และเข้าถึงผู้รับสารได้กว้างและไกลกว่าสื่อสิ่งพิมพ์

แต่ด้วยประสิทธิภาพของอินเทอร์เน็ต ข้อจำกัดของสื่อเหล่านี้จะเลือนหายไป เพราะอินเทอร์เน็ตสามารถเปลี่ยนสื่อมวลชนจากสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หรือเป็นสื่อหลายสื่อในเวลาเดียวกัน พร้อมทั้งสามารถนำเสนอเนื้อหาในลักษณะที่ผู้ใช้ได้ตลอดทั้งเว็บไซต์ โดยผู้รับสารเป็นผู้กำหนดเวลาในการเปิดรับสารเอง เช่น เว็บไซต์ของ CNN.COM ที่นำเสนอข่าวในลักษณะเดียวกับหนังสือพิมพ์ พร้อมกับเสนอภาพวิดีโอ พร้อมทั้งมีการใส่ข้อมูลใหม่ทุกครั้งเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้น

สื่อมวลชนเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการสื่อสารกับผู้รับสารมากขึ้นจากที่เคยสื่อสารในลักษณะ two-way communication เปลี่ยนมาเป็นลักษณะ real time two-way communication คือ ผู้รับสารสามารถโต้ตอบกับกองบรรณาธิการได้ทันทีผ่านทาง chat room, web board หรือ แบบสำรวจความคิดเห็น เช่นที่ปรากฏในเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจและ The Nation หรือผู้รับสารสามารถติดต่อโดยตรงกับผู้สื่อข่าวหรือคอลัมนิสต์โดยผ่าน e-mail หรือแม้กระทั่ง ICQ รวมทั้งยังสามารถร่วมไว้้อาลัยบุคคลสำคัญหรือร่วมถวายคำอวยพรต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวผ่านทางหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้อีกด้วย สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าไม่ใช้การสื่อสารในยุคทางด่วนข้อมูล

นอกจากนี้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ยังเปิดโอกาสให้ผู้อ่านที่อาศัยอยู่ต่างประเทศหรือแม้กระทั่งต่างจังหวัดสามารถติดตามข่าวสารจากเมืองไทยได้ทุกเช้าของวัน โดยไม่ต้องเสียเวลารอคอยหนังสือพิมพ์ซึ่งอาจมาถึงแผงขายหนังสือในช่วงบ่ายหรือมาถึงในอีกหลายวันถัดไป ทำให้ผู้รับสารได้รับทราบข่าวที่ล่าช้าและการซื้อขายอาจมีราคาแพงกว่าราคาที่กำหนดอยู่หน้าปก เนื่องจากต้องเสียค่าขนส่ง ในกรณีที่ผู้รับสารอยู่ต่างประเทศ

แม้ว่าสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถนำเสนอข่าวสารจากท้องถิ่นกระจายสู่ผู้รับสารได้ทั่วโลก เสมือนหนึ่งเป็นสื่อทางเลือกใหม่ (Alternative Media) โดยสามารถนำเสนอในลักษณะภาพ เสียง หรือ ข้อมูล พร้อมทั้งสามารถใส่ข้อมูลใหม่ได้ตลอดเวลาก็ตาม แต่สื่อออนไลน์นี้ก็มีข้อจำกัดทั้งจากตัวสื่อและผู้รับสาร กล่าวคือผู้รับสารจะต้องเป็นผู้ที่มีอุปกรณ์ในการต่อเชื่อมเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต และยินดีจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตซึ่งมีราคาแตกต่างกันไปตามผู้ให้บริการ แม้บางครั้งราคาค่าบริการอินเทอร์เน็ตอาจสูงกว่าการซื้อหนังสือพิมพ์ 1 ฉบับ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ได้นำเสนอเนื้อหาข่าวหรือบทความทุกอย่างที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ผู้รับสารยังไม่สามารถพกพาสื่อประเภทนี้ติดตัวไปด้วยเช่นการอ่านหนังสือพิมพ์โดยปรกติ แม้ว่าจะมีความพยายามจากผู้ให้บริการข้อมูลในต่างประเทศในการนำเสนอข่าวสู่เครื่อง PDA (Personal Digital Assistance) เช่น เครื่อง Palm แต่ก็ยังมีข้อจำกัดที่ขนาดหน้าจอซึ่งเล็กเพียงฝ่ามือ และไม่สามารถนำเสนอข้อมูลในลักษณะอื่นได้นอกจากตัวหนังสือ (text) เท่านั้น

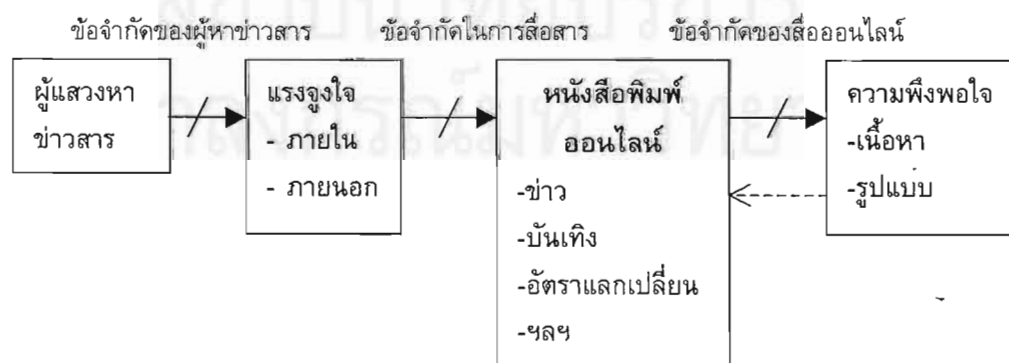
การอ่านข้อมูลจากหน้าจคอมพิวเตอร์เป็นเวลานานยังส่งผลต่อประสิทธิภาพการรับสารทำให้ผู้อ่านเมื่อยล้าและปวดตา พร้อมกันนี้ผู้ที่ไม่คุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีอาจพบว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นเรื่องยุ่งยากและเสียเวลา พร้อมกันนี้การที่ผู้รับสารเป็นผู้เลือกเปิดรับสารจากสื่อออนไลน์เองอาจส่งผลต่อบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะผู้กำหนดประเด็นข่าวสารของสังคม (Agenda Setting) ได้

ถึงแม้จะมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้านแต่ปัจจัยทางด้านบวกก็สามารถดึงดูดผู้อ่านให้รับสารจากสื่อออนไลน์มากขึ้นเช่นกัน เช่น จากการศึกษาของ Hambrecht & Quist (1998) ซึ่งพบว่าผู้รับสารใช้เวลากับสื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้นและร้อยละ 22 ของผู้รับสารหยุดการเปิดรับสารจากโทรทัศน์ และร้อยละ 12 ใช้เวลากับการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารน้อยลงอีกด้วย

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า จุดดึงดูดที่ทำให้ผู้รับสารหันมาให้ความสนใจสื่อออนไลน์นี้มากขึ้นก็คือ “ความเร็ว” และ “ความสะดวก” กล่าวคือความเร็วในการนำเสนอข้อมูลได้สดใหม่เสมอในหนึ่งวัน หรือทันทีที่เกิดเหตุการณ์ และความเร็วของการได้มาซึ่งข้อมูล และความสะดวกที่สามารถเปิดรับได้ทุกที่ไม่ว่าจะอยู่ประเทศใดและทุกเวลา พร้อมทั้งความสะดวกที่ได้รับจากการเลือกอ่านข่าวเฉพาะที่ผู้อ่านสนใจได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

จุดดึงดูดสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ “รายละเอียดของข่าว” ซึ่งผู้รับสารสามารถเปิดรับได้จาก News Archive หรือ จากบริการ Search Engine ของเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ หรือ การนำเสนอจุดเชื่อมต่อในหรือท้ายข่าว เพื่อนำไปสู่เนื้อหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้รับสารได้รับรู้ข้อมูลที่ลึกและกว้างกว่าการเปิดรับสารจากสื่อประเภทอื่น ๆ

จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปรูปแบบการการเลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้ดังนี้



รูปที่ 5 แสดงกระบวนการใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์

จากภาพแสดงให้เห็นว่าผู้แสวงหาข่าวสารหรือผู้อ่านนี้จะเป็นผู้กระทำ (Active User) คือเลือกที่จะเปิดรับสารและใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกเป็นแรงขับเคลื่อน แรงจูงใจนี้ประกอบด้วยความต้องการข่าวสาร, ความต้องการความเพลิดเพลิน, ความต้องการทางจิตวิทยา เช่น ต้องการเป็นคนทันสมัย หรือ เพื่อเข้าสังคม รวมทั้งความสะดวกสบายในการหาข่าวสาร แต่ทั้งนี้ผู้รับสารจะต้องพบกับข้อจำกัดซึ่งเกิดจากตัวผู้รับสารเอง เช่น มีเวลาจำกัด หรือไม่มีคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตใช้ เป็นต้น

ลักษณะการเปิดรับสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์จะอยู่ในรูปแบบ Information Pull คือเป็นไปตามความต้องการของผู้รับสารซึ่งเป็นผู้กำหนดประเภทและปริมาณข่าวสารที่เปิดรับ ซึ่งตรงข้ามกับสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ที่ผู้ส่งสารจะเป็นผู้กำหนด ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบ Information Push หรือ แบบผลักดันข้อมูลข่าวสารสู่ผู้รับสาร (Hoffman, 1995)

แต่ผู้รับสารก็ยังคงพบกับอุปสรรคทางด้านการสื่อสาร เช่น ช่องสัญญาณเต็ม ทำให้เกิดความล่าช้าในการดึงข้อมูล การโดนตัดสาย (disconnect) เพราะมีสัญญาณ กวน (noise) เป็นต้น

ขั้นตอนสุดท้ายหลังจากการเปิดรับสารคือ การได้รับความพึงพอใจไม่ว่าจะเป็นความพอใจในข้อมูลหรือวิธีการนำเสนอ แต่ทั้งนี้ผู้รับสารยังต้องประสบกับปัญหา คือ ความล่าช้าในการใส่ข้อมูลใหม่ในแต่ละวัน ปริมาณข้อมูลที่มีไม่เพียงพอกับความต้องการ หรือ การไม่สามารถอ่านฟอนท์ภาษาไทย รวมทั้งความเมื่อยล้าและปวดตา

แต่ถ้าผู้แสวงหาข่าวสารรู้สึกพอใจในการใช้สื่อนี้ ผู้รับสารจะกลับมาแสวงหาข่าวสารจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นอีกครั้ง ตรงกันข้ามกับผู้ที่ไม่พอใจก็จะเลิกใช้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นและหันไปใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์อื่น ๆ แทน

ดังนั้นการสร้างความประทับใจเพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านเข้ามาเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้บ่อย หรือย้อนกลับมาใช้บริการอีกจึงเป็นสิ่งสำคัญ จุดดึงดูดสำคัญที่ผู้รับสารให้ความชื่นชอบก็คือการนำเสนอข่าวที่ใหม่และสดตลอดวัน มีการให้บริการข้อมูลย้อนหลังและบริการค้นหาข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการใช้เวลาสั้นในการเรียกหาข้อมูล

ในยุคสังคมสารสนเทศนี้ นอกจากสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต้องแข่งขันกันเองทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอแล้ว หนังสือพิมพ์ยังต้องแข่งขันกับสื่อออนไลน์ประเภทอื่น ๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หรือ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการทำหน้าที่สื่อมวลชน การพัฒนารูปแบบและวิธีการนำ

เสนอสารจึงเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าเว็บไซต์ใดสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้มาก เว็บไซต์นั้นก็จะมีผู้เข้าชมมากไปด้วย

### ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นถึงแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญ โดยศึกษาจากลักษณะการนำเสนอที่มีอยู่ในปัจจุบัน และลักษณะที่ผู้รับสารต้องการให้เป็น การศึกษาครั้งนี้จึงไม่ครอบคลุมถึงเว็บไซต์ประเภทอื่น ๆ ที่มุ่งเน้นการนำเสนอข่าวสารเช่นกัน เช่น เว็บไซต์ของ Mweb.co.th หรือ Samarts.com ซึ่งมีทีมงานในการผลิตเนื้อหาเฉพาะสื่อออนไลน์ ดังนั้นถ้าจะมีการศึกษาต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นดังต่อไปนี้

1. การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะการนำเสนอข้อมูลของเว็บไซต์ที่เกิดจากสื่อมวลชนและเว็บไซต์ที่เกิดจากองค์กร หรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการทำหน้าที่สื่อมวลชนว่ามีความเหมือนหรือต่างกันเช่นไร มีจุดเด่นในการดึงดูดผู้รับสารอย่างไร และมีผู้อ่านเป็นใคร เป็นต้น
2. น่าจะมีการศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากการนำเสนอสารในลักษณะดิจิทัลนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่ายไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงจากเจ้าของเว็บไซต์ หรือ จากผู้ไม่หวังดี จึงน่าจะมีการศึกษาว่าผู้รับสารมีความเชื่อถือในข้อมูลที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากน้อยเพียงใด โดยอาจเปรียบเทียบระหว่างสื่ออินเทอร์เน็ตกับสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน หรือสื่อที่มีอยู่ในอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง เป็นต้น

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กิตติพงศ์ ไทโยเจริญ. 2541. การกำหนดนโยบายองค์กรและลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต (WWW) ของสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คมสัน รัตนสิมากุล. 2540. รูปแบบของสื่อกับความน่าเชื่อถือที่มีต่อแหล่งสาร: เปรียบเทียบสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อคอมพิวเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ ขำวิจิตร (April-June) 1998: หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยภาพลักษณ์ทันสมัยแต่ต้องสร้างสรรค์. วารสารนิเทศศาสตร์: 51-57.
- มณฑิรา อินคชสาร. 2539. การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์: ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำและความพึงพอใจของผู้อ่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. 2542. การพยากรณ์ความแพร่หลายของการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยในปีค.ศ. 2000-2005. รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ).
- สุเมธ จงศรีวาท. 2538. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับสื่อของนักลงทุนรายย่อยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุจิภา ดวงมณี. 2539. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่าน World Wide Web ของสื่อมวลชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ศูนย์เทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, กระทรวงวิทยาศาสตร์. 2542. รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติ.
- องอาจ ฤทธิ์ทองพิทักษ์. 2539. พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการนิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คุปตา, ชูมิล, พิทโคว, จิม. ผลการวิจัยพฤติกรรมผู้ใช้เว็ลด์ไวด์เว็ลทั่วโลก. Internet Today. (สิงหาคม 2539): 73.

### ภาษาอังกฤษ

- Arien, G. 1987. Videotex: High rollers with hopes. Channels' 87 Field Guide: 86-87.
- Barid, Russel, Turnbull, Arthur and McDonald, Duncan. 1987. The Graphics of Communication (5<sup>th</sup> ed.). New York: Hot, Runehart and Winston.: 129.
- Bailey, Robert. 1982. Human Performance Engineering. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J.,
- Chandler, Daniel. December 1995. The Active Reader. Lecture Notes of UWA Education Department.
- Compaine, Bengamin M. 1984. "Content, Process, and Format: A New Framework for the Media Arena". In Benjamin M. Compaine (Ed.). Understanding New Media. Ballinger Publishing Company.
- Dahlin & Associates Research Company. 1999. The Web Site Analysis & Profile of www.bangkokpost.net. Web Site Research for Newspapers (research result sent via email).
- Ettema, James S., 1989. "Interactive Electronic Text in the United States: Can Videotex Ever Go Home Again?". In Salvaggiv, Jerry L. and Bryant, Jennings (eds). Media Use in the information Age: Emerging Patterns of Adoption and Cousumer Use. Lawrence Erlaum Associates:105-123.
- Feldman, Tony. 1997. An Introduction to Digital Media. Routledge.

- Fisher, B.A. 1978. Perspectives on Human Communications. New York: Macmillan.
- Garrison, Bruce. 1997. Online Newsgathering Trends in 1994-96. Internet: <http://www.miami.edu/com/car/chicago1.htm>.
- Gailder, G.F. 1984. "Filder's Electronic News Panel is a better bet for the future than homeshopping". ASNE Bulletin.
- Hawkins, Robert P., and Daly, John. 1988. "Cognition and Communication". In Hawkins, Robert Pl, Wiemann, John M., and Pingree, Suzanne (eds.). Advancing Communication Science. Newbury Park. Sage Publications: 44-76.
- Herman Pijpers. 1998. The Future of the Printed Media. European Journalism Centre. Internet: <http://www.ejc.nl>.
- Hoffman, DL., T.P. Novak, and P. Chatterjee. 1995. "Commercial Scenarios for the Web: Opportunities and Challenges". Journal of Computer Mediated Communication. Internet : <http://www.jmc.huji.ac.il/hoffman.html>.
- Infante, Dominic A., Rancer, Andrew S., and Womack, Deanna F. 1993. Mass Media Contexts: Use and Gratifications Theory in Building Communication Theory. (2<sup>nd</sup> ed.). Illinois: Wave Land Press.
- Jagodzinski, A.P., and Clark, D.D. 1998. Multidimensional Approach to the Measurement of Human-Computer Performance. The Computer Journal. 31: 409-419.
- Karnjana Karnjanatawe. Building a web site through team work.1999, December 1. Bangkok Post: Database Section 6.
- Katz, E., Gurevitch, M., and Hass, H. 1973. "On the Use of the Mass Media for Important Things". American Sociological Review. Vol. 38. : 164-181.
- Katz, Jon. 1994. "Onlin or not newspaper still suck". Wired Magazine. Vol Septembem: 50.
- Keane, Ken. 1998. Personalised electronic newspapers. Internet: <http://www.chem.vt.edu/chem-dept/dessy/honors/papers/keane.html>.
- Klapper, J.T. 1960. The Effects of Mass Communication. New York; The Free Press.
- Lapham, Chris. 1995. The evolution of the newspaper of the future. Internet: <http://www.sunsite.unc.edu/cmcmag/1995/jul/lapham.html>.



- Lesko, Matthew. 1985. "The Information Base". In Antone F. Alber (ed.). Videotext/Teletext. Journalism Quarterly. 67: 313-457.
- Li, Xigen. 1998. "Web page design and graphic use of three U.S. newspapers". Journalism and Mass Communication Quarterly. 75: 353-365.
- McAdams, Mindy. 1995. Back to the drawing board: lesson 3 for online publishers. It is time to redesign. Internet: <http://www.newslink.org/mmc01.htm>.
- McAdams, Melinda. July 1997. Inventing and online newspaper. Internet: <http://www.sentex.net/~mmcadams/invent/invent3.html>.
- Meyer, Eric K. An. July 1998. "Unexpectedly wider web for the world's newspapers". American Journalism Review News Link. Internet: <http://www.newslink.org/emc010.html>.
- Mueller, Jennifer and Kamerer, David. 1994. "Reader preference for electronic newspaper". The Newspaper Research Journal. Internet: <http://www.facsnet.org/cji-bin/nrj>.
- McQuail, D., Blumler, J.G., and Brown, J.R. 1972. "The television audience: a revised perspective". In D. McQuail (ed.). Sociology of Mass Communications. Middlesex, England. Penguin: 135-165.
- Newspapers here to stay, report finds. 1999, December 15. Bangkok Post: 4.
- Nophakhun Limsamarnphun. 2000, April 10. Net news enjoys booming trade. The Nation: Page 1 (Business Section).
- Nuema, Russell, W. 1991. The Future of the Mass Audience. Cambridge: Cambridge University Press. P.XII.
- Rafell, Sheizaf. 1988. "Interactivity: from new media to communication." In Hawkins, Robert Pl, Wiemann, John., and Pingree, Suzanne (eds.). Advancing Communication Science. Newbury Park. Sage Publication: 44-76.
- Raid, Elizabeth. 1994. Writing to the Net: Publishing in electronic age. Australia. Melbourne. Internet: <http://www.ee.mu.oz.au/papers/emr/mwf.txt>.
- Rieder, Rem. 1997. A Breakthrough in Cyberspace (a newspaper's breaking a story on a Web site before the paper printed the story) (Editorial). American Journalism Review. 6.
- Roger, E.M. 1986. Communication Technology. New York: Free Press.

- Ross, Steven S., and Middleberg, Don. 1997. "Online journalists: Foundations for research into their changing roles". The Media in Cyberspace III. Internet: <http://mediasource.com/study/ch01.htm>.
- Rorvig, Mark E. 1982. "A consumer behaviour framework for the selection of the information retrieval components of videotext systems". (5<sup>th</sup> ed.). International Online Information Meeting. Learned Information, Medford, Mass: 331-340.
- Rubin, Akan M. 1994. "Media uses and effects: A uses and gratifications perspective". In Bryant, Jennings, and Polf, Zillmann (eds). Media Effects Advances in Theory and Research. Lawrence Erlbaum Associates: 417-436.
- Slimmer browser seeks wider distribution. 1999, March 20. Bangkok Post: Business Section. 3.
- Syrsho, Paul. 1995. From web-offset to Cyberspace: A look at traditional media on the web United Kingdom. Internet: <http://www.initiative.co.uk>
- Wanta, Wayne, and Remy, Jay. 1994. Information recall of 4 elements among young newspaper readers. Internet: <http://www.facsnet.org.cgi>.
- Web is changing print media habit. 1999, March 10. Bangkok Post: 9. (Database Section).
- Zerbinos, Eugenia. 1990. "Information Seeking and Information Processing: Newspaper Versus Videotext". Journalism Quarterly. 67: 920-929.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้จัดการรายสัปดาห์  
ผู้จัดการรายเดือน

# ผู้จัดการ

Site Updated : Wednesday, May 10, 2000

- Section List**
- บทนำ
- ข่าวปก
- การเมือง
- ตลาดเงิน ตลาดทุน
- การตลาด
- อุตสาหกรรม
- คุณภาพชีวิต
- ภูมิภาค
- บันเทิง
- ทัศนะ
- ข่าวเชิงวิเคราะห์
- ต่างประเทศ
- Daily Comics**
- เสี่ยว หลุยส์ มงกุฎ
- เงา
- คาถาวิเศษ ดนแดนช่วย
- หลักกัญ IMF
- Soap Opera**
- Back Issues**
- ย้อนหลัง 30 วัน
- Columns**
- ข่าวต่างประเทศ ویژه
- ข่าวประชาสัมพันธ์
- บทนำจาก Asia Times
- Quote of the day
- Wisdom Keeper
- จดหมายจากผู้อ่าน
- บุคคล
- ภาพยนตร์

**Manager Online** สมัครสมาชิกวันนี้ โทร. 884 - 8864

## เว็บบอร์ด "กิตติ-จักรกฤษณ์"

ตำรวจลี้ภัย "กิตติ-จักรกฤษณ์" สอง  
ผู้บริหารแบงก์ชาติ คดีทุจริตเอกรชน  
กิจใกล้ปิดฉาก เตรียมขออนุมัติออก  
หมายจับในלבปาดานี้ ผลของคดี  
สะเทือนวังบางขุนพรหมแน่ กลาย ออกข้างแคร์ที่มีได้ "ม.ร.ว. จักรมงคล"  
เต็มๆ แบงก์ชาติรอ วันป่วนอีกจะลออก  
ไร้คน ทำงาน หัวหน้าการเมืองอดีต  
รัฐมนตรีชั่วคราวลหลบหนีอีก ... (อ่านต่อ)



## Breaking News

- 15.55น. ส.ส.นครปฐมเตรียมแห้วจัด 4  
กระทรวงรักษาฯ ท้าจีน
- 15.50น. มุสลิฮ์องค์กลางถึงกา.ส.ประกาศลว.  
4 จังหวัดทั่วไไป
- 15.40น. มท.ศรีสะเกษได้ก.ส.คาดโทษข้าราชการ  
กาว่างตัวไม่เป็นกลางได้
- 15.15น. มท.1 มั่นใจไม่มีใครวิ่งเต้นคืบคั้นทหาร  
ฉีฉี 10 ค้าวาง
- 15.00น. "พิชัย" ท้วงพ.ร.บ.งบประมาณหาก  
เปิดประชุมสภาไม่ได้

>> More Breaking News >>

## บทนำวันนี้ คำจ้างเขียนบทนำของนสท. ฐู่ เป็นมูลค่า มากกว่าอำนาจและฐ บุณยฤทธิ์ จรุง

รองเลขาธิการนายกรัฐมนตรี 1  
บุญบุญที่โร อดีตผู้ว่าราชการหลาย  
จังหวัดในภาคใต้ ได้ระบุด้วยการแถลง  
สื่อผู้สื่อข่าว ณ ทำเนียบรัฐบาล ว่าการ 1  
งานนี้ (อังคารที่ 9 พฤษภาคม 2543)  
ได้เขียนขึ้นเนื่องจากได้รับการว่าจ้าง  
โดยมีอคติส่วนตัวต่อนายชวน  
หลักกัญ นายกรัฐมนตรี ... (บทนำถัด)



และ นำภาพเขียนศรีที่นำลงเปิด บุคคลนี้เอง



บทนำ

## Main Links

- [ข่าววันนี้](#)
- [การเมือง](#)
- [เศรษฐกิจ](#)
- [กีฬา](#)
- [บันเทิง](#)
- [ต่างประเทศ](#)
- [การศึกษา](#)
- [กทม.](#)
- [ไอที](#)
- [สิ่งแวดล้อม](#)
- [เกษตร](#)
- [ภูมิภาค](#)
- [คอลัมน์](#)
- [สังคม](#)
- [สตรี](#)
- [บริการ](#)
- [วันอาทิตย์](#)



## 7 ฉบับย้อนหลัง

- [วันจันทร์](#)
- [วันอังคาร](#)
- [วันพุธ](#)
- [วันพฤหัสบดี](#)
- [วันศุกร์](#)
- [วันเสาร์](#)
- [วันอาทิตย์](#)
- [ฉบับวันนี้](#)

## Today Links

- [Mweb](#)
- [Sanook](#)
- [Thaicq](#)
- [Thaicentral](#)
- [Simplemag](#)
- [Sabuy](#)
- [More Thai Link](#)



## เดลินิวส์ **ข่าววันนี้** เดลินิวส์ ONLINE

ข่าวหน้า 1 สกู๊ปหน้า 1

### ข่าวหน้า 1

- เจ้าคณะอำเภอดังบงการฆ่า! กองปราบจับคาวัด
- ตั้งประหารชีวิต 11คร.ยิง4ศพปลัดอ.
- มบุญฤฤด-มอชฉลุย กอดคอเข้าสภา
- ตั้ง.ร.มัธยมคืนเงิน6ผล.เจอร่องเรียนมากที่สุด .
- คอนราโกลด์ระทึก ป้าหวายร่วมไม่กาง!
- เดือนนร. พลาดเส้น อยากรล้ม
- จับโจรสลัดแม่โขงก็ ซื้อข้าว
- แก๊ง 18 มงกฎเหิม บุกกุฏิพระโศษา
- น้องคึด ถึงไทย5ทุ่มคืนนี้

### our sponsor



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข่าววันนี้ การเมือง เศรษฐกิจ กีฬา บันเทิง ต่างประเทศ การศึกษา กทม. ไอที สิ่งแวดล้อม

เกษตร ภูมิภาค คอลัมน์ สังคม สตรี บริการ วันอาทิตย์

Copyright 2000 Dailynews Thailand

# [INTERNET EDITION] กรุงเทพธุรกิจ

วันที่ 10 พฤษภาคม พุทธศักราช 2543

COMPAQ



จุดประกาย วาไรตี้ | ยานยนต์ | กรุงเทพฯไอที | ถนนนักลงทุน | ฉบับเช้า

## ศาล รธน.นัดพิจารณา กรณี พล.ต.สนั่น 18-19 พ.ค.นี้

ล่าสุด! 15.00 น.

ศาลรัฐธรรมนูญ กำหนดพิจารณา กรณี พล.ต.สนั่น ในวันที่ 18-19 พ.ค.นี้ โดยเปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้า รับฟังได้ แต่ต้องปฏิบัติตามระเบียบของศาล

[อ่านรายละเอียด](#)

มือเบงกตรกร ยังปักหลัก ชุมนุมเรียกร้อง ให้รัฐบาลแก้ไขปัญหา

กลุ่มเกษตรกรภาคอีสาน 22 จังหวัด จำนวนประมาณ 15,000 คน ยังคงปักหลักชุมนุม ที่ลานพระบรมรูปทรงม้า เป็นวันที่ 3 ติดต่อกัน หลังจาก เมื่อวันที่ 9 พ.ค. ที่นำมมาตัวแทน กลุ่มเกษตรกร ได้เข้าหาหรือ ยื่นข้อเรียกร้อง 4 ข้อ กับนายอานวย ประติเล รองเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี เพื่อให้รัฐบาล แก้ไข ปัญหา

[อ่านรายละเอียด](#)



บริจาค นักเรียนใหม่ ชั้น ม.4 เริ่มลงทะเบียน ในภาคเรียน ประจำปีการศึกษา 1/2543 นอกจาก จะเสีย ค่าเทอมตาม ปกติ แล้ว นักเรียนจะต้องกรอก "ใบบริจาค" ของทางโรงเรียนด้วย ที่ ร.ร วัดบวรนิเวศ เมื่อวานนี้ ภาพ : สุพงษ์ วิทยว่องไว

### เกาะติดสถานการณ์โลก

ชาวอเมริกันแห่ซื้อล็อตเตอรี่หวังพิชิตรางวัลใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์

ชาวอเมริกัน ทั่วประเทศ กำลังใจ จดใจจด กับความหวังที่จะพิชิตล็อตเตอรี่ รางวัลใหญ่ มูลค่าสูงถึง 350 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (13,300 ล้านบาท) ซึ่งเป็นรางวัล ที่มากที่สุด ในประวัติศาสตร์ของสหรัฐ

[อ่านรายละเอียด](#)

ภาพวาดปีกาสโซ่ ขายได้กว่า 28 ล้านดอลลาร์

ภาพวาด "ชีวิตสงบ กับดอกไม้สี" ผลงานสิ่งชื่อในปี1932 ของปีกาสโซ่ ขายได้ในราคา 28.6 ล้านดอลลาร์ ในวันอังคารที่ร้านประมูลคริสตี้ในกรุงนิวยอร์ก

[อ่านรายละเอียด](#)

ด่วน! ดาวนั้โหลด ไปสแกรมล้างบางไวรัสเลิฟ

ซอฟต์แวร์ ด่างไวรัส Love Letter พัฒนาโดยวิศวกรหนุ่มไทย วัย 25 ปี เป็นผลสำเร็จ ขณะนี้ ได้รับการสนับสนุนให้ เผยแพร่ ดาวนั้โหลดได้ทันที เพื่อแก้ไข และป้องกันปัญหา สำหรับผู้ใช้ เครื่องคอมพิวเตอร์

- โอบุคทอไรราคาน้ำมัน อาจไม่เพิ่มการผลิต
- ฟิลิปปินส์-อินโดนีเซียขอเจรจา อยัดเวลา เก็บภาษีน้ำตาล
- 'ไอเอ็มเอฟชมไทยฟื้นักฤติ "บาร์เคลย์" เตือนยังไม่ฟื้น
- แก้ปัญหาอ้อยรุ่น "สุวัจน์"ควงคลัง ชวนให้ไปคุยต่อ
- กรม.ยอมผูกพันงบ1.2หมื่นล.

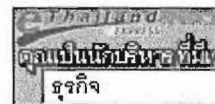
หุ้นไทยเมื่อ 9 พ.ค. 2543

- มูลค่าการซื้อขาย 2,402.21 ล้านบาท
- ดัชนีปิดที่ 357.77 จุด
- ลดลง 8.40 จุด
- อัตราแลกเปลี่ยน(ซื้อ/ขาย)
- บาท/US\$ 37.29/38.67

### BREAKING NEWS

ผ่านกชาวเนชั่น

- 20:00 น.กต.ชี้ชะดาง่า
- 19:00 น."ชวน"แจงเหตุ
- 16:56 น.ดัชนีหุ้นไทยภา
- 14.24
- 16:30 น.กรมป่าไม้เตรียม
- ราชาใหญ่
- 15:05 น.ทบ.เตรียมจัด



### UNUSUAL EVENTS

วิสัยทัศน์ผู้ว่าฯ กทม. บางเลียดตั้ง สุวราชกร (กทม.) ในวันที่ 23 กรกฎาคม สำหรับการต่อสู้ 2 แนวทาง บริหาร ท้องถิ่น กทม. กล่าวสมัครอิสระ กับผู้สมัคร ที่ [อ่านรายละเอียด](#)

### ภาพพ้อ

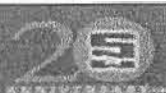


สุทธิชัย หยุ่น @gob

วันแมน, วันไหวต10C



Classifieds



เปิดศักราชปี 20  
กับหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ นสพ. 2

งานเศรษฐกิจ

บริการทอง

งานกับคน

อัตราค่าโฆษณา

Company Profiles

Back

UNDER  
REVISION  
กำลังปรับปรุง

ปีที่ 20 ฉบับที่ 1,485 วันที่ 7-10 พฤษภาคม พ.ศ.



## เอทีเอสไอหนุนรับงานตปท. ดึงเงินเข้าประเทศ 5 พันล้านบาท

เอทีเอสไอ เผยแผนผลักดันอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ดันผู้ประกอบการไทยรับงานต่างประเทศ หมุนเข้าประเทศ 5,000 ล้านบาท พร้อมชูจับคู่ เวบเจอร์แคปปีตอลกับผู้ประกอบการ

นายอาภรณ์ ศรีพิพัฒน์ นายกสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย หรือเอที เอสไอ เปิดเผยว่า นโยบายของสมาคมในปีนี้จะมุ่งเน้นการร่วมมือกับสมาคมคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทย หรือ CAT และสมาคมธุรกิจคอมพิวเตอร์ไทย หรือ ATCI ในการจัดทำข้อมูลของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์มากขึ้น เนื่องจากข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพราะรูปแบบการขายซอฟต์แวร์มีการเปลี่ยนแปลงไป อาทิ บริการเช่า ใช้ซอฟต์แวร์ หรือเอเอจากนี้สมาคมมีนโยบายมุ่งเน้นการผลักดันการพัฒนา กฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ กฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

ขณะเดียวกันยังมุ่งเน้นเรื่องการจัด ตลาดในต่างประเทศให้กับผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ ซึ่งในปีอุตสาหกรรม ซอฟต์แวร์ของประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 13,000 ล้านบาท แบ่งเป็นมูลค่าซอฟต์แวร์สำเร็จ 1,000 ล้านบาท และเป็นรายได้จาก โพรเฟสชันแนลเซอร์วิสประมาณ 7,000 ล้านบาท ทั้งนี้ในมูลค่าตลาดทั้งหมดมา แบ่งเป็นมูลค่าจากการส่งออกประมาณ 1,000-2,000 ล้านบาทเท่านั้น ซึ่งนับว่าเป็นตัวเลขที่ ต่ำเป็นอันดับสำหรับเป้าหมายในปีนี้สมาคมมีแผนผลักดันให้ผู้ประกอบการที่มีความสามารถออกรับงานการพัฒนาซอฟต์แวร์โครงการขนาดใหญ่จากต่างประเทศเข้ามา และกระจายงานต่อไปให้ผู้ประกอบการรายเล็ก และกลาง เพื่อการส่งออกซอฟต์แวร์สำเร็จรูป ซึ่งผู้ประกอบการไทยไม่สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากมีปัญหาเรื่องภาษา โดยมูลค่าตลาดซอฟต์แวร์ของประเทศจะมี มูลค่า 17,000 ล้านบาท หรือเติบโตขึ้นประมาณ 30% จากปีที่ผาคาดว่าจะมีรายได้ที่มาจากการพัฒนาซอฟต์แวร์ให้กับโครงการขนาดใหญ่ในต่างประเทศประมาณ 5,000

นอกจากนี้ยังมุ่งการพัฒนาคุณภาพการผลิตซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทยให้ทัดเทียมกับมาตรฐานประเทศ โดยในปีนี้อาจจะมีผู้ประกอบการไทยประมาณ 5-6 ราย อาทิ ไทยคม, เอ็กซ์สตีม, ไออาร์ซี, ภูมิภาคต้าแมท หรือซอฟต์แวร์ 1999 ได้รับการรับรองมาตรฐานซีเอ็มเอ็ม (Ca-pability Maturity Model) ระบุเป็นมาตรฐานการผลิตซอฟต์แวร์ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก ทั้งนี้ภายหลังจากที่ผู้ประกอบการเหล่านี้ได้รับรางวัลดังกล่าวก็จะสามารถช่วยแนะนำผู้ประกอบการรายอื่นได้ว่าทำอย่างไรในการพัฒนาคุณภาพการผลิตให้ มาตรฐานโลก

นายอาภรณ์ กล่าวต่อไปว่า สมาคม ยังมีนโยบายสนับสนุนเรื่องการทำแหล่งเงินทุนทั้งในและต่าง ไปด้วย ซึ่งตัวเลขที่ได้รับจากสมาคมเวบเจอร์แคปปีตอลไทย พบว่ามีเม็ดเงินที่พร้อมเข้ามาลงทุนในประเทศ

มูลค่า 10,000 ล้านบาท โดย ในปีที่ผ่านมานักลงทุนลงทุนในบริษัทซอฟต์แวร์ไปแล้ว 10-20 ราย ซึ่งส่วนใหญ่ลงทุนในบริษัทด้านดอตคอม

สำหรับหน้าที่หลักในการผลักดันของสมาคมคือการจัดให้มีการพบปะระหว่างผู้ประกอบการกับเขื่อนอกจากนี้ยังให้ความรู้เรื่องการเขียนแผนธุรกิจเพื่อขอรับการสนับสนุนจากแหล่งเงินทุน โดยในงานประชุมสำหรับนักพัฒนาซอฟต์แวร์ปีนี้ ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 9-10 พฤษภาคม 2543 จะ จัดให้มีเช็ทกัน พบปะระหว่างผู้ประกอบการกับแหล่งเงินทุน พร้อมกันนั้นยังจะผลักดันให้มีองค์กรบ่มเพาะ เพื่อสนับสนุนด้านเงินทุน และในการพัฒนาซอฟต์แวร์ให้กับผู้ประกอบการรายย่อยอีกด้วย

พร้อมกันนั้นยังพร้อมร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อป้องกันปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ขยายฐานสมาชิกออกไปในต่างจังหวัด เพื่อให้ผู้ประกอบการต่างจังหวัดได้แสดงความคิดเห็น และร่วมกันระบอบกเสียงในการผลักดันรัฐบาล

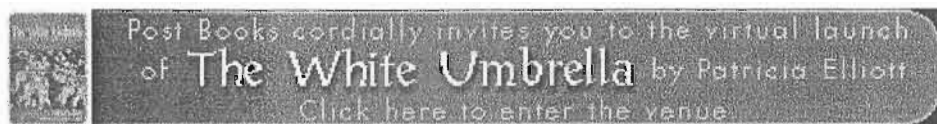
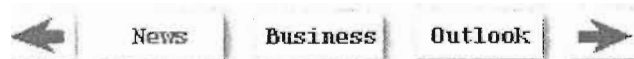
[ [ฐานเศรษฐกิจ](#) ] [ [บริการทอง](#) ] [ [งานกับคน](#) ] [ [สมัครงาน](#) ] [ [Company Profiles](#) ] [ [อัตราค่าโฆษณา](#) ]

For more information, contact [webmaster@thannews.th.com](mailto:webmaster@thannews.th.com)

Copyright 1997-2000 Thansettakij Newspaper. All rights reserved.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





## EDUCATION

# Chin up, parents of failed students told

*Emotional quotient, not IQ, is important*

**Aphaluck Bhatiasevi**

Parents who get upset when their children fail their university entrance examinations could be piling on the agony, the Mental Health Department warned yesterday.



### Glad to get in

Secondary school graduates have their faces smeared with washable paint by university students during congratulatory celebrations for their having passed the university entrance exams. The results were posted at Kasetsart University yesterday. - Boonnarong Bhudhipanya

"A good number of students recently questioned about the matter admitted that their parents' unhappy facial expression was enough to emotionally hurt them," said Dr Pravate Tantiphiphatsakul, director of the Child Mental Health Centre. He said some of the students also admitted that their family members, particularly parents, drove them towards suicide.

The number of students seeking counselling at the Child Mental Health Centre also increased in recent weeks due to stress brought on by the entrance exams.



Daily

[Main Entrance Page](#)  
[Local News](#)  
[Business](#)  
[Outlook](#)

# Thai Visa

[Click here!](#)

Weekly

[IT news](#)  
[Horizons Travel](#)  
[NiteOwl \(Trink\)](#)  
[Real Time](#)  
[Motoring](#)  
[Student Weekly](#)



[Entertainment & Lifestyle](#)

Stress can lead to other physical illnesses like chest pains, headaches, tension and stomach problems, he said. Many also turned up to ask how they should plan and react to the excitement when they sit for next year's entrance exams.

Khamron na Lamphun, the deputy health minister, said parents' main responsibility was to console their children and make them understand they are not the only ones to have met with failure.

Each year, an estimated 80,000 students fail to gain admission to state-run universities.

Kittikorn Meesap, a psychologist at the Mental Health Department, said the public should be made to realise that the "emotional quotient" which is concerned with positive feelings, is more important than the "intelligence quotient" or IQ.

[What's on](#)  
[Dining out](#)  
[Recipe of the week](#)  
[Movies](#)  
[Music](#)  
[Book Review](#)  
[Beauty](#)  
[Fitness](#)  
[Nutrition](#)

NEW!

Introducing  
the  
Bangkok Post's

[Prominent  
Businesses  
Travel Thailand &  
beyond](#)

[Special  
Publications](#)

- [Current Issues in Thailand](#)
- [Silpa Thai site](#)
- [Bangkok Post Year-end Economic Review](#)
- [Post Database 10 years](#)
- [Annual Report](#)

[Education](#)

[Learn English with the Bangkok Post](#)

[Society](#)

- [We Care](#)
- [Phudhong Leper Colony Foundation](#)
- [Bangkok Post Newspaper Foundation](#)

[Past Issues](#)

[Calendar Page for recent issues](#)

[Bangkok Post Archives by Smart](#)

[Classifieds](#)

[Classifieds index](#)  
[Jobs](#)  
[Property](#)  
[Entertainment](#)

## บันเทิง

ข่าวหน้า 1

เศรษฐกิจ

ต่างประเทศ

การศึกษา

วิชาการ

การเกษตร

สังคม-สตรี

กีฬา

บันเทิง

คอลัมน์

การทูต

ข่าวย้อนหลัง

เดลินิวส์

นิยายจากไทยรัฐ

งานคือเงิน

มูลนิธิไทยรัฐ

ศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ

- เตรียมเชือด 'ต้อม' นางเอก 'แม่น้ำ' แพน 'เมธัส'
- 'แอน' เกาะ 'นก' ทนบ กลัวทะเลน้ำตาซึม!

- เตรียมเชือด 'ต้อม' นางเอก 'แม่น้ำ' แพน 'เมธัส'

รายงานข่าวแจ้งว่า ขณะนี้ ผู้บริหารค่ายกันตนา กำลังพิจารณาความประพฤติของ ต้อม-วรรณษา นางเอกสาว ละครเรื่อง "แม่น้ำ" ที่กำลังฉายอยู่ทางช่อง 5 ตามที่ได้รับรายงาน จากทางผู้จัดการกองถ่ายละครว่า มากองถ่ายสายบ่อยครั้ง ทำให้ดารารที่ร่วมฉากด้วยกัน อาทิ ป้าจี้-จรี ใตศิริ, เหมียว-ชไมพร จตุรภุช ต้องรอนาน พอโทรศัพท์ตามตัว ก็มักจะปิดเครื่อง ทำให้กองถ่ายเสียหาย ถ่ายทำไม่ได้หลายครั้ง นอกจากนี้ยังมีเรื่องเพื่อนชายที่ชื่อ "เมธัส" ซึ่งคอยโทรศัพท์ไปเช็คพฤติกรรมของ ต้อม เธอกับทีมงาน ไม่ว่าจะป็น ช่างผม ฝ่ายแคสดีง ธุรกิจกองถ่าย ประชาสัมพันธ์ และยังรุกไปถึง 3 พระเอก ที่ต้องประกบกับ ต้อม ในเรื่อง มี อธิภาณุเดช เหลืองสุนทร, ออฟ-อภิสิทธิ์ ทิมมล และ ต้น ปุสสะ โดยจะพูดจาห้ามปรามไม่ให้จับแฟนสาวของตน เป็นที่รำคาญ และเอื้อระอาของทุกคนอย่างมาก ขณะเดียวกัน หลายครั้งที่นางเอกสาวมาถึงกองถ่าย ในสภาพมีร่องรอยฟกช้ำ ดำเขียวตามใบหน้า และเนื้อตัว จนช่างแต่งหน้ามือหนึ่ง ไม่สามารถจะกลบร่องรอยได้ หมดนี้ ได้ถูกรายงานให้ผู้บริหารค่ายกันตนา ซึ่งกำลังรอผลว่า กันตนาจะให้โอกาสแก่นางเอกต่อไป หรือว่าลงโทษในขั้นเด็ดขาด

หัวข้อข่าว

- 'แอน' เกาะ 'นก' ทนบ กลัวทะเลน้ำตาซึม!

กองละคร "ประกาศิตเงินตรา" มาเที่ยวทะเลนี้ก็จะสนุก ที่ไหน ได้ แอน-สิริยม โอแกน ร้องวี๊ด ว้ายกองแหบแตก ชายหน้า นก-ฉัตรชัย, ชินดี้-สิรินยา และ แชม-ยุรพันธ์ ที่ร่วมฉากด้วย

จากที่ว่าเป็นตอนที่ ทั้งสี่ขึ้นเรือยอชต์ไปเที่ยวทะเล แล้ว ทัดมา (นก) กับ ชารอน (แอน) ก็พากันขับเรืออย่างเล่นกลางทะเล จากนั้นไปถ่ายกันที่เกาะคาน้อย จ.ภูเก็ต ก่อนถ่ายก็ปล่อยให้ นก ไปฝึกขับเรืออย่าง เนื่องจากไม่เคยขับมาก่อน ฝ่ายผู้โดยสารจำเป็น แอน นั้น ก็รออยู่บนเรือยอชต์ ตะโหยเรืออย่างสนุกสนาน แต่พอถึงคราวถ่ายจริงนี่ แอน จะต้องลงเรือ ปรากฏว่า จากที่เห็นสนุกๆ

พอจะก้าวลงเรือ แอน เกิดกลัวขึ้นมา เพราะเรือยางโคลงเคลง ตามแรงโยกของคลื่น และพอก้าวลงไปแล้ว แอน ก็รีบนั่งทันที เพราะกลัวตกน้ำ ร้องตลอดเวลา เมื่อเริ่มถ่ายจริงก็ต้องลุกขึ้น แอน เลยเกาะตัว นก แนน่ ด้าน นก เอง ก็ชักไม่มั่นใจในฝีมือ "มือใหม่หัดขับ" ของตัวเองเหมือนกัน ร ผกก. ว่า ขับเรือไปแค่นี้แล้วกัน ฝ่าย แอน ก็ชูสุดแขนสนับสนุนเต็มที่ ผกก.ก็เลยต้องโอเค ขนาดไปไกลๆ แค่นี้ก็ตาม ยังทำเอา แอน กลัวตกน้ำจนน้ำหน้าตาซึม!! ติดตามจากนี้ได้ในวันพฤหัสบดีนี้ ทางช่อง 3.

หัวข้อข่าว



Copyright©2000 by Vacharaaphol Co.,Ltd.

1 Viphavadi Rangsil Rd. Bangkok 10300 Thailand Tel. (662) 272-1600 Fax. (662) 272-1324

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**COMPAQ NonStop** **ไลฟ์สไตล์ ใหม่ eLife**  
**อิสระแห่งการทำงาน eWorking**  
[www.compaq.com/thailand](http://www.compaq.com/thailand) **Leading Investors Choose**

# TheNATION

THAILAND'S INDEPENDENT ONLINE NEWS & INFORMATION SERVICE

Wednesday May 10, 2000

- HOME
- NEWS
- HEADLINES
- NATIONAL
- METRO
- POLITICS
- BUSINESS
- IT & SCIENCE
- SPORTS
- SOCIAL
- ENVIRONMENT & HEALTH
- TRAVEL & TOURISM
- OPINION TODAY
- LETTERS
- FEATURES
- WHAT'S ON
- ENTERTAINMENT
- CARTOON
- DAILY SNAPSHOTS
- WEEKLY ISSUES
- LEARN ENGLISH
- WEEKEND
- INTERACTIVE
- BULLETIN BOARD
- LIVE CHAT
- SPECIALS
- FEMME FOR WOMEN
- ELECTION 2000
- CORPORATE
- CONTACT US
- SPECIAL SUPPLEMENTS
- SEARCH

ARCHIVES  
 S | M | T | W | T | F | S  
 SPONSORED LINKS

**Thailand's**  
*First On line*  
**Airline Time Table**



A 'Cobra Zone' bar set up to welcome US soldiers taking part in the annual Cobra Gold joint military exercise at the Vajiravuth military camp in Nakhon Si Thammarat. The exercise started yesterday and will conclude on May 23.

## EC ratifies 22 more Senators, but still 56 shy

THE Election Commission yesterday endorsed 22 Senate by-election winners, half of who had their victories nullified after the March 4 election.

## Farmers wait for promises to come true

## Thai kills Love Bug after

**BREAKING NEWS**

**First Pacific agrees to sell stake in Savills plc**

*Updated all day*

**INSIDE TODAY**

**Senate By-Election**  
 Latest News and Results

**S.E.T. INDEX** -14.24

OPEN	CLOSE	HIGH	LOW
355.41	343.53	355.41	341.85

**Stock quote**

Enter code

Baht / US	38.99
Baht / UK	59.63
Baht / YEN	0.3586
more currencies..	

**Weather**

S	M	T	W	T	F	S
14	15	16	17	11	12	13

Bangkok 24-34  
 Thai provinces

→ BKK Arrival, Departure



## 24-hr struggle

more...

Unofficial winners in the senate by-election

We're hiring ! Web designers wanted

### ✓ QUICK VOTE

**It is likely that the senate election is to be held for the third time possibly on June 4. Would you cast your vote this time if you already did in the first two pollings?**

Yes, but merely to behave as a good citizen  0(%)

Yes, to give those dishonest candidates some lessons  0(%)

No, I've had enough of it  0(%)

Total votes in: 0

### ? WHAT DO YOU THINK?



The Battle Over Elian Gonzalez

- **Free Internet for Secondary Schools** ( 17 )
- **Elian's Home?** ( 79 )
- **Professional Sports in Thailand** ( 11 )
- **Another Triple for Man U (almost)** ( 23 )
- **English for Thai Children** ( 47 )
- **American Ugly** ( 39 )
- **Cheaper Cable TV Service** ( 23 )

[▶ Share your views](#)

## BUSINESS



Stock market crashes to 15-month low  
CAT to launch Internet service provider  
Snow Brand to expand product line

## TRAVEL & TOURISM



Nepal's rugged mountain have long incensed travellers in search of an adventure.  
National parks in Thailand  
Try our new Chat-room !

## ELECTION 2000



Your guide to all the Thailand elections  
Election schedules  
Up to the minute election news

## IT & SCIENCE



Internet leads the way Thailand edges up in

**Breaking News** coming soon

- ข่าวหน้า 1
- เศรษฐกิจ
- ต่างประเทศ
- การศึกษา
- วิทยากร
- การเกษตร
- สังคม-สตรี
- กีฬา
- บันเทิง
- คอลัมน์
- การ์ตูน
- ข่าวย้อนหลัง
- คลัง@เว็บ
- นิยายจากไทยรัฐ
- ถามคือเงิน
- มูลนิธิไทยรัฐ
- ศูนย์ข้อมูลไทยรัฐ



ปีที่ 51 ฉบับที่ 15331 วันพุธที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2543

Inet-Access

# จ้างบอดีการ์ด ดิ่งนั่งฉว แผนฆ่ารอบ 2



“รุ่ง สุริยา” อดีตรัฐมนตรีไม่หวังดีซึ่งเป็นคนในคณะเดียวกันลอบตอกตะปูถึง 5 ตัว เฝ้าขังรถตู้ที่ใช้เป็นพาหนะตระเวนเล่นคอนเสิร์ต หวังทำให้สิ้นชีพ โดยมีสาเหตุมาจากหุ้นส่วนขัดแย้งกันเอง.

ฉบับเช้า

★★★★★

- จ้างบอดีการ์ด ดิ่งนั่งฉว แผนฆ่ารอบ 2
- ทราชมิ่งลิ้น ชิงดีตกตาทอง 'อำพล' เต็ง
- ยามห่างเหิน สืบนิ้วลูกค้า
- ขวน-เสถ. ยัน ไม่ปลดประชา
- มีมือ กฟผ. ฮือ บุกเข้ายึดตึก
- 'สันต์' ล้าง ผบช.ตชด. ชี้แจงปอน รมต.รูกที่
- แก๊งตัดหูแฉของนาที่นั่น! หูมนุษย์ทำบุญแจ
- บุกค้นรังสมุนเอก บินลาตินพิวพันปิมแคนาดา

หนังสือไทย  
Siam Novella



Cubook.com  
www.cubook.com

in your  
AinSeng

พบของขวัญ  
หลากหลาย

ฉบับบ่าย 12 ม.ค. 42 ปับปงเวลา 13.45 น.

★★★★★



เผยตัวกึ่งดาราผู้คือรางวัล “พระสุริยสวัสดิ์” หรือ “ผู้ตกตาทอง” ในปีนี้ ทราชมิ่งลิ้น นางเอกหนังเรื่อง “นางนาก” มาแรง ส่วนฝ่ายชาย หนุ่ย-อำพล จาก

เรื่อง “โคลนนิ่ง” มีสิทธิ์ได้ 2 ปีซ้อน.

- ซิลิโคนสั้นสวยหน้าเอ็นสาวรันทศผาดัว
- ไฟใต้กระพือยิงถล่มมณ.

แบบสอบถาม  
award questionnaire



**eThailand.com** *Click Here!*  
EXPRESS  
*Busy Executives?* Business

Choose Section...

**Economic Review 1999** **FEATURED**

**Important!**  
Stay in Touch with **Thailand**

**Learn**  
Multimedia Thai Language  
CD-ROM  
**Thai**

**Bangkok Bank**  
ธนาคารกรุงเทพ  
www.bbl.co.th

**Sections**

- **Today's Bangkok Post**
- [Local News](#)
- [Business](#)
- [Outlook](#)
- [IT News](#)
- [Horizons](#)
- [Motoring](#)
- [Real Time](#)
- [Perspectives](#)
- [Nite Owl](#)
- [Classifieds](#)

**COMPLETE TRAVEL GUIDE**  
Thailand and Beyond  
GreenTravel.com  
Bangkok Post

**Thai**  
Crafter Wall  
Click Here

**Special Publications**

- **NEW! 1999 Year-End Economic Review**
- **NEW! Travel Thailand and Beyond**
- **NEW! Prominent Businesses**
- **NEW! Royal Barge Procession**
- **NEW! A Visionary Monarch**
- **NEW! Current Issues**
- **NEW! Thailand Tatler Weekly Magazine**
- **1999 Mid-Year Economic Review**
- **Journalists' Code of Conduct**
- **Database 10 Years**
- **Annual Report 1998**
- **Thai Constitution**
- **Press Council Rulings**
- **Economic Review Year-end 1998**
- **The world in Thailand**
- **Bangkok Post Newspaper Foundation**
- **Phud Hong Leper Colony Foundation**

◦ **NEW!** **Prominent Businesses**

**Services**

**NEW! Enter survey!**

- [Bangkok Post back issues](#)
- [Bangkok Post Archives by Samart Cybernet](#)

**Post Web Search**


- [Learn English with the Post](#)
- [Student Weekly newspaper](#)
- [Post Books -- Order Online](#)
- [Allied Printers](#)
- [Subscriptions](#)

**Y2K Information**

- [The Post on Y2K](#)
- [JLCom -- Y2K](#)

**NEW!**  **NEW TITLES FROM POST BOOKS**  
**The Royal Palace of Phnom Penh**  
 Also **SAVE** 10% on current list.





### Section List

- หน้า
- ข่าว
- การเมือง
- ตลาดเงิน ตลาดทุน
- การตลาด
- อุตสาหกรรม
- ภาพชีวิต
- ภูมิภาค
- บันเทิง
- คณะ
- ต่างประเทศ
- กฤต เศรษฐกิจโลก
- Daily Comics
- บันเทิงยามมองกรุง
- ก
- กมื่น คนแคระวัย
- ลึกกับ IMF
- Map Opera
- Back Issues
- ย้อนหลัง 30 วัน
- Columns
- หนังสือพิมพ์วันนี้
- เวดต่างประเทศไทย
- เมื่อ 10 ปีก่อน
- โพธิ์ราชสัมพันธ์
- หน้าหลัก Asia Times
- note of the day
- Freedom Keeper
- Mid to Lat
- กฎหมายกฎหมาย
- เคล็ด
- บทเพลง
- รวมจากแหล่ง



## ค่ายบุรุษอวกาศวัยสิบปี ทรมาน แพทย์รังสีลึกลับดำ เตือนภัย บทของ

ค่ายฝึกบินอวกาศสำหรับเด็กสิบขวบให้ถึงพร้อม  
ควมตายเร็วทัน วางแผนรังสีอวกาศที่กรมการแพทย์ หรือ  
รบบเตือนภัยเตือนบน ของบุรุษให้มีความไม่รุนแรง ปี 40 ที่  
กำหนดให้ใช้คำเตือนเกี่ยวกับพิษและอันตรายของบุรุษ  
10 ชื่อความ ที่รุนแรง ส่งผลกระทบต่อจิตใจของ  
สิงห์อมควัน หลังตรวจพบพบพิษตกค้างในฟลูออโรซีธา  
ไว้ในตลาดก่อนมีการประกาศบังคับใช้คำเตือนบน "อก ... (อ่านต่อ)



## บทกวีนี้ ควรปลดปล่อยนิยามการตำรวจ แห่งชาติ เพื่อ พลิกเกียรติ ตำรวจของไทยให้กลับมา เพื่อ ลำดับ มืออาชีพหรือยัง?

การปลดปล่อยนิยามการตำรวจแห่งชาติ  
ไม่ใช่วางแผนที่จะไม่คอยคิดค้นได้ แต่คอยคิด  
มาแล้วในอดีตโดยไม่จำเป็นต้องยกตัวอย่างเลย  
ประเด็นคือเราไม่ควรถามว่า บนงที่เลวมีใครบ้าง แต่ควร  
ถามว่านายตำรวจที่เป็นผู้บังคับบัญชาในระดับ  
สูงที่เป็นที่เคารพนับถือ กระทั่งเป็นแบบอย่าง  
ของตำรวจทั่วประเทศมีหรือไม่ ... (บทนำต่อ)

### ข่าวเด่นฉบับนี้

- เวลา 16.00 น. มีอภินิหารโลกออกเคลื่อนไหวที่กรุง
- เวลา 15.00 น. เด็ง-กจ แพทย์รังสีไม่กระทบ ปราบ
- เวลา 14.00 น. ชาติไทย-ชาติฟิลิปปินา หนึ่งผู้จับคู่  
สมัยหน้า
- เวลา 13.00 น. ส.ว. ลากัดลึงก์ร่วมแก้ไขรัฐธรรมนูญ
- เวลา 11.00 น. ผู้บริหาร กฟผ. ผู้ตัดสินคือ  
พนักงาน
- เวลา 10.30 น. รับสมัครจากจ้างชั่วคราวสำนักงาน  
อำนวยการ
- เวลา 10.00 น. คดีลือทระธรรมนายสิ้นไปแผนใจพริ  
ปากแนวชาติ
- เวลา 09.00 น. อดศ. ประกาศสงทรมนและลาภกนิ  
สีประสังข์อ้อมตัวนี้



### หน้า

ควรปลดปล่อยนิยามการตำรวจแห่งชาติ เพื่อพลิกเกียรติตำรวจของไทยให้กลับมา เพื่อลำดับมืออาชีพหรือยัง?

### ข่าวปก

- ไทยกลับมาเลือกทำประกันในส่วนสงวนสิทธิ์คน
- วุฒิสภาสหรัฐมีไทยเอกฯ ชอนำเข้าสินค้าGMOs
- คดี "บิน" ยึดคานหอย "ราเกษ"
- แปรรูปไฟฟ้าจากเปลือกส้มทั้ง 2 ฝ่ายหวังประโยชน์ตัวเอง
- ศ. ปฎิเศรจ์บุลูกบึง "บิน ลานคน"
- เงินบาทอ่อนลงนโยบาย ให้กรมส่งเสริมสหกรณ์

### การเมือง





- วัตถุประสงค์หลักของเว็บไซต์นี้คือ เพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์
- จำนวนของเอกสารที่ปรากฏในหน้านี้จะขึ้นอยู่กับประเภทของเอกสาร
- หน้าจอแสดงผลจะปรับเปลี่ยนตามขนาดของหน้าจอ
- กรุณาใช้เบราว์เซอร์ที่รองรับ JavaScript
- กรุณาใช้คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

## ตลาดเงิน ตลาดทุน

- S-ONE ได้ขึ้นใช้ข่าวสดทุน
- หุ้นมือกิจการผ่านข่าวใหม่ฯ และสิทธิกลับจุดจุดของกิจการ
- งบฯ ซีไทยออยล์ช่วย NPL
- อานิสงส์การขึ้นดอกเบี้ย-ลบระบบ
- FSTAR: ฟื้นหุ้นเป็น 2.2 พันล้าน เปิดทางกลุ่ม Keeper ที่อยู่ 51%
- Corporate in Brief
- ภาพรวมแนวโน้มกลุ่ม
- มติวิเคราะหฺ์ 8/14 ธ.ค. : นโยบายการเงินในทศวรรษที่ 21 ตอนที่ 6
- กลยุทธ์ปีนี้
- ภาพเงินตรา
- ความเสี่ยงคือระบบการเงินที่เปราะบางคืออยู่ที่ใคร
- คนไทยส่วนใหญ่ยังมองโลกในแง่ดี ทว่า BMB-SCIB เริ่มระมัดระวัง
- ฟื้นหุ้น 5 ปี ระหว่างที่ขึ้นดอกเบี้ย 15-20% "ชอุบลฯ" ขึ้นขึ้นขึ้นขึ้นขึ้นแล้ว
- ตลาดของหุ้นที่ขึ้นเป็นกลุ่ม 2 ปี ส่วนตลาดรวมจะฟื้นขึ้นในภายหลัง
- งบฯ ซีไทยออยล์ช่วย NPL ซีอีโอ ซีไทยออยล์ชี้แจงสาเหตุการขึ้นดอกเบี้ย
- "สิทธิ" คำพิพากษาของศาลฎีกาชี้ว่า ข้อหาขายหลักทรัพย์ผิดฐานผิดสัญญา
- S&P: ข้อดีสิ่งดี ๆ ในเรื่องคุณภาพชีวิต จากการพัฒนาของเมืองและการปฏิรูป
- BBL ร่วมมือกับบริษัทต่างชาติงาน ปล่อยกู้ไปต่างประเทศ MRR +1%
- ทรูปลูกผักขึ้นราคาขึ้นสูงโดยธรรมชาติ มูลค่า 2 พันล้านบาทต่อวัน 70% พ.นี้
- ค่าเฉลี่ย 1 วันค่าบาทไทยขึ้นคือหลายต่อหลายครั้ง

## การตลาด

- S&P: โหมไฟโฆษณาตลาดในเอเชีย
- แคมเปญออนไลน์เข้าสู่สังคมสูงวัย ทำตลาดบ้านแห่งฤดูร้อน
- Corporate in Brief
- ไร่สีฉวีเงินระดมทุน 100 ล้านบาทเพื่อปลูกข้าว (ฉบับใหม่)
- พบเงินโลกสูงถึง 100 ล้านราย
- "ตอนเช้า" ขึ้นแท่นอันดับ 1 ในรายการส่งเสริมการขายกับลูกค้าในวงกว้าง
- คนที่ซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้นจาก 700 ล้านคนสู่ 1 พันล้านคนภายใน 10 ปี



### รถแห่งปี 1999

#### มองย้อนตลาดปี42

ตลาดรถยนต์ไทย อยู่ในช่วงฟื้นตัว จากปัญหาเศรษฐกิจ ความตึงเครียด กำลังเดิม สิ่งที่ขาดหายไป รถรุ่นใหม่ๆ ที่เข้ามาเปิดตลาด มีจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ในปี 2542 นั้น มีรถยนต์ให้เลือกหลายคัน และครอบคลุม ในทุกตลาด เราลองมาย้อนดูว่า เกิดอะไรขึ้น ในวงการรถ ในรอบ 1 ปี ในรูปแบบของ "รถแห่งปี 1999"

ในฉบับยานยนต์

### ข่าวเด่น PANTIP.COM

- 17:00 น. กรุงเทพฯ โหดสังหาร "ธารินทร์" เสธ.พ.
- 16:00 น. อุทัยเรียกจ้าง "ชวน" ขุนสมภา
- 15:00 น. สหรัฐคัดอิจเจสพีให้ไทย
- 14:00 น. ดร. ทำลายโรมัน 20 กว่าไร่
- 13:00 น. ไทยควบคุมตัว "ซก เหมือน" แล้ว

< ย้อนรำลึก x

### กรุงเทพวันอาทิตย์



### มองตน.. เตรียมเป็นคน ปี2000

กรุงเทพวันอาทิตย์ เป็นห่วงคนไทย ยุคมิลเลนเนียม ที่ 3 ยุคที่ระบบ ดิจิตอล กำลังครองโลก ยุคที่ข้อมูลข่าวสาร กลายเป็นอำนาจ และยุคที่คนไทย กับไอเอ็มเอฟ ประกาศ เป็นทั้งศัตรู และผู้ปฏิวัติ 1 คนไทย- จะอยู่อย่างไร ในช่วงเปลี่ยน ประวัติศาสตร์ สังคมไทย จะไปรอดมั๊ย เศรษฐกิจไทย ฟื้น- หรือไม่ฟื้น ถ้าเซ็นทรัล ยังรักษาระดับ คงที่ และ นายกรัฐมนตรี ยังเป็นคนหน้าเดิม สภาพหินอ่อนของไทย เปิดเวที ให้ผู้แทนของเขา เข้าไป แขวาวาที่ ตลอด 5 วัน 5 คืน หากวันนี้.. ดูเหมือนแววตา เพื่อสังคมไทย ไม่เคยเปลี่ยน รัฐนาวาลำเดิม ยังลอยล่อง ทิ้งผู้โดยสาร ให้หัวเหว เดียวดาย อยู่กลางทะเล อย่างไม่แยแส ถ้าวันนี้.. ไม่มีอะไร เปลี่ยนแปลง (ที่ดีขึ้น) เห็นที.. เราต้องเปลี่ยนแปลง ไม่ลอยคอ รอคอยชะตากรรม ที่คนอื่น ยัดเยียดให้ ความเป็นห่วง ของสื่อเล็กๆ อย่างเรา.. ทำได้เพียงถามไว้ ล้ำราว ตรวจวัดระดับไข้ ของคนไทย ในวันอย่างก้าว สู่สหัสวรรษใหม่ เพื่อสะท้อนว่า ตัวตนของคนไทย ปี 2000 เป็นเช่นไร

โดย บัณฑิต วันอาทิตย์

อยากเล่นหุ้น แต่ไม่กล้าเสียดตลาดหุ้นจำลอง "เกมหุ้น" เปิดเวที ให้คุณ ได้ทดลองกันแล้ว

Advertisement for various services including NATION CYBER SHOP, MOVIE'S SITE, and BRIDGE.

### ถนนนักลงทุน



### ธุรกิจแบงก์ เปิดประตูสู่ 'รายย่อย'

ธนาคารพาณิชย์ ทั้งระบบ กำลังเดินไป บนถนนสายเดียวกัน นั่นก็คือ ถนนสาย "รายย่อย" ซึ่งกลายเป็นเป้าหมายหลัก ของธนาคารพาณิชย์ ทุกแห่ง ทั้งธนาคารไทย ธนาคารเทศ หรือกลุ่มผสม ต่างมุ่งตรง สู่อุบัติการณ์รายย่อย อย่างพร้อมเพรียง ในจำนวน ผู้เล่นที่มากหน้า หลายตา มีผู้เล่นเพียง 2 ราย ที่โดดเด่นขึ้นมา ด้วยจังหวะ การออกตัว ที่รวดเร็ว นั่นก็คือ ธนาคารเอเชีย และ ธนาคารกสิกรไทย ขณะที่ธนาคารเอเชีย อาศัยจังหวะ ที่แบงก์อื่น ยังหลบเลียแผล บุกตลาดรายย่อย อย่างต่อเนื่อง โดยตั้งเป้าไว้ว่า จะขอเป็น "Top Five" ในตลาดรายย่อย "กสิกรไทย" ก็ไม่น้อยหน้า ในทันที ที่เสร็จภารกิจ "จัดบ้าน" ก็เริ่มเปิดเกมรุก ในตลาดนี้ ด้วย "คาตา...จี" ส่งท้าย ก่อนสิ้นปี 2542

### ถนนนักลงทุน

### เดบประจำวัน

"ยอดผู้สมัครวุฒิสมาชิกทั้งสิ้น 1,532 คน" บันทึกการเมืองไทย เริ่มต้น หน้าใหม่อีกครั้ง กรุงเทพธุรกิจรวบรวมรายชื่อผู้สมัคร ให้ท่านตรวจสอบ พร้อมทั้งร่วมแสดง ประชามติ อย่างไม่เป็น ทางการ ให้กับ

QuickVote section with a poll question: "ท่านอยากได้ของขวัญปีใหม่จากนายชวน หรือ นายกรัฐมนตรี เป็นอะไรระหว่าง..." and three radio button options.



**NATION CYBER SHOP**

ationjunior.com  
The English website for Thai youth

Home 575



Thailand.

provided by  
**BRIDGE**  
SYSTEMS FOR INFORMED DECISIONS

Nation Search

Nation Classifieds

Radio FM 90.5

Weekend Magazine

Ent Net

กรุงเทพฯธุรกิจ

มันส์สุดสัปดาห์

พจนานุกรม

QUICK SEARCH

Back Issues

ation's

ib

by 2000

d luck

Thailand's independent daily news

H A P P Y

# Nation

NEW  
MILLENNIUM!!!

ONLINE EDITION

January 5,  
2000

today

BKK 24-34 C  
/ 75-93 F

BAHT/US\$ ▲

36.83 (Last

01/04/99)

S.E.T. ▲

498.46

+16.54

(Last

01/04/00)

ธนาคารกรุงเทพ  
Bangkok Bank

If you have  
mileage  
status  
with ONE



สายสัมพันธ์...  
ACC

How to start  
an Internet  
Callcentre?

CLICK here  
to make an  
appointment  
on the net

What's New

NEW! Fill out this  
questionnaire,  
and win more  
than 100 prizes

NEW! Share with  
us, your new  
millennium  
greeting and

Today's headlines:

## Thailand shock Australia

PERTH, Australia - Unseeded Thailand caused the biggest upset in the history of the Hopman Cup tennis tournament here yesterday when they beat reigning champions and favourites Australia 2-1.

## Govt scraps diesel levy for Oil Fund

## MEDIA & IT VENUE: TTID to launch real-time traffic reports online

more...



The body of Ali Nader Shahbazi Ghasem is transported to the Bangkok police forensic department after he was shot dead by police as he tried to escape on Rama III Road yesterday more

2000

**BREAKING NEWS**

Updated Monday - Friday  
(Starting 10 am)

Wed Jan 5 13:17:53 THAIST 2000

- Creditors plan to sell off Daewoo Motor by end-June more
- Japan's first electronic trading network planned more
- Don't panic, Silicon Valley says about stock plunge more
- Clinton reappoints Fed chairman Greenspan more
- Stocks slump on interest rate worries more
- Iran parliament temporarily withdraws police control bill more

In Today's Nation:



# Welcome to LoxInfo

THAILAND INTERNET SERVICE PROVIDER

about us | search | contact us | download | sitemap | sitetour



Product & Services



Pricelist



Member's Privilege



Node & Phone Numbers



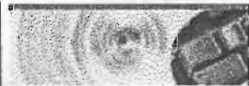
Member Support



Account Management

## Hotlink

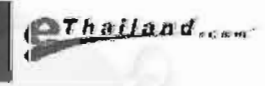
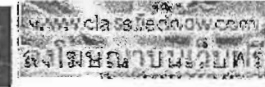
- ▶ [Check Usage Time](#)
- ▶ [Change Password](#)
- ▶ [LoxInfo WebMail](#)
- ▶ [Classified Now](#)
- ▶ [Thailand Yellow Pages](#)
- ▶ [Shopping Thailand](#)
- ▶ [LoxInfo Shop](#)
- ▶ [JorJae](#)
- ▶ [InterCast](#)
- ▶ [Mednet](#)
- ▶ [Golf.Tnet](#)
- ▶ [Job Center](#)
- ▶ [TUCOWS](#)
- ▶ [LoxInfo-Kali Cybergame](#)
- ▶ [LoxInfo F@mily NEW!](#)
- ▶ [AdSite](#)
- ▶ [E-Commerce](#)



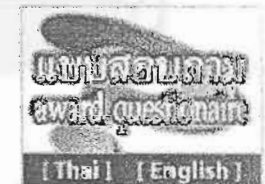
## Announcement

4 January, 2000 : (077) 214-200, New 56Kbps Dial Number at Surat Node  
 15 December, 1999 : New Up Country Node in Phranakhon Si Ayutthaya and Chumporn  
 15 December, 1999 : New Up Country Node at Kanchanaburi

[Previous Announcement](#)



The



International Roaming  
GRIC | IPASS



MailAlert Service



Internet Training



WebNet



WebKit



EDI Kit





in Spacey is in talks with Bobby Darin's  
Dodd to star in a biopic about the late  
ger. Spacey is already 40 while Darin died  
an open heart surgery at 37.

anner Advertising

music smile

JOB  
classified

lai  
Yellow Pages  
id info Free Today!



W  
siftednow.com  
พจนานุกรมศัพท์

แบบสอบถาม  
ward questionnaire  
Thai | English

Download

Microsoft  
Internet  
Explorer

player real  
G2

### ▼ A-Time Media

- [Radio No Problem](#)
- [Hot Wave](#)
- [Radio Vote Satellite](#)
- [Green Wave](#)
- [For MACINTOSH Users NEW!](#)

### ▼ Little Thailand

- [Introduction the Hall of fame](#)
- [Music Zone](#)

### ▼ JSL

- [07 Show](#)
- [Jao Jai](#)
- [Chan Krapip](#)

### ▼ Bakery Music

- [Bakery Music NEW!](#)
- [Dojo City](#)
- [Digital Song](#)

### ▼ Community

- [Thai Pager Links](#)
- [Exchange Rates Links](#)
- [Thai News Links](#)
- [Thai ISP Links](#)
- [Free Email Links](#)
- [Software Links](#)
- [Thai Students](#)
- [Thai Politics NEW!](#)

### ▼ Channel [V]

- [zog-zag NEW!](#)
- [The Ticketeer NEW!](#)
- [The Competition NEW!](#)
- [By Demand NEW!](#)

### ▼ Magazine Behind Lens

- [Hollywood Weekly](#)
- [Weekly Boxoffice](#)
- [Handbill & Poster](#)
- [Music Gallery](#)
- [Now Showing Movies](#)

### ▼ Nation Multimedia

- [Breaking News NEW!](#)
- [Nation Live](#)

—G2 not support—

- [Morning News](#)
- [The Nation's News Room](#)
- [Download radio archive](#)

### ▼ Siam Sport

- [Sport Radio Live](#)

### ▼ Luktung FM

- [Live Luktung FM 95.0](#)





Support

KSC's branches

-- Online checking --

- About Us
- Products & Services
- Supports
- Online Services
- Modem numbers
- Value Added Services
- Payment/Renewal Outlets



You are visitor number

3 4 7 8 5 7 5

Current News:

- New!** Modem Number 982-2000
- Today 42.5 Mbps Hi Speed International Link

# 4 Special Promotions:

ปัจจุบัน อินเทอร์เน็ต เคเบิล มีผลิตภัณฑ์ Internet Package อยู่ทั้งหมด 4 ชนิด ซึ่งเน้นความง่ายต่อการใช้งาน และเหมาะสมกับผู้ใช้ในทุกๆ กลุ่ม เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้ ให้สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ Internet Package ได้โดยง่าย โดยผลิตภัณฑ์ Internet Package ทั้ง 3

- KSC Web Surfer
- KSC Web Surfer (Refill)
- KSC Instant Internet



## Special Promoti

โครงการประหยัดค่าคอมมิวนิตี้อินเทอร์เน็ต

FREE E-Mail at Thailan

Novell BorderManager



KSC NET BEL

PAY-PER-USE

KSC Internet ROAMING

KSC Networks CHECKI

Internet

Employment Opportun

MCOT

แบบสอบถาม award questionnaire

## แบบสอบถามพฤติกรรมการและทัศนคติของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาวารสารสนเทศคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จุดประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย : ไทยรัฐ, เดลินิวส์, กรุงเทพธุรกิจ, ผู้จัดการ, ฐานเศรษฐกิจ, Bangkok Post และ The Nation

คำตอบของแบบสอบถามของท่านจะเป็นความลับ และจะใช้เพื่อประโยชน์ทางการวิจัยเพื่อการศึกษาครั้งนี้เท่านั้น ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านในการกรอกแบบสอบถามนี้

- เพศ: ( ) ชาย ( ) หญิง
- สัญชาติ ..... ประเทศที่อาศัยอยู่ปัจจุบัน.....
- อายุ: ( ) ต่ำกว่า 18 ปี ( ) 18-25 ปี ( ) 26-35 ปี ( ) 36-45 ปี ( ) มากกว่า 45 ปี
- ระดับการศึกษา: ( ) มัธยมศึกษา ( ) มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ( ) อาชีวศึกษา  
( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท ( ) ปริญญาเอก ( ) อื่น ๆ ระบุ.....
- อาชีพ: ( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) ข้าราชการ ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) ประกอบธุรกิจส่วนตัว ( ) อื่น ๆ ระบุ.....
- ท่านจ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองหรือไม่: ( ) จ่ายเอง ( ) ไม่ได้จ่ายเอง
- โดยปรกติท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตจากที่ใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1)  
( ) บ้าน ( ) ที่ทำงาน ( ) โรงเรียน ( ) อินเทอร์เน็ตคาเฟ่
- ปรกติท่านเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทใดบ้าง โปรดเรียงลำดับตามความสำคัญโดยตัวเลข 1 หมายถึง สำคัญที่สุด  
( ) หนังสือพิมพ์ ( ) นิตยสารข่าว ( ) หนังสือพิมพ์ออนไลน์  
( ) โทรทัศน์ ( ) วิทยุ ( ) เบบ์ลทีวี
- ปัจจัยต่อไปนี้มีส่วนทำให้ท่านเลือกเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยอย่างไรบ้าง

ระดับ

ปัจจัยที่ทำให้เลือกเปิดรับ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. สะดวกในการเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจ					
2. สามารถอ่านข่าวเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกหนทุกแห่ง					
3. สามารถติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกเวลา					
4. มีข้อมูลสดใหม่ (Breaking news) เสมอใน 1 วัน					
5. สะดวกในการสืบค้นข้อมูลจาก Search Engine					



ปัจจัยที่ทำให้เลือกเปิดรับ (ต่อ)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังจาก News Archive					
7. มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ					
8. ได้รับความเพลิดเพลินจากกราฟฟิคและสีสัน					
9. ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์					
10. ให้ความรู้สึกว่าเป็นคนทันสมัย					
11. สามารถอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้โดยไม่ต้องหาซื้อ หนังสือพิมพ์					
12. สามารถโต้ตอบกับกองบรรณาธิการหรือผู้อ่านได้โดยผ่าน Chat, e-mail หรือ web board					
13. อื่น ๆ ระบุ					

10. โดยปรกติท่านอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย: .... ไทยรัฐ .... เดลินิวส์ .... ผู้จัดการ .... กรุงเทพธุรกิจ  
 ... ฐานเศรษฐกิจ .... Bangkok Post .... The Nation  
 ( ) หนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างประเทศ: โปรดระบุ .....

11. ท่านชื่นชมเว็บไซต์ใดของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมากที่สุด

- ( ) ไทยรัฐ ( ) เดลินิวส์ ( ) ผู้จัดการ ( ) กรุงเทพธุรกิจ  
 ( ) ฐานเศรษฐกิจ ( ) Bangkok Post ( ) The Nation

12. สาเหตุต่อไปนี้นำผลต่อความชอบของท่านต่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยอย่างไรบ้าง

ระดับ

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีข้อมูลใหม่ (Breaking news) เสมอใน 1 วัน					
2. มีความถูกต้องของข้อมูลมากกว่าฉบับอื่น					
3. มีความหลากหลายของข้อมูลมากกว่าฉบับอื่น					
4. นำเสนอข้อมูลได้สั้นกระชับ					
5. ใช้รูปภาพหรือกราฟฟิคที่สวยงาม					
6. มีการนำเสนอข่าวในรูปแบบเสียง หรือ วีดีโอ					
7. มีบริการการสืบค้นข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ					
8. สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้ง่าย					
9. เป็นแฟนประจำของหนังสือพิมพ์					

ปัจจัย (ต่อ)	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
10. มีความหลากหลายของลิงค์ไปสู่แหล่งข้อมูลต่าง ๆ					
11. มีสรุปข่าวประจำวันจากหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ					
12. สามารถเข้าถึงข้อมูลจากเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ (download speed) ได้รวดเร็วกว่าฉบับอื่น					
13. มีการอำนวยความสะดวกในการอ่านข้อมูลต่าง ๆ (Ease of Navigation) มากกว่าฉบับอื่น ๆ เช่น มีการวาง ตำแหน่งลิงค์ในการอ่านข่าวต่อ หรือย้อนกลับมา หน้าแรกที่สังเกตเห็นได้ชัด					
14. อื่น ๆ ระบุ					

13. ท่านอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยบ่อยเพียงใด

- ( ) มากกว่า 1 ครั้งต่อวัน      ( ) 1 ครั้งต่อวัน      ( ) 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์  
 ( ) 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์      ( ) สัปดาห์ละครั้ง      ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

14. โดยปกติท่านอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยช่วงใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 8.00-12.00 น.      ( ) 12.01 -16.00 น.      ( ) 16.01- 20.00 น.  
 ( ) 20.01- 24.00 น.      ( ) 24.01-4.00 น.      ( ) 4.01- 8.00 น.

15. โดยปกติท่านใช้เวลาประมาณเท่าใดในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย

- ( ) น้อยกว่า 10 นาที      ( ) 10- 20 นาที      ( ) 21-30 นาที  
 ( ) 31 นาที - 40 นาที      ( ) มากกว่า 40 นาที ระบุ.....นาที

16. โดยปกติท่านอ่านอะไรบ้างจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) พาดหัวข่าว      ( ) บทบรรณาธิการ      ( ) อัตราแลกเปลี่ยน  
 ( ) ข่าว      ( ) จดหมายจากผู้อ่าน      ( ) โฆษณา (Ads/Classified)  
 ( ) ข่าวด่วน (Breaking news)      ( ) การ์ตูน      ( ) สรุปข่าวจากหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ  
 ( ) รูปภาพและคำบรรยาย      ( ) บันเทิง เช่น วิจารณ์ภาพยนตร์ เพลง, นิยาย      ( ) หนังสือพิมพ์ในเครือ เช่น Nation Junior, Thailand Tatler  
 ( ) บทความ/สารคดี      ( ) ตูตวง      ( ) บริการอื่น ๆ เช่น การศึกษา, เว็บไซต์, ดัชนีราคาหุ้น ฯลฯ  
 ( ) คอลัมน์/สื่อบุ      ( ) พยากรณ์อากาศ

17. ท่านอ่านข่าวประเภทใดเป็นประจำบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) ข่าวหน้า 1/ข่าวปก ( ) ข่าวต่างประเทศ ( ) ข่าวรถยนต์  
 ( ) ข่าวการเมือง ( ) ข่าวกีฬา ( ) ข่าวสังคม  
 ( ) ข่าวเศรษฐกิจ-การเงิน ( ) ข่าวเทคโนโลยี- ( ) ข่าวบันเทิง  
 คอมพิวเตอร์  
 ( ) การตลาด ( ) ข่าวสังหาริมทรัพย์ ( ) ข่าวสิ่งแวดล้อม-การศึกษา  
 ( ) ข่าวภูมิภาค-ในประเทศ ( ) อุตสาหกรรม-คมนาคม ( ) ข่าวท่องเที่ยว

18. ท่านเห็นว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยควรมีลักษณะใด กรุณาให้เหตุผลประกอบ

- ( ) เปลี่ยนข้อมูลของหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) ทั้งฉบับมาเป็นดิจิทัลและนำเสนอในลักษณะ On-line Edition (ถ้าตอบข้อนี้ให้ข้ามข้อ 19)  
 เพราะ.....  
 ( ) มีรูปแบบเฉพาะสำหรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (On-line Edition) (ถ้าตอบข้อนี้ให้ตอบข้อ 19)  
 เพราะ.....  
 ( ) อื่น ๆ ระบุ.....

19 ท่านเห็นว่ารูปแบบเฉพาะของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยควรมีลักษณะใดในต่อไปนี้

ระดับ

รูปแบบ	เห็นด้วยที่สุด	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยที่สุด
1 เนื้อหาข่าวสั้นกระชับใน 2 หน้าจอ					
2 มีลักษณะเป็นสื่อผสม คือ มีทั้งเสียง ภาพ เคลื่อนไหว ประกอบ					
3 ใช้ภาษาสุภาพไม่ห้วนหยา					
4 เสนอข่าวด่วน (Breaking news) ก่อนหนังสือพิมพ์ (Printed Edition) จะตีพิมพ์					
5 นำเสนอข้อมูลที่สุดใหม่ (Breaking news) ตลอดวัน					
6 นำเสนอลิงค์ข่าวหรือบทความที่เกี่ยวข้อง					
6. มีพื้นที่ให้ผู้อ่านแสดงความคิดเห็นผ่าน chat, poll หรือ web board					
8. มีเนื้อหาที่นำเสนอเฉพาะหนังสือพิมพ์ออนไลน์					
9. อื่น ๆ ระบุ					

20. ท่านมีความพึงพอใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยในแง่มุมต่าง ๆ นี้อย่างไร  
ระดับความพึงพอใจ

I การนำเสนอเนื้อหา	พอใจ อย่างยิ่ง	พอใจ	ปานกลาง	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างยิ่ง
1. ความสดใหม่ของข่าวในแต่ละวัน					
2. ความละเอียดของข่าว					
3. ความถูกต้องของข้อมูล					
4. ความรวดเร็วในการได้มาซึ่งเนื้อหาที่ต้องการ					
5. ความหลากหลายของข้อมูลในเว็บไซต์					
6. อื่นๆ ระบุ					

ระดับความพึงพอใจ

II รูปแบบการนำเสนอเว็บไซต์	พอใจ อย่างยิ่ง	พอใจ	ปานกลาง	ไม่พอใจ	ไม่พอใจ อย่างยิ่ง
1. ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว					
2. การใช้งานง่าย (Ease of Navigation) เช่น การ อำนวยความสะดวกในการอ่านข่าวต่อหรือย้อน กลับหน้าจอหลัก					
3. ความสวยงามของกราฟิกหรือภาพที่ใช้					
4. ความสมดุลง่ายของสีที่ใช้					
5. ความสวยงามของการจัดหน้า					
6. ความเพียงพอของปริมาณข้อมูลที่จัดให้ในหน้า จอแรก					
7. การเปิดกว้างให้ผู้อ่านร่วมแสดงความคิดเห็นผ่าน โพลล์, Chat, web board หรือการเขียนคำไว้อาลัยบุคคลสำคัญ					
8. ความหลากหลายของลิงค์แหล่งข้อมูลต่าง ๆ					
9. เวลาในการใส่ข้อมูลใหม่ (Update news) ในแต่ละวัน					
10. อื่นๆ ระบุ					

าลงกรณ์มหาวิทยาลัย

21. ปัญหาใดบ้างที่ท่านพบจากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย โปรดเรียงลำดับตามความสำคัญโดยใช้ ตัวเลข 1-5 โดยตัวเลข 1 หมายถึงสำคัญที่สุด

- |   |  |
|---|--|
| ( ) ความล่าช้าของการใส่ข้อมูลใหม่                               | ( ) ข้อมูลมีน้อยเกินไป                 |
| ( ) ไม่สามารถอ่านฟอนท์ภาษาไทย                                   | ( ) ความยุ่งยากในการอ่านข้อมูล         |
| ( ) ไม่สามารถสืบค้นเนื้อหาที่ต้องการได้                         | ( ) เกิดความเมื่อยล้าและปวดตา          |
| ( ) มีเวลาจำกัดในการอ่านข้อมูล                                  | ( ) ขาดทักษะพื้นฐานในการใช้คอมพิวเตอร์ |
| ( ) เกิดความไม่มั่นใจในข้อมูลที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย |  |
| ( ) อื่น ๆ ระบุ .....   |  |

22. ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....



ขอขอบคุณในความร่วมมือ

กาญจนา กาญจนทวี

karnja@loxinfo.co.th

1144-724161

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## A questionnaire on attitudes and behaviours of Thai on-line newspaper readers

**Acknowledgement:** The questionnaire is part of a thesis of a master degree student of Communication Arts, Chulalongkorn University. The aims of the research are to find out motivations, behaviours and satisfactions of readers of Thai on-line newspapers: *Bangkok Post, The Nation, Bangkok Biznews, Thairath, Dailynews, Manager and Thansetthakij*

Your answer will be kept confidential, and will be used only for this research. Thank you for your kind co-operation.

1. **Sex:** ( ) Male ( ) Female
2. **Country of Residence:**...../ **Nationality:**.....
3. **Age:** ( ) below 18 years old ( ) 18-25 years old ( ) 26-35 years old  
( ) 36-45 years old ( ) above 45 years old
4. **Educational level:** ( ) secondary school ( ) high-school  
( ) vocational/technical school ( ) bachelor's degree ( ) master's degree  
( ) doctorate degree ( ) others:.....
5. **Occupation:** ( ) students ( ) government officer ( ) state run officer  
( ) staff of a private company ( ) business owner ( ) others.....
6. **Do you pay for your own Internet access? :** ( ) Yes ( ) No
7. **Where do you often access the Internet?**  
( ) home ( ) office ( ) school ( ) Internet cafe/kiosk
8. **What media do you always use for getting news?** Number the below choices in order of frequency.  
( ) newspaper ( ) news magazine ( ) on-line newspaper  
( ) TV ( ) radio ( ) cable TV
9. **Below are features of online newspapers. Which of these are most appealing to you?**

Scale

Factors to access on-line newspaper(s)	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree
1. It is convenient to read.					
2. I can read news about Thailand anywhere.					
3. I can read news about Thailand anytime.					
4. Breaking news are always updated all day.					
5. It is convenient to search for information through the newspaper's search engine.					
6. I can read yesterday's newspaper from the News Archive.					
7. I always access the Internet.					
8. I like colourful graphics.					
9. I like to spend time in the useful way.					

Factors to access on-line newspaper(s) (Continued)	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree
10. Accessing on-line newspaper makes me feel fashionable.					
11. I do not have to buy newspapers.					
12. It is convenient to give feedback to the editorial team or other readers via chat, e-mail or web board					
13. Other:					

**10. Which on-line newspapers do you always access? (can choose more than one)**

Thai on-line newspapers:

.....Thairath      .....Dailynews      .....Manager      .....Bangkok Biznews  
 .....Thansethakij      .....Bangkok Post      .....The Nation

International on-line newspapers:.....

**11. Which is your favourite Thai on-line newspaper?**

Thairath       Dailynews       Manager       Bangkok Biznews  
 Thansethakij       Bangkok Post       The Nation

**12. Please rank the below factors which affected the selection of your favourite on-line newspaper.**

Factors	Scale				
	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly disagree
1. Breaking news are always updated					
2. Containing the most accurate report					
3. Having varieties of information much more than others					
4. Presenting news in short/summary					
5. Having beautiful graphics or photos					
6. Providing voice data or video clips					
7. Having an efficient search engine					
8. Offering a simple way to read history or yesterday's news					
9. Being a loyal reader/fan of the newspaper (printed edition)					
10. Offering various links to other sources of information					
11. Providing a daily news summary of other newspapers					
12. Spending less time to access to the newspaper's web site					

<b>Factors (Continued)</b>	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly disagree
13. Providing easier way of navigation such as noticeable backward or forward icons					
14. Others:					

**13. How often do you read Thai on-line newspapers?**

- more than once a day       once a day       4-6 times a week  
 2-3 times a week       once a week       others:.....

**14. What time do you often read Thai on-line newspapers?**

- 8.00 a.m. to noon       12.01 p.m.-4.00 p.m.       4.01 p.m.-8.00 p.m.  
 8.01 p.m. to midnight       12.01 a.m. - 4.00 a.m.       4.01 a.m.- 8.00 p.m.

**15. How long do you always spend on reading Thai on-line newspapers?**

- less than 10 minutes       10-20 minutes       21-30 minutes  
 31-40 minutes       more than 40 minutes: .....minutes

**16. What do you always read from the web sites of Thai on-line newspapers? (can chose more than one)**

- headlines       editorial article       currency  
 news       letter to editor       ads/classified  
 breaking news       cartoon       summarised news from other publications  
 photo & caption       entertainment such as movies, music       Others special or in-house publications such as Nation Junior, Thailand Tatler, etc  
 features       horoscope       services such as education, web board, SET Index, etc  
 columns/opinion       weather

**17. What news do you always read? (Can choose more than one)**

- front page news       regional-international news       motoring/automobile news  
 politic       sports       social news  
 financial-investment       technology-computer       entertainment news  
 business       property       environment-education  
 local or general news       industrial-transportation       tourism



**18. Which news format should Thai on-line newspapers present? Please give reasons.**

- ( ) Making an online copy of printed edition (*if you chose this one, skip number 19*) because.....
- ( ) Having unique format for the on-line edition (*if you chose this one, answer number 19*) because.....
- ( ) Others:.....

**19. Online newspapers should have the following format:**

Format	scale				
	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly disagree
1 The length of news should not be over than 2 display screens.					
2 The news should contain multimedia features such as voice, sound script or moving pictures.					
3 The language should be polite.					
4 Breaking news should be presented before the launch of the printed edition.					
5 Breaking news should be updated all day.					
6 Links to related stories should be provided.					
7. There should be a space for readers to give real time feedback such as poll, chat or web board.					
8. Content should be build specific for the on-line edition.					
9. Others:					

**20. How much satisfaction do you get from reading Thai on-line newspapers? Please rate your satisfaction with:**

I. Content providing	scale				
	Extremely satisfied	Somewhat satisfied	Neutral	Somewhat dissatisfied	Extremely dissatisfied
1. Freshness of news					
2. Details of news					
3. News accuracy					
4. Speed of getting information I need					
5. Variety of information					
6. Others:					

scale

II. Web site format	Extremely satisfied	Somewhat satisfied	Neutral	Somewhat dissatisfied	Extremely dissatisfied
1. It is easy to determine news categories.					
2. Ease of navigation					
3. Beautiful graphics or pictures					
4. The balance of colours					
5. Beauty of page lay-out					
6. Quantity of information in the home page					
7. Convenient to give feedback via chat or poll					
8. The variety of links to other information sources					
9. The time of updating daily news					
10. Others:					

22. What problems do you always encounter while reading Thai-online newspaper?  
Number the below choices in order of importance from 1-5 which 1 means the most importance.

- ( ) Slow in updating news
- ( ) Not enough information
- ( ) Can not read Thai alphabets
- ( ) Reading online news is too complicated.
- ( ) Can not find requested information
- ( ) Eyes are too tired to read from the screen
- ( ) Have limited time to read
- ( ) Do not have basic computer skills
- ( ) No confidence in information of on-line edition
- ( ) Others:.....

22. Suggestion: .....

.....

.....

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thank you for your kind co-operation.  
Karnjana Karnjanatawe  
karnja@loxinfo.co.th  
1144-724161

## ประวัติผู้เขียน



นางสาวกาญจนา กาญจนทวี เกิดวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2516 ณ โรงพยาบาลกรุงเทพคริสเตียน กรุงเทพฯ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวารสารศาสตรบัณฑิต ภาควิชาหนังสือพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2537 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อพ.ศ. 2540 ปัจจุบันเป็นผู้สื่อข่าวสายไอที (Information Technology) ในแผนก Database ของหนังสือพิมพ์ Bangkok Post รับผิดชอบในงานข่าวและคอลัมน์แนะนำเว็บไซต์

นอกจากนี้ยังเป็นคอลัมนิสต์ให้กับนิตยสารคอมพิวเตอร์และเคยทำงานในตำแหน่งเลขาของชมรมผู้สื่อข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ งานอดิเรกที่ภาคภูมิใจคือเป็นอาสาสมัครโครงการเน็ตเดย์ของชมรมฯ ซึ่งเป็นโครงการติดตั้งอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ให้กับเด็ก ๆ มัธยมทั่วประเทศฟรี เพื่อเปิดโอกาสให้เด็กไทยได้เรียนรู้เทคโนโลยีและเพื่อเพิ่มพูนความสามารถของตนเองมากขึ้น

กิจกรรมที่ชื่นชอบคือการถ่ายภาพ ท่องเที่ยว ว่ายน้ำ อ่านหนังสือ ดูภาพยนตร์ และที่ขาดไม่ได้คือเล่นอินเทอร์เน็ต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย