

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “วัดใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก: ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก
2. เพื่อศึกษาถึงการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตระหว่างเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้ว ที่เคยเข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก อายุระหว่าง 20 - 40 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลในเดือน มีนาคม พ.ศ. 2551 ซึ่งมีรูปแบบการศึกษาในเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีวิธีการสุ่มตัวอย่าง คือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง และสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประเภทแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ หาคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอด้วยตารางแจกแจงความถี่

### สรุปผลการศึกษา

#### ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจเป็นเพศหญิงทั้งหมดจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุด อยู่ในกลุ่มอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุดจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 เป็นกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 สถานภาพการมีบุตรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีบุตรแล้ว จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 และกลุ่มที่มีบุตรจะมีจำนวนบุตร 1 คน มากที่สุดจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3

### พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก

จากผลการศึกษา พบว่า การจัดอันดับของความนิยมในการเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กเป็นอันดับที่ 1 คือ [www.raklukfamilygroup.com](http://www.raklukfamilygroup.com) ของนิตยสารรักลูก และโมเดิร์น맘 (Modern Mom) คิดเป็นร้อยละ 35.3 อันดับที่ 2 ได้แก่ [www.gmgrou.in.th/mothercare](http://www.gmgrou.in.th/mothercare) ของนิตยสารมาเตอร์แอนด์แคร์ (Mother&Care) คิดเป็นร้อยละ 36.3 และอันดับที่ 3 ได้แก่ [www.motherandbabythai.com](http://www.motherandbabythai.com) ของนิตยสารมาเตอร์แอนด์เบบี้ (Mother& Baby) คิดเป็นร้อยละ 25.8

กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยในการเข้าเว็บไซต์ 1-2 วัน/ต่อสัปดาห์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.8 และเข้าเว็บไซต์ 5-6 วัน/สัปดาห์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8 กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเข้าใช้เว็บไซต์ 1 ครั้งต่อวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.0 และเข้าไปใช้เว็บไซต์มากกว่า 3 ครั้งต่อวันน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.8

กลุ่มตัวอย่างจะใช้ระยะเวลาในการเข้าเว็บไซต์ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.5 และ ใช้เวลามากกว่า 1 ชั่วโมงน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.0 กลุ่มตัวอย่างจะใช้ช่วงเวลา 16.01-20.00 น. (เย็นถึงหัวค่ำ) ในการเข้าเว็บไซต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.8 และช่วงเวลาที่มีน้อยที่สุด คือ 00.01-04.00 น. (ดึก) คิดเป็นร้อยละ 1.3

กลุ่มตัวอย่างใช้สถานที่ที่ทำงานในการเข้าเว็บไซต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนร้านอินเทอร์เน็ต คือสถานที่ในการเข้าใช้เว็บไซต์น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.7 และกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเข้าใช้เว็บไซต์ เพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวให้ทันเหตุการณ์อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.53 และเหตุผลที่น้อยที่สุด คือ เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นซึ่งอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.41

### การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก อยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.44 โดยแบ่งเป็น 5 ด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านศักยภาพของเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.03 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ความเร็วในการเข้าหน้าหลักของเว็บไซต์ถือว่ามีศักยภาพมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.27 และ การมีบริการค้นหาข้อมูล (Search engine) ถือเป็นศักยภาพที่น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.90

ด้านคุณภาพของเนื้อหา อยู่ในระดับดีปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า เว็บไซต์มีเนื้อหาตรงกับความต้องการมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66 และความครบถ้วนของเนื้อหาที่ท่านต้องการน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.26

ด้านความพึงพอใจของเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความชอบเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 และมีความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ทางเว็บไซต์นำเสนอที่น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.36

ด้านการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถนำข้อมูลที่ค้นหาจากเว็บไซต์ไปใช้ได้จริงมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.77 และนำคำสนทนาจากเว็บบอร์ดไปใช้ได้น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46

ด้านรูปแบบของเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการใช้ภาพประกอบในเว็บไซต์มีประสิทธิภาพมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.89 และการจัดรูปแบบหน้า (lay out) มีประสิทธิภาพน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42

### **อภิปรายผลการศึกษา**

จากการศึกษาเรื่อง “การวัดประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก : ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ” ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลได้ ดังต่อไปนี้

#### **พฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก**

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ [www.raklukefamilygroup.com](http://www.raklukefamilygroup.com) มากที่สุด ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของนิตยสารรักลูก และโมเดิร์น맘 (Modern Mom) อันดับที่ 2 ได้แก่ [www.gmgroup.in.th/mothercare](http://www.gmgroup.in.th/mothercare) ของนิตยสารมาเตอร์แอนด์แคร์ (Mother&Care) และอันดับที่ 3 ได้แก่ [www.motherandbabythai.com](http://www.motherandbabythai.com) ของนิตยสารมาเตอร์แอนด์เบบี้ (Mother & Baby) ตามลำดับ จากการศึกษาวีซิตประเภทแม่และเด็กโดยภาพรวม พบว่า ในแต่ละองค์กรมีการจัดทำเว็บไซต์ขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์นิตยสาร และถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น โดยการนำเสนอข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับแม่และเด็ก โดย [www.raklukefamilygroup.com](http://www.raklukefamilygroup.com) (เว็บไซต์นิตยสารรักลูกและโมเดิร์น맘) ซึ่งถือเป็นเว็บไซต์แรกเกี่ยวกับแม่และเด็กที่มีขึ้น ซึ่งได้รับความนิยมในการเข้าใช้บริการจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

มากที่สุด เนื่องจาก เป็นเว็บไซต์ที่มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมีพื้นฐานสำคัญในการก่อกำเนิดเว็บไซต์ และได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่าง เนื่องมาจากนิตยสารรักลูก ซึ่งเป็นนิตยสารประเภทแม่และเด็กที่มีอายุยาวนานกว่า 25 ปี รวมถึงนิตยสารโมเดิร์น맘 (Modern Mom) ที่มีอายุถึง 18 ปี ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่างมาตลอด ส่งผลถึงความนิยมในตัวเว็บไซต์ด้วย นอกจากนี้เว็บไซต์รักลูกยังมีจุดเด่นอยู่ที่ห้องเว็บบอร์ด ซึ่งเป็นห้องสนทนาให้กับกลุ่มแม่ได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประสบการณ์ตรงในเรื่องต่าง ๆ เช่น สุขภาพเจ้าตัวเล็กและแม่ตั้งครรภ์ เรื่องเรียนของลูก คู่กันเรื่องลูกวัยรุ่น คู่กันฉันพ่อแม่ และเปิดทำขายของ เป็นต้น โดยสามารถตั้งกระทู้ถามตอบหรือแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ได้ตามต้องการ ทำให้ได้รับข้อมูลใหม่ ๆ ที่นอกเหนือจากข้อมูลในนิตยสาร รวมถึงการมีบริการค้นหาข้อมูล (Search engine) เกี่ยวกับแม่และเด็ก ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญของกลุ่มตัวอย่างในการเข้าเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก แต่สำหรับ [www.gmgroup.in.th/mothercare](http://www.gmgroup.in.th/mothercare) ของนิตยสารมาเตอร์แอนด์แคร์ (Mother&Care) และ [www.motherandbabythai.com](http://www.motherandbabythai.com) ของนิตยสารมาเตอร์แอนด์เบบี้ (Mother & Baby) นั้น เนื่องจากทั้ง 2 เว็บไซต์ มีการจัดทำเว็บไซต์หลังจากที่ [www.raklukefamilygroup.com](http://www.raklukefamilygroup.com) ได้เกิดขึ้น รวมถึงตัวนิตยสารเองที่เกิดขึ้นหลังจากนิตยสารรักลูกและโมเดิร์น맘 (Modern Mom) อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยในเรื่องของระยะเวลาการเกิดขึ้นของนิตยสารและเว็บไซต์ มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายที่จะเลือกเปิดรับสื่ออื่น ๆ และทั้ง 2 เว็บไซต์มีการนำเสนอข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์นิตยสารในแต่ละเดือนเป็นหลัก ซึ่งเนื้อหาต่าง ๆ ที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับแม่และเด็กบนเว็บไซต์มีจำนวนน้อยกว่าเว็บไซต์รักลูก

ด้านพฤติกรรมการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กนั้น เมื่อพิจารณาจากความบ่อยในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กต่อสัปดาห์ ความถี่ในการเข้าใช้บริการต่อวัน ระยะเวลาในการเปิดอ่านเว็บไซต์ต่อครั้ง และช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก 1-2 วันต่อสัปดาห์ โดยมีการเข้าใช้บริการเว็บไซต์อยู่ที่ 1 ครั้งต่อวัน และใช้เวลาในการเปิดอ่านประมาณ 30 นาที ที่เป็นเช่นนี้ อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีการศึกษา และค้นคว้าหาข้อมูล (Information Seeker) กับสื่อใหม่อยู่แล้ว และเนื่องจากเพศหญิงเป็นเพศที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม มีความเป็นแม่บ้านแม่เรือน อีกทั้งอายุยังถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม เนื่องจากคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน เช่น คนอายุมากกับคนอายุน้อย จะมีความคิด และประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน ดังเช่นจากการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 26-30 ปีที่มีครอบครัว และมีบุตรแล้วซึ่งเป็นกลุ่มที่เข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กมากที่สุด รวมไปถึงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ดังเช่นผลการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และ

เด็กในการค้นคว้าข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แม็คเลอด (McLeod) ได้กล่าวไว้ว่า “คนที่ได้รับการศึกษา สาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ”

สำหรับช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กมากที่สุดคือ เวลา 16.01- 20.00 น. ส่วนสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กมากที่สุด คือ ที่ทำงาน เนื่องจากเป็นช่วงเย็นถึงหัวค่ำ ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเวลาหลังเลิกงาน ประกอบกับความสะดวกในการใช้คอมพิวเตอร์ในที่ทำงาน หลังจากหมดเวลาทำงานปกติแล้ว จึงสามารถใช้เวลาในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กได้สะดวกที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแม็คเลอด (McLeod) ระบุว่า “ตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ซึ่งการวัดในเรื่องของเวลาในการใช้สื่อนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้อ่าน เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการที่คนมีสื่อใกล้ตัว ประกอบกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในด้านสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ อันหมายรวมถึง อาชีพ รายได้ ซึ่งล้วนมีอิทธิพลสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร” จากการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ 10,001-20,000 บาท อาชีพนอกจากจะเป็นแหล่งที่มาของรายได้แล้ว ยังเป็นตัวกำหนดรูปแบบการใช้ เวลา และสถานที่ของบุคคลอีกด้วย ซึ่งผู้รับสารเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่ออกไปทำงานนอกบ้าน มีการเปิดรับสื่อใหม่ และใช้สื่อมวลชนหลายประเภทมากขึ้น

ทางด้านเหตุผลในการเข้าไปใช้เว็บไซต์ จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้อยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.98 โดยเหตุผลที่อยู่ในระดับดีมากที่สุดในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้หญิงส่วนใหญ่เข้าเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กเพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวให้ทันเหตุการณ์ และเพื่อหาข้อมูลสนับสนุนการกระทำของตนเอง เช่น วิธีการดูแลลูก ส่วนเหตุผลที่อยู่ในระดับดีมาก 4 เหตุผลคือ เพื่อรับฟังคำแนะนำและความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจและแก้ปัญหา เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของบริษัทที่ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ เช่น อบรมสัมมนา และเพื่อความบันเทิงผ่อนคลายความเครียด แสดงให้เห็นว่า บุคคลส่วนใหญ่เลือกที่จะรับข่าวสารที่มีเนื้อหาที่ตนเองสนใจ และตรงตามทัศนคติตนเองเพื่อสนับสนุนการกระทำของตนเอง ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ แม็คคอม และ เบคเคอร์

(McCombs and Becker, 1979, pp. 50-52) ได้สรุปผลว่า บุคคลที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ด้วยเหตุผลที่ต่างกัน ได้แก่ เพื่อติดตามข่าวสาร เพื่อต้องการคำแนะนำ หรือหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา เพื่อต้องการมีส่วนร่วม

เพื่อเสริมย้ำความคิดเห็น และเพื่อความบันเทิง และสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อที่บุคคล เบื้องจริงค์กิจ ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับทฤษฎีนี้โดยอ้างถึงคำกล่าวของ McQuail and Gurevitch (1974) ว่า ในการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉันทัน หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต ล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ โดยยึดแต่เพียงหลักการใหญ่ที่ว่าผู้รับสารเป็นผู้รับกระทำ และมีภาพในใจแล้วว่าเขากำลังทำอะไรอยู่ ฉะนั้น กลุ่มผู้หญิงที่เข้าเว็บไซต์แม่และเด็กนั้น ย่อมมีความคาดหวังจากสื่อ ว่าสื่อ่นั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้กับตนเองได้มากน้อยเพียงใด

นอกจากนี้ ในส่วนของการวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์ กลุ่มผู้หญิงเห็นว่าด้านศักยภาพของเว็บไซต์ อยู่ในระดับดีปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.03 ทั้งในเรื่องของความเร็วในการเข้าหน้าหลักของเว็บไซต์ การเข้าถึงข้อมูลที่ท่านต้องการค้นหา (หน้าย่อย) และการมีบริการค้นหาข้อมูล (Search engine) อาจกล่าวได้ว่า การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น ควรคำนึงถึงศักยภาพของเว็บไซต์ในด้านความเร็วในการเข้าถึงหน้าหลักของเว็บไซต์ การเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาที่กลุ่มผู้หญิงให้ความเห็นด้านศักยภาพของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กอยู่ในระดับดีปานกลาง จากงานวิจัยของ จรรยาพร แสงไชย และคณะ (จรรยาพร แสงไชย และคณะ, 2540, น. 138) กล่าวว่า “ควรคำนึงถึงระยะเวลาในการดาวน์โหลด เพราะหากดาวน์โหลดเร็วโอกาสที่ผู้ใช้จะเข้าถึงเว็บไซต์ก็จะมีมากขึ้น ดังนั้น เว็บไซต์ที่ดีจึงไม่ใช่เว็บไซต์ที่มีกราฟิกสวยงามและดึงดูดอย่างเดียว เพราะเว็บไซต์ที่มีภาพมากเกินไปจะทำให้เวลาในการดาวน์โหลดนาน ทำให้ผู้ใช้อาจจะเบื่อที่จะต้องเสียเวลาในการดาวน์โหลดนาน จึงควรทำการตรวจสอบเรื่องระบบการทำงานอยู่เสมอ โดยเฉพาะเรื่องการใช้เวลาในการดาวน์โหลด เพราะเป็นองค์ประกอบหลักในการทำงานของเว็บไซต์อย่างมีประสิทธิภาพ” ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ศักยภาพเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ยังไม่ดีมากเท่าที่ควร เพราะหากกลุ่มผู้หญิงที่ต้องการเข้าเว็บไซต์ แต่ต้องเสียเวลาในการดาวน์โหลดนานจนเกินไป อาจทำให้กลุ่มผู้หญิงเกิดความเบื่อหน่ายซึ่งอาจส่งผลให้ไม่ต้องการเข้าใช้บริการเว็บไซต์นั้น ๆ อีก จึงทำให้เสียโอกาสในการที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ

ส่วนประสิทธิภาพด้านคุณภาพของเนื้อหา กลุ่มผู้หญิงเห็นว่าอยู่ในระดับดีปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 ซึ่งมีระดับดีมาก ในส่วนของเว็บไซต์มีเนื้อหาตรงตามความต้องการ และการเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหา ซึ่งจะตรงกับงานวิจัยของ จรรยาพร แสงไชย และคณะ (จรรยาพร แสงไชย และคณะ, 2540, น. 160) กล่าวว่า “วิธีการนำเสนอที่สร้างขึ้นควรมีการเรียบเรียงลำดับเนื้อหาที่ชัดเจน ไม่สับสน ทำให้ผู้ใช้รู้สึกว่าจะง่ายต่อการติดตามข้อมูล และเป็นเว็บไซต์ที่มี

คุณประโยชน์ต่อการที่จะกลับมาติดตามข้อมูลเนื้อหาอื่น ๆ ต่อไป” สำหรับอีก 4 ประเด็นในส่วนประสิทธิภาพด้านคุณภาพของเนื้อหา นั้น กลุ่มผู้หญิงเห็นว่า อยู่ในระดับดีปานกลาง ได้แก่ จำนวนภาษาที่ใช้ การจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาชัดเจน ความทันสมัยของเนื้อหา และความครบถ้วนของเนื้อหาที่กลุ่มผู้หญิงต้องการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของดร.จรรยาพร แสงไชย และคณะ ที่ว่า “ในส่วนของเนื้อหาหรือข้อมูลพิเศษ เช่น ข่าวสารที่น่าสนใจ น่าติดตาม จะต้องทันสมัยมีการเตรียมเนื้อหาที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งคุณภาพของเว็บไซต์อยู่ที่ความสวยงามและเนื้อหา ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะสนใจเว็บไซต์หรือไม่ขึ้นอยู่กับการนำเสนอเนื้อหาด้วยว่าสามารถดึงดูดความสนใจผู้ใช้ได้อย่างไร” ฉะนั้น ความต้องการของกลุ่มผู้หญิงจากเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก คือ เพื่อการติดตาม หาข้อมูลข่าวสาร และเนื้อหาต่าง ๆ ดังนั้นความครบถ้วน ความทันสมัยของเนื้อหา และการนำเสนอเนื้อหาอย่างตรงประเด็น จึงเป็นข้อควรคำนึงถึงที่สำคัญในเรื่องของคุณภาพด้านเนื้อหาของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ให้ตรงใจกลุ่มผู้หญิงที่เข้าเว็บไซต์มากที่สุด

สำหรับประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ กลุ่มผู้หญิงเห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งผลจากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มผู้หญิงมีความพึงพอใจ หรือความชอบในตัวเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กอยู่ในระดับดีมาก อาจกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจโดยภาพรวมของเว็บไซต์อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งหมายถึง ความพึงพอใจในทุก ๆ ด้าน ทั้งในด้านศักยภาพ คุณภาพของเนื้อหา การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ และรูปแบบของเว็บไซต์ จะส่งผลให้กลับไปใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กอีกครั้ง ซึ่งตรงกับแนวคิดของแคทซ์ (Katz) และคณะ (Denis McQuail and Sven Windahl, 1993, p. 134) อธิบายไว้ว่า “สภาวะสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์เกิดความต้องการแตกต่างกันออกไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจแตกต่างกันด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป และขั้นสุดท้าย คือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันไปด้วย” และสอดคล้องกับคำอธิบายของ กาญจนา แก้วเทพ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 314-315) ที่กล่าวไว้ว่า “รางวัลที่เกิดมาจากการเปิดรับสื่อ นั้นจะมีลักษณะเป็นผลทางจิตใจที่ทำให้บุคคลกำหนดคุณค่า หรือความชอบเป็นส่วนตัว แก่ผลลัพธ์รางวัลแบบต่าง ๆ เช่น บางคนอาจถือว่าผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจแบบความเพลิดเพลินสำคัญกว่าข่าวสาร ผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลทางใจนี้เรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ” (Media Gratification) สำหรับในประเด็นที่กลุ่มผู้หญิงเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ทางเว็บไซต์นำเสนอ นั้นอยู่ในระดับดีปานกลาง ซึ่งในประเด็นนี้เชื่อมโยงกับประสิทธิภาพด้านเนื้อหา ที่อยู่ในระดับดีปานกลาง

เช่นเดียวกัน ดังนั้น ถ้าประสิทธิภาพด้านเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ก็จะส่งผลให้ประสิทธิภาพความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ทางเว็บไซต์นำเสนออยู่ในระดับดีมากเช่นเดียวกัน

ส่วนประสิทธิภาพด้านการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ กลุ่มผู้หญิงเห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 แสดงว่า กลุ่มผู้หญิงเห็นถึงการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ซึ่งส่งผลต่อการเข้าไปใช้เว็บไซต์ ทั้งในด้านของการนำข้อมูลที่ค้นหาจากเว็บไซต์ไปใช้ได้จริง ได้รับสาระความรู้ใหม่ ๆ จากเว็บไซต์ การนำข้อมูลจากเว็บไซต์ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น และนำคำสนทนาจากห้องเว็บบอร์ดไปใช้ได้ ตามลำดับ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ และตรงกับไรท์ (Wright, Charles R., 1927, p.109) ที่ได้แสดงความเห็นว่า “คนจะเลือกรับสื่อที่เขาคิดว่ามีเนื้อหาที่เขาเห็นว่าน่าสนใจมากที่สุด และจะรู้สึกพึงพอใจกับเนื้อหาที่เห็นว่าสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเห็นเดิมที่มีอยู่” ฉะนั้น จากการศึกษาในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ที่กล่าวมานั้น สรุปได้ว่า กลุ่มผู้หญิงมีความตั้งใจและต้องการที่จะใช้เว็บไซต์เป็นสื่อในการแสวงหาข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับแม่และเด็ก เพราะเห็นว่าเว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถตอบสนองตามความต้องการ และนำมาใช้ประโยชน์ได้ตามความต้องการของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อของกาญจนา แก้วเทพ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 375) ว่า “ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสาร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง และมีความตั้งใจที่แน่นอนในการเข้าไปใช้สื่อ โดยท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล แต่เป็นทางเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่น ๆ”

สำหรับประสิทธิภาพด้านรูปแบบของเว็บไซต์ กลุ่มผู้หญิงเห็นว่าอยู่ในระดับดีมาก ในทุกประเด็น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ทั้งในเรื่องของการใช้ภาพประกอบ โทนสีของเว็บไซต์ ขนาดของตัวอักษร การจัดรูปแบบหน้า และการใช้ภาพกราฟิก เช่น แอนิเมชัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักที่ควรคำนึงในการวางรูปแบบเว็บไซต์ของดร.จรรยาพร แสงไชย และคณะ (ดร.จรรยาพร แสงไชย และคณะ, 2540, น. 139) กล่าวว่า “ลักษณะภาพที่ดีควรมีความคมชัด ดูสบายตา และให้ความรู้สึกสดชื่น ควรคำนึงถึงอิทธิพลของสี และการสร้างภาพกราฟิกทุกภาพจะมีผลต่อการขายสินค้าและบริการ ควรจัดรูปแบบการนำเสนอให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพราะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจะสนใจเว็บไซต์หรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับรูปแบบการดีไซน์ว่าสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ใช้ได้อย่างไร” ฉะนั้น รูปแบบของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ในด้านต่าง ๆ ดังที่กล่าวมานั้น มีส่วนสำคัญที่จะช่วยดึงดูด และสร้างความประทับใจต่อกลุ่มผู้หญิงให้กลับมาใช้บริการเว็บไซต์อีกครั้ง

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “วัดประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก: ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ” ครั้งนี้ เพื่อมุ่งหวังในการพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตระหว่างเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้จัดทำเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ควรออกแบบเว็บไซต์ให้น่าสนใจมากขึ้น เช่น การใส่รูปภาพประกอบ เสียงเพลง ภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ สีล้นสวยงาม เพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้กลับมาใช้เว็บไซต์อีกครั้ง

2. ผู้จัดทำเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ควรคำนึงถึงเรื่องคุณภาพของเนื้อหาข้อมูลเป็นหลัก เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

2.1 อัปเดตข้อมูลเรื่องการเลี้ยงดูเกี่ยวกับแม่และเด็ก ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีเหตุผลหลักในการเข้าเว็บไซต์ คือ เพื่อติดตามข่าวสารให้ทันเหตุการณ์ และเพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแม่และเด็ก

2.2 ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และมีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล

2.3 จัดหมวดหมู่ของเนื้อหาให้ชัดเจน และง่ายต่อการค้นหา

3. ผู้จัดทำเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ควรมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของตนเอง ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น จะช่วยให้มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์มากขึ้น เช่น ประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสาร รายการโทรทัศน์ งานกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น เพราะเว็บไซต์เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยม และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น

4. ผู้จัดทำเว็บไซต์ควรมีการวัดความนิยมของกลุ่มเป้าหมายจากหน่วยงานภายนอก เช่น [www.google.com](http://www.google.com) และ [www.truehits.net](http://www.truehits.net) เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ ให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

5. เว็บไซต์ประเภทแม่และเด็ก ควรเพิ่มช่องทางปฏิสัมพันธ์ เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เพิ่มห้องเว็บบอร์ด โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็น หรือติดต่อกับผู้จัดทำเว็บไซต์ ในเรื่องของการจัดทำเว็บไซต์และข้อมูลที่น่าเสนอ ให้เกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยการใช่วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรูปแบบการศึกษาในเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ทั้งจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแม่ว่าลักษณะพฤติกรรมการใช้บริการเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กเป็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ละเอียดลึกซึ้งมากขึ้น
2. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวัดประสิทธิภาพการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กเท่านั้น จึงควรมีการวัดประสิทธิภาพของสื่ออื่น ๆ ที่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแม่และเด็กด้วย เช่น นิตยสาร รายการโทรทัศน์ เป็นต้น เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบว่าสื่อประเภทใดสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแม่และเด็ก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีประสิทธิผลมากที่สุด
3. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มชนชั้นกลาง ฉะนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างชนชั้นอื่น ๆ ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะแสดงให้เห็นถึงการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำมาเปรียบเทียบการพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ประเภทแม่และเด็กต่อไป
4. เนื่องจากรูปแบบการศึกษาในครั้งนี้ ออกแบบมาเพื่อใช้วัดประสิทธิภาพสื่ออินเทอร์เน็ต จึงสามารถนำไปศึกษาต่อ เพื่อวัดประสิทธิภาพของเว็บไซต์ประเภทอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์นั้น ๆ ต่อไป