

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็น (survey research) ของผู้บริโภค และศึกษาลักษณะประชากร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จากเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ผู้ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างมาจำนวน 4 เขต ผลการจับฉลากได้เขตที่เป็นตัวแทน คือ เขตบางนา เขตราชเทวี เขตบางกะปิ และเขตห้วยขวาง ผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เป็นเพศชายและเพศหญิง อายุตั้งแต่ 18-50 ปี ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW Version 14.0 (Statistical Package for Social Sciences/for Windows Version 14.0) ณ สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จนกระทั่งได้ผลการวิจัย ซึ่งมีลำดับการแสดงผลวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตอนที่ 5 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนของการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

รายละเอียดต่าง ๆ ของผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้นำเสนอออกมาในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ตาราง 1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	183	45.80
หญิง	217	54.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 และเป็นเพศชายจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80

ตาราง 2

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-25 ปี	125	31.30
26-33 ปี	180	45.00
34-41 ปี	62	15.50
42-50 ปี	33	8.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 26-33 ปีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา อายุ 18-25 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 อายุ 34-41 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และอายุ 42-50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ตามลำดับ

ตาราง 3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	4	1.00
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	23	5.80
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	16	4.00
ปริญญาตรี	268	67.00
สูงกว่าปริญญาตรี	89	22.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 การศึกษาระดับมัธยมตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตาราง 4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน นักศึกษา	113	28.30
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	54	13.50
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	195	48.80
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมาเป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตาราง 5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	37	9.30
5,001-10,000 บาท	67	16.80
10,001-15,000 บาท	115	28.80
15,001-20,000 บาท	78	19.50
สูงกว่า 20,000 บาท	103	25.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน สูงกว่า 20,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตาราง 6

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	114	28.50
1-2 ปี	106	26.50
3-4 ปี	61	15.30
มากกว่า 4 ปี	119	29.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มาเป็นระยะเวลามากกว่า 4 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 รองลงมา คือ น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 ระยะเวลา 1-2 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 และระยะเวลา 3-4 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ

ตาราง 7

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่อ่านบ่อยครั้ง

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทยรัฐ	241	60.30
เดลินิวส์	88	22.00
ฐานเศรษฐกิจ	13	3.30
กรุงเทพธุรกิจ	31	7.80
เดอะเนชั่น	27	6.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของไทยรัฐบ่อยครั้งที่สุด เป็นจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 รองลงมา คือ เดลินิวส์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 เดอะเนชั่น จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และฐานเศรษฐกิจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ



ตาราง 8

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในหนึ่งสัปดาห์

ความบ่อยครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	81	20.30
5-6 วันต่อสัปดาห์	30	7.50
3-4 วันต่อสัปดาห์	84	21.00
1-2 วันต่อสัปดาห์	113	28.30
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	92	23.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 1-2 วันต่อสัปดาห์ เป็นจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 รองลงมา อ่านน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 อ่าน 3-4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 อ่านทุกวัน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 และอ่าน 5-6 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตาราง 9

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละครั้ง

เวลาที่ใช้ในการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 นาที	75	18.80
10-20 นาที	181	45.30
20-30 นาที	87	21.80
ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง	50	12.50
มากกว่า 1 ชั่วโมง	7	1.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์แต่ละครั้งประมาณ 10-20 นาที จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมาใช้เวลาในการอ่าน 20-30 นาที จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 ใช้เวลาอ่านน้อยกว่า 10 นาที จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และอ่านมากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ตาราง 10

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน/ที่พัก	171	42.80
ที่ทำงาน	182	45.50
สถานศึกษา	24	6.00
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	23	5.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากที่ทำงาน เป็นจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมา อ่านจากที่บ้าน จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 อ่านที่สถานศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และอ่านที่ร้านบริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ

ตาราง 11

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ย่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
00.01-06.00 น. (หลังเที่ยงคืนถึงเช้า)	6	1.50
06.01-12.00 น. (ครึ่งวันเช้า)	146	36.50
12.01-18.00 น. (ครึ่งวันบ่าย)	113	28.30
18.01-24.00 น. (ตอนค่ำถึงเที่ยงคืน)	135	33.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงครึ่งวันเช้า 06.01-12.00 น. เป็นจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมา คือ อ่านในช่วงตอนค่ำถึงเที่ยงคืน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.80 อ่านในช่วงครึ่งวันบ่าย จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และอ่านในช่วงหลังเที่ยงคืนถึงเช้า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตาราง 12

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ลักษณะการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย	28	7.00
อ่านแต่พาดหัวข่าว	38	9.50
อ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ	257	64.30
อ่านข่าวด่วน (breaking news)	25	6.30
อ่านทั้งหมด	52	13.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เฉพาะเรื่องที่สนใจ เป็นจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 รองลงมา คือ อ่านทั้งหมด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 อ่านแต่พาดหัวข่าว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 อ่านโดยดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และอ่านข่าวด่วน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ตามลำดับ

ตาราง 13

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความตั้งใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ระดับความตั้งใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจอ่านมาก	27	6.80
ตั้งใจอ่านพอควร	251	62.80
อ่านแบบผ่าน ๆ ไม่ค่อยตั้งใจ	120	30.00
อื่น ๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความตั้งใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์พอควร จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 รองลงมา คือ อ่านแบบผ่าน ๆ ไม่ค่อยตั้งใจ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตั้งใจอ่านมาก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตาราง 14

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทข่าวที่ชอบอ่าน

ประเภทข่าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข่าวการเมือง	81	20.30
ข่าวเศรษฐกิจ	66	16.50
ข่าวต่างประเทศ	17	4.30
ข่าวสังคม	63	15.80
ข่าวบันเทิง	123	30.80
ข่าวกีฬา	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบอ่านข่าวบันเทิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ ข่าวการเมือง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 ข่าวเศรษฐกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ข่าวสังคม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 ข่าวกีฬา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และข่าวต่างประเทศ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ตามลำดับ

ตาราง 15

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับข่าวหลังจากอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ระดับความบ่อยครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกครั้งที่ย่าน	32	8.00
เกือบทุกครั้งที่ย่าน	104	26.00
นาน ๆ ครั้ง	186	46.50
ไม่วิพากษ์วิจารณ์	78	19.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับข่าวนาน ๆ ครั้ง เป็นจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมา คือ วิพากษ์วิจารณ์เกือบทุกครั้งที่ย่าน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ไม่วิพากษ์วิจารณ์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และวิพากษ์วิจารณ์ทุกครั้งที่ย่าน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตาราง 16

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์
ฉบับที่ชออ่าน

เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทยรัฐ	226	56.50
เดลินิวส์	88	22.00
ฐานเศรษฐกิจ	15	3.80
กรุงเทพธุรกิจ	32	8.00
เดอะเนชั่น	39	9.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างชออ่านเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์
ไทยรัฐมากที่สุด เป็นจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมา คือ เดลินิวส์
จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 เดอะเนชั่น จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80
กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และฐานเศรษฐกิจ จำนวน 15 คน
คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

ตาราง 17

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคอลัมน์ที่อ่านบ่อยครั้ง

คอลัมน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข่าว	195	48.80
บันเทิง	130	32.50
ดูดวง	16	4.00
การศึกษา	10	2.50
กีฬา	49	12.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านคอลัมน์ข่าวบ่อยครั้งที่สุด เป็นจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมา คือ คอลัมน์บันเทิง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 คอลัมน์กีฬา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 คอลัมน์ดูดวง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และคอลัมน์การศึกษา จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตาราง 18

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเนื้อหาข่าวแบบที่ดึงดูดความสนใจ ทำให้น่าอ่าน

แบบของเนื้อหาข่าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เนื้อหาตรงกับความสนใจส่วนตัว	113	28.30
เนื้อหาข่าวชวนให้ติดตาม	95	23.80
เนื้อหาข่าวเจาะลึก ตรงประเด็น	151	37.80
เนื้อหาข่าวแปลกใหม่	41	10.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 18 พบว่า เนื้อหาข่าวแบบเจาะลึก ตรงประเด็น ดึงดูดความสนใจทำให้น่าอ่านมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมา คือ เนื้อหาที่ตรงกับ ความสนใจส่วนตัว จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 เนื้อหาข่าวชวนให้ติดตาม จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และเนื้อหาข่าวแปลกใหม่ จำนวน 41 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.30 ตามลำดับ

ตาราง 19

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประโยชน์ที่ได้จากการเปิดอ่านเนื้อหา หนังสือพิมพ์ออนไลน์

ประโยชน์ที่ได้รับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อ Update ข้อมูลข่าวสารที่ละเอียด และรวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ปกติ	221	55.30
เพื่อความบันเทิง	101	25.30
เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลในการวิจัย รายงาน	22	5.50
เพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจ การค้า การลงทุน	30	7.50
เพื่อเปรียบเทียบประเด็นข่าวเดียวกัน		
จากหลาย ๆ ฉบับ ยืนยันความถูกต้อง	26	6.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดอ่านเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพื่อใช้ประโยชน์ในการ Update ข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดและรวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ปกติ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 รองลงมา เพื่อความบันเทิง จำนวน 101 คน คิดเป็น ร้อยละ 25.30 เพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจ การค้า การลงทุน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 เพื่อเปรียบเทียบประเด็นข่าวเดียวกันจากหลาย ๆ ฉบับ ยืนยันความถูกต้อง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และเพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลในการวิจัย รายงาน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ตาราง 20

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ดี

ลักษณะเนื้อหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นำเสนอในมุมมองที่แตกต่าง	107	26.80
ใช้ภาษาถูกต้อง และสุภาพ	38	9.50
มีเอกลักษณ์ ไม่ลอกเลียนแบบ	26	6.50
มีความเป็นกลาง ไม่ลำเอียง	229	57.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 20 พบว่า ลักษณะเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ดี คือ มีความเป็นกลาง ไม่ลำเอียง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 รองลงมา คือ นำเสนอในมุมมองที่แตกต่าง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 ใช้ภาษาถูกต้อง และสุภาพ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และมีเอกลักษณ์ ไม่ลอกเลียนแบบ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตาราง 21

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีต่อเนื้อหาข่าวที่มีภาพหรือคลิปวิดีโอประกอบ

ผลของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวเร็วขึ้น	79	19.80
ช่วยประหยัดเวลาในการอ่านทำความเข้าใจ	147	36.80
ทำให้มีความสนใจมากขึ้น	155	38.80
ไม่มีผลใดๆ	19	4.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 21 พบว่า เนื้อหาข่าวที่มีภาพหรือคลิปวิดีโอประกอบมีผลทำให้ผู้อ่านมีความสนใจมากขึ้น เป็นจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมา คือ ช่วยประหยัดเวลาในการอ่านทำความเข้าใจ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวเร็วขึ้น จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 และไม่มีผลใด ๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 ตามลำดับ

ตาราง 22

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเนื้อหาข่าวจากแหล่งข่าวที่ทำให้มั่นใจในความถูกต้องของข่าวสาร

เนื้อหาข่าวจากแหล่งข่าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เนื้อหาข่าวจากคำยืนยันของนักวิชาการ	123	30.80
เนื้อหาข่าวจากประชาชนผู้เห็นเหตุการณ์	212	53.00
เนื้อหาข่าวจากนักข่าว	45	11.30
เนื้อหาข่าวจากเจ้าของเว็บไซต์	20	5.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มั่นใจในความถูกต้องของเนื้อหาข่าวจากประชาชนผู้เห็นเหตุการณ์ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา คือ เนื้อหาข่าวจากคำยืนยันของนักวิชาการ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 เนื้อหาข่าวจากนักข่าว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และเนื้อหาข่าวจากเจ้าของเว็บไซต์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ตาราง 23

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสิ่งที่ควรเพิ่มเติมสำหรับเนื้อหาข่าว
ที่น่าสนใจในปัจจุบัน

สิ่งที่ควรเพิ่มเติม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ให้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ	56	14.00
การนำเสนอข่าวที่น่าเชื่อถือ	291	72.80
บทสัมภาษณ์ตรงประเด็นข่าว	46	11.50
ไม่ต้องเพิ่มเติม คืออยู่แล้ว	7	1.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเนื้อหาข่าวที่น่าสนใจในปัจจุบันควรเพิ่มเติมในเรื่องการนำเสนอข่าวที่น่าเชื่อถือ เป็นจำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.80 รองลงมา คือ การให้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 บทสัมภาษณ์ตรงประเด็นข่าว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และไม่ต้องเพิ่มเติม คืออยู่แล้ว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอ
ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตาราง 24

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์
ออนไลน์ฉบับที่ชอบ

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทยรัฐ	208	52.00
เดลินิวส์	103	25.80
ฐานเศรษฐกิจ	15	3.80
กรุงเทพธุรกิจ	24	6.00
เดอะเนชั่น	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์
ออนไลน์ไทยรัฐ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมา คือ เดลินิวส์ จำนวน
103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 เดอะเนชั่น จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50
กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และฐานเศรษฐกิจ จำนวน 15 คน
คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

ตาราง 25

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการนำเสนอที่ทำให้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น

การนำเสนอ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านได้ทุกที่ทุกเวลา	119	29.80
สะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล	176	44.00
อ่านทำความเข้าใจง่าย	54	13.50
ประหยัดค่าใช้จ่าย	51	12.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 25 พบว่า ความสะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูลทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น เป็นจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ อ่านได้ทุกที่ทุกเวลา จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 อ่านทำความเข้าใจง่าย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 ตามลำดับ

ตาราง 26

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ผู้อ่านให้ความสนใจ

รูปแบบการนำเสนอ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีไอคอนต่าง ๆ บนหน้าจอเพื่อแบ่งหมวดหมู่ข่าว	125	31.30
มีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม	63	15.80
มีเสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบเนื้อหาข่าว	95	23.80
สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทาง		
โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟน	117	29.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 26 พบว่า รูปแบบการนำเสนอที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด คือ มีไอคอนต่าง ๆ บนหน้าจอเพื่อแบ่งหมวดหมู่ข่าว จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 รองลงมา คือ สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 มีเสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบเนื้อหาข่าว จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และมีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.80 ตามลำดับ

ตาราง 27

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผลต่อการติดตามข่าวจากพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ผลการติดตามข่าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีผลต่อการติดตามข่าว	172	43.00
มีผลบ้างในข่าวที่สนใจ	205	51.30
ไม่มีผลใด ๆ	23	5.80
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 27 พบว่า พาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีผลต่อการติดตามข่าวของกลุ่มตัวอย่างบ้างในข่าวที่สนใจ เป็นจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมา มีผลต่อการติดตามข่าว จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ไม่มีผลใด ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ



ตาราง 28

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการนำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทที่พึงพอใจ

ประเภทข่าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข่าวการเมือง	140	35.00
ข่าวกีฬา	77	19.30
ข่าวบันเทิง	144	36.00
ข่าวสุขภาพ	39	9.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจกับการนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิงมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา เป็นข่าวการเมือง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ข่าวกีฬา จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 และข่าวสุขภาพ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ

ตาราง 29

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการจัดวางคอลัมน์ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่าน

รูปแบบการจัดวาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แบ่งสัดส่วนของเนื้อหาชัดเจน	117	29.30
แบ่งคอลัมน์เป็นหมวดหมู่	130	32.50
ใช้ภาพประกอบที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหา	139	34.80
ใช้กราฟิกและสีสันทันเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 29 พบว่า รูปแบบการจัดวางโดยการใช้ภาพประกอบที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหา มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เป็นจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 รองลงมา คือ การแบ่งคอลัมน์เป็นหมวดหมู่ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 แบ่งสัดส่วนของเนื้อหาชัดเจน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และการใช้กราฟิกและสีต้นเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตาราง 30

จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการนำเสนอที่ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดา

วิธีการนำเสนอ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีห้องสนทนาในกลุ่มผู้อ่านต่อประเด็นข่าว	44	11.00
การแสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการ	48	12.00
การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	56	14.00
ข้อมูลข่าวมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา และทันต่อสถานการณ์	181	45.30
สืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้	71	17.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าข้อมูลข่าวที่มีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลาและทันต่อสถานการณ์ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดามากที่สุด เป็นจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมา คือ สืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 การแสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และมีห้องสนทนาในกลุ่มผู้อ่านต่อประเด็นข่าว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนของการเปิดรับข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตาราง 31

ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนของระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วน	ระดับ
		เบี่ยงเบน มาตรฐาน	
ชอบเนื้อหาข่าว บทความ และคอลัมน์	3.66	.708	มาก
ติดตามข่าวที่เป็นประเด็นสังคม	3.73	.754	มาก
ได้ข้อมูลนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษา	3.39	.818	ปานกลาง
เพื่อความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ	3.86	.830	มาก
ลักษณะโดยรวมของเว็บไซต์ดึงดูดน่าสนใจ	3.71	.730	มาก
การเชื่อมโยงของข้อมูลข่าวที่ครอบคลุม	3.82	.744	มาก
ความสวยงามของการจัดหน้า	3.53	.800	มาก
การจัดแบ่งคอลัมน์ได้สัดส่วน	3.62	.783	มาก
เปรียบเทียบข่าวพร้อมกันได้หลายฉบับ	3.70	.813	มาก
เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ			
หรือสมาร์ตโฟนได้	3.64	1.046	มาก
มีโอกาสดูแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านทางห้องสนทนา	3.46	.993	ปานกลาง
อ่านได้ทุกสถานที่ทุกเวลา	4.07	.862	มาก
การส่งข้อมูล อีเมลข่าวสารในรูปแบบ e-mail, SMS			
และ MMS	3.57	.968	มาก
กราฟฟิก และเนื้อหาที่เป็นภาพเคลื่อนไหว	3.53	.816	มาก
บทบรรณาธิการน่าสนใจ	3.23	.869	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.6340	.47776	มาก

จากตาราง 31 พบว่า ระดับการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6340 จำแนกในแต่ละข้อได้ดังนี้

ข้อที่กลุ่มตัวอย่างของผู้อ่านที่มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะอ่านได้ทุกสถานที่ทุกเวลา เป็นอันดับแรก มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 4.07

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.86

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะการเชื่อมโยงของข้อมูลข่าวสารที่ครอบคลุม มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.82

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อติดตามข่าวที่เป็นประเด็นสังคม มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.73

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะลักษณะโดยรวมของเว็บไซต์ดึงดูดน่าสนใจ มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.71

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะเปรียบเทียบข่าวพร้อมกันได้หลายฉบับ มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.70

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะชอบเนื้อหาข่าว บทความ และคอลัมน์ มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.66

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟนได้ มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.64

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะการจัดแบ่งคอลัมน์ได้สัดส่วน มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.62

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะมีการส่งข้อมูล อีเมล ข่าวสารในรูปแบบ E-mail, SMS และ MMS มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.57

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะความสวยงามของการจัดหน้า มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.53

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะมีกราฟฟิก และเนื้อหาที่เป็นภาพเคลื่อนไหว มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.53

ข้อที่กลุ่มตัวอย่างของผู้อ่านที่มีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะมีโอกาสดูเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านทางห้องสนทนา มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.46

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการศึกษา มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.39

การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพราะบทบรรณาธิการน่าสนใจ มีคะแนนระดับการเปิดรับข่าวสารเท่ากับ 3.23

การทดสอบสมมติฐาน

การนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ทดสอบความแตกต่างของลักษณะประชากร โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ (F test) ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) และวิเคราะห์เป็นรายคู่ ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (multiple-comparison) โดยการทดสอบสมมติฐานดังต่อไปนี้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลักษณะประชากรของประชาชนที่ต่างกันมีผลทำให้การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยปัจจัยลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 32

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเพศ

เพศ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	Sig.
ชาย	183	3.67	0.45	1.41	398	0.15*
หญิง	217	3.60	0.49			

* $p < .05$

จากตาราง 32 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เพศต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
สมมติฐานย่อยที่ 1.2 อายุที่ต่างกัน มีผลต่อเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 33

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามอายุ

อายุ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
18-25 ปี	125	3.66	0.46	2.71	3	0.04*
26-33 ปี	180	3.63	0.50			
34-41 ปี	62	3.49	0.41			
42-50 ปี	33	3.76	0.44			

* $p < .05$

จากตาราง 33 พบว่า อายุมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อายุที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 34

ตาราง 34

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ		18-25 ปี	26-33 ปี	34-41 ปี	42-50 ปี
	$\bar{X}$	3.66	3.63	3.49	3.76
18-25 ปี	3.66	-	-	0.17	-
26-33 ปี	3.63	-	-	-	-
34-41 ปี	3.49	-	-	-	-
42-50 ปี	3.76	-	-	0.27	-

จากตาราง 34 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 2 คู่ ดังนี้

ผู้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีอายุ 18-25 ปี ($\bar{X}$ = 3.66) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าอายุ 34-41 ปี ($\bar{X}$ = 3.49) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.17

ผู้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีอายุ 42-50 ปี ($\bar{X}$ = 3.76) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าอายุ 34-41 ปี ($\bar{X}$ = 3.49) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.27

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 35

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	4	3.16	0.19	2.38	4	0.51*
มัธยมศึกษาตอนปลาย						
หรือเทียบเท่า	23	3.42	0.60			
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	16	3.59	0.59			
ปริญญาตรี	268	3.66	0.46			
สูงกว่าปริญญาตรี	89	3.63	0.44			

* $p < .05$

จากตาราง 35 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 1.4 อาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 36

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	113	3.77	0.51	7.58	3	0.00*
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	54	3.74	0.42			
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	195	3.52	0.45			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	38	3.60	0.43			

* $p < .05$

จากตาราง 36 พบว่า อาชีพมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 37

ตาราง 37

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย	
	$\bar{X}$	3.77	3.74	3.52	3.60
นักเรียน/นักศึกษา	3.77	-	-	0.25	-
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.74	-	-	0.22	-
พนักงาน/ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	3.52	-	-	-	-
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	3.60	-	-	-	-

จากตาราง 37 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 2 คู่ ดังนี้

นักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X} = 3.77$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.52$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.25

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.74$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน ($\bar{X} = 3.52$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.22

สมมติฐานย่อย 1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 38

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	n	$\bar{X}$	SD	F	df	Sig.
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	37	3.67	0.46	2.64	4	0.03*
5,001-10,000 บาท	67	3.72	0.60			
10,001-15,000 บาท	115	3.51	0.45			
15,001-20,000 บาท	78	3.64	0.45			
สูงกว่า 20,000 บาท	103	3.68	0.41			

* $p < .05$

จากตาราง 38 พบว่า รายได้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 39

ตาราง 39

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน		ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 15,000 บาท	15,001- 20,000 บาท	สูงกว่า 20,000 บาท
	$\bar{X}$	3.67	3.72	3.51	3.64	3.68
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	3.67	-	-	-	-	-
5,001-10,000 บาท	3.72	-	-	0.21	-	-
10,001-15,000 บาท	3.51	-	-	-	-	-
15,001-20,000 บาท	3.64	-	-	-	-	-
สูงกว่า 20,000 บาท	3.68	-	-	0.17	-	-

จากตาราง 39 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 2 คู่ ดังนี้

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ($\bar{X} = 3.72$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ($\bar{X} = 3.51$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.21

ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท ($\bar{X} = 3.68$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ($\bar{X} = 3.51$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.17

การทดสอบสมมติฐานที่ 2

พฤติกรรม的开รับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.1 ระยะเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 40

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามระยะเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ระยะเวลา	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
น้อยกว่า 1 ปี	114	3.60	0.49	2.36	3	0.71*
1-2 ปี	106	3.71	0.51			
3-4 ปี	61	3.68	0.39			
มากกว่า 4 ปี	119	3.56	0.45			

* $p < .05$

จากตาราง 40 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่อ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระยะเวลาที่อ่านต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 2.2 หนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่รับข้อมูลข่าวสารบ่อยครั้งต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 41

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่รับข้อมูลข่าวสารบ่อยครั้ง

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ไทยรัฐ	241	3.61	0.49	1.79	4	0.12*
เดลินิวส์	88	3.60	0.49			
ฐานเศรษฐกิจ	13	3.53	0.46			
กรุงเทพธุรกิจ	31	3.79	0.25			
เดอะเนชั่น	27	3.77	0.45			

* $p < .05$

จากตาราง 41 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่รับข้อมูลข่าวสารบ่อยครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่รับข้อมูลข่าวสารบ่อยครั้งต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 2.3 ความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่อสัปดาห์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน



ตาราง 42

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่อสัปดาห์

ความบ่อยครั้ง	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ทุกวัน	81	3.78	0.40	3.29	4	0.01*
5-6 วันต่อสัปดาห์	30	3.66	0.49			
3-4 วันต่อสัปดาห์	84	3.53	0.52			
1-2 วันต่อสัปดาห์	113	3.58	0.47			
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	92	3.65	0.47			

* $p < .05$

จากตาราง 42 พบว่า ความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่อสัปดาห์ มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่อสัปดาห์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 43

ตาราง 43

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่อสัปดาห์

ความบ่อยครั้ง		ทุกวัน	5-6 วัน	3-4 วัน	1-2 วัน	น้อยกว่า
			ต่อสัปดาห์	ต่อสัปดาห์	ต่อสัปดาห์	สัปดาห์ละครั้ง
	$\bar{X}$	3.78	3.66	3.53	3.58	3.65
ทุกวัน	3.78	-	-	0.25	-	-
5-6 วันต่อสัปดาห์	3.66	-	-	-	-	-
3-4 วันต่อสัปดาห์	3.53	-	-	-	-	-
1-2 วันต่อสัปดาห์	3.58	-	-	-	-	-
น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง	3.65	-	-	-	-	-

จากตาราง 43 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 1 คู่ ดังนี้

ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกวันต่อสัปดาห์ ($\bar{X} = 3.78$) มีการเปิดรับข่าวสาร
จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 3-4 วันต่อสัปดาห์
($\bar{X} = 3.53$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.25

สมมติฐานย่อย 2.4 เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อ
การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 44

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

เวลาที่ใช้ในการอ่าน	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
น้อยกว่า 10 นาที	75	3.59	0.52	4.43	4	0.00*
10-20 นาที	181	3.58	0.47			
20-30 นาที	87	3.68	0.42			
ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง	50	3.70	0.38			
มากกว่า 1 ชั่วโมง	7	4.27	0.65			

**p* < .05

จากตาราง 44 พบว่า เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีผลต่อการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า
ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน
มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่
ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 45

ตาราง 45

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

เวลาที่ใช้ในการอ่าน		น้อยกว่า 10 นาที	10-20 นาที	20-30 นาที	ครึ่งชั่วโมง- 1 ชั่วโมง	มากกว่า 1 ชั่วโมง
	$\bar{X}$	3.59	3.58	3.68	3.70	4.27
น้อยกว่า 10 นาที	3.59	-	-	-	-	-
10-20 นาที	3.58	-	-	-	-	-
20-30 นาที	3.68	-	-	-	-	-
ครึ่งชั่วโมง - 1 ชั่วโมง	3.70	-	-	-	-	-
มากกว่า 1 ชั่วโมง	4.27	0.68	0.69	0.59	-	-

จากตาราง 45 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 3 คู่ ดังนี้

ผู้ที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่า 1 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.27$)
มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์
ออนไลน์น้อยกว่า 10 นาที ($\bar{X} = 3.59$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.68

ผู้ที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่า 1 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.27$)
มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์
ออนไลน์ 10-20 นาที ($\bar{X} = 3.58$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.69

ผู้ที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่า 1 ชั่วโมง ($\bar{X} = 4.27$)
มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์
ออนไลน์น้อยกว่า 20-30 นาที ($\bar{X} = 3.68$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.59

สมมติฐานย่อย 2.5 สถานที่ที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน
มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 46

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามสถานที่ที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สถานที่	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
บ้าน/ที่พัก	171	3.74	0.49	6.64	3	0.00*
ที่ทำงาน	182	3.53	0.45			
สถานศึกษา	24	3.53	0.26			
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	23	3.70	0.49			

* $p < .05$

จากตาราง 46 พบว่า สถานที่ที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ สถานที่ที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 47

ตาราง 47

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามสถานที่ที่ใช้ในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สถานที่		บ้าน/ ที่พัก	ที่ทำงาน	สถานศึกษา	ร้านบริการ อินเทอร์เน็ต
	$\bar{X}$	3.74	3.53	3.53	3.70
บ้าน/ที่พัก	3.74	-	0.21	-	-
ที่ทำงาน	3.53	-	-	-	-
สถานศึกษา	3.53	-	-	-	-
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	3.70	-	-	-	-

จากตาราง 47 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 1 คู่ ดังนี้

ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากที่บ้าน/ที่พัก ($\bar{X} = 3.74$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากที่ทำงาน ($\bar{X} = 3.53$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.21

สมมติฐานย่อย 2.6 ช่วงเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 48

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามช่วงเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ช่วงเวลา	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
00.01-06.00 น. (หลังเที่ยงคืนถึงเช้า)	6	3.47	0.23	1.20	3	0.30*
06.01-12.00 น. (ครึ่งวันเช้า)	146	3.67	0.51			
12.01-18.00 น. (ครึ่งวันบ่าย)	113	3.57	0.39			
18.01-24.00 น. (ตอนค่ำถึงเที่ยงคืน)	135	3.63	0.50			

* $p < .05$

จากตาราง 48 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่อ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ช่วงเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 2.7 ลักษณะในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 49

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามลักษณะในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ลักษณะการอ่าน	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ดูเฉพาะรูปและคำบรรยาย	28	3.55	0.49	0.80	4	0.52*
อ่านแต่พาดหัวข่าว	38	3.53	0.41			
อ่านเฉพาะเรื่องที่สนใจ	257	3.64	0.47			
อ่านข่าวด่วน (breaking news)	25	3.69	0.56			
อ่านทั้งหมด	52	3.65	0.48			

* $p < .05$

จากตาราง 49 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะในการอ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 2.8 ระดับความตั้งใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 50

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามระดับความตั้งใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ระดับความตั้งใจ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ตั้งใจอ่านมาก	27	3.71	0.54	1.66	3	0.17*
ตั้งใจอ่านพอควร	251	3.66	0.45			
อ่านแบบผ่าน ๆ ไม่ค่อยตั้งใจ	120	3.55	0.51			
อื่น ๆ	2	3.66	0.00			

* $p < .05$

จากตาราง 50 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับระดับความตั้งใจในการอ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ระดับความตั้งใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 2.9 ประเภทข่าวที่ชอบอ่านในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 51

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามประเภทข่าวที่ชอบอ่านในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ประเภทข่าว	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ข่าวการเมือง	81	3.73	0.47	7.56	5	0.00*
ข่าวเศรษฐกิจ	66	3.76	0.46			
ข่าวต่างประเทศ	17	3.99	0.40			
ข่าวสังคม	63	3.64	0.53			
ข่าวบันเทิง	123	3.46	0.43			
ข่าวกีฬา	50	3.57	0.37			

* $p < .05$

จากตาราง 51 พบว่า ประเภทข่าวที่ชอบอ่านในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประเภทข่าวที่ชอบอ่านในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 52

ตาราง 52

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามประเภทข่าวที่ชอบอ่านในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ประเภทข่าว	ข่าวการเมือง ข่าว ข่าว ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา						
		เศรษฐกิจ ต่างประเทศ					
	$\bar{X}$	3.73	3.76	3.99	3.64	3.46	3.57
ข่าวการเมือง	3.73	-	-	-	-	0.27	-
ข่าวเศรษฐกิจ	3.76	-	-	-	-	0.30	-
ข่าวต่างประเทศ	3.99	-	-	-	-	0.53	-
ข่าวสังคม	3.64	-	-	-	-	-	-
ข่าวบันเทิง	3.46	-	-	-	-	-	-
ข่าวกีฬา	3.57	-	-	-	-	-	-

จากตาราง 52 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 3 คู่ ดังนี้

ผู้ที่ชอบอ่านข่าวการเมือง ($\bar{X} = 3.73$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่ชอบอ่านข่าวบันเทิง ($\bar{X} = 3.46$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.27

ผู้ที่ชอบอ่านข่าวเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.76$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่ชอบอ่านข่าวบันเทิง ($\bar{X} = 3.46$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.30

ผู้ที่ชอบอ่านข่าวต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.99$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่ชอบอ่านข่าวบันเทิง ($\bar{X} = 3.46$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.53

สมมติฐานย่อย 2.10 ความบ่อยครั้งในการวิพากษ์วิจารณ์ข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 53

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามความบ่อยครั้งในการวิพากษ์วิจารณ์ข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ระดับความบ่อยครั้ง	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ทุกครั้งที่ย่อ่าน	32	3.76	0.49	2.63	3	0.051*
เกือบทุกครั้งที่ย่อ่านข่าว	104	3.53	0.40			
นาน ๆ ครั้ง	186	3.67	0.49			
ไม่วิพากษ์วิจารณ์ข่าว	78	3.62	0.50			

**p* < .05

จากตาราง 53 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับความบ่อยครั้งในการวิพากษ์วิจารณ์ข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความบ่อยครั้งในการวิพากษ์วิจารณ์ข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การทดสอบสมมติฐานที่ 3

เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของประชาชนแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.1 เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชออ่านต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 54

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบอ่าน

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ไทยรัฐ	226	3.63	0.49	0.90	4	0.45*
เดลินิวส์	88	3.56	0.51			
ฐานเศรษฐกิจ	15	3.58	0.43			
กรุงเทพธุรกิจ	32	3.72	0.29			
เดอะเนชั่น	39	3.69	0.40			

**p* < .05

จากตาราง 54 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบอ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบอ่านต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 3.2 เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์คอลัมน์ที่อ่านบ่อยครั้งต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 55

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์คอลัมน์ที่อ่านบ่อยครั้ง

คอลัมน์	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ข่าว	195	3.72	0.48	5.69	4	0.00*
บันเทิง	130	3.51	0.46			
คูดวง	16	3.37	0.30			
การศึกษา	10	3.80	0.50			
กีฬา	49	3.63	0.39			

**p* < .05

จากตาราง 55 พบว่า เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์คอลัมน์ที่อ่านบ่อยครั้ง
มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์คอลัมน์
ที่อ่านบ่อยครั้งต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน
จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 56

ตาราง 56

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์คอลัมน์ที่อ่านบ่อยครั้ง

คอลัมน์		ข่าว	บันเทิง	ดูดวง	การศึกษา	กีฬา
	$\bar{X}$	3.72	3.51	3.37	3.80	3.63
ข่าว	3.72	-	0.21	-	-	-
บันเทิง	3.51	-	-	-	-	-
ดูดวง	3.37	-	-	-	-	-
การศึกษา	3.80	-	-	-	-	-
กีฬา	3.63	-	-	-	-	-

จากตาราง 56 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 1 คู่ ดังนี้

ผู้ที่อ่านคอลัมน์ข่าวบ่อยครั้ง ($\bar{X} = 3.72$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์
ออนไลน์มากกว่า ผู้ที่อ่านคอลัมน์บันเทิงบ่อยครั้ง ($\bar{X} = 3.51$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ
0.21

สมมติฐานย่อย 3.3 เนื้อหาข่าวแบบที่ดึงดูดความสนใจที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 57

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเนื้อหาข่าวแบบที่ดึงดูดความสนใจ

รูปแบบเนื้อหาข่าว	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
เนื้อหาตรงกับความสนใจส่วนตัว	113	3.61	0.40	3.33	3	0.01*
เนื้อหาข่าวชวนให้ติดตาม	95	3.57	0.45			
เนื้อหาข่าวเจาะลึก ตรงประเด็น	151	3.72	0.54			
เนื้อหาข่าวแปลกใหม่	41	3.51	0.41			

* $p < .05$

จากตาราง 57 พบว่า รูปแบบเนื้อหาของข่าวแบบที่ดึงดูดความสนใจ มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปแบบเนื้อหาข่าวแบบที่ดึงดูดความสนใจที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 58

ตาราง 58

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเนื้อหาข่าวแบบที่ดึงดูดความสนใจ

รูปแบบเนื้อหาข่าว		เนื้อหาตรง กับความ สนใจส่วนตัว	เนื้อหาข่าว ชวนให้ ติดตาม	เนื้อหาข่าว เจาะลึก ตรงประเด็น	เนื้อหาข่าว แปลกใหม่
	$\bar{X}$	3.61	3.57	3.72	3.51
เนื้อหาตรงกับความสนใจ ส่วนตัว	3.61	-	-	-	-
เนื้อหาข่าวชวนให้ติดตาม	3.57	-	-	-	-
เนื้อหาข่าวเจาะลึก ตรง ประเด็น	3.72	-	0.15	-	0.21
เนื้อหาข่าวแปลกใหม่	3.51	-	-	-	-

จากตาราง 58 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)
พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 2 คู่ ดังนี้

เนื้อหาข่าวเจาะลึก ตรงประเด็น ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ($\bar{X} = 3.72$) ทำให้
มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าเนื้อหาข่าวชวนให้ติดตาม
($\bar{X} = 3.57$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.15

เนื้อหาข่าวเจาะลึก ตรงประเด็น ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ($\bar{X} = 3.72$) ทำให้
มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าเนื้อหาข่าวแปลกใหม่ ($\bar{X} = 3.51$)
มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.21

สมมติฐานย่อย 3.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์
ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 59

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ประโยชน์ที่ได้รับ	n	$\bar{X}$	SD	F	df	Sig.
เพื่อ Update ข้อมูลข่าวสารที่ละเอียด และรวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ปกติ	221	3.68	0.46	8.18	4	0.00*
เพื่อความบันเทิง	101	3.43	0.41			
เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลในการวิจัย รายงาน	22	3.60	0.54			
เพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจ การค้า การลงทุน	30	3.90	0.48			
เพื่อเปรียบเทียบประเด็นข่าวเดียวกัน จากหลาย ๆ ฉบับ ยืนยันความถูกต้อง	26	3.69	0.52			

* $p < .05$

จากตาราง 59 พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์
มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านเนื้อหา
หนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูล
ในตาราง 60



ตาราง 60

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ประโยชน์ที่ได้รับ	เพื่อ Update ข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดและรวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ปกติ	เพื่อความบันเทิง	เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลในการวิจัย	เพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจ การค้า	เพื่อเปรียบเทียบประเด็นข่าวเดียวกัน
	3.68	3.43	3.60	3.90	3.69
เพื่อ Update ข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดและรวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ปกติ	3.68	0.25	-	-	-
เพื่อความบันเทิง	3.43	-	-	-	-
เพื่อการค้นคว้าหาข้อมูลในการวิจัย					
รายงาน	3.60	-	-	-	-
เพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจ การค้า					
การลงทุน	3.90	0.47	-	-	-
เพื่อเปรียบเทียบประเด็นข่าวเดียวกันจากหลาย ๆ ฉบับ ยืนยัน					
ความถูกต้อง	3.69	-	-	-	-

จากตาราง 60 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 2 คู่ ดังนี้

ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อประโยชน์ในการ Update ข้อมูลข่าวสารที่ละเอียดและรวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ปกติ ($\bar{X} = 3.68$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อความบันเทิง ($\bar{X} = 3.43$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.25

ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อประโยชน์ในด้านธุรกิจ การค้า การลงทุน ($\bar{X} = 3.90$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์เพื่อความบันเทิง ($\bar{X} = 3.43$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.47

สมมติฐานย่อย 3.5 ลักษณะเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 61

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามลักษณะเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ลักษณะเนื้อหา	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
นำเสนอในมุมมองที่แตกต่าง	107	3.69	0.45	1.70	3	0.16*
ใช้ภาษาถูกต้อง และสุภาพ	38	3.51	0.48			
มีเอกลักษณ์ ไม่ลอกเลียนแบบ	26	3.70	0.50			
มีความเป็นกลาง ไม่ลำเอียง	229	3.61	0.48			

* $p < .05$

จากตาราง 61 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะเนื้อหาหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 3.6 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาข่าวที่มีภาพ หรือคลิปวิดีโอประกอบต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 62

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาข่าวที่มีภาพหรือคลิปวิดีโอประกอบ

ผลการเปิดรับข่าวสาร	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ทำให้เข้าใจเนื้อหาข่าวเร็วขึ้น	79	3.66	0.53	2.52	3	0.058*
ช่วยประหยัดเวลาในการอ่าน						
และทำความเข้าใจ	147	3.68	0.52			
ทำให้มีความสนใจมากขึ้น	155	3.60	0.37			
ไม่มีผลใด ๆ	19	3.39	0.54			

* $p < .05$

จากตาราง 62 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับ
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาข่าวที่มีภาพหรือคลิปวิดีโอประกอบอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
จากเนื้อหาข่าวที่มีภาพหรือคลิปวิดีโอประกอบต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร
จากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 3.7 เนื้อหาข่าวที่มั่นใจในความถูกต้องจากแหล่งข่าวที่ต่างกัน
มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 63

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามเนื้อหาข่าวที่มั่นใจในความถูกต้องจากแหล่งข่าว

แหล่งข่าว	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
เนื้อหาข่าวจากคำยืนยันของ						
นักวิชาการ	123	3.64	0.46	2.19	3	0.08*
เนื้อหาข่าวจากประชาชน						
ผู้เห็นเหตุการณ์	212	3.59	0.44			
เนื้อหาข่าวจากนักข่าว	45	3.68	0.62			
เนื้อหาข่าวจากเจ้าของเว็บไซต์	20	3.86	0.51			

**p* < .05

จากตาราง 63 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับ
เนื้อหาข่าวที่มั่นใจในความถูกต้องจากแหล่งข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ เนื้อหาข่าวที่มั่นใจในความถูกต้องจาก
แหล่งข่าวที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 3.8 สิ่งที่ควรเพิ่มเติมในเนื้อหาข่าวต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 64

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามสิ่งที่ควรเพิ่มเติมในเนื้อหาข่าว

สิ่งที่ควรเพิ่มเติม	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
ให้ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ	56	3.63	0.41	2.47	3	0.06*
การนำเสนอข่าวที่น่าเชื่อถือ	291	3.66	0.48			
บทสัมภาษณ์ตรงประเด็นข่าว	46	3.51	0.50			
ไม่ต้องเพิ่มเติม คืออยู่แล้ว	7	3.29	0.22			

**p* < .05

จากตาราง 64 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับ
สิ่งที่ควรเพิ่มเติมในเนื้อหาข่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าปฏิเสธ
สมมติฐานการวิจัย นั่นคือ สิ่งที่ควรเพิ่มเติมในเนื้อหาข่าวต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

การทดสอบสมมติฐานที่ 4

วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร
ของประชาชนแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 4.1 วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบต่างกัน
มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 65

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบ

หนังสือพิมพ์ออนไลน์	n	$\bar{X}$	SD	F	df	Sig.
ไทยรัฐ	208	3.64	0.51	2.21	4	0.06*
เดลินิวส์	103	3.56	0.48			
ฐานเศรษฐกิจ	15	3.47	0.46			
กรุงเทพธุรกิจ	24	3.63	0.30			
เดอะเนชั่น	50	3.78	0.35			

* $p < .05$

ตารางที่ 65 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ วิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับที่ชอบต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 4.2 วิธีการนำเสนอที่ทำให้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้นที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 66

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามวิธีการนำเสนอที่ทำให้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น

วิธีการนำเสนอ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
อ่านได้ทุกที่ทุกเวลา	119	3.73	0.48	3.65	3	0.01*
สะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล	176	3.62	0.43			
อ่านทำความเข้าใจง่าย	54	3.48	0.57			
ประหยัดค่าใช้จ่าย	51	3.59	0.44			

**p* < .05

จากตาราง 66 พบว่า วิธีการนำเสนอที่ทำให้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ วิธีการนำเสนอที่ทำให้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้นต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 67

ตาราง 67

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามวิธีการนำเสนอที่ทำให้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น

วิธีการนำเสนอ		อ่านได้ทุกที่ ทุกเวลา	สะดวกต่อ การเข้าถึง ข้อมูล	อ่านทำ ความเข้าใจ ง่าย	ประหยัด ค่าใช้จ่าย
	$\bar{X}$	3.73	3.62	3.48	3.59
อ่านได้ทุกที่ทุกเวลา	3.73	-	-	0.25	-
สะดวกต่อการเข้าถึงข้อมูล	3.62	-	-	-	-
อ่านทำความเข้าใจง่าย	3.48	-	-	-	-
ประหยัดค่าใช้จ่าย	3.59	-	-	-	-

จากตาราง 67 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 1 คู่ ดังนี้
วิธีการนำเสนอแบบอ่านได้ทุกที่ทุกเวลา ($\bar{X} = 3.73$) ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าวิธีการนำเสนอแบบอ่านทำความเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.48$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.25

สมมติฐานย่อย 4.3 รูปแบบการนำเสนอที่ผู้อ่านให้ความสนใจที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 68

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามรูปแบบการนำเสนอที่ผู้อ่านให้ความสนใจ

รูปแบบการนำเสนอ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
มีไอคอนต่าง ๆ บนหน้าจอ						
เพื่อแบ่งหมวดหมู่ของข่าว	125	3.59	0.47	7.12	3	0.00*
มีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม	63	3.42	0.46			
มีเสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบ						
เนื้อหาข่าว	95	3.68	0.48			
สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่าน						
ทางโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟน	117	3.74	0.43			

* $p < .05$

จากตาราง 68 พบว่า รูปแบบการนำเสนอที่ผู้อ่านให้ความสนใจมีผลต่อการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า
ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปแบบการนำเสนอที่ผู้อ่านให้ความสนใจต่างกัน
มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่
ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 69

ตาราง 69

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามรูปแบบการนำเสนอที่ผู้อ่านให้ความสนใจ

รูปแบบการนำเสนอ	มีไอคอนต่าง ๆ		มีรูปภาพและกราฟิก		มีเสียงและภาพเคลื่อนไหว		สามารถเปิดรับข้อมูล	
	บนหน้าจอเพื่อแบ่งหมวดหมู่ของข่าว	สวยงาม	สวดยงาม	ภาพเคลื่อนไหวประกอบเนื้อหาข่าว	โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟน			
	$\bar{X}$	3.59	3.42	3.68	3.74			
มีไอคอนต่าง ๆ บนหน้าจอเพื่อแบ่งหมวดหมู่ของข่าว	3.59	-	-	-	-			
มีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม	3.42	-	-	-	-			
มีเสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบเนื้อหาข่าว	3.68	-	0.26	-	-			
สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟน	3.74	-	0.32	-	-			

จากตาราง 69 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 2 คู่ ดังนี้

รูปแบบการนำเสนอแบบที่มีเสียงและภาพเคลื่อนไหวประกอบเนื้อหาข่าว ($\bar{X} = 3.68$) ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่ารูปแบบการนำเสนอแบบที่มีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม ($\bar{X} = 3.42$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.26

รูปแบบการนำเสนอแบบที่สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟน ($\bar{X} = 3.74$) ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่ารูปแบบการนำเสนอแบบที่มีรูปภาพและกราฟิกสวยงาม ($\bar{X} = 3.42$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.32

สมมติฐานย่อย 4.4 การติดตามข่าวจากพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 70

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามการติดตามข่าวจากพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ผลการติดตามข่าว	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
มีผลต่อการติดตามข่าว	172	3.72	0.46	8.74	2	0.00*
มีผลบ้างในข่าวที่สนใจ	205	3.53	0.45			
ไม่มีผลใดๆ	23	3.77	0.58			
อื่น ๆ	0	0.00	0.00			

* $p < .05$

จากตาราง 70 พบว่า การติดตามข่าวจากพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การติดตามข่าวจากพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 71

ตาราง 71

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามการติดตามข่าวจากพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ผลการติดตามข่าว		มีผลต่อ การติดตามข่าว	มีผลบ้าง ในข่าว ที่สนใจ	ไม่มีผล ใด ๆ	อื่น ๆ
	$\bar{X}$	3.72	3.53	3.77	0.00
มีผลต่อการติดตามข่าว	3.72	-	0.19	-	-
มีผลบ้างในข่าวที่สนใจ	3.53	-	-	-	-
ไม่มีผลใด ๆ	3.77	-	-	-	-
อื่น ๆ	0.00	-	-	-	-

จากตาราง 71 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 2 คู่ ดังนี้

พาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีผลต่อการติดตามข่าวของผู้อ่าน ($\bar{X} = 3.72$) ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีผลต่อการติดตามข่าวของผู้อ่านบ้างในข่าวที่สนใจ ($\bar{X} = 3.53$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.19

สมมติฐานย่อย 4.5 การนำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทที่พึงพอใจต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน



ตาราง 72

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามการนำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทที่พึงพอใจ

ประเภทข่าว	n	$\bar{X}$	SD	F	df	Sig.
ข่าวการเมือง	140	3.76	0.47	8.21	3	0.00*
ข่าวกีฬา	77	3.64	0.41			
ข่าวบันเทิง	144	3.49	0.48			
ข่าวสุขภาพ	39	3.63	0.43			

* $p < .05$

จากตาราง 72 พบว่า การนำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทที่พึงพอใจมีผลต่อการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า
ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การนำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทที่พึงพอใจต่างกัน
มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่
ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 73

ตาราง 73

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์
จำแนกตามการนำเสนอเนื้อหาข่าวประเภทที่พึงพอใจ

ประเภทข่าว	ข่าวการเมือง	ข่าวกีฬา	ข่าวบันเทิง	ข่าวสุขภาพ
$\bar{X}$	3.76	3.64	3.49	3.63
ข่าวการเมือง	3.76	-	0.27	-
ข่าวกีฬา	3.64	-	-	-
ข่าวบันเทิง	3.49	-	-	-
ข่าวสุขภาพ	3.63	-	-	-

จากตาราง 73 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 1 คู่ ดังนี้

ผู้อ่านที่พึงพอใจกับการนำเสนอเนื้อหาข่าวการเมือง ($\bar{X} = 3.76$) มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าผู้อ่านที่พึงพอใจกับการนำเสนอเนื้อหาข่าวบันเทิง ($\bar{X} = 3.49$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.27

สมมติฐานย่อย 4.6 รูปแบบการจัดวางคอลัมน์ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านในลักษณะที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 74

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามรูปแบบการจัดวางคอลัมน์ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่าน

รูปแบบการจัดวาง	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
แบ่งสัดส่วนของเนื้อหาชัดเจน	117	3.68	0.46	0.82	3	0.48*
แบ่งคอลัมน์เป็นหมวดหมู่	130	3.60	0.45			
ใช้ภาพประกอบที่มี						
ความเหมาะสมกับเนื้อหา	139	3.63	0.52			
ใช้กราฟิกและสีสรรเพื่อให้เกิด						
ความน่าสนใจ	14	3.52	0.17			

* $p < .05$

จากตาราง 74 พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไม่ขึ้นอยู่กับรูปแบบการจัดวางคอลัมน์ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปแบบการจัดวางคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในลักษณะที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์

สมมติฐานย่อย 4.7 วิธีการนำเสนอที่ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดาที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน

ตาราง 75

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามวิธีการนำเสนอที่ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดา

วิธีการนำเสนอ	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>F</i>	<i>df</i>	Sig.
มีห้องสนทนาในกลุ่มผู้อ่าน						
ต่อประเด็นข่าว	44	3.55	0.42	3.17	4	0.01*
การแสดงความคิดเห็นไปยัง						
บรรณาธิการ	48	3.82	0.51			
การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหา						
ที่เกี่ยวข้อง	56	3.53	0.49			
ข้อมูลข่าวมีการอัปเดต						
อยู่ตลอดเวลา และทันต่อ						
สถานการณ์	181	3.65	0.44			
สืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้	71	3.57	0.52			

* $p < .05$

จากตาราง 75 พบว่า วิธีการนำเสนอที่ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดา มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ วิธีการนำเสนอที่ทำให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดาที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ดังข้อมูลในตาราง 76

ตาราง 76

ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ จำแนกตามวิธีการนำเสนอที่ทำได้ให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ธรรมดา

วิธีการนำเสนอ	มีห้องสนทนาในกลุ่มผู้อ่านต่อประเด็นข่าว	การแสดงความเห็นไปยังบรรณาธิการ	การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	ข้อมูลข่าวมีการอัปเดตอย่างต่อเนื่องและทันต่อสถานการณ์	สืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้	
	$\bar{X}$	3.55	3.82	3.53	3.65	3.57
มีห้องสนทนาในกลุ่มผู้อ่านต่อประเด็นข่าว	3.55	-	-	-	-	-
การแสดงความเห็นไปยังบรรณาธิการ	3.82	0.27	-	0.29	0.17	0.25
การเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง	3.53	-	-	-	-	-
ข้อมูลข่าวมีการอัปเดตอย่างต่อเนื่องและทันต่อสถานการณ์	3.65	-	-	-	-	-
สืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้	3.57	-	-	-	-	-

จากตาราง 76 ผลการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) พบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน 4 คู่ ดังนี้

วิธีการนำเสนอแบบแสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการ ($\bar{X} = 3.82$) ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าวิธีการนำเสนอแบบมีห้องสนทนาในกลุ่มผู้อ่านต่อประเด็นข่าว ($\bar{X} = 3.55$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.27

วิธีการนำเสนอแบบแสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการ ($\bar{X} = 3.82$) ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าวิธีการนำเสนอแบบที่มีการเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 3.53$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.29

วิธีการนำเสนอแบบแสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการ ($\bar{X} = 3.82$) ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าวิธีการนำเสนอแบบข้อมูลข่าวมีการอัปเดตอยู่ตลอดเวลา และทันต่อสถานการณ์ ($\bar{X} = 3.65$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.17

วิธีการนำเสนอแบบแสดงความคิดเห็นไปยังบรรณาธิการ ($\bar{X} = 3.82$) ทำให้มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากกว่าวิธีการนำเสนอแบบที่มีการสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้ ($\bar{X} = 3.57$) มีค่าเฉลี่ยต่างกันเท่ากับ 0.25