

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ทักษะคติต่อประเภทของข่าวและความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารของผู้รับสารที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ศึกษาทัศนคติต่อประเภทของข่าวของผู้รับสารที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE
- 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารของผู้รับสารที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE และ
- 3) ศึกษาการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE

ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบกับใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันกัน ด้วยค่า Independent-Samples T-Test การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) F-test ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทั้งนี้สามารถสรุปผลและอภิปรายผลของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.80 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.20 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 40.70 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.70 มีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.00 อยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 78.20 และอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 54.30

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสาร MANAGER ONLINE

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการเปิดรับสาร MANAGER ONLINE เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 50.60 เปิดรับสาร MANAGER ONLINE ผ่านช่องทาง FANPAGE FACEBOOK เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 51.10 มีเหตุผลที่เลือกใช้ช่องทางนี้เพราะ เป็นช่องทางที่

ท่านใช้งานได้ง่ายและสะดวกที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.30 เปิดรับสารช่วงเวลา 12.01-18.00 นาฬิกา คิดเป็นร้อยละ 37.80 มีความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน จำนวน 4 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.80 มีการเปิดรับสารเป็นประจำที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 43.50 ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง 10-15 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.80 ใกล้เคียงกับระยะเวลา 16-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 33.00

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวเป็นรายด้านพบว่า ประเภทข่าวเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.72) รองลงมา ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.76) ประเภทข่าวการเมือง ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.79) ประเภทข่าวต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.73) ประเภทข่าวอาชญากรรม ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.79) ประเภทข่าวกีฬา ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.89) และประเภทข่าวภูมิภาค ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ สามารถอธิบายแต่ละด้านได้ดังนี้

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: การเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวการเมืองเป็นรายข้อพบว่า ข่าวการเมือง: มีการเปิดประเด็นใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.98) รองลงมา บทความการเมือง: ข้อมูลเจาะลึก ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.92) และกระทู้/แสดงความคิดเห็นทางการเมือง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: อาชญากรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวอาชญากรรมเป็นรายข้อพบว่า ข่าวอาชญากรรม: สด ใหม่ ทันเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.86) รองลงมา บทความอาชญากรรม: เจาะลึกวงการตำรวจ ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.84) และกระทู้/แสดงความคิดเห็นปัญหาอาชญากรรม ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 1.07) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลกระทบต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: เศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวเศรษฐกิจเป็นรายข้อพบว่า ข่าวเศรษฐกิจ: ให้ความรู้ในการปรับตัวของเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.76) รองลงมา บทความเศรษฐกิจ: วิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงทาง

เศรษฐกิจได้ดี ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.77) และกระทู้/แสดงความคิดเห็นทางเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 1.01) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: ภูมิภาค อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวภูมิภาคเป็นรายข้อพบว่า ข่าวภูมิภาค: นำเสนอข้อมูลความเปลี่ยนแปลงท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.89) รองลงมา บทความภูมิภาค: ช่องทางร้องทุกข์ประชาชนในชนบท ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.90) และกระทู้/แสดงความคิดเห็นภูมิภาค ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 0.92) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: ต่างประเทศ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวต่างประเทศเป็นรายข้อพบว่า ข่าวต่างประเทศ: ท้นต่อความเปลี่ยนแปลงในแต่ละประเทศ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.88) รองลงมา บทความต่างประเทศ: ให้ความรู้การพัฒนาของต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.83) และกระทู้/แสดงความคิดเห็นต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE : คุณภาพชีวิตและสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวเป็นรายข้อพบว่า ข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ: มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.83) รองลงมา บทความคุณภาพชีวิตและสุขภาพ: เจาะลึกการพัฒนากรุงเทพมหานครและกระทรวงสาธารณสุข ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.89) และกระทู้/แสดงความคิดเห็นคุณภาพชีวิตและสุขภาพ ($\bar{X} = 3.30$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: กีฬา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, S.D. = 0.89) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวกีฬาเป็นรายข้อพบว่า ข่าวกีฬา: เกาะติดการแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.96) รองลงมา บทความกีฬา: วิเคราะห์การแข่งขันกีฬาแต่ละประเภทได้ดี ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.94) และกระทู้/แสดงความคิดเห็นกีฬา ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = 1.05) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE

ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจ

เป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.64) รองลงมา ด้านเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.70) ด้านเนื้อหาที่มีความกระชับ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.74) ด้านเนื้อหาที่มีความถูกต้อง ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.78) ด้านเนื้อหาที่มีความสุภาพ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.69) ด้านเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.68) และด้านเนื้อหาที่มีความชัดเจน ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ สามารถอธิบายรายละเอียดแต่ละด้านได้ดังนี้

ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นข่าวที่นำเสนอมีความกระจ่าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.72) รองลงมา พาดหัวข่าวและเนื้อหาตรงประเด็น ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.73) รูปภาพมีความชัดเจน สื่อความหมาย ($\bar{X} = 3.39$, S.D. = 0.83) และขนาดตัวอักษรมีเหมาะสมอ่านง่าย ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความกระชับ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.74) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายข้อ พบว่า พาดหัวข่าวสั้นได้ใจความ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.81) รองลงมา โปรยข่าวมีความครอบคลุมเนื้อหา ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.80) และรูปภาพมีความเหมาะสมไม่มากเกินไป ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายข้อ พบว่า พาดหัวข่าวตรงกับเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.85) รองลงมา โปรยข่าวมีข้อมูลครบถ้วน ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.86) รูปภาพตรงกับเนื้อหา ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.79) และอักขระ พยัญชนะ สระ ในคำสะกดถูก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.98) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสุภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายข้อ พบว่า ภาษาที่ใช้ในเนื้อหาที่มีความสุภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.79) รองลงมา รูปภาพประกอบไม่สื่อความรุนแรง ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.74) พาดหัวข่าวไม่น่าเกลียด ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.79) และประเด็นข่าวไม่รุนแรง ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.68)

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นข่าวเป็นประโยชน์ต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.77) รองลงมา รูปภาพประกอบสวยงาม ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.79) โปรยข่าวดี ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.77) และพาดหัวข่าวเชิงบวก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นข่าวเชื่อถือได้ว่ามีประโยชน์ต่อสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.77) รองลงมา แหล่งข่าวและข้อมูลที่เสนอในเนื้อหาข่าว ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.77) และรูปภาพเชื่อถือได้ว่าไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.80) ตามลำดับ

ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นข่าวน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.73) รองลงมา พาดหัวข่าวเข้าใจง่าย ตรงเนื้อหา ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.73) โปรยข่าวมีความครอบคลุมเนื้อหา ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.77) และรูปภาพประกอบข่าวมีการนำเสนอทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

การแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ควรเพิ่มความแม่นยำของข่าวให้มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมา ควรปรับปรุงขนาดตัวหนังสือให้ใหญ่ขึ้นกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 27.80 ควรตรวจสอบเนื้อหาของข่าวให้ละเอียดเนื่องจากมีพิมพ์ผิด คิดเป็นร้อยละ 18.50 ควรปรับปรุงเรื่องการนำเสนอภาพประกอบ เช่น ลดการนำเสนอภาพข่าวอาชญากรรมที่มีความรุนแรง คิดเป็นร้อยละ 12.90 และควรมีภาพเคลื่อนไหวเพื่อให้นำสนใจมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 9.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับสาร MANAGER ONLINE แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบ	
		สมมติฐาน ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.1			
1. เพศ	ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร	✓	
2. อายุ	ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร	✓	
3. สถานภาพ	ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร	✓	
4. ระดับการศึกษา	ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร	✓	
5. อาชีพ	ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร	✓	
6. รายได้ต่อเดือน	ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร	✓	
สมมติฐานที่ 1.2			
1. เพศ	ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน		✓
2. อายุ	ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน	✓	
3. สถานภาพ	ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน	✓	
4. ระดับการศึกษา	ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน	✓	
5. อาชีพ	ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน	✓	
6. รายได้ต่อเดือน	ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน	✓	
สมมติฐานที่ 1.3			
1. เพศ	สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ	✓	
2. อายุ	สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ	✓	
3. สถานภาพ	สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ	✓	
4. ระดับการศึกษา	สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ	✓	
5. อาชีพ	สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ	✓	
สมมติฐานที่ 1.4			
1. เพศ	ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง	✓	
2. อายุ	ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง	✓	
3. สถานภาพ	ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง	✓	
4. ระดับการศึกษา	ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง	✓	

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบ	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
5. อาชีพ	ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง	✓	
6. รายได้ต่อเดือน	ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง	✓	

จากตารางที่ 5.1 สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับสาร MANAGER ONLINE แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับสารที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบ	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.1	การเมือง	✓	
ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร	อาชญากรรม	✓	
	เศรษฐกิจ	✓	
	ภูมิภาค	✓	
	ต่างประเทศ	✓	
	คุณภาพชีวิตและสุขภาพ	✓	
	กีฬา		✓
	ทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE โดยรวม		✓

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบ	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.2	การเมือง		✓
ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน	อาชญากรรม	✓	
	เศรษฐกิจ	✓	
	ภูมิภาค	✓	
	ต่างประเทศ	✓	
	คุณภาพชีวิตและสุขภาพ	✓	
	กีฬา	✓	
	ทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว		✓
	MANAGER ONLINE		
	โดยรวม		
สมมติฐานที่ 2.3	การเมือง	✓	
สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ	อาชญากรรม	✓	
	เศรษฐกิจ	✓	
	ภูมิภาค	✓	
	ต่างประเทศ		✓
	คุณภาพชีวิตและสุขภาพ		✓
	กีฬา	✓	
	ทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว		✓
	MANAGER ONLINE		
	โดยรวม		

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบ	
		สมมติฐาน ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2.4	การเมือง		✓
ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง	อาชญากรรม	✓	
	เศรษฐกิจ	✓	
	ภูมิภาค	✓	
	ต่างประเทศ	✓	
	คุณภาพชีวิตและสุขภาพ	✓	
	กีฬา		✓
	ทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE โดยรวม		✓

จากตารางที่ 5.2 สรุปได้ว่า การเปิดรับสารที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น

1. ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวกีฬาไม่แตกต่างกัน
2. ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวการเมืองและประเภทข่าวอาชญากรรมไม่แตกต่างกัน
3. สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวต่างประเทศและประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพไม่แตกต่างกัน
4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวกีฬาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ทักษะคิดต่อประเภทของข่าวที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3			
การเมือง	ความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE	✓	
อาชญากรรม	ความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE		✓
เศรษฐกิจ	ความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE	✓	
ภูมิภาค	ความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE	✓	
ต่างประเทศ	ความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE	✓	
คุณภาพชีวิตและสุขภาพ	ความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE		✓
กีฬา	ความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE	✓	

จากตารางที่ 5.3 สรุปได้ว่า ทักษะคิดต่อประเภทของข่าวการเมือง ประเภทข่าวเศรษฐกิจ ประเภทข่าวภูมิภาค ประเภทข่าวต่างประเทศ และประเภทข่าวกีฬามีผลต่อความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนทักษะคิดต่อประเภทของข่าวอาชญากรรมและประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพไม่มีผลต่อความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANEGER ONLINE

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการเปิดรับสาร MANAGER ONLINE เป็นประจำ มีการเปิดรับสาร MANAGER ONLINE ผ่านช่องทาง FANPAGE FACEBOOK เป็นประจำ มีเหตุผลที่เลือกใช้ช่องทางนี้เพราะ เป็นช่องทางที่ท่านใช้งานได้ง่ายและสะดวกที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน เป็นอุปกรณ์สื่อสารที่ทำให้ผู้เปิดรับสารสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ ทุกเวลา เพียงปลายนิ้วสัมผัสจอโทรศัพท์มือถือ เปิดรับสารช่วงเวลา 12.01-18.00 นาฬิกา มีความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน จำนวน 4 ครั้งขึ้นไป มีการเปิดรับสารเป็นประจำที่บ้านใกล้เคียงกับที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประไพพรรณ จงศิริ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ยอดนิยมด้านข่าวสาร” ผลการวิจัยพบว่า สถานที่เปิดรับคือ ที่บ้าน ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง 10-15 นาที ใกล้เคียงกับระยะเวลา 16-30 นาที

2. ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้พบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีทัศนคติต่อประเภทข่าวเศรษฐกิจมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวเศรษฐกิจที่ให้ความรู้ในการปรับตัวของเศรษฐกิจ จึงมีทัศนคติต่อประเภทข่าวเศรษฐกิจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของ บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ (2540, หน้า 11-12) กล่าวว่า ทศนคติ (Attitude) มีความหมายว่า “เจตคติ” ซึ่งหมายถึงท่าทีหรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือมากกว่า เป็นการทำที่ความรู้สึกรวมๆ ของบุคคลที่เกิดขึ้นจากความพร้อมหรือความโน้มเอียงของจิตใจต่อระบบประสาทสัมผัสที่ไปสัมผัสกระทบต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ รอบตัวบุคคล โดยการแสดงออกมา พฤติกรรมการเห็นดีเห็นชอบหรือต่อต้าน ไม่เห็นดี เห็นชอบด้วยก็เป็นได้ รองลงมา ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ ประเภทข่าวการเมือง ประเภทข่าวต่างประเทศ ประเภทข่าวอาชญากรรม ประเภทข่าวกีฬา และประเภทข่าวภูมิภาค กล่าวถึงรายละเอียดแต่ละด้านได้ดังนี้

1) ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: การเมือง อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวการเมืองมีการเปิดประเด็นใหม่ มากที่สุด

2) ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: อาชญากรรม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวอาชญากรรม มีความสด ใหม่ ทันเหตุการณ์ มากที่สุด

3) ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: เศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวเศรษฐกิจ ให้ความรู้ในการปรับตัวของเศรษฐกิจ มากที่สุด

4) ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: ภูมิภาค อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารยังเห็นด้วยกับข่าวภูมิภาคที่มีการนำเสนอข้อมูลความเปลี่ยนแปลงท้องถิ่น บทความภูมิภาค: ช่องทางร้องทุกข์ ประชาชนในชนบท และกระทู้/แสดงความคิดเห็นภูมิภาค ยังไม่มากเท่าที่ควร

5) ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: ต่างประเทศ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวต่างประเทศมีความทันต่อความเปลี่ยนแปลงในแต่ละประเทศ มากที่สุด

6) ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: คุณภาพชีวิตและสุขภาพ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ: มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มากที่สุด

7) ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: กีฬา อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวเห็นดีกับการนำเสนอข่าว กีฬา: เกาะติดการแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจ บทความกีฬา: วิเคราะห์การแข่งขันกีฬาแต่ละประเภทได้ดี ยังไม่มากเท่าที่ควร

3. ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีความพึงพอใจในด้าน เนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน มากที่สุด รองลงมา ด้านเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ ด้านเนื้อหา มีความกระชับ ด้านเนื้อหาที่มีความถูกต้อง ด้านเนื้อหาที่มีความสุภาพ ด้านเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ และด้านเนื้อหาที่มีความชัดเจน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า MANAGER ONLINE มีประเด็นข่าว น่าสนใจ พาดหัวข่าวเข้าใจง่าย โปรมข่าวนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหา และรูปภาพประกอบข่าวมีการ นำเสนอทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ผู้ที่เปิดรับสารจึงมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหาที่มีความ สมบูรณ์ครบถ้วนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประไพพรรณ จงศิริ (2553) ได้ศึกษา เรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าชมเว็บไซต์ยอดนิยมด้านข่าวสาร” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่กระตุ้น ให้เปิดรับ คือ พาดหัวข่าวและการสื่อสารที่ตรงประเด็นเจาะลึกถูกต้องแม่นยำ รูปแบบและสีสันใน การออกแบบเว็บไซต์ทำให้รับสารได้ง่ายอ่านจบในหน้าเดียวไม่สลับซับซ้อน ขนาดตัวหนังสือและสี

ตัวหนังสือแต่ละคอมลัมน์มีการจัดสัดส่วนได้อย่างเหมาะสมอ่านง่าย คั่นห่างง่ายกล่าวถึงรายละเอียดแต่ละด้านได้ดังนี้

1) ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความชัดเจน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีความพึงพอใจในประเด็นข่าวที่นำเสนอมีความกระจ่าง มากที่สุด

2) ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความกระชับ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีความพึงพอใจต่อการพาดหัวข่าวสั้นได้ใจความ มากที่สุด

3) ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความถูกต้อง อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีความพึงพอใจการพาดหัวข่าวตรงกับเนื้อหา มากที่สุด

4) ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสุภาพ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีความพึงพอใจภาษาที่ใช้ในเนื้อหาที่มีความสุภาพ มากที่สุด

5) ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีความพึงพอใจในประเด็นข่าวเป็นประโยชน์ต่อสังคม มากที่สุด

6) ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีความพึงพอใจประเด็นข่าวเชื่อถือได้ว่ามีประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุด

7) ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารมีความพึงพอใจประเด็นข่าวน่าสนใจ มากที่สุด

4. การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE จะต้องคำนึงถึงความสำคัญต่อวิธีการที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วยวิธีการที่ถูกต้อง อ้างถึง เสนาะ ดีเยาว์ (2544) ได้ระบุว่า การกำหนดกลยุทธ์ไม่ได้เริ่มที่กลยุทธ์แต่เริ่มที่วิสัยทัศน์ มี 5 ขั้นตอนดังนี้ 1. วิสัยทัศน์ หมายถึง การมองอนาคตให้ถูกต้องว่าจะเกิดอะไรขึ้น 2. ภารกิจ หมายถึงการขยายความของวิสัยทัศน์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยแสดงให้เห็นว่าวิสัยทัศน์จะนำพามาซึ่งความเชื่อและทิศทางในการพัฒนาองค์กรให้นำไปสู่ความสำเร็จตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ 3. เป้าหมาย หมายถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์

แตกต่างกันในรายละเอียด โดยเป้าหมายจะระบุถึงจุดหมายปลายทางขององค์กรที่เป็นส่วนรวม ส่วนวัตถุประสงค์จะเป็นจุดหมายปลายทางของการดำเนินงาน ซึ่งมีความเฉพาะเจาะจงมากกว่า

4. กลยุทธ์ หมายถึงการกำหนดกลยุทธ์และการนำไปใช้ และ 5. แผนการดำเนินงาน หมายถึงการจัดทำแผนดำเนินงานเพื่อเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่ค้นพบเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า ทิศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: เศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนั้นการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรมีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ประเภทข่าวเศรษฐกิจ เป็นอันดับที่ 1 ทิศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: คุณภาพชีวิตและสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรองลงมาเป็นอันดับที่ 2 ดังนั้น ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรมีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ประเภทคุณภาพชีวิตและสุขภาพ เป็นอันดับที่ 2 และทิศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: การเมือง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรองลงมาเป็นอันดับที่ 3 ดังนั้นผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรมีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ประเภทข่าวการเมือง เป็นอันดับที่ 3 นอกจากนี้ผลวิจัยยังพบว่าความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE : ด้านเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนั้นการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรมีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน เป็นอันดับที่ 1 โดยมุ่งปรับกลยุทธ์ด้านเนื้อหาให้ประเด็นข่าวมีความน่าสนใจ เป็นอันดับแรก พาดหัวข่าวเข้าใจง่าย ตรงเนื้อหาเป็นอันดับสอง และโปรยข่าวมีความครอบคลุมเนื้อหา เป็นอันดับสาม ในประเภทข่าวเศรษฐกิจ, ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ และประเภทข่าวการเมือง ความสำคัญอันดับต่อมาคือความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE : ด้านเนื้อหาที่น่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรองลงมา จากด้านเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ดังนั้นการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรมีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาให้มีความน่าเชื่อถือ เป็นอันดับที่ 2 โดยมุ่งปรับกลยุทธ์ด้านเนื้อหา ให้ประเด็นข่าวเชื่อถือได้ว่ามีประโยชน์ต่อสังคม เป็นอันดับแรก แหล่งข่าวและข้อมูลที่เสนอในเนื้อหาข่าว เป็นอันดับที่สอง และรูปภาพเชื่อถือได้ว่าไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ เป็นอันดับสาม ในประเภทข่าวเศรษฐกิจ, ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ และประเภทข่าวการเมือง ความสำคัญอันดับต่อมาคือความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการ

สื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE : ด้านเนื้อหา มีความกระชับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรองลงมา จากด้านเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรมีการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาให้มีความกระชับ เป็นอันดับที่ 3 โดยมุ่งปรับกลยุทธ์ด้านเนื้อหาให้พาดหัวข่าวสั้นได้ใจความ เป็นอันดับแรก โปรยข่าวมีความครอบคลุมเนื้อหา เป็นอันดับสอง และรูปภาพมีความเหมาะสมไม่มากเกินไป เป็นอันดับสาม ในประเภทข่าวเศรษฐกิจ, ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ และประเภทข่าวการเมือง อย่างไรก็ตามผลงานวิจัยด้านกลยุทธ์ MANAGER ONLINE ทั้ง 4 ข้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของชวลรัตน์ ทองช่วย (2553) ที่ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ของธุรกิจ ที่มีผลต่อการรับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย” ผลงานวิจัยพบว่า ด้านกลยุทธ์การใช้สื่อโฆษณาบนสื่ออินเทอร์เน็ต มี 2 กลยุทธ์ที่อยู่ในระดับมาก คือ 1) มีภาพที่สวยงาม ชัดเจน 2) มีข้อความที่น่าสนใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้ศึกษาวิจัยเห็นว่า มีประเด็นบางอย่างที่สำคัญจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า การเปิดรับสาร MANAGER ONLINE ที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ช่วงเวลาในการเปิดรับสาร MANAGER ONLINE มีการเปิดรับสารช่วงเวลา 12.01-18.00 นาฬิกา มากที่สุด และช่วงเวลา 00.01-06.00 นาฬิกา พบว่า ไม่มีการเปิดรับสารเลย ดังนั้น อาจเป็นไปได้ว่าช่วงเวลาดังกล่าวไม่มีหรือมีการปรับเปลี่ยนเคลื่อนไหวข้อมูลบนเว็บไซต์ MANAGER ONLINE น้อยเกินไป ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลให้มีการเคลื่อนไหวในช่วงเวลาดังกล่าวมากขึ้น เพื่อให้ MANAGER ONLINE มีประสิทธิผลในการสื่อสารอยู่ในระดับมากหรือระดับมากที่สุด
2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้เปิดรับสารมีทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: การเมือง โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวการเมือง: มีการเปิดประเด็นใหม่ มากที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารเนื้อหาข่าวการเมืองทางเว็บไซต์ให้มีการเปิดประเด็นใหม่อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ MANAGER ONLINE มีประสิทธิผลในการสื่อสารอยู่ในระดับมากหรือระดับมากที่สุด

3. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้เปิดรับสารมีทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: อาชญากรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวอาชญากรรม: สด ใหม่ ทันเหตุการณ์มากที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารเนื้อหาข่าวอาชญากรรมให้สดใหม่ ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ เพื่อให้ MANAGER ONLINE มีประสิทธิผลในการสื่อสารอยู่ในระดับมากหรือระดับมากที่สุด

4. จากผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: เศรษฐกิจ โดยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวเศรษฐกิจที่ให้ความรู้ในการปรับตัวของเศรษฐกิจ มากที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารเนื้อหาข่าวเศรษฐกิจให้มีความรู้เกี่ยวกับการปรับตัวของเศรษฐกิจให้ทันต่อสภาพเศรษฐกิจอยู่เสมอ เพื่อให้ MANAGER ONLINE มีประสิทธิผลในการสื่อสารอยู่ในระดับมากหรือระดับมากที่สุด

5. ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: ภูมิภาค โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวภูมิภาคมีการนำเสนอข้อมูลความเปลี่ยนแปลง บทความภูมิภาค: ช่องทางร้องทุกข์ ประชาชนในชนบท และกระทู้/แสดงความคิดเห็นภูมิภาค ยังไม่มากเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารเนื้อหาข่าวภูมิภาคในการนำเสนอข้อมูลความเปลี่ยนแปลง บทความภูมิภาค: ช่องทางร้องทุกข์ประชาชนในชนบท ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เปิดรับสาร เพื่อให้ MANAGER ONLINE มีประสิทธิผลในการสื่อสารอยู่ในระดับมากหรือระดับมากที่สุด

6. ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: ต่างประเทศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวต่างประเทศ: ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในแต่ละประเทศ มากที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารเนื้อหาข่าวต่างประเทศให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในแต่ละประเทศอยู่เสมอ เพื่อให้ MANAGER ONLINE มีประสิทธิผลในการสื่อสารอยู่ในระดับมากหรือระดับมากที่สุด

7. ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: คุณภาพชีวิตและสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ: มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มากที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วน

เกี่ยวข้องกับควรพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารเนื้อหาข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ โดยเน้นข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ: มีประโยชน์ต่อสุขภาพให้มากที่สุดเพื่อให้ MANAGER ONLINE มีประสิทธิผลในการสื่อสารอยู่ในระดับมากหรือระดับมากที่สุด

8. ทศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: กีฬา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ที่เปิดรับสารเห็นด้วยกับข่าวกีฬา: เกาะติดการแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจ บทความกีฬา: วิเคราะห์การแข่งขันกีฬาแต่ละประเภทได้ดี และกระตุ้น/แสดงความคิดเห็นกีฬา ยังไม่มากเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารเนื้อหาข่าวกีฬาให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เขียนบทวิเคราะห์การแข่งขันกีฬาที่น่าสนใจล่วงหน้ามีการวิเคราะห์สภาพความพร้อมของร่างกายนักกีฬาและคู่แข่ง พร้อมนำสถิติการแข่งขันกีฬาของทั้งสองทีมมาวิเคราะห์ความได้เปรียบเสียเปรียบในการแข่งขัน จุดแข็งและจุดด้อยของแต่ละทีม พร้อมเสนอแนะกลยุทธ์ในการปรับการวางแผนการแข่งขันก่อนลงสนามแข่ง ให้ผู้อ่านสามารถนำไปวิเคราะห์ตามสภาพความเป็นจริง ถ้าหากมีการวิเคราะห์ที่ได้แม่นยำและผู้อ่านเห็นด้วยกับการวิเคราะห์ในบทความนั้น ๆ จะส่งผลให้เกิดการติดตามจากผู้อ่านข่าวกีฬามากขึ้น โดยจับประเด็นไปที่การแข่งขันกีฬาที่คนในสังคมให้ความสนใจมาก ๆ เช่น ฟุตบอล, มวย, วอลเลย์บอล, เทนนิส, กอล์ฟ เป็นต้น เพื่อให้ MANAGER ONLINE มีประสิทธิผลในการสื่อสารอยู่ในระดับมากหรือระดับมากที่สุด

9. ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหา มีความชัดเจน โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจขนาดตัวอักษรมีเหมาะสมอ่านง่าย น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงขนาดตัวอักษรให้มีขนาดเหมาะสมและอ่านง่าย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เปิดรับสารอยู่ในระดับมากหรือมากที่สุด

10. ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหา มีความกระชับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจรูปภาพมีความเหมาะสมไม่มากเกินไป น้อยที่สุด ที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาและปรับปรุงเรื่องรูปภาพในการนำเสนอให้มีความเหมาะสมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เปิดรับสารอยู่ในระดับมากหรือมากที่สุด

11. ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหา มีความถูกต้อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความพึงพอใจ อักษร พยัญชนะ สระ ในคำสะกดถูก น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วน

เกี่ยวข้องกับควรรพัฒนาและปรับปรุงในเรื่อง อักษร พยัญชนะ สระ ในคำสะกด ให้มีความถูกต้อง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เปิดรับสารอยู่ในระดับมากหรือมากที่สุด

12. ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหา มีความสุภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจประเด็นข่าวไม่รุนแรง น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับควรรพัฒนาและปรับปรุงประเด็นข่าวให้มีความรุนแรงน้อยลง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เปิดรับสารอยู่ในระดับมากหรือมากที่สุด

13. ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหา มีความสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจพาดหัวข่าวเชิงบวก น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับควรรพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาข่าวให้พาดหัวในเชิงบวก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เปิดรับสารอยู่ในระดับมากหรือมากที่สุด

14. ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหา มีความน่าเชื่อถือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจรูปภาพเชื่อถือได้ว่าไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับควรรพัฒนาและปรับปรุงการนำเสนอรูปภาพในเนื้อหาให้มีความเชื่อถือได้ว่าไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เปิดรับสารอยู่ในระดับมากหรือมากที่สุด

15. ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหา มีความสมบูรณ์ครบถ้วน โดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจรูปภาพประกอบข่าวมีการนำเสนอทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับควรรพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มการนำเสนอเนื้อหาให้มีรูปภาพประกอบข่าวมีการนำเสนอทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เปิดรับสารอยู่ในระดับมากหรือมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE
2. ควรมีการศึกษาทัศนคติต่อประเภทข่าวและการใช้ประโยชน์ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร

ใน MANAGER ONLINE

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติต่อประเภทของข่าวและความพึงพอใจต่อ
ประสิทธิผลการสื่อสารของเว็บไซต์ข่าวยอดนิยมและ MANAGER ONLINE

หมายเหตุ: ผลงานวิจัยชิ้นนี้ยังไม่ถึงแผนการดำเนินงาน