

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก: ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ” เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ และการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านศักยภาพของเว็บไซต์ คุณภาพด้านเนื้อหา ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ และรูปแบบของเว็บไซต์

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก 2) เพื่อศึกษาถึงการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก

การศึกษานี้เป็นการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรูปแบบการศึกษาในเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากประชากร ที่เป็นผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้ว อายุระหว่าง 20-40 ปี ที่เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กเท่านั้น อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Mix Method Sampling) โดยเก็บข้อมูลในเดือนมีนาคม 2551 จำนวน 400 คน

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ และการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านศักยภาพของเว็บไซต์ คุณภาพด้านเนื้อหา ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ และรูปแบบของเว็บไซต์ และข้อเสนอแนะต่อเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดเป็นเพศหญิงที่มีครอบครัวแล้ว ส่วนใหญ่มีอายุ 26-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีบุตรแล้ว และมีบุตรจำนวน 1 คน 2) พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์แม่และเด็ก มีความนิยมในการใช้บริการ โดยเรียงจากอันดับที่ 1 จนถึงอันดับที่ 3 คือ อันดับที่ 1 www.raklukefamilygroup.com ของนิตยสารรักลูกและโมเดิร์นแม่ (Modern Mom) อันดับที่ 2 www.gmgroun.in.th/mothercare ของนิตยสารมาเตอร์แอนด์แคร์ (Mother & Care) และอันดับที่ 3 ได้แก่ www.motherandbabythai.com ของนิตยสารมาเตอร์แอนด์เบบี้ (Mother & Baby) ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้บริการสัปดาห์ละ 1-2 ครั้งและใช้บริการวันละ 1 ครั้ง โดยครั้งละประมาณ 30 นาที-1 ชั่วโมง และช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นช่วง

16.01-20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ) และใช้ที่ทำงานเป็นสถานที่ใช้บริการเว็บไซต์มากที่สุด ส่วนเหตุผลในการเข้าใช้เว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก คือ เพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวให้ทันเหตุการณ์ และเพื่อหาข้อมูลสนับสนุนการกระทำของตนเอง 3) การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตโดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในประเด็นต่าง ๆ สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยจากระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังต่อไปนี้ ด้านรูปแบบของเว็บไซต์ ด้านการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ ด้านความพึงพอใจของเว็บไซต์ ด้านคุณภาพของเนื้อหา และด้านศักยภาพของเว็บไซต์ตามลำดับ