พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวนันทินี พิศวิลัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraiee.comในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวนันทินี พิศวิลัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

BEHAVIOURS EXPOSURE, SATISFACTION OF USER WEBSITE WWW.GINRAIDEE.COM IN BANGKOK

BY

MISS NUNTINEE PISVILAI

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF ART

PROGRAM IN MASS COMMUNICATION ADMINISTRATION

FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

THAMMASAT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2015

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวนันทินี พิศวิลัย

เรื่อง

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ .....
(รองศาสตราจารย์แอนนา จุมพลเสถียร)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ .....
(รองศาสตราจารย์วงหทัย ตันชีวะวงศ์)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ .....
(รองศาสตราจารย์ปัทมา สุวรรณภักดี)

คณบดี .....
(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนันทินี พิศวิลัย
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตรจารย์ วงหทัย ตันชีวะวงศ์
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร” ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณที่มุ่งเน้นทำความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่ทีอายุระหว่าง 18-30ปี

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 303 คน ใช้การวิเคราะห์โดยนำเสนอในรูปตารางเป็น จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 18-24 ปี มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com 6-10 ครั้ง/เดือน มากที่สุด โดยมีจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ (สมาร์ทโฟน) ในการเข้าถึงเว็บไซต์ www.ginraidee.com มากที่สุด รองลงมา เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และน้อยที่สุด แท็ปเล็ต

3. กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.comโดยภาพรวม ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.comอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านการใช้เว็บไซต์มีค่าสูงที่สุด รองลงมา ด้านรูปแบบการใช้งานและน้อยที่สุด ด้านข้อมูลข่าวสาร

4. ผลของความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับ ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: เว็บไซต์ www.ginraidee.com , พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร, ความพึงพอใจ

Independent Study Title	BEHAVIOURS EXPOSURE, SATISFACTION OF USER WEBSITE WWW.GINRAIDEE.COM IN BANGKOK
Author	Miss Nuntinee Pisvilai
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Wonghatai Tunshevavong
Academic Years	2015

Abstract

The subject study "BEHAVIOURS EXPOSURE, SATISFACTION OF USER WEBSITE WWW.GINRAIDEE.COM IN BANGKOK" used quantitative methods. This Research focused to study for understanding about the relationships between information exposure, Satisfaction and trend of information exposure of Website www.ginraidee.com users that are between 18-30 years old.

The study was carried by online questionnaires. The simple size consisted of 303 passengers. The data were analysed by frequency, Percentage, mean and standard deviation.

Results of the research ass follows

1. Most of samples were female between 18-24 years old. They were students with bachelor' degree education and average income of 20,001-30,000 baht per month. They were employees.

2. Most of samples have periods for information receiving from website www.ginraidee.com about 6-10 times per month. The reason they were go to website is information receiving on website. Most of the samples are using the website via hand held devices (smartphones) rather than desktop, tablet respectively.

3. Overall most of samples satisfy about used the website www.ginraidee.com. On the Average most samples satisfy about used the website, form of website and information respectively.

4. The result of relationship between overall Media Exposure and Satisfaction of people use website www.ginraidee.com in Bangkok" were significantly correlated at 0.05.

Keywords: Website www.ginraidee.com, Behaviors Exposure, Satisfaction

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์วงหทัย ตันชีวะวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งให้ทั้งโอกาส คำแนะนำ ข้อชี้แนะ และความช่วยเหลือในหลายสิ่งหลายอย่างจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตรจารย์ แอนนา จุมพลเสถียร ประธานสอบการค้นคว้าอิสระและกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ รองศาสตรจารย์ ปัทมา สุวรรณภักดี ที่ให้ความกรุณาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆของงานวิจัยตลอดจนถึงคำแนะนำที่ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ MAC 17 พี่ส้ม พี่เบล พี่เป้ พี่ยุ้ย ที่ให้คอยให้คำปรึกษาความช่วยเหลือและกำลังใจกันมาตลอดระยะเวลาการศึกษาจนถึงปัจจุบัน

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณครอบครัว คุณพ่อสนองและคุณแม่ทัศนีย์ พิศวิลัย ที่มอบโอกาสทางการศึกษา อีกทั้งยังให้การสนับสนุนส่งเสริมและให้กำลังใจข้าพเจ้าเรื่อยมา จนกระทั่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ประสบผลสำเร็จไปได้ด้วยดี

นางสาวนันทินี พิศวิลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 ปัญหาการนำวิจัย	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	7
1.4 สมมติฐานการวิจัย	7
1.5 ขอบเขตการวิจัย	8
1.6 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	8
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดด้านประชากร	11
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร	12
2.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	17
2.4 แนวคิดเรื่องการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง	21

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 36

บทที่ 3 วิธีการวิจัย 38

3.1 รูปแบบการวิจัย 38
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 38
3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง 39
3.4 ตัวแปรในการวิจัย 40
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 42
3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 42
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล 43
3.8 การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการศึกษา 48
3.9 การประมวลข้อมูล 53

บทที่ 4 ผลการวิจัย 54

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล 54
4.2 ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com 57
4.3 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com 59
4.4 ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน 64

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 79

5.1 สรุปผลการวิจัย 79
5.2 อภิปรายผลการวิจัย 82
5.3 ข้อเสนอแนะ 85

รายการอ้างอิง 88

ภาคผนวก 90

ประวัติการศึกษา 96

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.2 แสดงสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน	49
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	54
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	55
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	55
4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	56
4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน	56
4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com	57
4.7 แสดงระดับการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com	58
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงเว็บไซต์ www.ginraidee.com	59
4.9 แสดงระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ ด้านข้อมูลข่าวสาร	60
4.10 แสดงระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ ด้านรูปแบบและการใช้งาน	61
4.11 แสดงระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ ด้านความพึงพอใจจากการใช้งาน	62
4.12 แสดงระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์	63
4.13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	64
4.14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	65
4.15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	66
4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่เปิดรับเว็บไซต์ต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามระดับการศึกษา	67
4.17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	68
4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับข่าวสารต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามอาชีพ	69
4.19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	70

4.20 แสดงการเปรียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 71
4.21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ 72
4.22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ 73
4.23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ 73
4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ จำแนกตามระดับการศึกษา 74
4.25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความพึงใจในการเข้าชมเว็บไซต์ 75
4.26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ จำแนกตามอาชีพ 75
4.27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ 76
4.28 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 77
4.29 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ 78

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์ www.ginraidee.com	4
2.1 แสดงแบบจำลองกระบวนการเลือกสรร	15
2.2 แสดงแบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	19
2.3 แสดงกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด	29
2.4 แสดงการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละช่วงเวลา	30
2.5 แสดงกิจกรรมยอดฮิตในการใช้อินเทอร์เน็ต	31
2.6 แสดงเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นประจำ	31
2.7 แสดงการตัดสินใจเข้าเว็บ e-commerce	32
2.8 แสดงสินค้าที่นิยมซื้อทางออนไลน์	32
2.9 แสดงจำนวนครั้งในการซื้อออนไลน์เฉลี่ยในรอบ 6 เดือน/บริการแต่ละประเภท	33
2.10 แสดงปัญหาการซื้อสินค้า/บริการออนไลน์และวิธีการร้องเรียน	34
3.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	41

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

อินเทอร์เน็ต (Internet) นั้นย่อมาจากคำว่า International network หรือ Inter Connection network หมายถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าไว้ด้วยกันโดยอาศัยเครือข่ายโทรคมนาคมเป็นตัวเชื่อมโยงด้วย TCP/IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol)เดียวกันเป็นข้อกำหนดเพื่อให้เกิดการสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกันวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างคอมพิวเตอร์ในระบบเครือข่ายด้วยโปรโตคอลนี้จะช่วยให้คอมพิวเตอร์ที่มีฮาร์ดแวร์ที่แตกต่างกันสามารถติดต่อถึงกันได้การที่มีระบบอินเทอร์เน็ตทำให้เราสามารถเคลื่อนย้ายข่าวสารข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้โดยไม่จำกัดระยะทาง ส่งข้อมูลได้หลายรูปแบบ ทั้งข้อความตัวหนังสือ ภาพ และเสียงมีเครื่องคอมพิวเตอร์หลายล้านเครื่องทั่วโลกเชื่อมต่อกับระบบทำให้คนในโลกทุกชาติทุกภาษาสามารติดต่อสื่อสารกันได้ อินเทอร์เน็ตอาจเปรียบเสมือนใยแมงมุมขนาดมหึมาที่ครอบคลุมทั่วโลก ซึ่งใยแมงมุมแต่ละเส้นจะนำข้อมูลจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งมาสู่คอมพิวเตอร์อีกเครื่อหนึ่งโดยในแต่ละจุดที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตนั้นสามารถสื่อสารกันได้หลายเส้นทางโดยไม่มีเส้นทางที่กำหนดตายตัวและไม่จำเป็นต้องไปตามเส้นทาโดยตรง อาจจะผ่านจุดอื่นๆ หรือเลือกไปเส้นทางอื่นได้หลายเส้นทาง การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น อาจเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารแบบไร้มิติ หรือ Cyberspace
การสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นจัดว่าเป็นสื่อใหม่ (New media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญ และมีบทบาทต่อสังคมที่กำลังเปลี่ยนวิธีการติดต่อสื่อสารไปจากรูปแบบเดิม อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารช่องทางเลือกที่สำคัญ (Alternative channel) ของผู้คนในปัจจุบัน ส่งผลให้สื่อกระแสหลักทั้ง หนังสือพิมพ์ วารสารนิตยสาร โทรทัศน์และวิทยุ ต่างหันมาให้ความสำคัญและนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่าน เครือข่ายสังคมออนไลน์กันมากขึ้น ทำให้สังคมทุกวันนี้กลายเป็นสังคมแห่งยุคข่าวสารและมีความแคบลง เนื่องจากการติดต่อกันทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการรับรู้ได้ในทันทีหรือ ในแบบ real time (พัชรภรณ์ ไกรชุมพล, น. 1)

อินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ มีบทบาทสำคัญยิ่งและเป็นตัวแปรสำคัญที่กดดันให้องค์กรสื่อมวลชนเดิมต้องตระหนักในอิทธิพลและผลกระทบที่เกิดขึ้นในโลกข่าวสารองค์กรสื่อต้องตื่นตัวในการเรียนรู้และก้าวให้ทันเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถนำมาปรับใช้กับองค์กรของตน แต่ทั้งนี้จะต้องไม่

ละเลยการพัฒนาปรับปรุงสื่อเก่าที่องค์กรผลิตและนำเสนอให้ดำรงอยู่ในธุรกิจต่อไปได้โดยรักษากลุ่มลูกค้าเดิมที่ยังมีความภักดีต่อสื่อเก่า ขณะเดียวกันก็พยายามเพิ่มปริมาณและกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนกลุ่มใหม่ โดยนำเสนอสื่อใหม่คู่ขนาดไปกับสื่อเก่าของตน (จันทนา ทองประยูร, 2551)

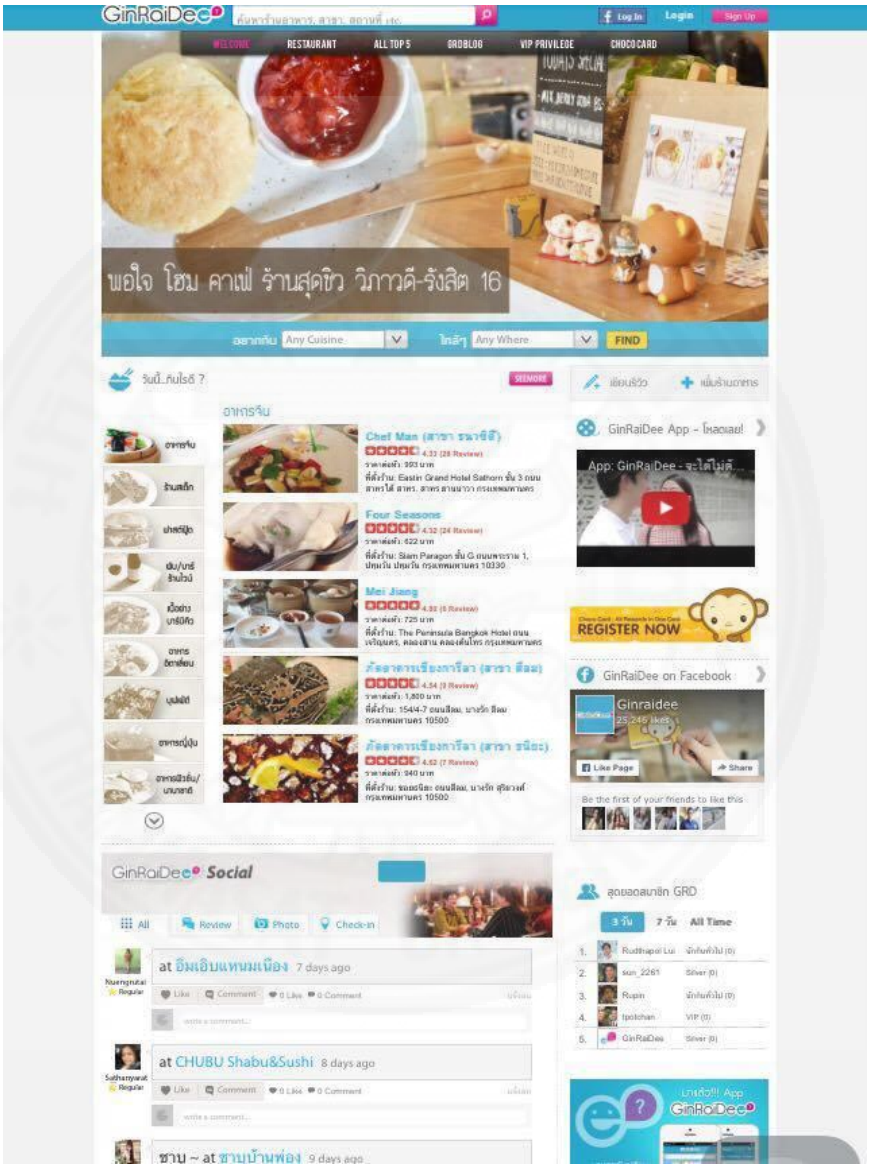
ปัจจุบันโลกอินเทอร์เน็ตมีเว็บไซต์ในลักษณะ Social Networking Service (SNS) ออกมามากมาย ซึ่งบริการผ่านเว็บไซต์ที่เป็นจุดโยงระหว่างบุคคลแต่ละคนที่มีเครือข่ายสังคมของตัวเองผ่านเน็ตเวิร์คอินเทอร์เน็ต โดนเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Networking) เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นที่นิยมมากจนกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน เพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนเป็นบริการพื้นฐานของเว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถแสดงตนให้เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป โดยการสร้างหน้าต่างหรือเว็บไซต์ (Web Page) ของตัวเองและอนุญาตให้ผู้อื่นที่ใช้บริการเครือข่ายเดียวกันเข้ามาร่วมแบ่งปันประสบการณ์กับผู้ใช้นั้นๆได้ (จุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์, 2552: ออนไลน์)

เมื่ออินเทอร์เน็ตทำหน้าที่เสมือนเป็นหนึ่งเป็นทางด่วนที่ย่นย่อระยะเวลาและระยะทางของการเดินทางไปยังแหล่งข้อมูลต่างๆ หรือติดต่อกับกลุ่มเพื่อน เพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนร่วมอาชีพจากทั่วโลกได้โดยง่ายดายในเวลาเพียงไม่กี่วินาที ดังนั้น ในยุคแห่งสังคมข่าวสารเช่นปัจจุบันการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ตจึงมีบทบาทและความสำคัญต่อคนในสังคมเพิ่มมากขึ้น นับตั้งแต่ปี 2530 ที่อินเตอร์เน็ตได้ก้าวเข้ามาสร้างปรากฏการณ์ใหม่ๆหลายอย่างในสังคมไทยจนเกิดความเคลื่อนไหวทั้งวงการธุรกิจ การศึกษา และการเมืองมากมาย ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารแบบใหม่ๆขึ้น เพราะลักษณะที่เป็นเครือข่ายครอบคลุมทั่วโลก มีพื้นที่กว้างขวางที่สุด และมีอัตราการขยายตัวที่เร็วที่สุดอีกทั้งมีสมาชิกมากที่สุด การกระจายข่าวสารหรือส่งข่าวสารที่เป็นสาธารณะในหนึ่งครั้ง ย่อมหมายความว่าทุกคนที่ติดต่ออยู่กับอินเตอร์เน็ตทั่วโลกจะมีโอกาสที่จะได้รับข่าวสารข้อมูลสารสนเทศนั้นได้ เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่ต่ำและสามารถติดต่อกับโลกภายนอกได้ตลอดเวลา แม้ขณะอยู่ที่บ้านของตนเอง (สมคิด เลิศพิริยประเสริฐ, 2540, น. 29) และนอกจากนี้ยังสามารถนำมาประยุกต์ใช้ประโยชน์ในรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารได้อย่างไม่จำกัด ซึ่งในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นศูนย์รวมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ใหญ่ที่สุด โดยมีรูปแบบลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication Process) ที่มีความคล้ายคลึงและใกล้เคียงกับสื่อบุคคล เพราะสามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารได้

การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางนั้นประกอบไปด้วยรูปแบบต่างๆเช่น จดหมายอิเลคทรอนิคส์ บริการข้อมูลข่าวสาร บริการสนทนาออนไลน์ การคัดลอกข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์ บริการสืบค้นข้อมูล หรือเว็บไซต์ ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์เพื่อให้บุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับความนิยมเนื่องจากความง่ายในการเข้าถึง การเปิดรับสื่อชนิดนี้ ทำให้ข้อมูล ข่าวสารและบริการต่างๆที่จัดทำขึ้นในรูปแบบของเว็บไซต์นั้นเปรียบเสมือนแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่รวบรวมเนื้อหาสาระต่างๆ ในรูปแบบของเว็บเพจ(Web Page) ที่สามารถแสดงผลในรูปของมัลติมีเดีย ซึ่งมีทั้งข้อมูลตัวอักษรวิ่ง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟฟิกและเสียงในเวลาเดียวกัน ด้วยเหตุนี้เว็บไซต์จึงเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากในยุคของสังคมข่าวสารที่บุคคลต่างก็ต้องการบริโภคข้อมูลให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตเว็บไซต์จึงเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก อีกทั้งธุรกิจมีความจำเป็นต้องใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์เพราะค่าใช้จ่ายไม่สูง แต่ประสิทธิภาพไม่ด้อยไปกว่าสื่อโฆษณาอื่นๆเนื่องจากปัจจุบันนี้ และ ต่อไปในวันข้างหน้า เทคโนโลยีเริ่มมีบทบาท มากยิ่งขึ้น เว็บไซต์ได้เติบโตขึ้นอย่างเรื่อยๆ ธุรกิจหลายๆอย่างมีการพึ่งพาเว็บไซต์มากขึ้น ดังนั้นคนส่วนใหญ่ บุคคลที่มีรายได้ ระดับกลาง ไปจนถึงระดับสูง ย่อมมีคอมพิวเตอร์อยู่ที่บ้านและทุกๆบ้านก็มีการติดตั้งอินเทอร์เน็ต เมื่อต้องการที่จะรู้ข่าวสาร หรือข้อมูลใดๆแล้ว มักจะเข้าอินเทอร์เน็ต เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูล หาข้อมูลของสิ่งที่ต้องการ ดังนั้นหากทำธุรกิจอย่างหนึ่งและสร้างมีเว็บไซต์ขึ้นมาก็สามารถเป็นช่องทางในการตัดสินใจของบุคคลกลุ่มนี้ และด้วยประการนี้เอง ทำให้เว็บไซต์เป็นอีกหนึ่งช่องทางการเพิ่ม ฐานของลูกค้าของ และทำให้คนรู้จักอย่างกว้างขว้างมากยิ่งขึ้น

เว็บไซต์ www.ginraidee.com เป็น เว็บไซต์ที่ช่วยในการค้นหาร้านอาหารที่น่าสนใจ ค้นหาร้านอาหารที่อยู่ในย่านต่างๆ ที่รวบรวมร้านอาหารมากกว่า 30,000ร้านทั่วกรุงเทพมหานคร (ข้อมูลจาก เว็บไซต์ www.ginraidee.com , 2559) พร้อมทั้งติดตามการรีวิวร้านต่างๆ ทั้ง รสชาติ การให้บริการ บรรยากาศภายในร้าน ความคุ้มค่า ราคาต่อคน เวลาเปิด-ปิด ของร้านอาหาร และยังแสดงรายละเอียดเส้นทางเพื่อให้สามารถเดินทางไปยังร้านอาหารได้ถูกต้อง นอกจากนี้ทางเว็บไซต์ยังเปิดให้มีการเขียนรีวิว โดยสามารถถ่ายรูปและแชร์ร้านอาหาร บรรยากาศร้าน เมนูโปรด พร้อมทั้งสามารถแชร์ไปยัง social network ต่างๆ และยังสามารถเข้าใช้ร่วมกับ Choco card เพื่อดูยอดสะสมดาวและของรางวัลของแต่ละร้านได้อีกด้วย นอกจากเว็บไซต์จะถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้ถึง

กลุ่มเป้าหมายแล้ว สิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตเว็บไซต์ต้องคำนึงถึง คือ ทำอย่างไรที่จะรักษากลุ่มผู้เข้าชมเว็บไซต์ให้กลับมาเข้าชมเว็บไซต์ซ้ำอีกครั้ง



ภาพที่ 1.1 หน้าแรกของเว็บไซต์ www.ginraidee.com (ที่มา: เว็บไซต์ www.ginraidee.com)

เว็บไซต์ www.ginraidee.com ประกอบด้วย บริการรูปแบบต่างๆ ภายในเว็บไซต์อันได้แก่

- Welcome : บริการให้ชมหน้าเพจของเว็บไซต์
- Restaurant : บริการให้ค้นหาร้านอาหารตามย่านๆ และเขตต่างๆ รวมถึงประเภทของอาหาร
- All Top5 : พื้นที่สำหรับ 5 ร้านอาหารที่ดีที่สุดในกรุงเทพมหานคร
- GRDblog: พื้นที่สำหรับ เรื่องราว ข่าวสาร งานอีเว้นท์ ของเว็บไซต์
- VIP Privilege : บริการสมัครสมาชิก VIP ของเว็บไซต์
- Choco Card : บริการสะสมคะแนนกับทุกร้านที่เข้าร่วมรายการ

กลุ่มเป้าหมายหลักของเว็บไซต์ www.ginraidee.comคือกลุ่มคนที่รักในการกินและชอบที่จะค้นหาร้านอาหารยอดนิยม ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นอายุไม่เกิน 30 ปี สิ่งที่น่าสนใจของเว็บไซต์นี้คือ เป็นเว็บไซต์ที่สามารถค้นหาร้านอาหารและสามารถใช้บริการต่างๆของทางเว็บไซต์ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเข้าการใช้งานได้จริง และมีการเคลื่อนไหวของข้อมูลข่าวสารอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังมีบัตรสะสมคะแนนของทางเว็บไซต์คือ choco card ที่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการให้สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ยาวนานซึ่งแตกต่างจากเว็บอื่นๆที่จะนำเสนอทางเชิงพาณิชย์ และเพื่อสนับสนุนร้านค้าเพียงอย่างเดียว

ปัจจุบันข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารที่เปิดใหม่หรือเมนูเด็ดจากร้านอาหารต่างๆ ถือเป็นข้อมูลสำคัญต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมากในการตัดสินใจ เว็บไซต์ www.ginraidee.com จึงเป็นช่องทางอีกช่องทางหนึ่งในการค้นหาร้านอาหารใหม่และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสำหรับคนรักการกินและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการค้นหาร้านอาหารเพื่อเตรียมความพร้อมและเตรียมตัวก่อนไปร้านอาหาร อีกทั้งยังเป็นช่องทางของผู้ประกอบการที่จะสามารถเรียกกลุ่มลูกค้าได้ผ่านทางเว็บไซต์อีกด้วย เว็บไซต์ www.ginraidee.com จึงได้ก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญ เป็นช่องทางสมัยใหม่ที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการค้นหาร้านอาหาร และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านทางเว็บไซต์ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกในเวลาอันรวดเร็ว ทั้งนี้ นอกจากเว็บไซต์จะถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายแล้ว สิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตเว็บไซต์ต้องคำนึงถึงคือ ทำอย่างไรที่จะรักษากลุ่มผู้เข้าชมเว็บไซต์ให้กลับมาเข้าชมเว็บไซต์ซ้ำอีกครั้ง

ผู้ศึกษาวิจัยเลือกที่จะศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร” ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงทางด้านเว็บไซต์อีกทั้งมีเว็บไซต์เกี่ยวกับการค้นหาร้านอาหารหลากหลาย ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการเข้าชมเว็บไซต์ รวมถึงพฤติกรรมคนที่เปลี่ยนไปในการที่จะค้นหาร้านอาหารก่อน รวมถึงอ่านรีวิว ก่อนไปสถานที่นั้นๆ ดังนั้นผู้เข้าชมเว็บไซต์น่าจะเป็นผู้สะท้อนให้ผู้ผลิตเว็บไซต์นี้ได้ทราบถึงข้อมูลข่าวสารหรือสิ่งที่สื่อสารบนหน้าเว็บไซต์นั้น ตอบสนองความต่อการของผู้เข้าชมเพียงพอแล้วหรือไม่ ซึ่งยังไม่มีกรณีศึกษาในเรื่องนี้มาก่อน ผู้ศึกษาจึงเลือกที่จะศึกษาว่า “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นอย่างไร ทั้งนี้ผลการวิจัยจะทำให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร และจะเป็นประโยชน์กับผู้ผลิตเว็บไซต์ในการวางแผนปรับปรุง และพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าชมและเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้เว็บไซต์ต่อไป

1.2 ปัญหาการนำวิจัย

1.ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com เป็นอย่างไร

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์www.ginraidee.com ของผู้ใช้เว็บไซต์มีลักษณะอย่างไร

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.comเป็นอย่างไร

4. ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์www.ginraidee.comแตกต่างกันอย่างไร

5. ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comแตกต่างกันอย่างไร

6. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com ของผู้ใช้เว็บไซต์

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com

4. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์www.ginraidee.comแตกต่างกัน

5. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comแตกต่างกัน

6. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.comที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.comแตกต่างกัน

2. ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.comที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com แตกต่างกัน

3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com

1.5 ขอบเขตการวิจัย

งานศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร” มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ ระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ เปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์เพื่อใช้งานอะไร และใช้อุปกรณ์ใดในการเข้าถึงเว็บไซต์ ในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ ของประชากรในการศึกษา คือผู้ที่ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่มีอายุระหว่าง 18-30 ปี การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2559

1.6 นิยามคำศัพท์

เว็บไซต์ หมายถึง หน้าเว็บเพจหลายหน้า ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านทางไฮเปอร์ลิงค์ (Hyperlink) ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ โดยถูกจัดเก็บไว้ในเวิลด์ไวด์เว็บ หน้าแรกของเว็บไซต์ที่เก็บไว้ที่ชื่อหลักจะเรียกว่า โฮมเพจ (Home Page)โดยจะให้บริการฟรี

เว็บไซต์ www.ginraidee.comหมายถึง เว็บไซต์ที่มีเนื้อหานำเสนอเกี่ยวกับการค้นหาร้านดังอาหารในย่านต่างๆและมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสำหรับคนรักการรับประทานอาหาร

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับเว็บไซต์ครั้ง/เดือน และการเข้าถึงเว็บไซต์www.ginraidee.comเพื่อใช้งานดังต่อไปนี้ ค้นหาร้านอาหาร เขียนรีวิว แชร์ร้านอาหารให้กับบุคคลอื่น เข้าร่วมสะสมคะแนนกับ Choco Card และเข้าเช็คกิจกรรมการแจกของรางวัลบนหน้าเพจเว็บไซต์ อีกทั้งใช้อุปกรณ์ใดในการเข้าถึงเว็บไซต์ เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ แท็ปเล็ต โน้ตบุ๊ค หรือ โทรศัพท์(สมาร์ทโฟน)

ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ หมายถึง ความพึงพอใจจากการเปิดรับเว็บไซต์ www.ginraidee.com หลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com แล้วแบ่งอออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบและการใช้งาน และความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

2. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นประโยชน์สำหรับผู้จัดทำเว็บไซต์ www.ginraidee.com และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาร้านอาหารในการวางแผน ปรับปรุงและพัฒนาเว็บไซต์ด้านข้อมูลข่าวสาร และรูปแบบการใช้งาน ต่อไป ให้ตอบสนองความต้องการของผู้เข้าใช้

บทที่ 2
แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจ ของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2.1 แนวคิดด้านประชากร

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

2.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

2.4 แนวคิดเรื่องการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านประชากร (Demographic Characteristic of Audience)

แนวคิดด้านประชากร เชื่อว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งการสื่อสารนั้นก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ นักวิชาการสื่อสารจึงเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นๆจึงน่าจะแตกต่างกันไปด้วยเนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรจะมีกิจกรรมการดำเนินชีวิตรวมทั้งเวลาว่างที่ต่างกัน (De Fleur, 1970, PP. 122-124) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 เพศ (Sex) การศึกษาทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมได้คาดหวังและกำหนดบทบาทและกิจกรรมของแต่ละเพศนั้นไว้ต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น.10) ดังนั้นจึงส่งผลทำให้พฤติกรรมการสื่อสารของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

ในการวิจัยทางสื่อสารมวลชน เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่มีความต้องการที่จะส่งและรับสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับส่งข่าวสารนั้นด้วย (Willo, Goldhabers, &Vates, 1980, P. 87, อ้างถึงใน ธีติมา ปิยะศิริศิลป์, 2544, น. 21)

2.1.2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และบ่งชี้ถึงความสามารถในการตัดสินใจและทำความเข้าใจในเนื้อหาของข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่างๆ

2.1.3 ระดับการศึกษา (Education) คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันจะมีความรู้สึกนึกคิดอุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วเราเชื่อกันว่าคนมีการศึกษาระดับสูงมักจะมีพฤติกรรมในการใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาระดับต่ำและคนที่มีการศึกษาสูงจะมีความรู้กว้างขวางเข้าใจศัพท์และสารได้ดีกว่า (Peterson and Jensen, 1971, p. 283, อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, น.108)

ปรมะ สตะเวทิน(2546:116) กล่าวว่าการศึกษาเป็นลักษณะสำคัญอีกระการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันอีกด้วย

2.1.4 สถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) จะมีความสนใจในเรื่องของ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ รวมไปถึงภูมิหลังของครอบครัว สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจจะเป็นเครื่องชี้ถึงเรื่องที่กลุ่มจะสนใจรับรู้ข่าวสารบุคคลที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันทั้งการประกอบอาชีพ รายได้ ศาสนา รวมไปถึง สถานภาพสมรสย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันด้วย (ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551)

นอกจากนี้ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2533, น. 70-71) ได้อธิบายเกี่ยวกับตัวแปรด้านรายได้เพิ่มเติมอีกว่ารายได้เป็นตัวที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลได้ดีเช่นเดียวกับกรณีการศึกษา เพราะเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันและมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก คือ ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดีจึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับสื่อจึงมีความจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ว่าลักษณะทางประชากรของบุคคลมีความแตกต่างกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comหรือไม่

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวการกับเปิดรับข่าวสาร(Media Exposure Theory)

การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นๆในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อกระบวนการทางสังคม ยิ่งสังคมมีความซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลง เศรษฐกิจ อุตสาหกรรมและสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อนหรือความ

สับสนต่างๆจนอาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจไม่แน่ใจแก่คนของสังคม ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537:3)

ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์นั้นมักจะมีความต้องการข่าวสารเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สมารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ ชาร์ลส์เคอัทคิน(Charles k.Atkin, 1973:208) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารอย่างมาก จะมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม ผู้รับสารจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับข่าวสารเพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้น ข่าวสารที่ไหลผ่านเข้ามาไปยังผู้รับสารจากช่องทางต่างๆนั้นมักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2533 : น. 46-47)

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสารคือกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกันนั้น หากข่าวสารที่สารที่ส่งไปนั้นไม่สอดคล้องกับทัศนคติหรือความต้องการของผู้ส่งสาร ทำให้การสื่อสารนั้นอาจทำให้ล้มเหลวได้ (สมควร กวียะ, 2537, น. 114)

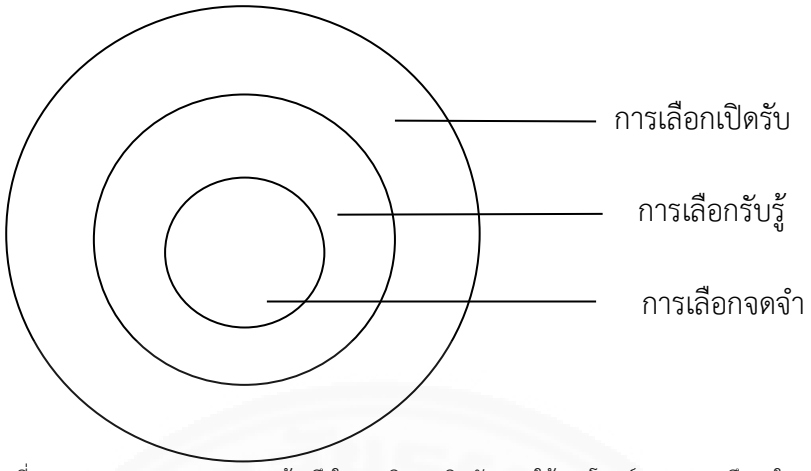
โจเซฟ ที แคลปเปอร์(Klapper,1960,pp.19-25) ได้กล่าวว่า ในกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือการเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วยการกลั่นกลอง 3ขั้นตอนตามลำดับต่อไปนี้

1. **การเลือกเปิดรับ**(Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ เลือกเปิดวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้ง

ทักษะความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นแตกต่างกัน ซึ่งบางคนถนัดในการฟังมากกว่าการอ่าน ดังนั้นจะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือเป็นต้น

2. **การเลือกรับรู้และตีความหมาย**(Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใช่ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายของสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ทำให้แต่ละคนตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปแล้วยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

3. **การเลือกจดจำ**(Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น



ที่มา : Klapper,1966, p. 366, อ้างถึงใน พฤติกรรมปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตี้โชว์ (น. 13), โดย วีณา วัฒนาศิริพานิช, 2549, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการเลือกสรร

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น วิลเบอร์ ชแรมม์ (Schramm, 1973, pp. 121-122) ได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล ดังนี้

1. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

2. การประเมินข่าวสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนเอง

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร

5. ความสามารถในการรับข่าวสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ ชแรมม์(Wilbur Scharm) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) โดย คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่างๆที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสารประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่นๆอีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละบุคคลอีกด้วย

ในความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น แซมมวล เบคเกอร์(Becker, 1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคือ

1.การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วๆไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับ ข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่ในการอ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

แม็คคอมบ์ และ เบคเกอร์(McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52) ได้ให้แนวคิดว่าโดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่างๆรวบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้เป็นคนที่ทันเหตุการณ์ทันสมัย

2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์ต่างๆรอบตัวเพื่อเป็นการตัดสินใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน

3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับบุคคลอื่นได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆตัว

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารมาเป็นกรอบในการอธิบายลักษณะพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.comซึ่งจะสามารถอธิบายได้ว่าผู้เข้าชมเว็บไซต์มีการเปิดรับข่าวสารอย่างไร และเลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านใด และมีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่กล่าวมาหรือไม่

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ(Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆและเลือกรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง กล่าวคือ ผู้รับสารนั้นเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเพื่อตอบความสนองความพอใจส่วนตัว โดยไม่ได้ถูกยัดเหยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์นั้นมีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องกรโดยใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจหรือจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ

มอส(Morse, 1958 :19) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พอใจก็จะเกิดขึ้น

เมนาร์ดดับบริลเชลลี่ (Maynard W. Shelly, 1975:9) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึก แบ่งได้เป็น 2ประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ

สมศักดิ์ คงเที่ยง และ อัญชลี โพธิ์ทอง (2542. น.278-279) กล่าวว่า

1. ความพึงพอใจเป็นผลรวมของความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับระดับความชอบ ชอบต่อสภาพต่างๆ

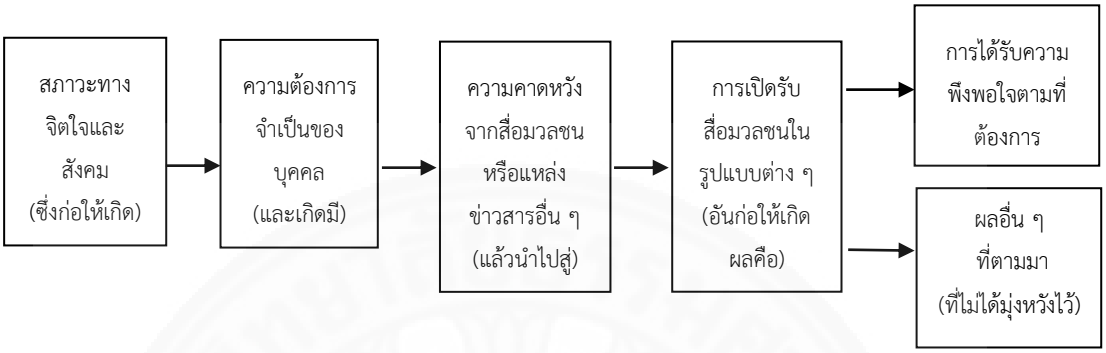
2. ความพึงพอใจเป็นผลของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่างๆ

3. ความพึงพอใจในการทำงานเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานที่ดีและสำเร็จจนเกิดความภาคภูมิใจ และได้ผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆตามที่หวังไว้

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจถูกพูดถึงเป็นครั้งแรกโดยแคทช์(Katz, 1974) โดยแคทช์ได้ศึกษาว่าการวิจัยทางการสื่อสารควรจะเปลี่ยนแปลงจากแนวคิดที่มุ่งหาคำตอบจากคำถามที่ว่า “สื่อส่งผลกระทบอย่างไรต่อปัจเจกบุคคล” เช่น ทำให้คนดูมีพฤติกรรม หรือมองโลกในแง่ร้ายมากขึ้น ทฤษฎี Uses and Gratifications มุ่งเน้นที่จะหาคำตอบว่า “ทำไมคนถึงเลือกใช้สื่อ” หรือ “ผู้รับสารกระทำอย่างไรต่อสื่อ” ทฤษฎีนี้มองว่า บุคคลมีทางเลือกและมีเสรีภาพในการใช้สื่อ (Katz, Blumler, &Gurevitch, 1973) ทางเลือกและการตัดสินใจในการใช้สื่อที่แต่ละบุคคลเลือกนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคลและคุณค่าที่ผู้รับสารแต่ละคนต้องการจะเติมเต็ม

สำหรับแบบจำลองในเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ” มีความเห็นพ้องต้องกันในหมู่นักวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดสำคัญของเรื่องนี้คือ แคทส์และคณะ (Kats, Blumer, &Gurevitch, 1974, pp. 20) กล่าวถึง “การใช้และความพึงพอใจในการใช้สื่อมวลชนในบทความชื่อ Utilization of Mass Communication by The Individual” ไว้ว่า (1) เกี่ยวข้องกับปัจจัยสังคมและจิตวิทยาของผู้รับสาร (2) ความต้องการของผู้รับสารซึ่งนำไปสู่ (3) ความคาดหวัง (4) ในสื่อมวลชนและ

แหล่งข้อมูลต่างๆที่ (5) ทำให้เกิดรูปแบบการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ส่งผลให้(6) ต้องการได้รับความพึงพอใจ (7) และผลที่ตามมาอื่นๆ ที่ไม่ได้ตั้งใจ คาดไว้ตั้งแต่ต้น” ทั้ง 7 ข้อนี้สามารถเรียบเรียงให้อยู่ในรูปแบบจำลองดังนี้



ที่มา : The Use of Mass Communication (p.20), by E. Katz, J. G. Blumer, &Gurevitch, 1986, Beverly Hills: Sage

ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

. การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจ คือ งานของเวนเนอร์(Wenner, 1982, pp. 171-193, อ้างถึงใน ธีติมา ปิยะศิลป์, 2544, น. 35-36) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (New gratifications) โดยเฉพาะเวนเนอร์ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการรับข่าวสาร (Media News Gratifications Map) จะสรุปได้ว่า เวนเนอร์ได้แบ่งความพึงพอใจเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation Gratification) เพื่อเป็นเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออก ได้แก่ การติดตามข่าว (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance)

2. เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้สนทยากับผู้อื่นเพื่อการชักจูง เป็นต้น

3. กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratification) เพื่อการอ้างอิงตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือเหตุการณ์ในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือการชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. การใช้สารเพื่อตอบสนองประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือปกป้องตนเอง (Para-Orientational Gratification) เช่น เป็นการใช้เวลา เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

จากผลวิจัยต่างๆ ชี้ให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อเช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ การรับฟังวิทยุและการชมรายการโทรทัศน์ของแต่ละคนนั้น ขึ้นอยู่กับเหตุผล 6 ประการ คือ (Mccombs& Becker, 1979, pp. 51-52)

1. เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์(Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance)ในการปฏิบัติตนถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคม และการเมืองที่เป็นอยู่

3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)

4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้อยู่ร่วมในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น

5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

ผลของการสื่อสารมวลชนในแนวทฤษฎีนี้ จึงขึ้นอยู่กับคามต้องการหรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพ และปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อ ที่มีต่อข่าวสารต่างๆที่ส่งผ่านมากทางสื่อมวลชน ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการใช้ข่าวสารในการสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่ต่างกันตามแบบจำลงที่กล่าว

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมากำหนดเป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com โดยผลที่ได้จะสะท้อนถึงเหตุผลและแรงจูงใจและความต้องการที่ผู้เข้าชมเว็บไซต์เลือกที่จะเปิดรับเว็บไซต์

2.4 แนวคิดเรื่องการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง (Computer-Mediated Communication : CMC)

ตัวกลางที่สำคัญในการสื่อสารของมนุษย์ที่เกิดจากเทคโนโลยี “สื่อใหม่” (New Media) คือ คอมพิวเตอร์ ที่เปลี่ยนสภาพจากเครื่องใช้ในสำนักงานมาเป็นสื่อที่มีความโดดเด่นด้วยคุณสมบัติที่สามารถใช้เมื่อไหร่ก็ได้ ไม่มีเงื่อนไขทางด้านเวลาในการนำเสนอเนื้อหาเหมือนสื่ออื่นๆ มีการกระจายตัวเองอยู่ทั่วไป มีความหลากหลายในแง่ของช่องทาง ให้โอกาสผู้สื่อสารในการกระทำใดๆกับเนื้อหาได้ โจเซฟ บี.วอลเตอร์. (Joseph B. Walther, 1992, p.52, อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543, น. 101-103) มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ ได้ให้ความหมายของการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง หรือ Computer-Mediated Communication : CMC ไว้กว้างๆว่า คือการประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ (Computer Conferencing)

การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารแบบ CMC ในฐานะสื่อใหม่นั้น โรเจอร์(Rogers, 1996, p.2) ได้นิยามเทคโนโลยีการสื่อสารว่าเป็นเครื่องมือ (Equipment) โครงสร้างองค์กร (Organizational Structures) และค่านิยมของสังคม (Social Values) ซึ่งปัจเจกบุคคลอาศัยเก็บรวบรวม ลำเลียงและแลกเปลี่ยนข้อมูล กับปัจเจกบุคคลอื่น และเป็นสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนพื้นฐานของคนจำนวนมากไปสู่คนจำนวนมาก ผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง ขณะเดียวกันตัวกลางที่ทำให้เกิดการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้ก็คืออินเทอร์เน็ต ที่เชื่อมโยงการสื่อสารของมนุษย์เข้าไว้ด้วยกัน และเป็นช่องทางที่ทำให้สามารถบริโภคข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากลักษณะการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตนี้เป็นรูปแบบการแสวงหาข้อมูลข่าวสารตามความสนใจของผู้ใช้ ทำให้ระบบการสื่อสารด้วยอินเทอร์เน็ตเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วมากกว่าสื่ออื่นๆ

การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นตัวช่วยนั้นประกอบไปด้วยรูปแบบต่างๆเช่น จดหมายอิเลคทรอนิคส์ บริการข้อมูลข่าวสาร บริการสนทนาออนไลน์ การคัดลอกข้อมูลระหว่างคอมพิวเตอร์ บริการสืบค้นข้อมูล หรือเว็บไซต์ ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์เพื่อให้บุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับความนิยมเนื่องจากความง่ายในการเข้าถึง การเปิดรับสื่อชนิดนี้ ทำให้ข้อมูล ข่าวสารและบริการต่างๆที่จัดทำขึ้นในรูปแบบของเว็บไซต์นั้นเปรียบเสมือนแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่รวบรวมเนื้อหาสาระต่างๆ ในรูปแบบของเว็บเพจ(Web Page) ที่สามารถแสดงผลในรูปของมัลติมีเดีย ซึ่งมีทั้งข้อมูลตัวอักษรวิ่ง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ภาพกราฟฟิกและเสียงในเวลาเดียวกัน ด้วยเหตุนี้เว็บไซต์จึงมีเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะในยุคของสังคมข่าวสารที่บุคคลต่างก็ต้องการบริโภคข้อมูลให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองในการดำเนินชีวิต

ฮอฟฟ์แมน และ โนวอค(Hoftman& Novak, 1995, อ้างถึงใน ปราณี พุ่มบางป่า, 2544, น. 25-26) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเว็บไซต์ในเชิงพาณิชย์และได้จำแนกประเภทของเว็บไซต์ในเชิงพาณิชย์แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่

1. Destination Sites เป็นเว็บไซต์ของหน่วยงาน องค์กร หรือกิจการนั้นๆ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อยคือ

1.1 ร้านค้าออนไลน์ (Online Storefront) เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอสินค้าและบริการประเภทต่างๆ ของหน่วยงานหรือบริษัทธุรกิจผ่านทางอินเตอร์เน็ต ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรง

1.2 เว็บเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร หรือหน่วยงาน (Internet Presence Site) ที่มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูล และสินค้าหรือบริการขององค์กรหรือหน่วยงานให้แก่ลูกค้าและบุคคลที่สนใจ

1.3 เว็บที่แบ่งตามเกณฑ์เนื้อหา (Content) สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

- Free-based Content เป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้บริการจะต้องเสียค่าบริการในการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ อาจเป็นลักษณะการบอกรับเป็นสมาชิก เว็บไซต์ประเภทนี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสารออนไลน์

- Sponsored Content เป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้เข้าเยี่ยมชมโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เว็บไซต์ประเภทนี้มีแหล่งรายได้จากการขายป้ายโฆษณา

- Searchable Database เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลมาจากหน่วยงานองค์กรและกิจการต่างๆ เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการค้นหา เว็บไซต์ประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการโดยตรงไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่จะมีแหล่งรายได้จากหน่วยงานหรือองค์กรที่ต้องการให้ข้อมูลของตนเองบรรจุอยู่ในฐานข้อมูล ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้

2. Web Traffic Control Sites เป็นเว็บที่รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวกับเว็บไซต์อื่นๆ แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 แหล่งช้อปปิ้ง (Mall) เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมร้านค้าออนไลน์จำนวนมากไว้ด้วยกัน ทำให้มีสินค้าและบริการหลากหลายประเภทที่ผู้เข้าเยี่ยมชมสามารถเลือกซื้อได้ตามต้องการ

2.2 Incentive Site เป็นรูปแบบของเว็บไซต์เพื่อการโฆษณาประเภทหนึ่ง บางครั้งอาจจะมีเนื้อหาในลักษณะของการประชาสัมพันธ์กิจกรรมสาธารณะต่างๆ หรืออาจเป็นการนำเสนอบริการต่างๆก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของแต่ละเว็บไซต์ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้มาก

2.3 เว็บเพื่อการค้นหา (Search Agent) ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์ต่างๆในระบบเวิลด์ไวด์เว็บ ซึ่งมีทั้งการให้บริการแบบเสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย

การจำแนกประเภทเว็บไซต์ข้างต้นเป็นเพียงกรอบแนวคิดในการแบ่งกลุ่มเว็บไซต์อย่างคร่าวๆ เนื่องจากปัจจุบันการจำแนกเว็บไซต์ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ตายตัว เนื่องจากการพัฒนารูปแบบเว็บไซต์ส่วนใหญ่ต้องคำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของผู้ใช้เป็นสำคัญ อีกทั้งเว็บไซต์ยังเป็นสื่อที่มีการปรับปรุงรูปแบบความรวดเร็วและมีความสม่ำเสมอให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสภาพสังคมในยุคสารสนเทศ

สำหรับเว็บไซต์ในประเทศไทยมีลักษณะร่วมหลายประการที่ไม่แตกต่างไปจากเว็บไซต์ของต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะโดยวัตถุประสงค์ของการทำเว็บไซต์แล้วก็เพื่อดึงดูดให้คนเข้าไปเยี่ยมชมมากขึ้นและเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ลักษณะเว็บไซต์ทั่วไปในประเทศไทยจึงมีลักษณะ
ดังต่อไปนี้ (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ, 2543, น. 105)

1. เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลบริการจากเว็บไซต์อื่นๆ ที่เรียกว่า เว็บท่า (Portal Site) ซึ่งจุดเด่นของเว็บท่าคือ การเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการค้นหาและก้าวไปสู่โลกของบริการจากอินเทอร์เน็ตที่กว้างขวางขึ้น จะมีลักษณะเป็น Search Engine หรือแหล่งรวมลิงค์เพื่อเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์อื่นๆ

2. การเป็นแหล่งของฟรี เช่น จดหมายอิเล็คทรอนิคส์ (Free E-mail) ดาวน์โหลดอ่านข่าว หรือแหล่งความรู้บทความด้านต่างๆ ที่ไม่เสียค่าใช้บริการ

3. การเป็นชุมชนออนไลน์ (Online Community) ที่มีผู้คนแวะเวียนเข้ามาปฏิสัมพันธ์กัน เช่น เป็นห้องสนทนา กระดานสาธารณะ แหล่งประกาศสาธารณะ

Ellsworth and Ellsworth (1995, pp. 270-271) กล่าวถึงการรักษาความนิยมให้กับเว็บไซต์และทำให้ผู้ชมเว็บไซต์ที่เคยเข้าชมกลับมาเปิดชมอย่างสม่ำเสมอ โดยสรุปได้ดังนี้

1. ต้องทำให้เห็นว่าเว็บไซต์นั้นเป็นสิ่งจำเป็นสูงสุดสำหรับผู้ชม (Indispensable Tool of Resource) เช่น สามารถเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลได้ มีคำแนะนำเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ต่างๆ เป็นเครื่องมือในการค้นคว้า มีคำตอบเกี่ยวกับภาพและไฟล์ที่ผู้ชมใคร่รู้ ในขณะที่ลิงค์ผู้ชมจะมีความรู้สึกว่าเป็นการกระทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ ซึ่งหากว่าเว็บไซต์มีการเชื่อมโยงข้อมูลกับแหล่งที่น่าสนใจก็จะเป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้ชมกลับมาเข้าชมอีกครั้งหนึ่ง

2. สร้างความกระตือรือร้น (Curiosity) หากเว็บไซต์มีขนาดใหญ่และมีขั้นตอนในการเข้าชมเว็บไซต์ ผู้ชมก็จะเข้ามาเยี่ยมชมซ้ำ เพราะความอยากรู้ แต่ทั้งนี้ข้อมูลและวิธีการนำเสนอที่สร้างขึ้นจะต้องมีการเรียงลำดับเนื้อหาที่ต้องการอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และต้องให้ผู้เข้าชมรู้สึกว่าง่ายต่อการติดตามข้อมูลเหล่านั้น ที่สำคัญคือเป็นเว็บไซต์ที่ให้ความรู้สึกว่ามีคุณค่าต่อการที่จะกลับมาติดตามเนื้อหาต่อไป

3. ควรมีการเปลี่ยนแปลง (Item Turnover) เนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ (Update) อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง รูปแบบเว็บไซต์ที่เปลี่ยนไปทำให้การเยี่ยมชมครั้งใหม่ของผู้ชมได้รับข้อมูลและไม่รู้สึกซ้ำซาก นอกจากนั้นสามารถใช้ตัว Cookies (เพื่อเก็บข้อมูลในการเข้าชมเว็บไซต์เอาไว้ในเครื่องเซิร์ฟเวอร์ของเรา) และถ้าจะกลับเข้ามาชมอีก เว็บไซต์นั้นก็สามารถรู้ได้ และอาจมีการทักทายกันเป็นพิเศษ ทั้งนี้ถือว่าเป็นการทำให้เว็บไซต์ทันสมัยอยู่เสมอ

4. การจัดกิจกรรมที่ตรงตามความสนใจและความต้องการของผู้ชม (Unique Event or Resource) เช่น การจัดประกวดหรือการมอบของที่ระลึกต่างๆ เพื่อสร้างความสนใจให้ติดตาม หรือ

การให้บริการตอบคำถามในเรื่องต่างๆบนเว็บไซต์ของตนที่ผู้ชมฝากคำถามไว้ ดังนั้น เมื่ออยากทราบคำตอบก็จะต้องเข้ามาในเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ

5. การทำรายชื่อของสมาชิก (Mailing List) เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มความภักดีของผู้บริโภคและสร้างการรับรู้ที่เพิ่มขึ้น กล่าวคือ การสร้างรายชื่อสมาชิก Mailing List โดยให้ผู้ที่เข้ามายังเว็บไซต์ลงทะเบียนเป็นสมาชิก สมาชิกจะได้รับข่าวสารความเคลื่อนไหวผ่านอีเมล์ได้โดยตรง จึงเป็นการเก็บข้อมูลของผู้ใช้ที่มีประสิทธิภาพ

อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลจากบุคคลไปสู่บุคคลหรือจากบุคคลเดียวไปยังกลุ่มบุคคล หรือจากกลุ่มบุคคลไปยังกลุ่มบุคคลอีกหลายๆคน นอกจากนี้ ยังเป็นสื่อที่สามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปได้ทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็วในระยะทางที่ไร้ขีดจำกัดตลอด 24 ชั่วโมง และอินเทอร์เน็ตได้ขยายตัวไปสู่กลุ่มผู้รับจำนวนมาก ทำให้องค์กรหน่วยงานบริษัทล้วนหากลวิธีด้านต่างๆในการประชาสัมพันธ์องค์กรของตนเอง โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการส่งข่าวสาร ข้อมูลประชาสัมพันธ์ และสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างทัศนคติที่ดี ภาพลักษณ์ รวมทั้งการสนับสนุนร่วมมือจากผู้รับข่าวสารเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างสำเร็จราบรื่น อินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นช่องทางหรือสื่อชนิดใหม่ที่ทรงประสิทธิภาพสูงในการดำเนินธุรกิจ (กัณฑ์พร กรรณสูต, 2553, น.34)

ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตกำลังเป็นที่นิยมและมีผลกระทบในทุกๆด้านในปัจจุบัน ทำให้มนุษย์ต้องมีการปรับตัวและพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกของการสื่อสารและพัฒนาของเว็บ (World Wide Web; WWW) จากยุคแรก คือ Web1.0 ซึ่งมีลักษณะเป็น Static Web คือมีการนำเสนอข้อมูลทางเดียว (One-Way Communication) ด้วยการแปลงข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่รอบตัวเราให้อยู่ในรูปของดิจิตอล (Digital) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือการโฆษณาตามหน้าเว็บไซต์ โดยผู้ใช้บริการสามารถอ่านได้แต่ไม่สามารถเข้าร่วมในการสร้างข้อมูลได้ แต่เมื่อก้าวเข้าสู่ยุคที่ 2 ของเทคโนโลยีคือ Web 2.0 เป็นยุคที่ทำให้อินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการใช้งานมากขึ้น เน้นให้ผู้ใช้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ (Co-Creation) ลงบนเว็บไซต์ร่วมกันและสามารถตอบโต้กับข้อมูลที่อยู่บนเว็บไซต์ได้ (Interactivity) มีลักษณะเป็น Dynamic Web ที่ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหา (Content) แลกเปลี่ยนและกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อแบ่งปันถึงกันได้ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร จะเห็นได้ว่า Web 2.0 เป็นยุคของการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ซึ่ง

ไม่ใช่เพียงแค่การรับส่งอีเมล์ (E-mail) รูปภาพ หรือการดาวน์โหลดข้อมูลผ่าน Search Engine หรือใช้เว็บบอร์ด (Web Board) ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเท่านั้น Web 2.0 ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างผู้ใช้ในกลุ่มต่างๆ จนเกิดเป็นเครือข่ายทางสังคม (Social Network) บนโลกออนไลน์ที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด กลายเป็นสังคมเสมือนจริง (Virtual Communities) ซึ่งเป็นสังคมหนึ่งในโลกของอินเทอร์เน็ต ที่ปัจจุบันยังคงผูกพันและซ้ำซ้อนกับการดำเนินชีวิตของผู้คนในโลกของความเป็นจริง (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ,2552)

การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อให้การสื่อสารประสบความสำเร็จนั้น การออกแบบเว็บเพจแต่ละหน้าจะต้องพิจารณาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของเว็บเพจ ซึ่งมีข้อปลีกย่อยพิเศษกว่าดดารออกแบบสื่ออื่นๆ เนื่องจากเป็นสื่อมัลติมีเดียที่มีการผสมผสานสื่อหลายๆแบบเข้าด้วยกัน มีคุณสมบัติที่สามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา และสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารได้

หนังสือ Creative Killer Interactively Web Sites (1997) โดยการกล่าวร่วมกันของ Adrew Sather, ArdithIbnez, Bernie Dechantและ Pascal ได้เสนอกลยุทธ์การออกแบบเพื่อการสื่อสารของเว็บไซต์ ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดที่สำคัญได้ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์

ผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่ามีเว็บไซต์นี้ขึ้นเพื่ออะไร วัตถุประสงค์นั้นจะเป็นหลักสำคัญในการกำหนดโครงสร้าง สามารถจำแนกวัตถุประสงค์พื้นฐานของการสื่อสารของเว็บไซต์เป็นดังนี้ เพื่อสร้างการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านหนึ่งด้านใด เพื่อเพิ่มการรับรู้ในข่าวสารเพื่อให้แตกต่างจากเว็บไซต์คู่แข่ง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อเป็นสื่อชนิดใหม่ที่เป็นสื่อเสริมและเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งที่ออนไลน์

2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

การพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญต่อการออกแบบเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพอย่างตรงกับวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ โดยต้องวิเคราะห์ให้ได้ว่าบุคคลประเภทใดที่ต้องการให้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ซึ่งการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนี้ต้องเป็นการวิเคราะห์ร่วมกันหลายๆฝ่าย ทั้งนี้สิ่งที่ควรพิจารณาเกี่ยวกับการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนั้นแบ่งออกเป็นการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ การศึกษา รายได้ และพิจารณาบุคลิกลักษณะความต้องการ

3. พิจารณาวัตถุประสงค์ของการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ของผู้รับสาร

สิ่งหนึ่งที่ทำให้เว็บไซต์เป็นสื่อที่นำความสำเร็จในการสื่อสารมาให้ คือ การเป็นเว็บไซต์ที่สามารถดึงดูดให้ผู้รับสารเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ได้ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีจุดประสงค์ในการเข้าเยี่ยมชมแตกต่างกันตามลักษณะทางสังคมศาสตร์และจิตวิทยาโดยวัตถุประสงค์ของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ เช่น เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่างๆ เพื่อการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงาน ผู้ก่อตั้งเว็บไซต์และผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ เพื่อต้องการความบันเทิงและความเพลิดเพลิน เป็นต้น

4. พิจารณาการออกแบบโครงสร้างเนื้อหา

ในการพิจารณาถึงโครงสร้างของเว็บไซต์ เนื้อหาเป็นส่วนสำคัญที่เป็นพื้นฐานของโครงสร้าง ประเด็นอยู่ที่ว่าความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไร ความคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภท เช่น ข้อมูล ข่าวบันเทิง การตอบคำถามร่วมกิจกรรมต่างๆ และเว็บไซต์แต่ละเว็บอาจมีมุมมองของการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่ไม่เหมือนกัน

5. การโปรโมทเว็บไซต์

การโปรโมทเว็บไซต์ทำได้หลายวิธี เช่น การนำเสนอเว็บไซต์ก่อนการเปิดตัวจริง การเตรียมการสำหรับการเปิดตัว การประกาศข่าวในสื่ออื่นๆ การสร้างแบนเนอร์โฆษณาเว้บไซต์ เป็นต้น

6. การประสานงานกับเว็บไซต์อื่นเพื่อโฆษณาเว็บไซต์

ข้อพิจารณาในการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่น ได้แก่ จะเชื่อมโยงเว็บไซต์กับบริษัทอื่นหรือไม่ เว็บไซต์ที่จะทำการเชื่อมโยงนั้นมีลักษณะเด่นอย่างไร เว็บไซต์ที่จะทำการเชื่อมโยงนั้นอยู่ในหมวดหมู่เดียวกันหรือไม่ และการเชื่อมโยงนี้ก่อให้เกิดผลประโยชน์อะไรบ้าง

7. การดำรงสภาพเว็บไซต์

เว็บไซต์ที่ออนไลน์แล้ว จะต้องรักษาสภาพของเว็บไซต์อยู่เสมอ ซึ่งทำได้โดยการพัฒนาหน้าใดหน้าหนึ่งเพิ่มเติมขึ้นมา สร้างจุดเด่นพิเศษเพิ่มขึ้น หรือแม้กระทั่งการออกแบบเว็บไซต์ใหม่ ซึ่งการพัฒนาเว็บไซต์อย่างต่อเนื่องนี้ต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป หลักในการดำรงเว็บไซต์ ได้แก่ ทำให้เว็บไซต์มีความทันสมัย เข้าไปดูเว็บไซต์อื่นๆสม่ำเสมอ และคำนึงถึงผู้ใช้

8. การเพิ่มการกลับมาของผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์

เว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องเป็นเว็บไซต์ที่มีการเพิ่มจำนวนผู้เข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ อาจเป็นการเพิ่มจากการบอกต่อกันของผู้ที่เคยเข้ามาเยี่ยมชมให้กับคนที่ใกล้ชิดหรือรู้จักหรือการเข้าเยี่ยมชม

ซ้ำของคนกลุ่มเดิม วิธีการเหล่านี้ ได้แก่ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเนื้อหาเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ การออกแบบรูปแบบเว็บไซต์ใหม่เป็นระยะๆ

เคอรร์ และ ฮิลทซ์(Kerr &Hillz, 1982) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับระบบการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ได้แก่

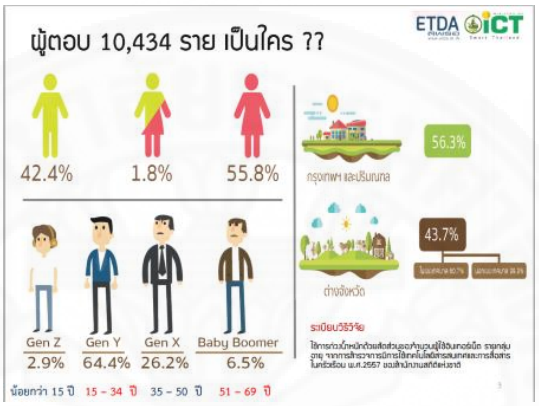
1. ปัจจัยสำคัญในกระบวนการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ในการควบคุมระบบการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งซอฟต์แวร์ที่นำมาใช้ต้องสามารถสร้าง ปฏิสัมพันธ์ได้ เช่น ความสามารถในการเข้าถึงข้อมูล การประมวลผล และความสามารถในการโต้ตอบ นอกจากนั้น ได้กำหนดให้คุณสมบัติในการสร้างปฏิสัมพันธ์ด้านการแสดงความคิดย้อนกลับ (Feed Back) ในรูปของข้อความ (Text Base Communication) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน

2. ผลกระทบที่เกิดจากการใช้คอมพิวเตอร์ในระบบการสื่อสารต่อพฤติกรรมของบุคคลเป็นการเข้าไปเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานและการตัดสินใจ การเพิ่มโอกาสใหม่ๆในการดำเนินชีวิต เช่น การมีเวลาว่างมากขึ้น หรือมีทางเลือกและเวลาในการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น เพลิดเพลินกับการทำงานมากขึ้น ประหยัดเวลาในการเดินทาง เป็นต้น ในขณะเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านของกิจกรรมยามว่าง เปลี่ยนแปลงวิธีการจัดข้อมูลจากเดิมที่เป็นเอกสารจำนวนมาก

กระบวนการในการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ ผู้ส่งสารจะทำการเข้ารหัสสาร (Encoding) ในรูปของข้อความ ส่งผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปยังคอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร ซึ่งในยุคแรก สารจะสื่อสารกับด้วยข้อความ (Text) เพียงอย่างเดียว แต่ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีพัฒนาขึ้นจนกลายเป็นระบบเวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web) ทำให้สามารถสื่อสารได้ทั้งข้อความ ภาพและเสียง แม้แต่ภาพเคลื่อนไหว

ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558

Thailand Internet User Profile 2015 โดยจัดการสำรวจจากทางออนไลน์ในช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม 2558 ที่ผ่านมามีผู้ตอบออนไลน์ที่สมบูรณ์ 10,434 คน จากผู้ตอบออนไลน์ 17,010 คน(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)



(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)

ภาพที่ 2.3 แสดงกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด

โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ Gen X (35-50 ปี), Gen Y (15-34 ปี), Gen Z (น้อยกว่า 15ปี) และ Baby Boomer (51 ปีขึ้นไป) จากผลสำรวจเผลว่า Gen Y เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 54.2 ชั่วโมง/สัปดาห์ ซึ่งเฉลี่ยแล้วคน Gen Y ท่องในโลกอินเทอร์เน็ตวันละเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน

(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)

ภาพที่ 2.4 แสดงการใช้งานอินเทอร์เน็ตในแต่ละช่วงเวลา

ทั้งนี้อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีหลากหลาย แต่ผลการสำรวจนี้สะท้อนถึงพฤติกรรมของคนไทย ที่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา ซึ่งคนไทยใช้งานโทรศัพท์มือถือในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เฉลี่ย 5.7 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาคือคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) และคอมพิวเตอร์พกพา (Laptop , Notebook) ตามลำดับ

(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)

ภาพที่ 2.5 แสดงกิจกรรมยอดฮิตในการใช้อินเทอร์เน็ต

โดยกิจกรรมยอดนิยมของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่อันดับ 1 คือ Social Network ส่วนอันดับรองลงมาคือ ค้นหาข้อมูล (Search) และ อ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ

(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)

ภาพที่ 2.6 เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้เป็นประจำ

ซึ่งคนไทยนิยมใช้ Facebook บ่อยที่สุด ถึง 92.1% ครองแชมป์ปีที่ 3 ติดต่อกัน (ปี 2556-2558) อันดับ 2 คือ Line ซึ่งกลุ่ม Baby Boomer นิยมใช้สุดๆ และอันดับ 3 คือ Google+

โดย Instagram และ twitter อยู่อันดับ 4 และอันดับ 5 กลุ่มเพศที่3 ใช้ทั้ง Instagram และ twitter หนักที่สุด เมื่อเทียบกันระหว่างเพศหญิง กับเพศชาย

(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)

ภาพที่ 2.7 แสดงการตัดสินใจเข้าเว็บ e-Commerce

คนไทย มีแนวโน้มซื้อของผ่านทางออนไลน์กันมากขึ้น ซึ่งจากผลสำรวจ พบว่า คนไทยเคยผู้เคยซื้อของผ่านทางออนไลน์ 64.9% แล้ว ทั้งนี้จากที่คนไทยนิยมซื้อของออนไลน์มากขึ้นเกิดจากผู้ซื้อได้รับข้อมูลรีวิวทางอินเทอร์เน็ต และการอ่านความเห็นของผู้เคยใช้สินค้า

(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)

ภาพที่ 2.8 แสดงสินค้าที่นิยมซื้อทางออนไลน์

โดยสินค้าที่นิยมซื้อทางออนไลน์คือ สินค้าหมวดแฟชั่น กระเป๋า เสื้อผ้า อันดับสองคืออุปกรณ์ไอที อันดับสามคือสินค้ากลุ่มสุขภาพและความงามหากแยกเป็นกลุ่ม Gen ต่างๆ จะเห็นความแตกต่างของ ความนิยมซื้อสินค้าทางออนไลน์ดังนี้

- สินค้าทางออนไลน์ ยอดนิยมของกลุ่ม Gen Z คือ 1. แฟชั่น , 2 อุปกรณ์ไอที , 3 ดาวน์โหลด

- สินค้าทางออนไลน์ ยอดนิยมของกลุ่ม Gen y คือ 1. แฟชั่น , 2. สุขภาพความงาม , 3 อุปกรณ์ไอที

- สินค้าทางออนไลน์ ยอดนิยมของกลุ่ม Gen X คือ 1.การเดินทาง , 2. แฟชั่น, 3 อุปกรณ์ไอที

- สินค้าทางออนไลน์ ยอดนิยมของกลุ่ม Baby Boomer คือ 1.การเดินทาง , 2. อุปกรณ์ไอที 3. ของใช้ภายในบ้าน

(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)

ภาพที่ 2.9 แสดงจำนวนครั้งการซื้อออนไลน์เฉลี่ยในรอบ 6 เดือนของสินค้า/บริการแต่ละประเภท

โดยการซื้อผ่านทางออนไลน์เฉลี่ยในรอบ 6 เดือนนั้น อันดับ 1. นิยมการเงินการลงทุนออนไลน์มากสุด 6.2 ครั้ง อันดับ 2 คือการดาวน์โหลด 5.7 ครั้ง และ อันดับ 3 แฟชั่น 3.1 ครั้ง

3 อันดับที่ผู้ชายนิยมซื้อของออนไลน์ คือ 1.อุปกรณ์ไอที , 2 การเดินทางท่องเที่ยว , 3 การดาวน์โหลด

3 อันดับที่ผู้หญิงนิยมซื้อของออนไลน์ คือ 1.สินค้าแฟชั่น , 2สินค้าสุขภาพและความงาม 3. การเดินทาง ท่องเที่ยว

3 อันดับที่กลุ่มเพศที่ 3 นิยมซื้อของออนไลน์ คือ 1.สินค้าแฟชั่น , 2สินค้าสุขภาพและความงาม 3. อุปกรณ์ไอที

(ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA, 2558)

ภาพที่ 2.10 แสดงปัญหาจากการซื้อสินค้า/ บริการออนไลน์ และวิธีการร้องเรียน

จากผลสำรวจพบว่า ปัญหาหลัก 3 อันดับ ของการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ได้แก่

1. รับสินค้าช้ากว่ากำหนด

2 .สินค้าไม่ตรงตามที่แสดงในเว็บไซต์

3. สินค้าชำรุดเสียหาย

แนวคิดเรื่องการสื่อสารโดยมีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางนี้ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาเว็บไซต์ www.ginraidee.com โดยศึกษา ขณะที่เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่รวบรวมเนื้อหาสาระต่างๆไว้ด้วยกันแล้ว เว็บไซต์มีการพัฒนาข้อมูลข่าวสารและรูปแบบที่เว็บไซต์จะต้องคำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตของผู้ใช้เป็นสำคัญหรือไม่ เพื่อดึงดูดและกระตุ้นให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์นั้นกลับมาใช้เว็บไซต์อีก ซึ่งจะประเมินได้จาก ความพึงพอใจของผู้เข้าชมเว็บไซด์ www.ginraidee.comรวมไปถึงข้อเสนอแนะและความคิดเห็นที่ผู้เข้าชมได้แสดงความคิดเห็นจากการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้สำรวจงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาในวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

สายใจ วันดี (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับเว็บไซต์และความคิดเห็นต่อสิทธเด็กที่ปรากฏในเว็บไซต์ของสมาชิกเว็บไซต์ www.tkpark.or.th” ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกเว็บไซต์ส่วนใหญ่เป็นชายอายุระหว่าง 13-15 ปี มีรายได้รวมครอบครัวประมาณ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน และมีเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นของตัวเอง ด้านพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ สมาชิกเว็บไซต์มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ ในระดับกลาง สมาชิกเว็บไซต์เห็นว่าเนื้อหาของเว็บไซต์ช่วยส่งเสริมสิทธิเด็กในระดับมากหากแต่อาจจะยังไม่ครอบคลุมในบางประเด็น

อิลฮาม ยีดิน (2554, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจ ต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาล” จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาลของกลุ่มตัวอย่างมีความถี่เดือนละครั้งหรือน้อยกว่า แต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที ในช่วงเวลา 20.01-24.00 น. บ่อยที่สุด โดยเปิดรับจากบ้านมากที่สุด ในส่วนของความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ด้านข้อมูลข่าวสารสามลำดับแรกได้แก่ การนำข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาล นำข้อมูลข่าวสารไปเป็นหัวข้อในการสนทนา และทราบข้อมูลระเบียบวิธีปฏิบัติการขอรับรองฮาลาล ตามลำดับ ส่วนของความพึงพอใจในด้านรูปแบบพบว่า ความพึงพอใจในการจัดข้อมูลที่เป็นหมวดหมู่ ขณะที่ความพึงพอใจต่อการใช้สื่อมัลติมีเดียประกอบข้อมูลน่าสนใจอยู่ในลำดับท้าย ความพึงพอใจด้านการใช้งานพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงเว็บไซต์อยู่ในลำดับแรก

ชฎาภรณ์ สวนแสน (2556, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยของกลุ่มผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาพบว่า ด้านพฤติกรรมการเปิดอ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยน้อยกว่า 1 ปี มีการอ่านหนังสือพิมพ์ไทยน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน และเข้าใช้เว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยจำนวน 5 ครั้งต่อวัน โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการเข้าถึงมากที่สุดคือ โน๊ตบุ๊ค มีการเปิดรับข่าวประเภทความบันเทิง ท่องเที่ยว กีฬา และส่วนใหญ่ผู้อ่านมีการเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ส่วนในเรื่องความพึงพอใจในรูปแบบสื่อบนเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ไทย พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจในรูปแบบสื่อในด้านสามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้มากที่สุด รองลงมาคือ สามารถส่งข่าวที่น่าสนใจให้กับเพื่อนๆทางอีเมลเฟซบุ๊ค

บทที่ 3
วิธีการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

ระเบียบวิธีในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบตัดขวาง (Crross-Sectional Study)โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Administered Questionnaire) ผู้วิจัยเลือใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก(Convenient Sampling) โดยจะเก็บข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18-30 ปี ใช้คำถามคัดเลือก(Screening Question) ผู้ที่เคยเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน 303คน ในบริเวณที่เป็นแหล่งรวมของคนจำนวนมาก เช่น สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีรถไฟฟ้าเอมอาร์ที ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้างสรรพสินค้า ที่ตั้งกระจายอยู่ในเขตพื้นที่ต่างๆในกรุงเทพมหานคร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ.2559

3.2 ประชากรและกลุ่มสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกลุ่มประชากรที่เข้าชมเว็บไซต์คือ ประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน (Infinite Population) ใช้การคำนวณจากสูตรการหาตัวอย่าง ครอนบาค โคชาร์น(Cochran)โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 6% หรือระดับนัยสำคัญ 0.06ได้จำนวนตัวอย่างเท่ากัน 303 คน ตามสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{\mathrm{P}(1-\mathrm{P})Z^2}{e^2}$$

กำหนดให้

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม โดยกำหนด 50% เช่น .50

Z = ความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95% ซึ่งเป็นระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.06 มีค่าเท่ากับ 1.96 (เชื่อมั่น 95% หรือผิดพลาด 6%)

e = สัดส่วนในการคลาดเคลื่อน (e = 0.06)

แทนค่าตามสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{0.50(1 - 0.50)1.96^2}{0.06^2}$$

=266.66

จากผลการคำนวณ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง(n) = 266.66 ดังนั้นผู้ศึกษาจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน303 คน

3.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกสุ่มตัวอย่างของการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Muti-Stage Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่ผู้วิจัยต้องการโดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จากจำนวน 50 เขต โดยการจับสลากออกมา 10 เขต ดังนี้

1. เขตสาทร
2. เขตพระโขนง
3. เขตพญาไท

4. เขตบางแค
5. เขตลาดพร้าว
6. เขตดุสิต
7. เขตบางนา
8. เขตจตุจักร
9. เขตปทุมวัน
10. เขตพระนคร

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งเป็น 10 เขต เขตละ 30 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน

ขั้นตอนที่ 3การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนทั่วไปตามสถานที่ต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร อาคารสำนักงาน สถานีรถไฟใต้ดิน รถไฟฟ้า เป็นต้น โดยมีเกณฑ์ คือ ใช้แบบสอบถามกับประชาชนที่เคยเข้าใช้ www.ginraidee.comเท่านั้น

3.4 ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรที่กำหนดศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ จำแนกตามสมมติฐานการวิจัย 3 ข้อ โดยแบ่งตัวแปรเป็น 2 ประเภท คือ ตัวแปรอิสระ และ ตัวแปรตาม ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com แตกต่างกัน

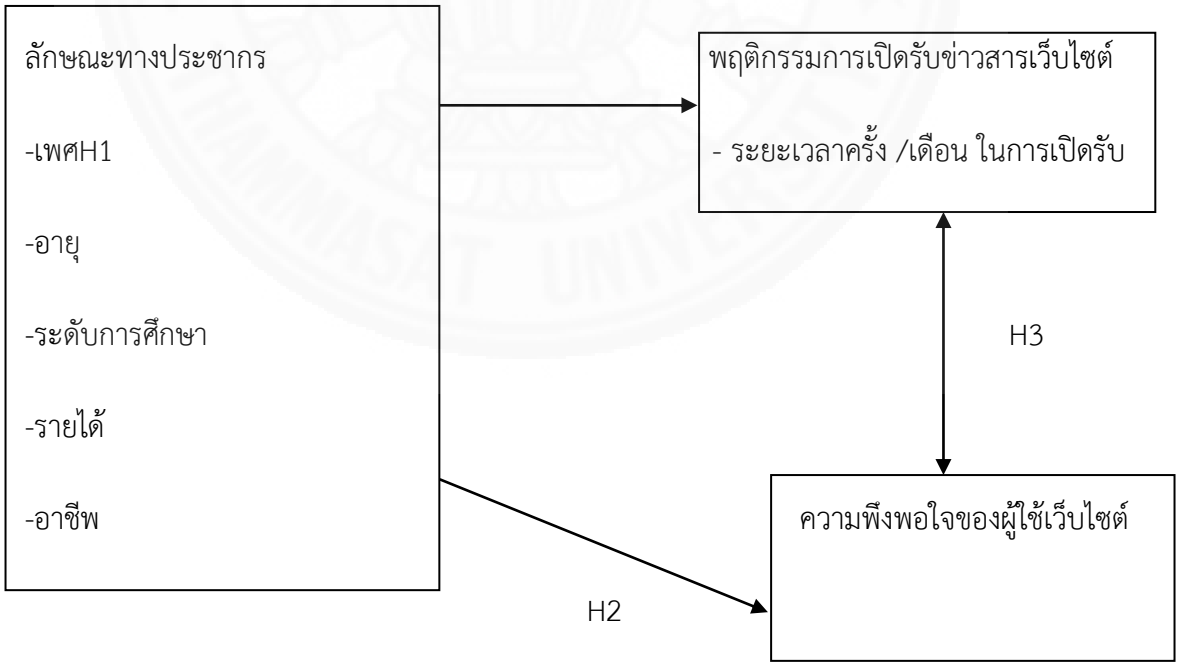
ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามประเภทให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบ (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Close-End Question) โดยผู้วิจัยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ส่วนที่3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ส่วนที่4 เป็นข้อเสนอแนะและความคิดเห็นทั่วไป

3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทดสอบหาความเที่ยงตรง(Validity) และความเชื่อมั่น(Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบโดยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ และตรวจสอบเพื่อช่วยพิจารณา แก้ไข ปรับปรุง ทางด้านเนื้อหา และความถูกต้องของโครงสร้างและแบบแผนของเครื่องมือที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำมาปรับปรุงก่อนนำไปใช้จริง

2. การทดสอบความเชื่อถือ (Reliability)

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทำการ pre-test กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ จำนวน 30 ชุด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วนำผลทดสอบมาวิเคราะห์หาความน่าเชื่อถือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟ่า(Coefficiency Alpha) ของ ครอนบาค (Cronbach) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1}\left\{1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2}\right\}$$

α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ

n คือ จำนวนข้อของแบบทดสอบ

S_i^2 คือ ผลรวมของความแปรปรวนของแบบทดสอบรายข้อ

S_t^2 คือ ค่าความแปรปรวนของแบบทดสอบทุกข้อ

ผลทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซด์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ0.938 โดยมีค่าความพึงพอใจเท่ากับ 0.897 ซึ่งหมายความว่าเครื่องมือนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับที่ยอบรับได้

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Administered Questionnaire)

การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

1.1 เพศ แบ่งออกเป็น

- เพศชาย
- เพศหญิง

1.2 อายุ แบ่งออกเป็น

- 18-23 ปี
- 24-30 ปี

1.3 ระดับการศึกษา แบ่งออกเป็น

- มัธยมศึกษาตอนปลาย
- อนุปริญญา
- ปริญญาตรี
- สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ แบ่งออกเป็น

- นักเรียน/ นักศึกษา
- พนักงานบริษัทเอกชน
- รับจ้าง
- ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ โปรดระบุ

1.5 รายได้ต่อเดือน แบ่งออกเป็น

- ไม่เกิน10,000 บาท
- 10,001 – 20,000 บาท
- 20,001 – 30,000 บาท
- มากกว่า30,000 บาท

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com

1.1 ระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์www.ginraidee.cmจำนวน_____ครั้ง / เดือนโดยประมาณ

1.2 เปิดเว็บไซต์www.ginraidee.comเพื่อใช้งานอะไร

- ค้นหาร้านอาหาร
- เขียนรีวิว
- แชร์ร้านอาหารให้กับคนอื่น
- เข้าร่วมสะสมคะแนนกับ choco card
- เช็คกิจกรรมแจกของรางวัล

1.3 ใช้อุปกรณ์ใดในการเข้าถึงเว็บไซต์ www.ginraidee.com

- เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ
- โน๊ตบุค
- แท็ปเล็ต
- โทรศัพท์ (สมาร์ทโฟน)

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามที่เขียนกำกับไว้ด้านหลัง จากนั้นจะจำคะแนนที่ได้มาคำนวณค่าเฉลี่ยเพื่อจัดแบ่งระดับพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ www.ginraidee.comและความหมายของค่าคะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ

การแปลผลคะแนนมีวิธีการดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.0 หมายถึง มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ www.ginraidee.comอยู่ในระดับต่ำมาก

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ www.ginraidee.com อยู่ในระดับต่ำ

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์

www.ginraidee.com อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ www.ginraidee.com อยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีพฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ www.ginraidee.comอยู่ในระดับสูงมาก

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

3.1 **ด้านข้อมูลข่าวสาร**

- ทราบข้อมูลของร้านอาหารในย่านต่างๆผ่านทางเว็บไซต์
- ทราบช่องทางการติดต่อร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์
- ทราบที่ตั้งของร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์
- ทราบข้อมูลของร้านอาหารเปิดใหม่ผ่านทางเว็บไซต์
- ทราบข้อมูลข่าวสารการร่วมสนุกกับทางเว็บไซต์ผ่านทางเว็บไซต์
- นำข้อมูลข่าวสารจากทางเว็บไซต์ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น
- ติดตามข้อมูลข่าวสารและการหาร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์

3.2 **ด้านรูปแบบและการใช้งาน**

- มีการจัดข้อมูลข่าวเป็นหมวดหมู่
- มีภาพประกอบที่สอดคล้องกับข้อมูลข่าวสาร เช่น ภาพของร้านอาหาร ภาพของเมนูอาหาร
- พื้นที่การจัดรูปแบบหน้าจอ (Lay-out) น่าสนใจ เข้าใจง่าย ชัดเจน
- ความสะดวกในการเข้าถึงเว็บไซต์

- ความรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร
- การหาร้านอาหารสะดวกต่อการใช้งานผ่านทางเว็บไซต์
- การเปิดช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อมูลกับบุคคลอื่น เช่น การเขียนรีวิว
- การเปิดช่องทางในการสื่อสารกับทีมงานเว็บไซต์
- บันทึกข้อมูลข่าวสาร รูปภาพได้ตามต้องการ

3.3 **ความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com**

- ทำให้ได้รับความสะดวกสบายในการค้นหาร้านอาหารต่างๆ
- ทำให้ประหยัดเวลา จาการค้นหาข้อมูลร้านอาหารก่อนเดินทางไปร้านอาหาร
- ทำให้ได้ติดตามข้อมูล ข่าวสาร ร้านอาหารที่เปิดใหม่และคนไปทานเยอะที่สุดในแต่ละย่าน
- ทำให้ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุย จากการเขียนรีวิวร้านอาหาร
- ทำให้สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การตีความข้อมูลระดับความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซด์www.ginraidee.com โดยแบ่งเป็นระดับ ดังนี้

ระดับมากที่สุด ให้ 5 คะแนน

ระดับมาก ให้ 4 คะแนน

ระดับปานกลาง ให้ 3 คะแนน

ระดับน้อย ให้ 2 คะแนน

ระดับน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

หลังจากให้คะแนนทั้งหมดแล้วจึงนำมาสรุปผลคะแนนแล้วนำมาคำนวณเป็นค่าเฉลี่ย เพื่อใช้ในการแปลความหมาย แบ่งค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีการคำนวณขอบเขตของค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับตามสูตร ดังนี้

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด – ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.08$$

ระดับตั้งแต่ 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ระดับตั้งแต่ 1.81– 2.60 หมายถึง น้อย

ระดับตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ระดับตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก

ระดับตั้งแต่ 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

เป็นคำถามปลายเปิดแสดงความคิดเห็นด้านข้อมูลข่าวสารและรูปแบบการใช้งาน

3.8 การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการศึกษา

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับเว็บไซต์ www.ginraidee.comและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ได้แก่ จำนวน(Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานในแต่ละข้อเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้แก่

ตารางที่ 3.2

สถิติที่ใช้ในสมมติฐาน

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1: ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com แตกต่างกัน **โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้**	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.comที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 เพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 เพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน	t-test Independence
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ระดับการศึกที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุดไม่แตกต่างกัน H_1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน	One-Way ANOVA

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 รายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 รายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่เปิดรับมากที่สุด แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 2: ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com แตกต่างกัน **โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้**	
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 เพศที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 เพศที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน	t-test Independence

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.4 รายได้ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 รายได้ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 รายได้ที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน	One-Way ANOVA

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.5 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน H_0 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด ไม่แตกต่างกัน H_1 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อเว็บไซต์www.ginraidee.com ที่พึงพอใจมากที่สุด แตกต่างกัน	One-Way ANOVA
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com**โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้**	
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.comที่เปิดรับมากที่สุด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com H_0 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.comที่เปิดรับมากที่สุด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com H_1 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) เว็บไซต์ www.ginraidee.comที่เปิดรับมากที่สุด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com	Pearson's Product Moment Correlative Coefficient

3.9 การประมวลข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดไปดำเนินการดังต่อนี้

1. ให้คะแนนคำตอบแต่ละข้อโดยการลงรหัส
2. คัดลอกรหัสที่ลงไว้ แล้วบันทึกลงในแผ่นบันทึกข้อมูล
3. ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมเพื่อทำข้อมูลทางสถิติต่อไป
4. นำผลที่ได้มาแปลความหมายเพื่อนำมาวิเคราะห์และเสนอผลการวิจัยต่อไป

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาเรื่อง **พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร**โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลแบบสอบถาม จำนวน 303 ชุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 303 คน ในช่วงเดือน พฤษภาคม- มิถุนายน 2559 ผลการวิจัย แบ่งการนำเสนอออกเป็น4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ส่วนตัวต่อเดือน โดยนำเสนอเป็นข้อมูลรูปความถี่และค่าร้อยละดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	117	38.6
หญิง	186	61.4
รวม	303	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง 186 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 ตามด้วย เพศชาย 117 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-23 ปี	109	36.0
24-30 ปี	194	64.0
รวม	303	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงระหว่าง 24-30 ปี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 ตามด้วยอายุ 19-23 ปี จำนวน 109 คนคิดเป็นร้อยละ 36.0

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย	66	21.7
อนุปริญญา	20	6.6
ปริญญาตรี	192	63.4
สูงกว่าปริญญาตรี	25	8.3
รวม	303	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 192 คนคิดเป็นร้อยละ 63.4 รองลงมา มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8และ น้อยที่สุด อนุปริญญา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	79	26.1
พนักงานบริษัทเอกชน	114	37.6
รับจ้าง	21	6.9
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	6.3
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	70	23.1
รวม	303	100.0

จากตารางที่ 4.4 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 และน้อยที่สุด ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	31	10.2
10,001-20,000 บาท	88	29.0
20,001-30,000 บาท	143	47.2
มากกว่า 30,000 บาท	41	13.6
รวม	303	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน

143 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมา 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 น้อยที่สุด ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ข้อมูลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.comได้แก่ ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร www.ginraidee.com การเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.comเพื่อใช้งาน การใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงเว็บไซต์ www.ginraidee.comดังแสดงในตารางที่ 4.2-4.4

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
ไม่เกิน 5 ครั้ง/เดือน	82	27.1
6 - 10 ครั้ง/เดือน	114	37.6
11 - 20 ครั้ง/เดือน	50	16.5
มากกว่า 20 ครั้ง/เดือน	57	18.8
รวม	**303**	**100.0**
ค่าเฉลี่ย =18.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน =21.413		

ตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com6-10 ครั้ง/เดือนมากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมา ไม่เกิน 5 ครั้ง/เดือน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 และน้อยที่สุด 11 - 20 ครั้ง/เดือน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5

ตารางที่ 4.7

ระดับการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com

การเปิดรับข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
เพื่อค้นหาร้านอาหาร	212 (70.0)	42 (13.9)	41 (13.5)	7 (2.3)	1 (0.3)	4.57	.720	มากที่สุด
เพื่อเขียนรีวิว	13 (4.3)	30 (9.9)	51 (16.8)	43 (14.2)	166 (54.8)	4.42	.763	มากที่สุด
เพื่อแชร์ร้านอาหารให้กับคนอื่น	17 (5.6)	79 (26.1)	93 (30.7)	94 (31.0)	20 (6.6)	3.82	.629	มาก
เพื่อเข้าร่วมสะสมคะแนนกับบัตร Choco Card	33 (10.9)	146 (48.1)	85 (28.1)	33 (10.9)	6 (2.0)	3.85	.622	มาก
เพื่อเช็คกิจกรรมแจกของรางวัล	18 (5.9)	69 (22.8)	138 (45.6)	63 (20.8)	15 (4.9)	3.65	.668	มาก
โดยรวม						4.06	.458	**มาก**

จากตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับของจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com โดยรวมและรายด้าน พบว่าโดยรวมระดับการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com อยู่ในระดับมากโดยเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com เพื่อค้นหาร้านอาหารสูงที่สุดค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมา เพื่อเขียนรีวิวค่าเฉลี่ย 4.42 และน้อยที่สุด เพื่อเช็คกิจกรรมแจกของรางวัลค่าเฉลี่ย 3.65

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงเว็บไซต์ www.ginraidee.com

อุปกรณ์ในการเข้าถึงเว็บไซต์	**จำนวน (คน)**	**ร้อยละ**
เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	62	20.5
โน้ตบุค	42	13.9
แท็ปเล็ต	31	10.2
โทรศัพท์ (สมาร์ทโฟน)	168	55.4
รวม	**303**	**100.0**

ตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ (สมาร์ทโฟน) ในการเข้าถึงเว็บไซต์ www.ginraidee.com มากที่สุด จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมา เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และน้อยที่สุด แท็ปเล็ตจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

4.3 ส่วนที่3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.comได้แก่ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบการใช้งาน และความพึงพอใจจาการใช้เว็บไซต์ดังแสดงในตารางที่ 4.5-4.8

ตารางที่ 4.9

แสดงระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านข้อมูลข่าวสาร

ข้อมูลข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การทราบข้อมูลของร้านอาหารในย่านต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์	224 (73.9)	49 (16.2)	30 (9.9)	- -	- -	4.64	.656	มากที่สุด
การทราบช่องทางการติดต่อร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์	169 (55.8)	97 (32.0)	37 (12.2)	- -	- -	4.44	.701	มากที่สุด
การทราบที่ตั้งของร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์	156 (51.4)	95 (31.4)	52 (17.2)	- -	- -	4.34	.755	มากที่สุด
การทราบข้อมูลของร้านอาหารเปิดใหม่ผ่านทางเว็บไซต์	139 (45.8)	129 (42.6)	35 (11.6)	- -	- -	4.34	.755	มากที่สุด
การทราบข้อมูลข่าวสารการร่วมสนุกกับทางเว็บไซต์ ผ่านทางเว็บไซต์	62 (20.5)	143 (47.2)	98 (32.3)	- -	- -	3.88	.718	มาก
การนำข้อมูลข่าวสารจากทางเว็บไซต์ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น	55 (18.2)	148 (48.8)	100 (33.0)	- -	- -	3.85	.701	มาก
การติดตามข้อมูลข่าวสารและการค้นหาร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์	107 (35.3)	140 (46.2)	56 (18.5)	- -	- -	4.17	.715	มาก
โดยรวม						4.24	.511	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านข้อมูลข่าวสาร**โ**ดยรวมและรายข้อ พบว่าโดยรวมระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.24 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ “การทราบข้อมูลของร้านอาหารในย่านต่างๆผ่านทางเว็บไซต์” มีค่าสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.64 รองลงมา ข้อ “การทราบช่องทางการติดต่อร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์” ค่าเฉลี่ย 4.44 และน้อยที่สุด ข้อ “การนำข้อมูลข่าวสารจากทางเว็บไซต์ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น”ค่าเฉลี่ย 3.85

ตารางที่ 4.10

แสดงระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านรูปแบบและการใช้งาน

รูปแบบและการใช้งาน	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การจัดข้อมูลข่าวสารเป็นหมวดหมู่	219 (72.3)	50 (16.5)	34 (11.2)	- -	- -	4.61	.681	มากที่สุด
ภาพประกอบที่สอดคล้องกับข้อมูลข่าวสาร	135 (44.5)	119 (39.3)	49 (16.2)	- -	- -	4.28	.727	มากที่สุด
พื้นที่การจัดรูปแบบหน้าจอ (lay-out) ที่น่าสนใจ เข้าใจได้ง่ายและมีความชัดเจน	135 (44.5)	119 (39.3)	49 (16.2)	- -	- -	4.18	.795	มาก
ความสะดวกในการเข้าถึงเว็บไซต์	169 (55.8)	86 (28.4)	48 (15.8)	- -	- -	4.40	.747	มากที่สุด
ความรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร	183 (60.4)	78 (25.7)	42 (13.9)	- -	- -	4.47	.726	มากที่สุด
การหาร้านอาหารสะดวกต่อการใช้งานผ่านทางเว็บไซต์	159 (52.5)	99 (32.7)	45 (14.8)	- -	- -	4.38	.730	มากที่สุด
การเปิดช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อมูลกับบุคคลอื่น	77 (25.4)	114 (37.6)	112 (37.0)	- -	- -	3.88	.783	มาก
การเปิดช่องทางในการสื่อสารกับทีมงานของเว็บไซต์	154 (50.8)	112 (37.0)	37 (12.2)	- -	- -	4.39	.695	มากที่สุด
การสามารถบันทึกข้อมูลข่าวสารและรูปภาพได้ตามต้องการ	79 (26.1)	144 (47.5)	80 (26.4)	- -	- -	4.00	.726	มาก
โดยรวม						4.29	.538	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านรูปแบบและการใช้งาน**โ**ดยรวมและรายข้อ พบว่า โดยรวมระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านรูปแบบและการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ “การจัดข้อมูลข่าวสารเป็นหมวดหมู่” มีค่าสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมา ข้อ “ความรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร” ค่าเฉลี่ย 4.47 และน้อยที่สุด ข้อ “การเปิดช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อมูลกับบุคคลอื่น”ค่าเฉลี่ย 3.88

ตารางที่ 4.11

แสดงระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านความพึงพอใจจากการใช้งาน

การใช้เว็บไซต์	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ความสะดวกสบายในการค้นหาร้านอาหารต่างๆ	213 (70.3)	49 (16.2)	41 (13.5)	- -	- -	4.57	.720	มากที่สุด
การประหยัดเวลาจากการค้นหาข้อมูลร้านอาหารก่อนเดินทางไปร้านอาหาร	195 (64.4)	68 (22.4)	40 (13.2)	- -	- -	4.51	.718	มากที่สุด
การประหยัดเวลาจากการค้นหาข้อมูลร้านอาหารก่อนเดินทางไปร้านอาหาร	135 (44.6)	100 (33.0)	68 (22.4)	- -	- -	4.22	.789	มากที่สุด
การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุย จากการเขียนรีวิวร้านอาหาร	92 (30.3)	116 (38.3)	95 (31.4)	- -	- -	3.99	.787	มาก
การสามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้	155 (51.2)	96 (31.6)	52 (17.2)	- -	- -	4.34	.755	มากที่สุด
โดยรวม						4.33	0.608	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านการใช้**โ**ดยรวมและรายข้อ พบว่า โดยรวมระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านการใช้อยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.33 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกสบายในการค้นหาร้านอาหารต่างๆ” มีค่าสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมา ข้อ “การประหยัดเวลาจากการค้นหาข้อมูลร้านอาหารก่อนเดินทางไปร้านอาหาร” ค่าเฉลี่ย 4.51 และน้อยที่สุด ข้อ “การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุย จากการเขียนรีวิวร้านอาหาร” ค่าเฉลี่ย 3.99

ตารางที่ 4.12

แสดงระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านข้อมูลข่าวสาร	171 (56.4)	106 (35.0)	26 (8.6)	- -	- -	4.24	.511	มากที่สุด
ด้านรูปแบบการใช้งาน	203 (67.0)	71 (23.4)	29 (9.6)	- -	- -	4.29	.538	มากที่สุด
ด้านการใช้เว็บไซต์	189 (62.4)	72 (23.8)	42 (13.8)	- -	- -	4.33	.608	มากที่สุด
โดยรวม	202 (66.6)	89 (29.4)	12 (4.0)	- -	- -	**4.28**	**.444**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับของความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.comโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.28 และรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์ มีค่าสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา ด้านรูปแบบและการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 4.24

4.4 ส่วนที่4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.comที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน โดยใช้วิธีทางสถิติ t-test สำหรับทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้วิธีทางสถิติการวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One WayANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของข้อมูลหลายกลุ่ม ในกรณีที่ พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีLSD ปรากฏผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

H_0 เพศที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 เพศที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

ตัวแปร	**เพศ**	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**t**	**sig**
ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	ชาย	117	21.93	26.452	2.411	.016*
	หญิง	186	15.89	17.193		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศที่มีผลต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า ค่า Significant (Sig.)

เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

H_0 อายุที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 อายุที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

ตัวแปร	**อายุ**	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**t**	**sig**
ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	18-23 ปี	109	24.57	25.325	3.961	.000*
	24-30 ปี	194	14.65	17.974		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุที่มีผลต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

H_0 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความความถี่ในการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

ระดับการศึกษา	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**F**	**Sig.**
มัธยมศึกษาตอนปลาย	66	18.61	18.583	26.484	.000*
อนุปริญญา	20	48.95	42.817		
ปริญญาตรี	192	13.04	14.082		
สูงกว่าปริญญาตรี	25	32.40	24.370		
รวม	303	18.22	21.413		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารโดยใช้สถิติ one way ANOVA พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงผลในตาราง 4.16

ตารางที่ 4.16

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับเว็บไซต์ต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	**ค่าเฉลี่ย**	**มัธยมศึกษาตอนปลาย**	**อนุปริญญาหรือเทียบเท่า**	**ปริญญาตรี**	**สูงกว่าปริญญาตรี**
		18.61	48.95	13.04	32.40
มัธยมศึกษาตอนปลาย	18.61	-	30.344*	5.564*	13.794*
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	48.95	-	-	35.908*	16.550*
ปริญญาตรี	13.04	-	-		19.358*
สูงกว่าปริญญาตรี	32.40	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารโดยใช้สถิติ one way ANOVA พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงผลในตาราง 4.17

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

H_0 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

อาชีพ	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**F**	**Sig.**
นักเรียน / นักศึกษา	79	16.27	15.182	7.014	.000*
พนักงานบริษัทเอกชน	114	12.49	14.974		
รับจ้าง	21	31.90	30.186		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	30.16	25.007		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	70	22.41	27.914		
รวม	303	18.22	21.413		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีผลต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารโดยใช้สถิติ one way ANOVA พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงผลในตาราง 4.18

ตารางที่ 4.18

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับข่าวสารต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
		16.27	12.49	31.90	30.16	22.41
นักเรียน/นักศึกษา	16.27	-	3.775	15.639*	13.892*	6.148
พนักงานบริษัทเอกชน	12.49	-	-	19.414*	17.667*	9.923
รับจ้าง	31.90	-	-	-	1.747	9.490
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	30.16	-	-	-	-	7.744
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	22.41	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผลการเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพด้วยวิธีการตรวจสอบความแตกต่างของLSDพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน4คู่ได้แก่ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารค่าเฉลี่ย16.27 น้อยกว่าผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ค่าเฉลี่ย 31.90ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารค่าเฉลี่ย 16.27 น้อยกว่าผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจค่าเฉลี่ย 30.16 ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 12.49 น้อยกว่าผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่ประกอบอาชีพรับจ้าง ค่าเฉลี่ย 31.90 ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่

ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารค่าเฉลี่ย 12.49 น้อยกว่าผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจค่าเฉลี่ย 30.16

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

H_0 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**F**	**Sig.**
ไม่เกิน 10,000 บาท	31	29.61	27.085	5.570	.001*
10,001-20,000 บาท	88	17.44	22.408		
20,001-30,000 บาท	143	14.58	17.305		
มากกว่า 30,000 บาท	41	23.98	23.943		
รวม	303	18.22	21.413		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่มีผลต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารโดยใช้สถิติ one way ANOVA พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงผลในตาราง 4.20

ตารางที่ 4.20

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ต่อความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
		29.61	17.44	14.58	23.98
ไม่เกิน 10,000 บาท	29.61	-	12.170*	15.032*	5.637
10,001-20,000 บาท	17.44	-	-	2.8863	6.532
20,001-30,000 บาท	14.58	-	-	-	9.395*
มากกว่า 30,000 บาท	23.98	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่4.20 พบว่า ผลการความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ส่วนตัวต่อเดือนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาทมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท และผู้ที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.comที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน โดยใช้วิธีทางสถิติ t-test สำหรับทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และใช้วิธีทางสถิติการวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One WayANOVA) ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของข้อมูลหลายกลุ่ม ในกรณีที่ พบว่า ค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีLSD ปรากฏผลดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

H_0 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์

ตัวแปร	**เพศ**	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**t**	**sig**
ความพึงพอใจใน	ชาย	117	4.27	0.441	.274	.784
การเข้าชมเว็บไซต์	หญิง	186	4.29	0.447		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.784 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_0 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

H_0 อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์

ตัวแปร	**อายุ**	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**t**	**sig**
ความพึงพอใจใน	18-23 ปี	109	4.22	0.479	1.708	.089
การเข้าชมเว็บไซต์	24-30 ปี	194	4.31	0.421		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.089 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_0 หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

H_0 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์

ระดับการศึกษา	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**F**	**Sig.**
มัธยมศึกษาตอนปลาย	66	4.34	.441	8.570	.000*
อนุปริญญา	20	3.83	.451		
ปริญญาตรี	192	4.32	.412		
สูงกว่าปริญญาตรี	25	4.20	.497		
รวม	303	4.28	.444		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์โดยใช้สถิติ one way ANOVA พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงผลในตาราง 4.24

ตารางที่ 4.24

แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	มัธยมศึกษาตอนปลาย	อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		4.34	3.83	4.32	4.20
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.34	-	.512*	.027*	.147
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	3.83	-	-	.485*	.365*
ปริญญาตรี	4.32	-	-		.120
สูงกว่าปริญญาตรี	4.20	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่าความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาด้วย ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย และ ปริญญาตรี มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี และอนุปริญญา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

H_0 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 อาชีพที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านความถี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์

อาชีพ	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**F**	**Sig.**
นักเรียน / นักศึกษา	79	4.32	.415	4.017	.003*
พนักงานบริษัทเอกชน	114	4.30	.414		
รับจ้าง	21	4.02	.534		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	4.03	.548		
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	70	4.34	.428		
รวม	303	4.28	.444		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์โดยใช้สถิติ one way ANOVA พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงผลในตาราง 4.26

ตารางที่ 4.26

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	**ค่าเฉลี่ย**	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว
		4.32	4.30	4.02	4.03	4.34
นักเรียน/นักศึกษา	4.32	-	.021	.306*	.292*	.012
พนักงานบริษัทเอกชน	4.30	-	-	.286*	.271*	.033
รับจ้าง	4.02	-	-	-	.014	.319*
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.03	-	-	-	-	.304*
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	4.34	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพผู้ที่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และ พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com มากกว่าผู้ประกอบอาชีพ รับจ้าง และ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

H_0 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ไม่แตกต่างกัน

H_1 รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27

แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	**จำนวน**	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**F**	**Sig.**
ไม่เกิน 10,000 บาท	31	3.94	.451	12.026	.000*
10,001-20,000 บาท	88	4.19	.515		
20,001-30,000 บาท	143	4.36	.379		
มากกว่า 30,000 บาท	41	4.44	.296		
รวม	303	4.28	.444		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์โดยใช้สถิติ one way ANOVA พบว่า ค่า Significant (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานH_1 หมายความว่า รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงผลในตาราง 4.28

ตารางที่ 4.28

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ต่อความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
		3.94	4.19	4.36	4.44
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.94	-	.248*	.424*	.502*
10,001-20,000 บาท	4.19	-	-	.176*	.255*
20,001-30,000 บาท	4.36	-	-	-	.079
มากกว่า 30,000 บาท	4.44	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ผู้ที่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 และ 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ผู้ที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com มากกว่า ผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์แตกต่างกัน

H_0 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์

H_1 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับมีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์

ตารางที่ 4.29

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์

ตัวแปร	ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์	
	r	Sig.
ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	0.3	.000*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4.29 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ ในการทดสอบด้วยสถิติ Pearson Correlation พบว่า มีค่า Significant (sig.) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.5 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกดังนั้นจึง ยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Reaseach) แบบเก็บข้อมูล ณช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยมีมีวัตถุประสงค์ การศึกษาดังนี้ (1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com (2)เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com ของผู้ใช้เว็บไซต์ (3)เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรที่เปิดรับชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com จำนวน303คน โดยใช้การสำรวจแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire)

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ จำนวน 303 คนเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เป็นเพศหญิง จำนวน186 คนคิดเป็นร้อยละ 61.4 ตามด้วยเพศชาย 117 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 24-30 ปีจำนวน 194 คนคิดเป็นร้อยละ 64.0 ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 192 คนคิดเป็นร้อยละ 63.4 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด จำนวน 114 คนคิดเป็นร้อยละ 37.6 และพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 143 คนคิดเป็นร้อยละ 47.2

5.1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ จำนวน 303 คน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com6-10 ครั้ง/เดือนมากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมา ไม่เกิน 5 ครั้ง/เดือน จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 และน้อยที่สุด 11 - 20 ครั้ง/เดือน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับของจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com โดยรวมและรายด้าน พบว่า แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับของจุดประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com โดยรวมและรายด้าน พบว่า โดยรวมระดับการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย 4.06โดยเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์เปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com เพื่อค้นหาร้านอาหารสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมา เพื่อเขียนรีวิวค่าเฉลี่ย 4.42 และน้อยที่สุด เพื่อเช็คกิจกรรมแจกของรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.65 และจำนวนและร้อยละของผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์จำแนกตามการใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงเว็บไซต์www.ginraidee.comพบว่า ผู้ที่เปิดเข้าชมเว็บไซต์ ใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ (สมาร์ทโฟน) ในการเข้าถึงเว็บไซต์ www.ginraidee.com มากที่สุด ร้อยละ 55.4 รองลงมา เป็นร้อยละ 20.5 และน้อยที่สุด แท็ปเล็ตร้อยละ 10.2

5.1.3 ความพึงพอใจในการเปิดรับชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ จำนวน 303 คน แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับระดับของความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com โดยรวมและรายด้าน พบว่า โดยรวมระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.28 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านการใช้เว็บไซต์มีค่าสูงที่สุดค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา ด้านรูปแบบการใช้งานค่าเฉลี่ย 4.29 และน้อยที่สุด ด้านข้อมูลข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 4.24

5.1.4 การทดสอบสมมติฐาน

การศึกษา เรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ตั้งสมมติฐานไว้ 3 ประเด็นคือ

สมมติฐานข้อที่ 1ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.comที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.comแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนตัวต่อเดือน แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.comแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.comที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่มี เพศ และ อายุ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com ไม่แตกต่างกัน ส่วน ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์www.ginraidee.com

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลการศึกษาภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 ลักษณะทางประชากรของผู้เข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

จากผลการศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้เข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com พบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ที่มี เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับเว็บไซต์ www.ginraidee.com แตกต่างกัน ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ของ ปรมะ สตะเวทิน(2546,น. 106) กล่าวว่า ความแตกต่าง เพศ (Sex) แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมได้คาดหวังและกำหนดบทบาทและกิจกรรมของแต่ละเพศนั้นไว้ต่างกันดังนั้นจึงส่งผลทำให้พฤติกรรมการสื่อสารของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน ในการวิจัยทางสื่อสารมวลชน เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับส่งข่าวสารนั้นด้วย

รายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคตามที่ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2533, น. 70-71) ได้อธิบายเกี่ยวกับตัวแปรด้านรายได้เพิ่มเติมอีกว่ารายได้เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลได้ดีเช่นเดียวกับกรณีตัวแปรการศึกษา เพราะเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันและมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดีจึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ การเปิดรับสื่อจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

5.2.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.comผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com6-10 ครั้ง/เดือนมากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 โดยเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ เปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com เพื่อค้นหาร้านอาหารสูงที่สุด รองลงมา เพื่อเขียนรีวิวและน้อยที่สุด เพื่อเช็คกิจกรรมแจกของรางวัล ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของแม็คคอมบ์ และ เบคเกอร์(McCombs & Becker, 1979, pp. 51-52) ได้ให้แนวคิดว่าโดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) เป็นการเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่างๆรอบตัวเพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและเปิดรับข่าวสารหรือสื่อเพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) โดยบุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับบุคคลอื่นได้

5.2.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.comอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย4.28 เมื่อจำแนกเป็นแต่ละด้าน พบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ ด้านความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย 4.33 ด้านรูปแบบการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.29 และด้านข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.24โดยจำแนกเป็นรายด้านดังต่อไปนี้

<u>ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comด้านข้อมูลข่าวสาร</u>

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comด้านข้อมูลข่าวสาร พบว่า โดยรวมระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.24 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่าข้อ “การทราบข้อมูลของร้านอาหารในย่านต่างๆผ่านทางเว็บไซต์” มีค่าสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.64รองลงมา ข้อ “การทราบช่องทางการติดต่อร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์” ค่าเฉลี่ย 4.44 และน้อยที่สุด ข้อ “การนำข้อมูลข่าวสาร

จากทางเว็บไซต์ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น” ค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ เวนเนอร์ (Wenner, 1982, pp. 171-193, อ้างถึงใน ธีติมา ปิยะศิลป์, 2544, น. 35-36) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (New gratifications) โดยเฉพาะเวนเนอร์ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย และสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) คือ การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation Gratification) เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม โดยรูปแบบของความต้องการที่แสดงออก ได้แก่ การติดตามข่าว (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance) และกระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratification) เพื่อเป็นการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏการณ์ในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

<u>ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comด้านรูปแบบและการใช้งาน</u>

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comด้านรูปแบบและการใช้งาน พบว่า ระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ โดยรวมระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านรูปแบบและการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ “การจัดข้อมูลข่าวสารเป็นหมวดหมู่” มีค่าสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมา ข้อ “ความรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร” ค่าเฉลี่ย 4.47 และน้อยที่สุด ข้อ “การเปิดช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อมูลกับบุคคลอื่น”ค่าเฉลี่ย 3.88

<u>ความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comด้านความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์</u>

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์พบว่า โดยรวมระดับความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.33 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความสะดวกสบายในการค้นหาร้านอาหารต่างๆ” มีค่าสูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.57 รองลงมา ข้อ “การประหยัดเวลาจากการค้นหาข้อมูลร้านอาหารก่อนเดินทางไปร้านอาหาร” ค่าเฉลี่ย 4.51 และน้อยที่สุด ข้อ “การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุย จากการเขียนรีวิวร้านอาหาร”

ค่าเฉลี่ย 3.99 ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี ของEllsworth and Ellsworth (1995, pp. 270-271) ได้กล่าวถึงการรักษาความนิยมให้กับเว็บไซต์และทำให้ผู้ชมเว็บไซต์ที่เคยเข้าชมกลับมาเปิดชมอย่างสม่ำเสมอ โดยสรุปได้ดังนี้ต้องทำให้เห็นว่าเว็บไซต์นั้นเป็นสิ่งจำเป็นสูงสุดสำหรับผู้ชม (Indispensable Tool of Resource) เช่น สามารถเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลได้ มีคำแนะนำเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ต่างๆ เป็นเครื่องมือในการค้นคว้า มีคำตอบเกี่ยวกับภาพและไฟล์ที่ผู้ชมใคร่รู้ ในขณะที่ลิงค์ผู้ชมจะมีความรู้สึกว่าเป็นการกระทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ ซึ่งหากว่าเว็บไซต์มีการเชื่อมโยงข้อมูลกับแหล่งที่น่าสนใจก็จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ชมกลับมาเยี่ยมชมอีกครั้งหนึ่งและควรมีการเปลี่ยนแปลง (Item Turnover) เนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ (Update) อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง รูปแบบเว็บไซต์ที่เปลี่ยนไปทำให้การเยี่ยมชมครั้งใหม่ของผู้ชมได้รับข้อมูลและไม่รู้สึกซ้ำซาก นอกจากนั้นอาจจะใช้ตัว Cookies (เป็นการเก็บข้อมูลการมาเยี่ยมชมเว็บไซต์เอาไว้ในเครื่องเซิร์ฟเวอร์ของเรา) และถ้าจะกลับมาชมอีก เว็บไซต์นั้นก็สามารถรู้ได้ และอาจมีการทักทายกันเป็นพิเศษ ทั้งนี้ถือว่าเป็นการทำให้เว็บไซต์ทันสมัยอยู่เสมอ

5.3 ข้อเสนอแนะที่มีต่อเว็บไซต์ www.ginraidee.com

1. จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเว็บไซต์ www.ginraidee.com 6-10 ครั้ง/เดือน ผู้ดูแลเว็บไซต์ควรปรับปรุง ข้อมูล ข่าวสาร ร้านอาหารที่เปิดใหม่ให้รวดเร็ว ทั้ง ข้อมูลร้านค้า ข้อมูลเมนูอาหาร และควรมีการประสานงานกับร้านอาหาร หรือมีการแบ่งปันข้อมูลการทำงานร่วมกัน เพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์เกิดความสนใจและเข้าชมเว็บไซต์เป็นประจำ โดยควรมีการปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์ตลอดเวลา มองในระยะยาว และมีการอัปเดท(update) ข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

2. จากผลการศึกษา ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ จำแนกตามการใช้อุปกรณ์ในการเข้าถึงเว็บไซต์ www.ginraidee.com พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดเว็บไซต์ www.ginraidee.comผ่านทางอุปกรณ์โทรศัพท์ (สมาร์ทโฟน) ในการเข้าถึงเว็บไซต์มากถึง ร้อยละ 55.4 ดังนั้นทางเว็บไซต์จึงควรพัฒนาระบบที่สามารถให้ผู้ใช้เว็บไซต์เข้าถึงเว็บไซต์ผ่านทางสมาร์ทโฟนได้ง่าย สามารถอ่านง่าย ได้ทุกที่ทุกเวลา และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อให้มีคุณภาพและประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ใช้เว็บไซต์มากยิ่งขึ้น

3. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.comในด้านภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านข้อย่อย ด้านข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.24 และ พบว่า การนำข้อมูลข่าวสารจากทางเว็บไซต์ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น อยู่ในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.85และการทราบข้อมูลข่าวสารการร่วมสนุกกับทางเว็บไซต์ผ่านทางเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 3.58ทั้งนี้ควรมีการจัดกิจกรรมผ่านทางเว็บไซต์โดยมีความถี่มากยิ่งขึ้นเพื่อทำให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมและกระตุ้นให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์กลับเข้ามาใช้เว็บไซต์ซ้ำอีกครั้ง

4. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านรูปแบบและการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อย่อย พบว่า การเปิดช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อมูลกับบุคคลอื่น อยู่ในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.88 ทั้งนี้เว็บไซต์จะต้องมีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอให้มีความสนใจ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อมูลกับบุคคลอื่นผ่าน การรีวิว โดยอาจจะต้องมีร้านอาหารที่ให้ค้นหามากยิ่งขึ้น

5. จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่เปิดรับชมเว็บไซต์ มีความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com ด้านความพึงพอใจจากการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.33 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุย จากการเขียนรีวิวร้านอาหาร อยู่ในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.99 ทางเว็บไซต์อาจจะต้องมีปรับช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น พูดคุย จากการเขียนรีวิวที่เพิ่มขึ้น เช่น มีการปรับ รูปแบบการเขียนรีวิว ให้มีความง่ายและสามารถเข้าถึงได้ทุกคน อีกทั้งเพิ่มเติมจำนวนร้านอาหารให้มากยิ่งขึ้น และจัดกิจกรรมเพื่อให้ผู้เข้าชมเว็บไซต์ร่วมสนุกจากการรีวิว

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะเว็บไซต์ www.ginraidee.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำหรับค้นหาร้านอาหารเพียงเว็บไซต์เดียว จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเว็บไซต์สำหรับการค้นหาร้านอาหารเว็บไซต์อื่นๆเพิ่มเติม เพื่อเปรียบเทียบ เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และจำนวนผู้เข้าชม

2. ควรมีการศึกษารูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หรือการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เพื่อศึกษาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่ได้จากเว็บไซต์เพื่อดูแนวโน้มความต้องการใช้เว็บไซต์ของกลุ่มผู้รับสารในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

3. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ใน เขต กรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปน่าจะมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตปริมณฑล เพื่อให้คลอบคลุมประชากรซึ่งเป็นสมาชิกเว็บไซต์ในเขตปริมณฑล ซึ่งจะแสดงให้เห็นบทบาทของสื่อประเภทเว็บไซต์ว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มคนต่างๆทั่วถึงเพราะลักษณะของสื่อใหม่ที่ไม่จำกัดเรื่องของเวลาและสถานที่

รายการอ้างอิง

หนังสือ

ปรมะ สตะเวทิน. (2441). การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์

กาญจนา แก้วเทพ. (2554). สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ :ภาพพิมพ์.

กิติมา สุรสนธิ. (2544). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2544). คัมภีร์ Web design. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.

ยุบล เบ็ญจรงคกิจ. (2533). การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, นิเทศศาสตร์

วิทยานิพนธ์

อิลฮาม ยีดิน. (2554). ความคาดหวัง การเปิดรับและความพึงพอใจต่อเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์และอาหารฮาลาล.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน

วิศวัต์ ตระกรุดแก้ว (2547).การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

ธนัสถ์ เกษมไชยานันท์.(2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

จักรกฤษณ์ มะสะพันธ์. (2551). รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog: กรณีศึกษา Bloggangและ OK Nation Blog. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ

ญาดา มะลิทอง. (2551). พฤติกรรมการใช้ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำหน้าที่ของอินเทอร์เน็ต.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

ลลิดา อังสวานนท์ (2554). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจในการใช้เว็บไซต์i-Greenspace. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.

Books

Klapper, J. T. (1960(. Effects of mass communication. New York: Free Press.

McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). Using Mass Communication Theory, Englewood cliffs : N.J. Prentice Hall.

Ellsworth, Jill H., and Ellsworth, Matthew V. (1995). Marketing on internet: Multimedia Strategies for the World Wide Web. New York: John Wiley & Sons.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง“พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com**ในเขตกรุงเทพมหานคร”**

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโทของคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งคำตอบของท่านจะถือเป็นความลับและขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้ผู้วิจัยจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น จึงขอขอบคุณในความร่วมมือเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้ด้วยแบบสอบถามเรื่องเว็บไซต์ www.ginraidee.com แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✔ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

   [ ] ชาย [ ]หญิง

2. อายุ

   [ ] 18-23 ปี [ ] 24-30 ปี

3. ระดับการศึกษาปัจจุบัน/สูงสุด

   [ ] มัธยมศึกษาตอนปลาย [ ] อนุปริญญา

   [ ] ปริญญาตรี [ ] สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

[ ]นักเรียน / นักศึกษา [ ]พนักงานบริษัทเอกชน

[ ] รับจ้าง [ ]ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

[ ]ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว [ ]อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

[ ] ไม่เกิน 10,000บาท [ ]10,001-20,000 บาท

[ ] 20,001-30,000 บาท [ ] มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✔ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

6. ท่านใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com จำนวน_____ ครั้ง/เดือน
7. ท่านเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com เพื่อใช้งานอะไร

การเปิดรับข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com	**ระดับการเปิดรับข่าวสาร**				
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**
7.1 เพื่อค้นหาร้านอาหาร					
7.2 เพื่อเขียนรีวิว					
7.3 เพื่อแชร์ร้านอาหารให้กับคนอื่น					
7.4 เพื่อเข้าร่วมสะสมคะแนนกับบัตร Choco Card					
7.5 เพื่อเช็คกิจกรรมแจกของรางวัล					

8. **ท่านใช้อุปกรณ์ใดในการเข้าถึงเว็บไซต์** www.ginraidee.com

[ ]เครื่องคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ [ ] โน๊ตบุ๊ค

[ ]แท็ปเล็ต[ ] โทรศัพท์ (สมาร์ทโฟน)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการเข้าชมเว็บไซต์ www.ginraidee.com

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✔ ลงในช่องคำตอบ โดยเลือกเพียงคำตอบเดียวที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านพอใจในการเข้าใช้งานเว็บไซต์ www.ginraidee.com**มากน้อยเพียงใด**

3.1 ด้านข้อมูลข่าวสาร

ความพึงพอใจในรูปแบบข่าวสารบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com	**ระดับความพึงพอใจ**				
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**
9. ทราบข้อมูลของร้านอาหารในย่านต่างๆผ่านทางเว็บไซต์					
10. ทราบช่องทางการติดต่อร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์					
11. ทราบที่ตั้งของร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์					
12. ทราบข้อมูลของร้านอาหารเปิดใหม่ผ่านทางเว็บไซต์					
13. ทราบข้อมูลข่าวสารการร่วมสนุกกับทางเว็บไซต์ ผ่านทางเว็บไซต์					
14. นำข้อมูลข่าวสารจากทางเว็บไซต์ไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น					
15. ติดตามข้อมูลข่าวสารและการค้นหาร้านอาหารผ่านทางเว็บไซต์					

3.2 ด้านรูปแบบการใช้งาน

ความพึงพอใจในรูปแบบการใช้งานบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com	**ระดับความพึงพอใจ**				
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**
16. มีการจัดข้อมูลข่าวสารเป็นหมวดหมู่					
17. มีภาพประกอบที่สอดคล้องกับข้อมูลข่าวสาร เช่น ภาพของร้านอาหาร ภาพของรายการอาหาร เป็นต้น					
18. มีพื้นที่การจัดรูปแบบหน้าจอ (lay-out) ที่น่าสนใจ เข้าใจได้ง่ายและมีความชัดเจน					
19. มีความสะดวกในการเข้าถึงเว็บไซต์					
20. มีความรวดเร็วในการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร					
21. การหาร้านอาหารสะดวกต่อการใช้งานผ่านทางเว็บไซต์					
22. มีการเปิดช่องทางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือข้อมูลกับบุคคลอื่น เช่น การเขียนรีวิว					
23. มีการเปิดช่องทางในการสื่อสารกับทีมงานของเว็บไซต์					
24. สามารถบันทึกข้อมูลข่าวสารรูปภาพได้ตามต้องการ					

3.3 ความพึงพอใจจากการใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com

ความพึงพอใจจากการใช้งานบนเว็บไซต์ www.ginraidee.com	**ระดับความพึงพอใจ**				
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**
25. ทำให้ได้รับความสะดวกสบายในการค้นหาร้านอาหารต่างๆ					
26. ทำให้ประหยัดเวลาจากการค้นหาข้อมูลร้านอาหารก่อนเดินทางไปร้านอาหาร					
27. ทำให้ได้ติดตามข้อมูลข่าวสารร้านอาหารที่เปิดใหม่และคนไปใช้บริการเยอะที่สุดในแต่ละย่าน					
28. ทำให้ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นพูดคุย จากการเขียนรีวิวร้านอาหาร					
29. ทำให้สามารถอ่านข้อมูลย้อนหลังได้					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็น

_____

_____

ขอขอบคุณที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามค่ะ

ประวัติการศึกษา

ชื่อ	นางสาวนันทินี พิศวิลัย
วันเดือนปีเกิด	26 กุมภาพันธ์ 2535
วุฒิการศึกษา	คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2556