

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษา (1) ลักษณะของประชากรของผู้ใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ที่มีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (2) เนื้อหา พฤติกรรมการเปิดรับ และเทคนิคการนำเสนอ ที่มีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำรวจความนิยมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งกำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2551 ทั้ง 8 คณะ ได้แก่ นิติศาสตร์ บริหารธุรกิจ มนุษยศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ วิทยาศาสตร์ รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และ เทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเชิงชั้น (stratified random sampling) 400 คน

การเสนอผลการวิจัยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ จำนวนค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและเสนอผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) และการวิเคราะห์เป็นรายคู่ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย ได้แก่ เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย ส่วน อายุ สาขา การศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานที่ที่ใช้ ไม่มีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย

2. เนื้อหาของสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย ได้แก่ สาเหตุที่เปิดอ่านที่แตกต่างกันมีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย ส่วนเนื้อหาที่ชอบอ่าน คอลัมน์เนื้อหาที่อ่านเป็นประจำ ข่าวที่เปิดรับเป็นประจำ ประโยชน์ที่ได้จากการเปิดอ่านและปัจจัยสำคัญที่เนื้อหาข่าวควรมี ไม่มีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย

3. พฤติกรรมการเปิดรับ และเทคนิคการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทย พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า เพศชาย มีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทยสูงกว่าเพศหญิง

เนื้อหาข่าวที่มีความน่าเชื่อถือสูงมีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทยมากกว่าเนื้อหาข่าวที่ Update

เนื้อหาข่าวที่มีความน่าเชื่อถือสูงมีผลต่อความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับภาษาไทยมากกว่าเนื้อหาข่าวที่มีการเลือกเสนอเฉพาะข่าวสำคัญ เท่านั้น

The objectives of the study are (1) to study the demographic characteristics which affected the popularity of Thai online newspapers, and (2) to study the contents, exposure behavior, and techniques in presenting the newspapers online which affected the popularity of the online newspapers. In this quantitative study, a questionnaire was used as a tool for collecting data. The research sample consisted of Ramkhamhaeng University students who were studying in the second semester of the academic year 2008. The students were from eight faculties of Ramkhamhaeng University, viz, the Faculty of Law, Faculty of Business Administration, Faculty of Humanities, Faculty of Education, Faculty of Science, Faculty of Political Science, and Faculty of Mass Communication Technology. Stratified random sampling was used in

selecting the participants. The population consisted of 400 students.

The statistics used in data analysis were means, percentages, one-way analysis of variance (ANOVA), and multiple comparisons to test least significant difference (LSD).

The findings were as follows:

1. With regard to the demographic characteristics, gender differences were found to affect the popularity of the newspapers, while the age, field of study, monthly income, and the place of accessing the newspapers did not affect the popularity of the online newspapers.

2. Regarding the content of the newspapers, the different reasons for reading the newspapers affected their popularity, while the content preferred, the often-read columns, the often-read news, the usefulness of reading, and the major parts that were expected to be written in the newspapers did not affect their popularity.

3. The exposure behavior and the techniques of presentation did not show a statistically significant difference of 0.5.

The multiple comparisons used to test least significant difference revealed that the male participants had a higher preference for reading the newspapers online than the females had.

The reliability of the newspapers' contents affected the popularity more than the updating of the contents.

The reliability of the newspapers' content affected the popularity more than the major news stories that were presented.