

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก: ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ” ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 3 ส่วนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก

ตอนที่ 3 การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก

### ตอนที่ 1

#### ลักษณะทางประชากรศาสตร์

#### ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
20-25 ปี	69	17.3
26-30 ปี	138	34.5
31-35 ปี	109	27.3
36-40 ปี	64	16.0
มากกว่า 40 ปี	20	5.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อยู่ในกลุ่มอายุ 26-30 ปี มากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 31-35 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 กลุ่มอายุ 20-25 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 กลุ่มอายุ 36-40 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และกลุ่มอายุที่มากกว่า 40 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	2	0.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า	16	4.0
อนุปริญญา /ปวส. หรือเทียบเท่า	81	20.3
ปริญญาตรี	241	60.3
สูงกว่าปริญญาตรี	60	15.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อันดับ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และการศึกษาระดับที่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
รับราชการ	80	20.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	66	16.5
พนักงานบริษัท	197	49.3
ธุรกิจส่วนตัว	57	14.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มากที่สุด จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือ รับราชการ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และประกอบธุรกิจส่วนตัวน้อยที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1	0.3
5,001-10,000 บาท	70	17.5
10,001-20,000 บาท	209	52.3
20,001-30,000 บาท	69	17.3
30,001-50,000 บาท	46	11.5
50,001-100,000 บาท	5	1.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 กลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 กลุ่มที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และกลุ่มที่มีรายได้ 50,001-100,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการมีบุตร

สถานภาพการมีบุตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
มีบุตรแล้ว	262	65.5
ไม่มีบุตร	108	27.0
กำลังตั้งครรรภ์	30	7.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีบุตร จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีบุตร จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 กลุ่มที่กำลังตั้งครรรภ์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนบุตร

จำนวนบุตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
มีบุตร 1 คน	116	44.3
มีบุตร 2 คน	90	34.3
มีบุตร 3 คน	48	18.3
มีบุตร 4 คน	8	3.1
รวม	262	100

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนบุตร 1 คน เป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีจำนวนบุตร 2 คน จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 กลุ่มที่มีจำนวนบุตร 3 คน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และกลุ่มที่มีจำนวนบุตร 4 คนน้อยที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1

**ตอนที่ 2**  
**พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์**

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเรียงลำดับเว็บไซต์  
นิตยสารประเภทแม่และเด็ก 3 อันดับแรกในการเข้าใช้เว็บไซต์

อันดับ	รายชื่อเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก									
	www.raklukefamilygroup.com		www.familydirect.co.th		www.real-parenting.com		www.motherandbabythai.com		www.gmgrou.in.th/mothercare	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อันดับที่ 1	141	35.3	24	6	69	17.3	50	12.5	115	28.8
อันดับที่ 2	38	9.5	33	8.3	116	29.0	67	16.8	145	36.3
อันดับที่ 3	57	14.3	87	21.8	94	23.5	103	25.8	52	13.0
ไม่ตอบ	164	41.0	256	64.0	121	30.3	180	45.0	88	22.0

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมเข้าเว็บไซต์นิตยสารประเภทแม่และเด็ก อันดับที่ 1 ได้แก่ [www.raklukefamilygroup.com](http://www.raklukefamilygroup.com) จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 อันดับที่ 2 [www.gmgrou.in.th/mothercare](http://www.gmgrou.in.th/mothercare) จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และอันดับที่ 3 [www.motherandbabythai.com](http://www.motherandbabythai.com) จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8

ตารางที่ 4.8  
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่  
ในการเข้าใช้เว็บไซต์ต่อสัปดาห์

ความถี่ในการเข้าใช้เว็บไซต์ต่อสัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
7 วัน / สัปดาห์	6	1.5
5-6 วัน / สัปดาห์	3	0.8
3-4 วัน / สัปดาห์	26	6.5
1-2 วัน / สัปดาห์	303	50.8
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 วัน	162	40.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าเว็บไซต์ 1-2 วัน/สัปดาห์ มากที่สุด จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาน้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 วัน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา 3-4 วัน/สัปดาห์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 รองลงมา 7 วัน / สัปดาห์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และ 5-6 วัน / สัปดาห์มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.9  
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่  
ในการเข้าใช้เว็บไซต์ต่อวัน

ความถี่ในการเข้าใช้เว็บไซต์ต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
มากกว่า 3 ครั้ง	23	5.8
3 ครั้ง	31	7.8
2 ครั้ง	102	25.5
1 ครั้ง	244	61.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าใช้เว็บไซต์ต่อวัน มากที่สุดวันละ 1 ครั้งต่อวัน จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาวันละ 2 ครั้งต่อวัน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาวันละ 3 ครั้งต่อวัน จำนวน 7.8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และมากกว่า 3 ครั้งต่อวันน้อยที่สุด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลา  
ในการเข้าใช้เว็บไซต์

ระยะเวลาในการเข้าใช้เว็บไซต์	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
น้อยกว่า 30 นาที	142	35.5
30 นาที - 1 ชั่วโมง	230	57.5
มากกว่า 1 ชั่วโมง	28	7.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเข้าใช้เว็บไซต์ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลามากที่สุด 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาใช้ระยะเวลาน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และใช้ระยะเวลามากกว่า 1 ชั่วโมงน้อยที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

## ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้เว็บไซต์

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
08.01-13.00 น. (เช้าถึงเที่ยง)	88	22.0
13.01-16.00 น. (บ่าย)	166	41.5
16.01-20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ)	235	58.8
20.01-24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก)	183	45.8
00.01-04.00 น. (ดึก)	5	1.3
04.01-08.00 น. (เช้าตรู่)	12	3.0

\*หมายเหตุ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลาก่อนเข้าเว็บไซต์ในแต่ละวันมากที่สุด คือ ช่วงเวลา 16.01-20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ) จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 20.01-24.00 น. (หัวค่ำถึงดึก) จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ช่วงเวลา 13.01-16.00 น. (บ่าย) จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ช่วงเวลา 08.01-13.00 น. (เช้าถึงเที่ยง) จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ช่วงเวลา 04.01-08.00 น. (เช้าตรู่) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และช่วงเวลา 00.01-04.00 น. (ดึก) น้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

## ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่ใช้เว็บไซต์

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ(%)
บ้าน	275	68.8
ที่ทำงาน	296	74.0
ร้านอินเทอร์เน็ต	15	3.7

\*หมายเหตุ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ที่ทำงานเป็นสถานที่ในการเข้าเว็บไซต์มากที่สุด จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือบ้าน จำนวน 275 คนคิดเป็นร้อยละ 68.8 และร้านอินเทอร์เน็ตน้อยที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามเหตุผลในการเข้าใช้เว็บไซต์

เหตุผลในการเข้าใช้ เว็บไซต์	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ ใช้ (0)	รวม	ค่า เฉลี่ย	S.D.	ความ หมาย
1. เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวให้ทัน เหตุการณ์	124 (31.0)	196 (49.0)	63 (15.8)	12 (3.0)	0 (0.0)	5 (1.3)	400 (100.0)	4.53	6.75	มาก ที่สุด
2. เพื่อรับฟังคำแนะนำ และความคิดเห็น เพื่อ ช่วยในการตัดสินใจ / แก้ปัญหา	34 (8.5)	175 (43.8)	164 (41.0)	21 (5.3)	2 (0.5)	4 (1.0)	400 (100.0)	4.02	6.78	มาก
3. เพื่อนำไปใช้ในการ สนทนากับผู้อื่น	24 (6.0)	138 (34.5)	136 (34.0)	83 (20.8)	11 (2.8)	8 (2.0)	400 (100.0)	3.63	6.84	มาก
4. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของ บริษัทที่ประชาสัมพันธ์ ทางเว็บไซต์ เช่น เข้า ร่วมอบรมสัมมนา	23 (5.8)	108 (27.0)	147 (36.8)	87 (21.8)	24 (6.0)	11 (2.8)	400 (100.0)	3.46	6.86	มาก
5. เพื่อหาข้อมูลสนับสนุน การกระทำของตนเอง เช่น วิธีการดูแลลูก	155 (38.8)	139 (34.8)	70 (17.5)	24 (6.0)	3 (0.8)	9 (2.3)	400 (100.0)	4.47	6.79	มาก ที่สุด
6. เพื่อความบันเทิงผ่อนคลาย ความเครียด	73 (18.3)	136 (34.0)	129 (32.3)	41 (10.3)	11 (2.8)	10 (2.5)	400 (100.0)	3.96	6.83	มาก
	รวม							4.01	6.77	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษา พบว่า เหตุผลโดยรวมในการเข้าไปใช้เว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.01 ส่วนเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้เว็บไซต์อยู่ในระดับดีมากที่สุดคือ เพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวให้ทันเหตุการณ์ และเพื่อหาข้อมูลสนับสนุนการกระทำของตนเอง เช่น วิธีการดูแลลูก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.53 และ 4.47 ส่วนเหตุผลที่เข้าไปใช้เว็บไซต์ที่อยู่ในระดับดีมาก คือ เพื่อรับฟังคำแนะนำและความคิดเห็น เพื่อช่วยในการตัดสินใจ /แก้ปัญหา และเพื่อความบันเทิงผ่อนคลายความเครียด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.02 และ 3.96 รองลงมา คือ เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น และเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของบริษัทที่ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ เช่น เข้าร่วมอบรมสัมมนา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 และ 3.46

### ตอนที่ 3

#### การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก

##### ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง  
จำแนกตามด้านต่าง ๆ ของเว็บไซต์

ด้านศักยภาพของเว็บไซต์	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่แสดงความคิดเห็น (0)	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD.	ความหมาย
1. ความเร็วในการเข้าหน้าหลักของเว็บไซต์	24 (6.0)	159 (39.8)	123 (30.8)	84 (21.0)	9 (2.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.27	0.94	ปานกลาง
2. การเข้าถึงข้อมูลที่ท่านต้องการค้นหา (หน้าย่อย)	4 (1.0)	85 (21.3)	196 (49.0)	107 (26.8)	8 (2.0)	0 (0.0)	400 (100.0)	2.92	0.77	ปานกลาง
3. การมีบริการค้นหาข้อมูล (Search engine)	7 (1.8)	102 (25.5)	157 (39.3)	104 (26.0)	27 (6.8)	3 (0.8)	400 (100.0)	2.90	0.95	ปานกลาง
รวม								3.03	0.70	ปานกลาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ด้านคุณภาพ ของเนื้อหา	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ แสดง ความ คิดเห็น (0)	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD.	ความ หมาย
1. มีเนื้อหาตรงกับ ความต้องการ	34 (8.5)	223 (55.8)	118 (29.5)	24 (6.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.66	0.72	มาก
2. การจัดหมวดหมู่ ของเนื้อหาชัดเจน	16 (4.0)	160 (40.0)	176 (44.0)	44 (11.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.35	0.76	ปาน กลาง
3. ความครบถ้วนของ เนื้อหาที่ท่าน ต้องการ	19 (4.8)	141 (35.3)	170 (42.5)	68 (17.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.26	0.81	ปาน กลาง
4. ความทันสมัยของ เนื้อหา	5 (1.3)	66 (16.5)	155 (38.8)	147 (36.8)	26 (6.5)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.31	0.87	ปาน กลาง
5. สำนวนภาษาที่ใช้	37 (9.3)	159 (39.8)	140 (35.0)	58 (14.5)	5 (1.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.40	0.90	ปาน กลาง
6. การเรียงลำดับ ความสำคัญของ เนื้อหา	50 (12.5)	163 (40.8)	128 (32.0)	52 (13.0)	7 (1.8)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.49	0.93	มาก
รวม								3.41	0.51	ปาน กลาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ด้านความพึงพอใจ ต่อเว็บไซต์	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ แสดง ความ คิดเห็น (0)	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD.	ความ หมาย
1. ท่านชอบเว็บไซต์ แม่และเด็ก เพียงใด	63 (15.8)	211 (52.8)	98 (24.5)	27 (6.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.77	0.80	มาก
2. ความเข้าใจใน ข้อมูลข่าวสารที่ ทางเว็บไซต์ นำเสนอ	26 (6.5)	141 (35.3)	189 (47.3)	42 (10.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.36	0.77	ปาน กลาง
รวม								3.56	0.62	มาก
ด้านการใช้ประโยชน์ จากเว็บไซต์										
1. สามารถนำข้อมูลที่ ค้นหาจากเว็บไซต์ ไปใช้ได้จริง	60 (15.0)	215 (53.8)	94 (23.5)	30 (7.5)	0 (0.0)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.77	0.80	มาก
2. ได้รับสาระความรู้ ใหม่ ๆ จากเว็บไซต์	43 (10.8)	144 (36.0)	188 (47.0)	23 (5.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.52	0.78	มาก
3. นำคำสนทนาจาก เว็บบอร์ดไปใช้ได้	30 (7.5)	172 (43.0)	157 (39.3)	36 (9.0)	4 (1.0)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.46	0.81	มาก
4. การนำข้อมูลจาก เว็บไซต์ไปเป็น หัวข้อสนทนากับ ผู้อื่น	39 (9.8)	175 (43.8)	143 (35.8)	37 (9.3)	6 (1.5)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.51	0.84	มาก
รวม								3.56	0.59	มาก

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ด้านความพึงพอใจ ต่อเว็บไซต์	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	ไม่ แสดง ความ คิดเห็น (0)	รวม	ค่าเฉลี่ย	SD.	ความ หมาย
1. การใช้ ภาพประกอบใน เว็บไซต์	102 (25.5)	184 (46.0)	84 (21.0)	29 (7.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.89	0.87	มาก
2. การใช้โทนสีของ เว็บไซต์	60 (15.0)	160 (40.0)	148 (37.0)	31 (7.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.61	0.84	มาก
3. ขนาดของตัวอักษร	46 (11.5)	162 (40.5)	137 (34.3)	50 (12.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.49	0.89	มาก
4. การจัดรูปแบบหน้า (lay out)	44 (11.0)	165 (41.3)	126 (31.5)	58 (14.5)	7 (1.8)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.45	0.93	มาก
5. การใช้กราฟฟิก เช่น แอนิเมชัน	80 (20.0)	158 (39.5)	110 (27.5)	43 (10.8)	9 (2.3)	0 (0.0)	400 (100.0)	3.64	0.99	มาก
รวม								3.61	0.65	มาก
รวม								3.44	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษา พบว่า การใช้สื่อของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.812 โดยแบ่งเป็นการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านศักยภาพของเว็บไซต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า ศักยภาพของเว็บไซต์มีระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งทุกประเด็นอยู่ในระดับดีปานกลาง คือ ความเร็วในการเข้าหน้าหลักของเว็บไซต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.27 รองลงมา คือการเข้าถึงข้อมูลที่ท่านต้องการค้นหา (หน้าย่อย) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.92 และการมีบริการค้นหาข้อมูล (Search engine) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.90

ด้านคุณภาพของเนื้อหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า คุณภาพของเนื้อหา มีระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 ซึ่งมี 1 ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าเฉลี่ยรวมคือ เนื้อหาตรงกับความต้องการอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 ส่วนอีก 4 ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับดีปานกลาง คือ จำนวนภาษาที่ใช้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 ความทันสมัยของเนื้อหา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.31 และ ความครบถ้วนของเนื้อหาที่ท่านต้องการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.26

ด้านความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มีระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 โดยความชอบเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก อยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ทางเว็บไซต์นำเสนอ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.36

ด้านการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ มีระดับค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งมี 1 ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับดีมาก คือ สามารถนำข้อมูลที่ค้นหาจากเว็บไซต์ไปใช้ได้จริง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 และมีประเด็น 3 ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมแต่อยู่ในระดับดีมากเช่นกัน คือ ได้รับสาระความรู้ใหม่ ๆ จากเว็บไซต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 รองลงมาคือ การนำข้อมูลจากเว็บไซต์ไปเป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 และการนำคำสนทนาจากเว็บบอร์ดไปใช้ได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46

ด้านรูปแบบของเว็บไซต์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าด้านรูปแบบของเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งแต่ละทุกประเด็นอยู่ในระดับดีมาก คือ การใช้ภาพประกอบในเว็บไซต์ และการใช้กราฟฟิค เช่น แอนิเมชัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.89 และ 3.64 รองลงมา คือ การใช้โทนสีของเว็บไซต์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ขนาดของตัวอักษร และการจัดรูปแบบหน้า (lay out) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 และ 3.45 ตามลำดับ