

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



246658



บัญชีที่มีผลต่อความสนใจของผู้ให้บริการ Online Newsletters

จดหมายผู้ สุกสุข

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน)
ปีการศึกษา 2553

b 00951526

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



246658

๑๒
๒
ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจของผู้ใช้บริการ Online Newsletters



จอมขวัญ สุขสุข

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน)
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

FACTORS AFFECTING THE INTERESTS OF
USERS OF ONLINE NEWSLETTERS

CHOMKWAN SUPBHASUK

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
(MASS COMMUNICATION TECHNOLOGY)

2010

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจของผู้ใช้บริการ

Online Newsletters

ชื่อผู้เขียน นางสาวจอมขวัญ สุขสุข

สาขาวิชา เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิษณุ สุวรรณเพิ่ม

ประธานกรรมการ

ศาสตราจารย์ ดร. ชัยยงค์ พรหมวงศ์

นาวาตรี ดร. วุฒิพงศ์ พงศ์สุวรรณ

มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาามหาบัณฑิต



.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

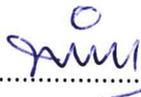
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุพิพิช)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



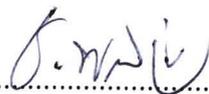
.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์อุดม พรประเสริฐ)



.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ สุวรรณเพิ่ม)



.....กรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร. ชัยยงค์ พรหมวงศ์)



.....กรรมการ

(นาวาตรี ดร. วุฒิพงศ์ พงศ์สุวรรณ)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจของผู้ใช้บริการ Online Newsletters
ชื่อผู้เขียน นางสาวจอมขวัญ สุภสุข
ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
ปีการศึกษา 2553

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

- | | |
|---|---------------|
| 1. รองศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ สุวรรณเพิ่ม | ประธานกรรมการ |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร. ชัยยงค์ พรหมวงศ์ | 246658 |
| 3. นาวาตรี ดร. วุฒิพงศ์ พงศ์สุวรรณ | |

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษา (1) ลักษณะประชากรของผู้สนใจใช้บริการ Online Newsletters (2) ลักษณะการใช้บริการ และเนื้อหาที่ผู้สนใจใช้บริการ Online Newsletters และ (3) การออกแบบสื่อให้ตรงกับความสนใจของผู้ใช้บริการ Online Newsletters การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 20 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลานาน 4-6 ปี โดยใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านข่าวสารออนไลน์จากที่ทำงาน ระยะเวลาในการใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยต่อการเปิดรับข่าวสารออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตต่ำกว่า 1 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่ใช้บริการ Online Newsletters มักใช้บริการข่าวสาร

ออนไลน์ คือ เวลา 08.00-12.00 น. ผู้ใช้บริการ Online Newsletters มีประสบการณ์ในการใช้บริการมาเป็นระยะเวลา 2-3 ปี

2. ความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่เนื่องจากความทันสมัย และการ update ข้อมูลตลอดเวลา ปกติผู้ให้บริการสนใจใช้บริการในเรื่องโฆษณาสินค้าและบริการ โดยรู้จักการให้บริการ Online Newsletters จากวิทยุ/โทรทัศน์ ภาษาที่ใช้ในการบอกรับและใช้บริการส่วนมากเป็นภาษาไทย ประเภทเว็บไซต์ที่ให้บริการมากที่สุด คือ การท่องเที่ยว/กีฬา/สันทนาการ ปัจจุบันผู้ให้บริการ Online Newsletters บอกรับ/ใช้บริการ 4-6 รายการมากที่สุด โดยรูปแบบการให้บริการเป็นแบบการรับข้อมูลทาง e-Mail (e-Newsletter)

3. ผู้ใช้บริการ Online Newsletters สนใจอ่านหัวข้อ/พาดหัวข่าวเป็นอันดับแรก โดยต้องการเนื้อหาที่สั้น กระชับ ตรงตามความต้องการ และมีความหลากหลาย ตลอดจนต้องการให้ใช้ภาษาที่ง่ายต่อการ ผู้ใช้บริการสนใจใช้บริการ Online Newsletters ผ่านทาง e-Mail เพราะสะดวกต่อการเปิดอ่านมากที่สุด

4. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการให้ออกแบบสื่อที่มีตัวอักษรขนาดใหญ่ เนื่องจากเป็นที่สะดุดตาและน่าสนใจ โดยมีลักษณะสี่เหลี่ยม มีตัวอักษรขนาดเหมือนกันแต่สีต่างกัน เมนูการสมัครสมาชิกอยู่บริเวณด้านบนขวา และมีลักษณะแบบกรอกตัวหนังสืออย่างเดียว โดยสามารถกรอกข้อมูลสมาชิกได้เลย การยกเลิกการเป็นสมาชิกให้สามารถยกเลิกผ่านทางเว็บไซต์ โดยทำเครื่องหมายหน้าข้อความยกเลิก และมีการยืนยันการยกเลิกแบบกดปุ่มยกเลิกเพียงอย่างเดียว

ABSTRACT

Thesis Title Factors Affecting the Interests of Users of
Online Newsletters

Student's Name Miss Chomkwan Supbhasuk

Degree Sought Master of Arts

Field of Study Mass Communication Technology

Academic Year 2010

Advisory Committee

- | | |
|---------------------------------------|-------------|
| 1. Assoc. Prof. Dr. Wisanu Suwanaperm | Chairperson |
| 2. Prof. Dr. Chaiyong Brahmawong | 246658 |
| 3. LCDR Dr. Wuttipong Pongsuwan | |

In this thesis, the researcher delineates (1) the demographical characteristics of selected users of online newsletters. Furthermore, the researcher investigates (2) the characteristics of how these selected users use online newsletters in addition to considering the contents of interest to them. Finally, the researcher inquires into (3) the design of the online newsletters utilized by these users insofar as they correspond to their interests.

In this survey research investigation, the researcher used a questionnaire as an instrument of research to collect data. The research population consisted of 400 Bangkok Metropolis residents.

Findings are as follows:

1. Of the respondents, most were males who were younger than twenty years of age and who were unmarried holders of bachelor's degrees. Most were private company employees whose monthly income was lower than 10,000 baht.

It was found that most had experienced using the Internet for a four-to-six year period. They used Internet services at their workplaces when accessing online news. The length of time they used these services was from four to six times weekly. Mean exposure time in accessing online Internet news services was less than an hour per session. The time period at which they used these online news services was from 8:00 a.m. to 12:00 p.m. The experience of these users in using this service was for a period between two and three years.

2. The principal interest in using the services of online newsletters lay in the services provided being up-to-date and in the fact that the contents are being continuously updated. Usually, the service users were interested in services providing product and service information in the form of advertisements. They had learned of online newsletters through radio and television. Mostly, the language used in subscription and service information was in Thai. The most frequently used type of website fell into the category of travel/sports/recreation. At present, the users under study most frequently subscribed to services provided by four to six programs. The style of service provision was through e-mail (e-Newsletter).

3. The users under study were interested in reading topic headlines as their first choice. They needed contents that were short and concise and which met their need for variety. They evinced a need for semi-formal language. The most frequent reason given for being interested in using the services of online newsletters via e-mail was that it was convenient to read.

4. Most of the users under study evinced a need for this media to utilize a design in which the characters are large since large characters are eye-catching and interesting. The users were of the opinion that the characters should be of the same size but colorful with different colors used. The subscription menu should be placed on the upper right corner of the webpage with a form given for filling in information. It should be easy to fill out these forms with all necessary membership information. Membership cancellation should be facilitated by placing an appropriate icon in front of the cancellation message on the website. Cancellation confirmation should only require clicking on a cancellation button.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร.วิษณุ สุวรรณเพิ่ม ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร. ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ นาวาตรี ดร. วุฒิพงศ์ พงศ์สุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อุดม พรประเสริฐ ประธานกรรมการที่ปรึกษา และอาจารย์วิสูตร สุจิระกุล อาจารย์ที่ตรวจรูปแบบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จนกระทั่งวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ใช้บริการข่าวสารออนไลน์ทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อน ๆ ระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน และคุณ ประไพพรรณ จongsiri ที่คอยให้กำลังใจและให้คำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณมารดา นางรัตนา จันทร์สุข ที่สนับสนุนในเรื่องการศึกษา คอยให้กำลังใจและความห่วงใยมาโดยตลอด ตั้งแต่เริ่มศึกษาจนกระทั่งทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายขอขอบคุณมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่เป็นแหล่งประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ให้แก่ข้าพเจ้าด้วยดีตลอดมา

จอมขวัญ สุขสุข

สารบัญ

บทที่	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(9)
สารบัญตาราง	(13)
สารบัญภาพประกอบ.....	(20)
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร	9
แนวคิดเกี่ยวกับความสนใจ.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลเกี่ยวกับความสำเร็จในการสื่อสารผู้รับสาร..	15
แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกรับรู้.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์	21
แนวคิดเกี่ยวกับหลักการออกแบบเว็บไซต์.....	23
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อและเลือกข่าวสาร	24

บทที่	หน้า
ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร.....	26
ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	27
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร	42
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้งาน Online Newsletters	44
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาที่ให้บริการ Online Newsletters	49
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสำหรับให้บริการ Online Newsletters.....	53
ตอนที่ 5 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสนใจใช้บริการ Online Newsletters	57
ตอนที่ 6 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวน และความสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	61
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	105
สรุปผลการวิจัย	105

บทที่	หน้า
การอภิปรายผล.....	113
ข้อเสนอแนะ.....	116
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	117
ภาคผนวก	
ก แบบสอบถาม.....	118
บรรณานุกรม.....	129
ประวัติผู้เขียน.....	132

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร	42
2 ค่าความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับลักษณะการใช้งาน Online Newsletters...	44
3 ค่าความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับให้บริการ Online Newsletters.....	49
4 ค่าความถี่และค่าร้อยละเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสำหรับให้บริการ Online Newsletters.....	53
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ความสนใจใช้บริการ Online Newsletters.....	57
6 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามเพศ.....	61
7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามอายุ.....	62
8 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่.....	62
9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	63
10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามระดับการศึกษา.....	64
11 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่.....	64
12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามอาชีพ.....	65

ตาราง	หน้า
13 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่.....	66
14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	67
15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามประสบการณ์การใช้บริการ อินเทอร์เน็ต	68
16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามความสนใจในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต	69
17 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามความสนใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นรายคู่.....	69
18 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามสถานที่ในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตด้านข่าวสารออนไลน์.....	71
19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตด้านข่าวสารออนไลน์.....	71
20 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตด้านข่าวสารออนไลน์ เป็นรายคู่.....	72
21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร ออนไลน์.....	73

ตาราง	หน้า
22 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารออนไลน์เป็นรายคู่	74
23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามช่วงเวลาที่ให้บริการข่าวสาร ออนไลน์	75
24 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้บริการ Online Newsletters	75
25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามการรู้จักการให้บริการ Online Newsletters	76
26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ Online Newsletters	77
27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามภาษาที่ใช้ในการรับและ ใช้บริการ Online Newsletters	77
28 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ Online Newsletters	78
29 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ Online Newsletters เป็นรายคู่	79
30 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามประเภทเว็บไซต์ที่ใช้บริการ Online Newsletters	80

ตาราง	หน้า
31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามจำนวนการขอรับ Online Newsletters.....	80
32 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามรูปแบบการให้บริการ Online Newsletters ที่ขอรับ/ใช้บริการ	81
33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามจำนวนการสมัครเป็นสมาชิกใน การรับบริการ Online Newsletters	82
34 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามประเภทการอ่านข่าวออนไลน์ .	83
35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามลักษณะการอ่านข่าวออนไลน์ ในอันดับแรก	84
36 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามลักษณะการอ่านข่าวออนไลน์ในอันดับแรกเป็นรายคู่.....	84
37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามลักษณะการอ่านข่าวออนไลน์ ส่วนที่นานที่สุด	86
38 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามความต้องการเนื้อหาใน Online Newsletters	86
39 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามความต้องการเนื้อหาใน Online Newsletters เป็นรายคู่.....	87

ตาราง	หน้า
40 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามความพึงพอใจกับเนื้อหาที่ ให้บริการผ่าน Online Newsletters.....	88
41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามรูปแบบ Online Newsletters ที่ผู้ให้บริการสนใจให้บริการ.....	89
42 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามรูปแบบ Online Newsletters ที่ผู้ให้บริการสนใจให้บริการ เป็นรายคู่.....	89
43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามภาษาในการให้บริการ Online Newsletters	90
44 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามภาษาในการให้บริการ Online Newsletters เป็นรายคู่.....	91
45 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามความต้องการให้ปรับปรุงเนื้อหา ของ Online Newsletters	92
46 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามจุดสนใจ Online Newsletters...	93
47 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามรูปแบบ Online Newsletters	94
48 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามลักษณะการออกแบบ Online Newsletters.....	95

ตาราง	หน้า
49 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามลักษณะการนำเสนอรูปแบบ Online Newsletters	95
50 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามลักษณะการนำเสนอรูปแบบ Online Newsletters เป็นรายคู่....	96
51 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามลักษณะอักษรในการนำเสนอ บน Online Newsletters.....	97
52 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามเมนูการรับสมัครสมาชิก Online Newsletters	97
53 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามเมนูการรับสมัครสมาชิก Online Newsletters เป็นรายคู่.....	98
54 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามลักษณะเมนูที่ใช้สมัครสมาชิก Online Newsletters	99
55 เปรียบเทียบความสนใจใช้บริการ Online Newsletters ของผู้ให้บริการ จำแนกตามลักษณะเมนูที่ใช้สมัครสมาชิก Online Newsletters เป็นรายคู่ .	99
56 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามลักษณะการกรอกเมนูการสมัคร สมาชิก Online Newsletters	100
57 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการ Online Newsletter ผ่านทาง e-Mail.....	101

ตาราง	หน้า
58 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามช่องทางการยกเลิกการบอกรับ เป็นสมาชิก Online Newsletters	102
59 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามรูปแบบการยกเลิกการบอกรับ เป็นสมาชิก Online Newsletters	102
60 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสนใจ ใช้บริการ Online Newsletters จำแนกตามรูปแบบการยื่นยันการยกเลิก การบอกรับเป็นสมาชิก Online Newsletters.....	103

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 แบบจำลองความคาดหวัง.....	29
3 ผลการทดสอบสมมติฐานเรื่อง ลักษณะประชากรของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน มีผลต่อความสนใจใช้บริการ Online Newsletters แตกต่างกัน	109
4 ผลการทดสอบสมมติฐานเรื่อง ลักษณะการให้บริการที่ต่างกัน มีผลต่อความสนใจในการใช้บริการ Online Newsletters แตกต่างกัน	110
5 ผลการทดสอบสมมติฐานเรื่อง เนื้อหาของ Online Newsletters ที่ให้บริการต่างกัน มีผลต่อความสนใจใช้บริการ Online Newsletters แตกต่างกัน	111
6 ผลการทดสอบสมมติฐานเรื่อง การออกแบบสื่อ Online Newsletters ที่ต่างกัน มีผลต่อความสนใจใช้บริการ Online Newsletters แตกต่างกัน	112