

**พฤติกรรมกาเปิดรับ แรงจูงใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์  
จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของกลุ่มผู้อ่าน  
ในเขตกรุงเทพมหานคร<sup>1</sup>**

**Exposure Behaviors, Motivations, Uses and Gratifications of the Readers  
in Bangkok towards Thai Online Newspapers**

**ชฎาภรณ์ สวนแสน<sup>2</sup>**

Chadaporn Suansaen

**อรนุช เลิศจรชารักษ์<sup>3</sup>**

Oranuch Lerdchanyarak

---

<sup>1</sup> บทความจากวิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2556

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาสื่อมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
E-mail: chadaporn.suan@gmail.com

<sup>3</sup> รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาวิทยุและโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
E-mail: oranuj14@gmail.com

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เปรียบเทียบ และหาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับแรงจูงใจในการอ่าน ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นและแบบโควตาตามเขตการปกครอง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า 1) ลักษณะทางประชากรของผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานในบริษัทเอกชน และมีรายได้ระหว่าง 10,001- 20,000 บาท 2) พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ มีระยะเวลาเปิดรับน้อยกว่า 1 ปี ใช้เวลาอ่านน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน เข้าอ่านเว็บไซต์ จำนวน 5 ครั้งต่อวัน โดยใช้โน้ตบุ๊กในการเข้าถึง เปิดรับข่าวประเภทข่าวบันเทิง ท่องเที่ยว กีฬา และเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด 3) แรงจูงใจในการเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ ความสะดวกสบายและง่ายต่อการเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา 4) ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้ 5) การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ เพื่อประมวลข่าวจากหนังสือพิมพ์หลายฉบับได้อย่างรวดเร็ว 6) ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ผู้อ่านที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยแตกต่างกัน ยกเว้นผู้อ่านที่มีอายุแตกต่างกัน ส่วนผู้อ่านที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการอ่านและความพึงพอใจต่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยไม่แตกต่างกัน และ 7) ผลการวิจัยความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า แรงจูงใจในการอ่านและการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย

## Abstract

This research paper aimed to study, to compare, and to find the relation of the demographic of the Internet users in Bangkok and their exposure behaviors, motivations, uses and gratifications towards Thai online newspapers. The samples were 400 readers of Thai newspaper websites in Bangkok using stratified random sampling and quota sampling divided by administrative area. The research was conducted through a questionnaire. The results of the research were summarized 1) the most of Thai newspaper websites readers were female, aged 18-30 years, with a Bachelor degree, working in private companies, and had salary between Baht 10,001 to 20,000. 2) The majority of their exposure to Thai newspaper websites were less than one year, read less than one hour per day, browsed the websites five times a day by using notebooks, accessed to entertainment, sports and travel news, and the Thairath newspaper website. 3) Their most motivation to read Thai newspaper website was to demand for a comfortable, easy to access data from anywhere at any time. 4) Their most satisfaction in reading online newspapers was the ability to access and traced back any news. 5) Their most usage of information on Thai newspaper websites was to process the news from many sources of newspapers quickly. 6) From the results of the hypothesis, it was found that readers with demographic characteristics such as gender, education, occupation, income differences

who had exposure and use of information on Thai newspapers websites were different but only the age was the same. For those readers who have different demographic characteristics would have no different motivation in reading online newspapers: likewise, they would be satisfied with the form of media in the same way. 7) In addition to this, the motivation to read Thai online newspapers was correlated positively with satisfaction in the form of media on Thai newspaper websites, so was the use of the information on them.

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการเปิดรับ แรงจูงใจ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย

**Keyword:** Exposure behaviors, Motivation, Gratification, Use, Thai newspapers websites

## บทนำ

เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีส่วนสำคัญต่อชีวิตประจำวันของผู้คนในยุคปัจจุบัน ในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้าน การศึกษา การแพทย์ ธุรกิจ ความบันเทิง และอื่น ๆ รวมทั้งมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้คน ทั้งนี้เป็นเพราะสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถรับส่งข้อมูลต่าง ๆ ได้หลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็นข้อความ รูปภาพ กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และเสียง จนอาจทำหน้าที่แทนสื่อมวลชนที่มีอยู่เดิม ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ประกอบกับผู้คนในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความรวดเร็ว สะดวกสบาย และทันต่อเหตุการณ์ในการแสวงหาข้อมูลที่ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตอำนวยความสะดวกให้เพียงแต่ใช้ปลายนิ้วสัมผัส การรับข้อมูลข่าวสารด้วยสื่ออินเทอร์เน็ตนี้ ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องปรับตัวเองให้เข้ากับพฤติกรรมของคนยุคใหม่ โดยเสนอเนื้อหาในรูปแบบหนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มนิยมใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น กล่าวได้ว่าเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นแรงผลักดันให้เกิดการปฏิวัติรูปแบบการข่าวและธุรกิจหนังสือพิมพ์ให้เพิ่มช่องทางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการหรือความนิยมของผู้อ่าน (มาลี บุญศิริพันธ์. 2537: 258; สันทัต ทองรินทร์. 2543: 66)

เว็บไซต์หนังสือพิมพ์นั้นนำเสนอข่าวสารโดยยึดหลักการเสนอตามวัตถุประสงค์เดิมของหนังสือพิมพ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ แต่รูปแบบของการนำเสนอจะแตกต่างสื่อสิ่งพิมพ์ คือ มีคุณลักษณะเป็นสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน สามารถโต้ตอบและแสดงความคิดเห็นระหว่างผู้อ่านกับบรรณาธิการ (Dillon: Mcknight: & Richardson. 1988: 457-464) หรือ ผู้ดูแลระบบเว็บไซต์ (Webmaster) ของหนังสือพิมพ์ ซึ่งเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารให้กับผู้อ่านในการรับข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับข่าวสาร ประกอบกับความสามารถนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบสื่อประสม ซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลาย ไร้ความสนใจ และเพิ่มอรรถรสในการอ่านมากขึ้น เว็บไซต์หนังสือพิมพ์อำนวยความสะดวกในการเข้าถึง โดยสามารถเชื่อมโยงไปหาข้อหรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่ต้องการ ผู้อ่านสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้จากหนังสือพิมพ์หลายฉบับภายในวันเดียว ที่สำคัญ คือ ได้รับข้อมูลทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ เพราะเว็บไซต์สามารถอัปเดตข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และเปิดรับข่าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าได้รับข้อมูลที่ใหม่และสดตลอดเวลา (Mueller: & Kameron. 1994: 2-13) ซึ่งหนังสือพิมพ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ไม่สามารถกระทำเช่นนี้ได้ นอกจากนี้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์สามารถเผยแพร่ได้อย่างกว้างขวางทำให้เพิ่มกลุ่มเป้าหมาย ขยายฐานผู้อ่านที่อยู่ห่างไกล โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มด้านการพิมพ์และการขนส่ง แต่เว็บไซต์ก็มีข้อจำกัดในการใช้งาน ได้แก่ ความพร้อมของผู้อ่านที่ต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์สื่อสารที่สามารถต่อเชื่อมกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ และการขัดข้องของระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ไม่สามารถเปิดรับข่าวสารได้

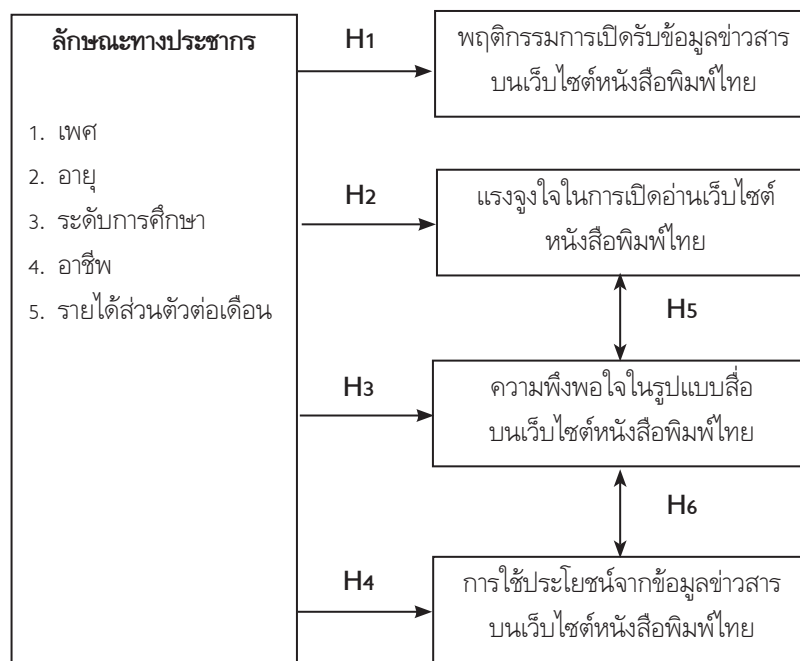
เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้อ่านที่มีการดำเนินชีวิตแบบเร่งรีบ ไม่สะดวกในการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ ที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่และหลายฉบับ และข้อจำกัดของค่าใช้จ่ายในการซื้อหนังสือพิมพ์ที่ปรับราคาสูงขึ้น จึงส่งผลให้ผู้อ่านเลือกใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นำเสนอบนอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันบนมือถือ ในประเทศไทยวงการหนังสือพิมพ์ เริ่มมีการปรับตัวนำสื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้ใน พ.ศ. 2537 โดยเริ่มจากหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ตามด้วยหนังสือพิมพ์ในเครือหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ และสำนักพิมพ์เนชั่นกรุ๊ป ต่อมาหนังสือพิมพ์รายอื่นอีกหลายฉบับได้พัฒนาเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากการจัดอันดับเว็บไซต์ที่มีผู้ชมมากที่สุดในรอบปี 2556 ของเว็บไซต์ทรูฮิต ซึ่งเป็นหน่วยงานให้ตรวจสอบและนำเสนอสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ พบว่า เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ออนไลน์ติดอยู่ใน 20 อันดับแรกของเว็บไซต์ที่มีผู้เยี่ยมชมมากที่สุด ซึ่งได้แก่ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ (อันดับ 6) เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (อันดับ 7) และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น (อันดับ 20) (บริษัทศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด. 2014: Online) นอกจากนี้งานวิจัยของนาพร ชวนะศิลป์ (2552: 27) พบว่า ผู้อ่านให้ความสนใจกับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย เพราะความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารที่สามารถติดตามได้อย่างต่อเนื่อง หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีความน่าสนใจในรูปแบบ สีสัน รูปภาพ และกราฟิก ข่าวมีความโดดเด่น สดใหม่และทันต่อเหตุการณ์

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและเห็นความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับแรงจูงใจ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีแนวโน้มว่าจะมีมากขึ้น โดยเลือกศึกษาประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะอยู่ในพื้นที่ที่มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภคอินเทอร์เน็ต จึงคุ้นเคยกับเทคโนโลยีใหม่และยอมรับนวัตกรรมด้านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้อย่างเร็ว ผลการวิจัยนี้สามารถทราบและคาดการณ์พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ของประชาชนไทยในอนาคต และจะเป็นแนวทางต่อผู้ผลิตเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ในรูปการนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องสื่อผสม การใช้คลิปวิดีโอในการเสนอข่าว เพื่อให้เข้าถึงผู้อ่านมากขึ้น รวมทั้งใช้ในการวางแผนพัฒนาการดำเนินงานในการปรับปรุงเว็บไซต์ของสำนักข่าวต่าง ๆ ในอนาคต

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยในกรุงเทพมหานคร กับตัวแปรด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร แรงจูงใจในการเปิดอ่าน ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการเปิดอ่านกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร
8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในรูปแบบสื่อกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร

## กรอบแนวคิดการวิจัย



## สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้อ่านที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยที่แตกต่างกัน
2. ผู้อ่านที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยที่แตกต่างกัน
3. ผู้อ่านที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยที่แตกต่างกัน
4. ผู้อ่านที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยที่แตกต่างกัน
5. ผู้อ่านที่มีแรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย
6. ผู้อ่านที่มีความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,225,166 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555: ออนไลน์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จากการคำนวณสูตรของยามานะ (1973: 727-728) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น

(Stratified random sampling) และแบบโควตา (Quota sampling) ตามเขตการปกครองได้ 10 เขต ๆ ละ 40 คน คือ เขตบางกะปิ เขตบางนา เขตบางพลัด เขตปทุมวัน เขตราชเทวี เขตลาดกระบัง เขตลาดพร้าว เขตสาทร เขตหลักสี่ และเขตห้วยขวาง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายปิด

ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert scale)

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต

ตอนที่ 5 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 คน พิจารณาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) นำแบบสอบถามมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$ ) ของแบบสอบถามแต่ละตอน คือ ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย เท่ากับ 0.776 ตอนที่ 4 ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย เท่ากับ 0.904 และตอนที่ 5 การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย เท่ากับ 0.783 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้จริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยแจกแบบสอบถามแก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน 10 เขตของกรุงเทพมหานคร คัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจากการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง คือ เลือกเฉพาะผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์เท่านั้น แบบสอบถามที่แจกไป จำนวน 425 ฉบับ ได้รับกลับคืนมาจำนวน 425 ฉบับ (ร้อยละ 100) และนำมาคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูปเพื่อจัดกระทำตามข้อมูล ดังนี้

4.1 ใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ใช้ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับ แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย

4.3 ใช้ค่าสถิติไคสแควร์ ในการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย กับตัวแปรลักษณะประชากร ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

4.3 ใช้ค่าสถิติ t-test ในการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ตามตัวแปรลักษณะประชากรด้านเพศ

4.5 ใช้ค่าสถิติ F-test ในการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ตามตัวแปรลักษณะประชากรด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference)

4.6 ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson coefficient of correlation) หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเปิดอ่านข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย และความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในรูปแบบสื่อกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย

### สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.5) มีอายุ 18-30 ปี (ร้อยละ 71.0) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.8) มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 32.5) และมีรายได้ส่วนต่อเดือน ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 47.0)
2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีระยะเวลาเปิดรับน้อยกว่า 1 ปี (ร้อยละ 30.3) ใช้เวลาอ่านน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน (ร้อยละ 57.5) เข้าอ่านเว็บไซต์ จำนวน 5 ครั้งต่อวัน (ร้อยละ 73.2) โดยใช้โน้ตบุ๊กในการเข้าถึง อ่านข่าวความบันเทิง/ท่องเที่ยว/กีฬา (ร้อยละ 15.1) และเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด (ร้อยละ 23.0)
3. แรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.03$ ) แรงจูงใจอันดับสูงสุด คือ ต้องการมีความสะดวกสบาย ง่ายต่อการเข้าถึงได้ทุกที่ตลอดเวลา รองลงมา คือ สามารถสืบค้นข้อมูลได้
4. ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.81$ ) ความพึงพอใจอันดับสูงสุด คือ สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้ รองลงมา คือ สามารถส่งข่าวที่น่าสนใจให้กับเพื่อน ๆ ทางอีเมลและเฟซบุ๊กได้
5. การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.82$ ) การใช้ประโยชน์ในอันดับสูงสุด คือ การประมวลข่าวสารได้หลากหลายเว็บไซต์ในเวลาที่รวดเร็ว รองลงมา คือ การนำไปเป็นข้อมูลในการศึกษา
6. การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยในกรุงเทพมหานคร กับตัวแปรด้านพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร แรงจูงใจในการเปิดอ่าน ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร พบผลการวิจัย ดังนี้
  - 6.1 ผู้อ่านที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นผู้อ่านที่มีอายุแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 4
  - 6.2 ผู้อ่านที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนต่อเดือนแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการอ่านและความพึงพอใจต่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 และข้อที่ 3
7. ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการเปิดอ่านกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5
8. ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในรูปแบบสื่อกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรของผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้อ่านส่วนใหญ่มีอายุ 18-30 ปี ทั้งนี้เนื่องจากช่วงอายุ 18-30 ปี จัดว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนกลางและวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งเป็นนักศึกษาและคนทำงานย่อมเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ มีความเข้าใจ คุ่นเคย และเข้าถึงกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างง่ายดายดีกว่าวัยอื่น ๆ และเป็นกลุ่มที่ต้องหาความรู้ ข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการเรียนและการทำงาน

2. พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีระยะเวลาเปิดรับน้อยกว่า 1 ปี โดยใช้ในตบึกในการเข้าถึง ทั้งนี้เป็นเพราะระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา ระบบอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยได้รับการพัฒนามากยิ่งขึ้นทำให้คนหันมาสนใจและใช้ระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ในตบึกมีราคาที่ถูกลง บางรุ่นบางยี่ห้อที่มีราคาถูกกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ ประกอบกับมีน้ำหนักเบาสะดวกต่อการพกพา ทำให้ผู้นิยมใช้งานในตบึกมากขึ้น

3. แรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยอยู่ในระดับมาก เพราะต้องการมีความสะดวกสบาย ง่ายต่อการเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา และสามารถสืบค้นข้อมูลได้ ทั้งนี้เนื่องจากการที่มนุษย์สามารถแสดงพฤติกรรมออกมาได้อย่างหลากหลายนั้นล้วนแล้วแต่มีที่มา และได้รับการกระตุ้นจากแรงจูงใจทั้งสิ้น แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากความต้องการ แรงขับ กระบวนการภายในอินทรีย์ที่ประสานการทำงาน หรือสิ่งเร้าภายนอกมากระตุ้นทำให้มนุษย์ดิ้นรนเพื่อตอบสนองความต้องการ (มธุรส สว่างบำรุง. 2542: 218) สอดคล้องกับงานวิจัยของนาพร ชวนะศิลป์ (2552) และงานวิจัยของฮอลเลนบาฟ (Hollenbaugh. 2014) พบว่า แรงจูงใจมีผลต่อการเปิดเผยตัวเองต่อสังคมออนไลน์ เข้าถึงและใช้งานง่าย สะดวกสบาย และยังเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสาร ของแมคลูฮานและฟิโอเร (McLuhan; & Fiore. 1967: 122) ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับมิติของเวลาและสถานที่กับประสบการณ์การใช้สื่อของมนุษย์เรา เช่น เริ่มตั้งแต่จดหมายที่ทำให้เราสามารถจะพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลในรูปแบบสื่ออักษร จนกระทั่งมาเป็นรูปแบบของโทรศัพท์ที่ทำให้เราพูดคุยกันได้ด้วยเสียงโทรศัพท์คนให้มองเห็นได้ยืน เป็นต้น โดยเฉพาะความสามารถของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ช่วยขยับขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้สามารถรู้เรื่องราวที่หนึ่กได้ในโลกภายในเวลาอันรวดเร็วในลักษณะของช่วงเวลาที่เกิดขึ้นจริง (Real time) จะเห็นได้ว่าพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ทำให้อุปสรรคด้านระยะทางและกาลเวลาหมดไป ซึ่งก่อให้เกิดแรงจูงใจในการอ่าน

4. ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีลักษณะและรูปแบบที่หลากหลาย มีความทันสมัย อำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้อ่าน เพียงแค่คลิกเมาส์เท่านั้น ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นเรื่องที่ง่าย ทุกอย่างที่เราอยากรู้ สามารถเลือกดูคลิปเสียง รูปภาพ และบันทึก ส่งให้ผู้อื่น ไม่ว่าจะส่งผ่านอีเมล หรือแชร์ผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์ วอทแอป (WhatsApp) และที่สำคัญสามารถย้อนหลังได้ ไม่ว่าจะพลาดข่าวสารเรื่องอะไรไปก็ติดตาม ซึ่งแมคไนท์ ดิลลอนและริชาร์ดสัน (McKnight: Dillon: & Richardson. 1993: 169-191) กล่าวว่าข้อดีของการเสนอข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต คือ สามารถเสนอข้อมูลย้อนหลังมากกว่าหนึ่งวัน ขึ้นอยู่กับความสามารถของเครื่องที่ใช้ในการเก็บข้อมูลว่า มีประสิทธิภาพในการบันทึกข้อมูลมากน้อยเพียงใด และขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละองค์กรว่าจะเสนอข่าวย้อนหลังนานเท่าใด การเสนอข้อมูลย้อนหลังจะส่งผลดีต่อผู้อ่านที่ไม่รู้ภูมิหลังของข่าวสารนั้น ๆ และจะทำให้เข้าใจเหตุการณ์ปัจจุบัน



5. การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยอยู่ในระดับมาก และใช้ประโยชน์ในอันดับสูงสุดในการประมวลข่าวสารได้หลากหลายเว็บไซต์ในเวลาที่รวดเร็ว และการนำไปเป็นข้อมูลในการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากผู้อ่านส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18-30 ปี เป็นคนยุคใหม่ที่มีความรู้ความสามารถในการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างชำนาญ ต้องการความรวดเร็วและเลือกที่จะเปิดรับ จึงทำให้เกิดความต้องการเรื่องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารเพื่อประมวลข่าวจากหนังสือพิมพ์หลากหลายฉบับได้ในเวลาที่รวดเร็ว ซึ่งแมคควอล (McQuail. 1994: 318) กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับการเลือก การรับรู้ และการตอบสนองต่อสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก คือ ผู้รับสารนั้นรู้ตัวอยู่เสมอและเป็นผู้เลือกสรรช่องทางและเนื้อหาที่เขาต้องการด้วยตนเอง

6. การเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของผู้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยในกรุงเทพมหานครกับตัวแปรด้านต่าง ๆ ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากเพศหญิงและเพศชาย มีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดเห็นนิยมและทัศนคติ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีทางประชากรศาสตร์ของ ปรมะ สตะเวทิน (2546: 106) ได้กล่าวว่า เพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน และถูกชักจูงง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนี้ผู้ที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ ความต้องการในข่าวสารความรู้ที่แตกต่างกันไป รวมทั้งความแตกต่างทางด้านรายได้มีอิทธิพลต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรมประสพการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน ผู้ที่มีรายได้สูงย่อมเปิดรับสื่อมากขึ้นเอง (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2534: 64) นอกจากนี้วิลเบอร์ (Wilbur. 1973:121-124) ได้อธิบายว่า ประสพการณ์เป็นปัจจัยที่ทำให้การแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนั้นแตกต่างกัน เนื่องจากระยะเวลาอ่านของแต่ละคนไม่เท่ากัน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวัลณี โอฬารโชติสถานนท์ (2548) พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งโรบินสัน (Robinson. 1972: 71-93) ที่พบว่าระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ในเรื่องข้อมูล ข่าวสาร แตกต่างกันไปด้วย และงานวิจัยของจริธร ธานีศิลปะกุล (2545) พบว่า ผู้ใช้เว็บที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือนแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีอายุน้อยกว่าจะมีการใช้ประโยชน์เพื่อประมวลข่าวจากหนังสือพิมพ์หลายฉบับได้ในเวลาที่รวดเร็ว นำมาเป็นข้อมูลในการวิพากษ์ วิจารณ์กับผู้อื่น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น นำไปเป็นข้อมูลในการศึกษา สามารถรวบรวมข้อมูลทางสถิติเพื่อเป็นความรู้ได้ สามารถสนทนาโต้ตอบผ่านห้องสนทนาและเว็บบอร์ด รับความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมโยงลิงค์ต่างๆ มากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา กาญจนทวี (2542) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจที่ได้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างคือมีความรวดเร็วในการตรวจสอบและติดตามข่าวสารประเด็นข่าวต่างๆ เพื่อที่จะสามารถติดตามข่าวสารนั้น ๆ ได้ครบทุกประเด็นข่าว

7. ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการเปิดอ่านกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ทั้งนี้เนื่องจากตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของบรูมเลอร์

และกิวเรวิทซ์ (Blumler; & Katz. 1974: 19-31) ที่กล่าวว่า แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า การใช้สื่อเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นด้วยความตั้งใจและมีเป้าหมายที่แน่นอน ผู้รับสารเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาใดบ้าง การที่ผู้รับสารใช้สื่อก็เนื่องมาจากการที่ผู้รับสารมีการเปลี่ยนแปลงสภาวะทางจิตภายใน หรือถูกรบกวนจากสภาพสังคมภายนอกให้เกิดมีความต้องการและแรงจูงใจในการใช้สื่อเพื่อเป้าหมายประการใด ประการหนึ่ง ซึ่งต้องการตอบสนองในรูปของความพึงพอใจที่จะได้กลับมาจากการใช้สื่อ

8. ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจในรูปแบบสื่อกับการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย ทั้งนี้เนื่องจากสอดคล้องกับทฤษฎีของแมคเคลว บลูมเมอร์ และบราวน์ (McQuail; Blumler; & Brown. 1972: 135-165) ซึ่งได้กล่าวถึงตัวแปรของประโยชน์และความพึงพอใจ ได้แก่ ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหาและผ่อนคลายอารมณ์ มนุษย์สัมพันธ์ (Personal relation) เพื่อให้มีเรื่องราวไปคุยกับผู้อื่นหรือให้มีโอกาสได้อยู่ร่วมกับครอบครัว เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Persona identity) เช่น การอ้างอิง การค้นหาความจริงและเพื่อให้ข้อมูลมาเสริมความเชื่อ และการติดตามข่าวสาร (Surveillance) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ต้องจิตต์ สุวรรณศร (2543) ที่พบว่าการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเชิงบวก เมื่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจในข่าวสารมากก็มีแนวโน้มว่าจะนำข่าวสารการเมืองที่ได้รับไปใช้ประโยชน์มากด้วยเช่นกัน

## ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์

1. จากผลการวิจัย พบว่าผู้อ่านส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในตบิุก รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ แท็บเล็ต และโทรศัพท์อัจฉริยะ (สมาร์ทโฟน) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์ควรพัฒนาระบบให้เหมาะสมกับ แท็บเล็ต และโทรศัพท์อัจฉริยะให้ดีกว่าเดิม เพื่อให้ผู้อ่านมีช่องทางในการเปิดอ่านมากยิ่งขึ้น
2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านให้ความสนใจในเรื่องการแบ่งปันและส่งต่อข้อมูลข่าวสารไปให้กับผู้อื่น ผ่านทางอีเมล เฟซบุ๊ก เพื่อพูดคุยแสดงความคิดเห็นถึงเรื่องนั้น ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์ควรใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เช่น เฟซบุ๊ก เป็นต้น ในการเพิ่มช่องทาง เพิ่มยอดของผู้อ่าน เปลี่ยนแปลงกิจกรรมที่เกิดจากการอ่านและเป็นการประชาสัมพันธ์องค์กรหนังสือพิมพ์ของตนเองไปในตัว

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์กระดาษและเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย จะทำให้ทราบถึงข้อดีข้อเสียและสามารถนำผลมาปรับปรุงให้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่านมากขึ้น รวมทั้งควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้อ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุและความต้องการที่แท้จริงเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงให้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยมีผู้อ่านมากขึ้น
2. เนื่องจากตอนนี้เทคโนโลยีได้พัฒนาไปมากกว่าเดิมแล้ว ดังนั้นควรศึกษาเรื่องใหม่กว่านี้ ตัวอย่างเช่น การอ่านหนังสือพิมพ์บนเว็บไซต์โดยผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ หรือ ข่าวบนหน้าแฟนเพจเฟซบุ๊ก หรือเครือข่ายสังคมอื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในการเปิดรับสื่ออื่น ๆ รวมถึงเพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปพัฒนาหรือต่อยอดธุรกิจหนังสือพิมพ์ให้ตอบสนองความต้องการของประชาชนมากที่สุด
3. ควรมีการศึกษาบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดทำสื่อด้านเนื้อหา ข้อมูล ให้แก่สื่อหนังสือพิมพ์ เช่น บริษัทแอปเปิล บริษัทค่ายมือถือต่าง ๆ บริษัทอะเมซอน เป็นต้น เพื่อพัฒนาองค์กรหรือเพื่อแก้ปัญหา อุปสรรคในองค์กรที่เกิด

ขึ้นในปัจจุบันและอนาคต

4. ควรมีการศึกษากระบวนการผลิตสื่อ โครงสร้างการตลาด ผลการดำเนินงานภายในองค์กรธุรกิจหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การบริหารจัดการ เพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา กาญจนทวี. (2542). **แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การหนังสือพิมพ์). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรินทร์ ธนาศิลปะกุล. (2545). **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ต้องจิตต์ สุวรรณสร. (2543). **ความต้องการข่าวสารด้านการเมือง การเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากเว็บไซต์การเมืองไทยของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการสื่อสาร). กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภาพร ชวนะศิลป์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด. (2014). **TrueHits 2013 Awards**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2557, จาก <http://truehits.net/awards2013>
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- มธุรส สว่างบำรุง. (2542). **จิตวิทยาทั่วไป**. เชียงใหม่: กิตติการพิมพ์.
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2537). **หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- ยุบล เบ็ญรงค์กิจ. (2534). **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- วัลณี โอฬารโชติสถานนท์. (2548). **ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สันทัต ทองรินทร์. (2543). **หนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย: แนวคิด การจัดทำ และแนวโน้ม**. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). **จำนวนครัวเรือนที่มีอุปกรณ์/เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจำแนกตามภาค และเขตการปกครอง พ.ศ. 2554**. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2555, จาก [http://service.nso.go.th/nso/nso\\_center/project/search\\_center/23project-th.htm](http://service.nso.go.th/nso/nso_center/project/search_center/23project-th.htm)
- Blumler, Jay G. & Katz, Elihu. (1974). **The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Uses and Gratifications Research**. Beverly Hills, CA: Sage.

- Dillon, A.; McKnight C.; & Richardson, J. (1988, October). Reading from Paper Versus Reading from Screen. **The Computer Journal**. 31(5): 457-464.
- Forest, A. L. ; & Wood, J.V. (2012, March). When Social Networking is Not Working: Individuals with Low Self-Esteem Recognize but Do not Reap the Benefits of Self-Disclosure on Facebook. **Psychological Science**. 23(3): 295-302.
- Hollenbaugh, Erin E.; & Ferris, Amber L. (2014, January). Facebook Self-Disclosure: Examining the Role of Traits, Social Cohesion, and Motives. **Computers in Human Behavior**. 30: 50-58.
- McKnight, Cliff; Dillon, Andrew; & Richardson, John, eds. (1993). **Hypertext: A Psychological Perspective**. Chichester, UK: Ellis-Horwood. (Ellis Horwood Series in Interactive Information Systems)
- McLuhan, Marshall; & Fiore, Quentin. (1967). **The Medium is the Message**. New York: Random House.
- McQuail, Denis. (1994). **Mass Communication Theory: An Introduction**. 3rd ed. London: Sage.
- McQuail, Denis; Blumler, J. G.; & Brown, J. (1972). The Television Audience: A Revised Perspective. In **Sociology of Mass Communication**. pp. 135-165. Middlesex, UK: Penguin.
- Mueller, Jennifer; & Kameron, David. (1995, June). Reader Preference for Electronic Newspapers. **Newspaper Research Journal**. 16(3): 2-13.
- Robinson, J. P. (1972). Mass Communication and Information Diffusion. In **Current Perspectives in Mass Communication Research**. pp. 71-93. London: Sage.
- Wilbur, Schramm. (1973). **Channels and Audience: Handbook of Communication**. Chicago: Rand McNally College.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper Row.