

วิทยานิพนธ์เรื่อง	ทัศนคติต่อประเภทของข่าวและความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารของผู้รับสารที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE
คำสำคัญ	ทัศนคติ ประเภทของข่าว ความพึงพอใจ ประสิทธิภาพการสื่อสาร การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ MANAGER ONLINE
นักศึกษา	สอนของพ่อ สถิตินดวงใจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลป์วิทย์
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง“ทัศนคติต่อประเภทของข่าวและความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารของผู้รับสารที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติต่อประเภทของข่าวของผู้รับสารที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารของผู้รับสารที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE และ 3) ศึกษาการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้เปิดรับสาร MANAGER ONLINE จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test Independence) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) และแบบสอบถามเป็นมาตราประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราประเมินค่าแบบ (Likert Scale)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- way Analysis of Variance) ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) ผลการวิจัยพบว่า ผู้เปิดรับสาร MANAGER ONLINE ส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 55.80 มีสถานภาพโสดร้อยละ 49.50 โดยมีอายุน้อยสุดที่ 10 ปี สูงสุด 60 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 31-40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีร้อยละ 43.70 มีอาชีพพนักงานบริษัทร้อยละ 38.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาทร้อยละ 67.00

ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อประเภทข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.47$) เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวเป็นรายด้านพบว่าประเภทข่าวเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.69$)

ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหา มีความสมบูรณ์ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$)

การปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติต่อประเภทข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE เมื่อพิจารณาทัศนคติต่อประเภทข่าวเป็นรายด้านพบว่า ประเภทข่าวเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.58$) และรองลงมาประเภทข่าวการเมืองมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.54$) ตามลำดับ ดังนั้นการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ควรกำหนดไปที่ประเภทข่าวเศรษฐกิจ เป็นอันดับที่ 1 ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ เป็นอันดับที่ 2 และประเภทข่าวการเมือง เป็นอันดับที่ 3 ตามลำดับ โดยการนำผลการวิจัยความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ที่พิจารณาระดับความพึงพอใจเป็นรายด้าน พบว่าด้านเนื้อหา มีความสมบูรณ์ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.97$) มาเป็นอันดับ 1 ด้านเนื้อหา มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.90$) อันดับ 2 และด้านเนื้อหา มีความกระชับ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.88$) อันดับ 3 มาใช้เสนอแนะการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารแตกต่างกัน ดังนั้นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร MANAGER ONLINE แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05