

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	III
กิตติกรรมประกาศ .....	V
สารบัญ .....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญรูปภาพ .....	XVII

### บทที่

<b>1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานการวิจัย .....	8
ขอบเขตของการวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	9
<b>2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>11</b>
แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ .....	14
คุณลักษณะของทัศนคติ .....	19
การก่อตัวของทัศนคติ.....	20
ความมั่นคงของทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitude Stability)	20
ปัจจัยที่กระทบต่อความมั่นคงของทัศนคติ (Factors Affecting Attitude Stability) .....	21
การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitude Change)	22

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Determinants of Attitude Change) .....	24
แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ .....	25
แนวคิดเกี่ยวกับเว็บไซต์ข่าว หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ .....	27
พัฒนาการและแนวโน้มของเว็บไซต์ข่าว หรือหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ..	28
ข้อจำกัดและข้อได้เปรียบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ .....	28
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ .....	30
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่มีประสิทธิผล .....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	32
<b>3 ระเบียบวิธีวิจัย .....</b>	<b>37</b>
รูปแบบการวิจัย .....	37
ลักษณะประชากรที่ใช้ในการวิจัย .....	37
การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง .....	37
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย .....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	39
การจัดช่วงคะแนน .....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	41
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>43</b>
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ .....	43
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสาร MANAGER ONLINE .....	49
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการ ปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE .....	53
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหา ที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE....	59

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 5 การแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม.....	65
ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานวิจัย.....	66
<b>5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>117</b>
สรุปผลการวิจัย.....	117
อภิปรายผลการวิจัย.....	127
ข้อเสนอแนะ.....	131
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>136</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>140</b>
<b>ประวัติผู้เขียน .....</b>	<b>150</b>

## สารบัญญัตราสาร

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ.....	43
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อายุ .....	44
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สถานภาพ .....	44
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ระดับการศึกษา	45
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม อาชีพ .....	45
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	46
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ภาค .....	46
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จังหวัด.....	47
4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อุปกรณ์ที่ใช้ในการ เปิดรับสาร MANAGER ONLINE เป็นประจำ .....	49
4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ช่องทางที่ใช้ในการ เปิดรับสาร MANAGER ONLINE เป็นประจำ .....	50
4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลที่เลือกใช้ ช่องทางนี้.....	50
4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ ในการเปิดรับสาร.....	51
4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความถี่ในการ เปิดรับสารใน 1 วัน .....	51
4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้ ในการเปิดรับสารเป็นประจำ .....	52
4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง .....	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.16	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE .....	53
4.17	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE : การเมือง....	54
4.18	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE : อาชญากรรม	54
4.19	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: เศรษฐกิจ....	55
4.20	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: ภูมิภาค.....	56
4.21	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: ต่างประเทศ	56
4.22	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE : คุณภาพชีวิตและสุขภาพ.....	57
4.23	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อประเภทของข่าวที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE: กีฬา .....	58
4.24	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE	59
4.25	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อประสิทธิผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความชัดเจน.....	60

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.26	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อประสิทธิผล การสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความกระชับ .....	60
4.27	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อประสิทธิผล การสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความถูกต้อง .....	61
4.28	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อประสิทธิผล การสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสุภาพ .....	62
4.29	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อประสิทธิผล การสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสร้างสรรค์ .....	63
4.30	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อประสิทธิผล การสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ .....	63
4.31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อประสิทธิผล การสื่อสารเนื้อหาที่ส่งผลต่อการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ของ MANAGER ONLINE ด้านเนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน .....	64
4.32	การแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม .....	65
4.33	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับช่วงเวลา ที่ใช้ในการเปิดรับสาร.....	67
4.34	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความถี่ในการ เปิดรับสารใน 1 วัน.....	71

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.35	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับสถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ .....	75
4.36	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง.....	79
4.37	ค่าสถิติการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร .....	83
4.38	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวการเมือง จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร เป็นรายคู่ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	85
4.39	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวอาชญากรรมจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นรายคู่ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	86
4.40	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวเศรษฐกิจ จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร เป็นรายคู่ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	87
4.41	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวภูมิภาค จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร เป็นรายคู่ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	88
4.42	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวต่างประเทศ จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร เป็นรายคู่ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	89
4.43	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตสุขภาพ จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	90

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.44	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE โดยรวม จำแนกตาม ช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) ..... 91
4.45	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน..... 92
4.46	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวเศรษฐกิจ จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD)..... 93
4.47	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวภูมิภาค จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD)..... 94
4.48	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวต่างประเทศ จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD)..... 86
4.49	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับสาร ใน 1 วัน เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) ..... 96
4.50	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทกีฬา จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD)..... 97
4.51	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE โดยรวม จำแนกตาม ความถี่ในการเปิดรับสารใน 1 วัน เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) ..... 98



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.52	ค่าสถิติการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ.....	99
4.53	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวการเมือง จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	100
4.54	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวอาชญากรรม จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสาร เป็นประจำ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) .....	101
4.55	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวเศรษฐกิจ จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	102
4.56	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวภูมิภาค จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	103
4.57	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวกีฬา จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	104
4.58	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE โดยรวม จำแนกตาม สถานที่ที่ใช้ในการเปิดรับสารเป็นประจำ เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	105
4.59	ค่าสถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง .....	106

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.60	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวอาชญากรรม จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร ต่อ 1 ครั้ง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) .....	107
4.61	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวเศรษฐกิจ จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร ต่อ 1 ครั้ง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) .....	108
4.62	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวภูมิภาค จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร ต่อ 1 ครั้ง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) .....	109
4.63	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวต่างประเทศ จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสาร ต่อ 1 ครั้ง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD) .....	110
4.64	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE ประเภทข่าวคุณภาพชีวิตและสุขภาพ จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการ เปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD)	111
4.65	แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อประเภทข่าว MANAGER ONLINE โดยรวม จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสารต่อ 1 ครั้ง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least-Significant Different (LSD).....	112
4.66	ค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา.....	113
4.67	ค่า Tolerance และ ค่า VIF .....	114
4.68	การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างทัศนคติต่อประเภทของข่าวกับความพึงพอใจในประสิทธิผลของสื่อสารเนื้อหา MANAGER ONLINE (Multiple Regression Analysis: Enter Method) .....	115

**สารบัญตาราง (ต่อ)**

<b>ตารางที่</b>		<b>หน้า</b>
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	122
5.2	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	123
5.3	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.....	126

## สารบัญรูปภาพ

ภาพประกอบที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดด้านการวิจัย .....	7
2.1 แสดงแบบจำลององค์ประกอบของทัศนคติ .....	17
2.2 องค์ประกอบทัศนคติไว้ 3 ส่วน.....	18