

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับ ทศนคติ และการใช้ประโยชน์ จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดออนไลน์ (www.mamager.co.th) ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ อันได้แก่ ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทศนคติต่อข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ แบบการศึกษาเชิงสำรวจ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ จำนวน 400 คน ทั้งนี้ได้เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสมัครใจ (Volunteer Nonrandom Method) โดยเลือกเฉพาะผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ และสมัครใจที่จะตอบแบบสอบถามผ่านทางเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสร้างแบบฟอร์มคำถามออนไลน์ และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกเอง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ส่วนการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติเชิงอนุมานซึ่งได้แก่ การทดสอบค่าเฉลี่ยความแตกต่างระหว่างสองกลุ่ม หรือ T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวแปรอิสระ และเมื่อพบความแตกต่างแล้ว จะใช้การทดสอบหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ หรือ Least Significant Difference (L.S.D.) ทดสอบหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ ส่วนการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทศนคติ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ใช้การหาค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นผู้ชาย ร้อยละ 70.0 ผู้หญิง ร้อยละ 30.0 เป็นโสด ร้อยละ 62.3 สมรสแล้ว ร้อยละ 37.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมา มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 38.5 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมา ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 26.5 ส่วนใหญ่มีรายได้ ตั้งแต่

35,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ในด้านพฤติกรรมการเปิดรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 31.8 เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ มาเป็นระยะเวลา 1-2 ปี รองลงมา ร้อยละ 30.0 เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์มาเป็นเวลา 3-4 ปี โดยส่วนใหญ่มักจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์จากที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือจากที่ทำงาน ร้อยละ 62.5 สำหรับความถี่ในการเปิดรับนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 27.8 เปิดรับน้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน ซึ่งมีสัดส่วนพอ ๆ กันกับกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับมากกว่า 25 ครั้งต่อเดือน ที่คิดเป็นร้อยละ 27.5 โดยในแต่ละครั้งจะเปิดรับน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ ร้อยละ 31.3 ที่เปิดรับ 1-3 ชั่วโมง และช่วงเวลากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ คือ ในช่วงเวลา 08.01-12.00 น. ถึงร้อยละ 42.5 รองลงมาเปิดรับในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 38.5 โดยข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 71.5 สนใจติดตามข้อมูลข่าวสารประเภทการเมือง รองลงมา คือ ประเภทบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 49.5 และ ต่างประเทศ ร้อยละ 31.0 ตามลำดับ

สำหรับทัศนคติที่มีต่อข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ ในระดับยังไม่แน่ใจ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.99 โดยมีทัศนคติในระดับเห็นด้วยมากที่สุด หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ มีการปรับข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา (24 ชั่วโมง) ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง ไม่เห็นด้วยมากที่สุดกับการที่ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 1.36

ในส่วนของการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ โดยรวมในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.73 โดยมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ เพื่อความบันเทิง มากที่สุด ในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.00 รองลงมา คือ ใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ เพื่อต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.98 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ ในการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในระดับน้อยที่ค่าเฉลี่ย 2.48 และมีการใช้ประโยชน์ จากข้อมูลข่าวสารบนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ เพื่อการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม น้อยที่สุด โดยมีการใช้ประโยชน์ ในระดับน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 2.44