

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสื่อมวลชนส่วนใหญ่ได้มีการเพิ่มรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสู่โลกดิจิทัล เนื่องจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเข้าถึงกันได้เกือบทุกเพศทุกวัย ทุกที่ทุกเวลา และการใช้สื่อออนไลน์ยังมีความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน โดยสามารถใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการติดต่อสื่อสารและยังเป็นสิ่งที่พกพาอยู่เป็นประจำ จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 (Thailand Internet User Profile 2015) จัดโดย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือ ETDA ได้ทำการสำรวจจากทางออนไลน์ในช่วงเดือนมีนาคม – พฤษภาคม 2558 ที่ผ่านมามีผู้ตอบออนไลน์ที่สมบูรณ์ 10,434 คน จากผู้ตอบออนไลน์ 17,010 คน จากผลสำรวจเผยว่า Gen Y เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 54.2 ชั่วโมง/สัปดาห์ (เฉลี่ยแล้วคน Gen Y ท่องอินเทอร์เน็ตวันละเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน) ทั้งนี้อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีอย่างหลากหลาย แต่ผลการสำรวจนี้ได้สะท้อนถึงพฤติกรรมของคนไทย ที่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา ซึ่งคนไทยใช้งานโทรศัพท์มือถือในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เฉลี่ย 5.7 ชั่วโมงต่อวัน รองลงมาคือคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) และคอมพิวเตอร์พกพา (Laptop , Notebook) ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2558)

จึงเป็นเหตุผลที่ประชากรนั้นหันมารับข่าวสารบนโลกออนไลน์มากขึ้น และในทางกลับกัน การที่ตลาดออนไลน์มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อสื่อที่เป็นสื่อดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ ดังที่มีงานวิจัยทางการตลาดออกมาหลายรูปแบบ เพื่อศึกษาถึงสื่อสิ่งพิมพ์ไทยในปัจจุบัน และแนวทางของสื่อสิ่งพิมพ์ไทยในอนาคตที่ตั้ง บริษัท เดอะนิลเส็นคอมปะนี (ประเทศไทย) จำกัด ได้เปิดเผยเม็ดเงินโฆษณาในสื่อประเภทต่างๆ ประจำปี 2558 โดยพบว่า เม็ดเงินโฆษณาในธุรกิจสิ่งพิมพ์ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยหนังสือพิมพ์ลดลง 6.45% (12,332 ล้านบาท ลดลงจาก 13,166 ล้านบาท ในปี 2557) ส่วนนิตยสารลดลง 14.28% (4,227 ล้านบาท ลดลงจาก 4,721 ล้านบาท ในปี 2557) ส่วนทางกับอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้น 11.37% (1,058 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 950 ล้านบาท ในปี 2557) และยังคงส่วนทางกับภาพรวมของอุตสาหกรรมโฆษณาที่โตขึ้น 3.34% (122,319 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 102,348 ล้านบาท ในปี 2557) เมื่อสำรวจรายได้ของบริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ซึ่งอยู่ในตลาดหลักทรัพย์

ก็พบว่าหลายบริษัทประสบภาวะ “ขาดทุน” บริษัท โพสต์ พับลิชชิง จำกัด (มหาชน) หรือ POST เจ้าของหนังสือพิมพ์หลายฉบับ ไม่ว่าจะเป็น Bangkok Post, โพสต์ทูเดย์ และ M2F และนิตยสารดังอีกหลายหัว เช่น Cleo, Elle, Forbes Thailand ฯลฯ มีผลประกอบการ 9 เดือนแรกของปี 2558 ขาดทุนจำนวน 204.64 ล้านบาท บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) หรือ MATI เจ้าของหนังสือพิมพ์มติชน, ข่าวสด และประชาชาติธุรกิจ และนิตยสารอีกหลายฉบับ เช่น มติชนสุดสัปดาห์ ศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ มีผลประกอบการ 9 เดือนแรกของปี 2558 ขาดทุน 51.53 ล้านบาท บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ NMG เจ้าของหนังสือพิมพ์ The Nation, คมชัดลึก และกรุงเทพธุรกิจ และนิตยสาร อาทิ เนชั่นสุดสัปดาห์ มีผลประกอบการ 9 เดือนแรกของปี 2558 กำไร 81.38 ล้านบาท บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) หรือ SPORT เจ้าของหนังสือพิมพ์สยามกีฬารายวัน, สตาร์ชอคเกอร์, สปอร์ตพูล ฯลฯ นิตยสารหลายฉบับ อาทิ FHM, สยามดารา ฯลฯ มีผลประกอบการ 9 เดือนแรกของปี 2558 ขาดทุน 12.27 ล้านบาท (เดอะนิลเส็น คอมปะนี จำกัด, 2557)

หนังสือพิมพ์ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของหนังสือพิมพ์ หมายถึง สิ่งพิมพ์ข่าวและความเห็นเป็นต้น เสนอประชาชนตามปกติออกเป็นรายวัน หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดการออกอย่างต่อเนื่อง มักในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เช่น รายวัน รายสัปดาห์ โดยส่วนใหญ่จะออกเป็นรายวัน ทั้งนี้แต่ละฉบับจะมีหมายเลขแสดงลำดับที่ของการออกในแต่ละช่วงปีที่ดำเนินการ คือ ปีที่ ฉบับที่/เล่ม วัน เดือน ปี ของหนังสือพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ปีที่ 14 (44) ฉบับที่ 19425 วันเสาร์ที่ 21 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 ขณะที่เนื้อหามุ่งไปที่การบอกและรายงานข่าวสถานการณ์และเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นแบบวันต่อวัน จึงนับเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อติดตามเหตุการณ์และเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมในลักษณะวันต่อวัน ทั้งข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ หน้าหลักของหนังสือพิมพ์คือ การรายงานข่าว กิจกรรมหนังสือพิมพ์จึงเป็นธุรกิจที่ผูกพันอยู่กับสังคมอย่างแยกไม่ออก ภาวะผูกพันของผู้ดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์ที่สำคัญก็คือการรับใช้สังคม ทั้งความรู้และภูมิปัญญา ถึงแม้ว่ากิจการหนังสือพิมพ์จะเป็นกิจการอิสระ โดยเอกชนเป็นเจ้าของแต่ก็ไม่พ้นภาวะความรับผิดชอบต่อประชาชน เป็นเหมือนสถาบันสาธารณะ ซึ่งต้องเสนอข่าวให้แก่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นข่าวประเภทใดก็ตาม โดยทั่วไปหนังสือพิมพ์แต่ละหัวอาจให้ความสำคัญกับประเภทของข่าวต่างกันไป ทำให้มีการจัดแบ่งหนังสือพิมพ์ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. ประเภทเพ่งปริมาณ (Popular Newspaper) คือ หนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญต่อข่าวประเภทเร้าอารมณ์ตื่นเต้น (Sensation) เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิงเบาๆ

(Soft news) ที่เหมาะสำหรับผู้อ่านระดับทั่วไป โดยผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ทันที ไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดมาก ดังนั้น การตอบสนองความต้องการของผู้รับจึงเป็นแบบทันทีทันใดลักษณะการจัดหน้าจึงค่อนข้างใช้ภาษาที่มีสีสันพาดหัวโต และเน้นภาพประกอบเป็นส่วนหนึ่งของข่าวอย่างชัดเจน วัตถุประสงค์ของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้จึงมุ่งที่ปริมาณการจำหน่ายเป็นหลัก

2. ประเภทแห่งคุณภาพ (Quality Newspaper) คือหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญต่อข่าวประเภทที่มีผลกระทบต่อสังคม ลักษณะของเนื้อหาสาระ ที่นำมาเสนอค่อนข้างหนัก (Head News) เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวต่างประเทศ หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะเน้นวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประกอบในคอลัมน์หน้าในด้วย ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งคุณภาพ ค่อนข้างอยู่ในวงที่จำกัดเฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจความเคลื่อนไหวของข่าวสารการเมืองมากกว่าประเภทปริมาณ ดังนั้น ยอดขายจึงต่ำกว่า ลักษณะการจัดหน้าหนึ่งมักใช้ความเรียบง่ายและความเป็นระเบียบไม่หวือหวาเท่ากับหนังสือพิมพ์ประเภทแห่งปริมาณ (กิตติมา สุรสนธิ, 2544, หน้า 156-158)

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2515 โดยมี บริษัทบ้านเมืองการพิมพ์ จำกัด ที่มาจากการรวมตัวกัน ของนักหนังสือพิมพ์ และนักธุรกิจกลุ่มหนึ่ง ซึ่งบริษัทฯ มีมติให้ วิจารณ์ ฤกษ์พิบูลย์ เป็นผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ และ มานะ แพ้วพันธ์ อดีตบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทย ซึ่งเป็นบุตรชายของ "ยาขอบ" (นักประพันธ์เรื่อง ผู้ชนะสิบทิศ) เป็นบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ส่วนตัวหนังสือพิมพ์ในยุคแรกนั้น พิมพ์สี่ขาวดำ ด้วยระบบออฟเซต ฉบับละ 16 หน้า ราคา 1.00 บาท ปัจจุบัน หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ยังคงพัฒนารูปแบบ และเนื้อหาสาระอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพิมพ์ในระบบออฟเซตสีสี่ ฉบับละ 20 หน้า ราคา 10.00 บาท แบ่งออกเป็นสามส่วนคือ ข่าวทั่วไป ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการอ่านของผู้อ่านหลายคนพร้อมกัน และตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2543 หนังสือพิมพ์บ้านเมืองอยู่ภายใต้การบริหารงานของคณะกรรมการ บริษัท นวกิจบ้านเมือง จำกัด

ซึ่งหนังสือพิมพ์บ้านเมืองนั้น เป็นหนังสือพิมพ์แห่งคุณภาพ จึงมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่น้อยกว่า หนังสือพิมพ์ประเภทแห่งปริมาณ และนอกจากนี้ยังมียอดพิมพ์น้อยกว่าหนังสือพิมพ์แห่งคุณภาพหัวอื่นๆด้วย โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 15.99 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 0.15 ของหนังสือพิมพ์ทั้งหมด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, 2546) ซึ่งมาจากการที่จะนำเสนอข่าวออกไป ทางที่มงานต้องรู้ถึงความคิดเห็นของประชาชน เพื่อนำไปใช้ในการนำเสนอเนื้อหา

ในปัจจุบัน หนังสือพิมพ์บ้านเมืองยังคงดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ (Hard copy) เหมือนดังเช่นอดีต นอกจากนี้หนังสือพิมพ์บ้านเมืองยังมี เว็บไซต์ [www.banmuang.co.th](http://www.banmuang.co.th) ที่นำเสนอ

ข่าวสารในรูปแบบสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ ปี 2543 ทำให้การสื่อสารสามารถถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว และปริมาณ มากกว่าช่องทางดั้งเดิม ลักษณะการนำเสนอยังเป็นรูปแบบเดิมที่เป็นจดหมายที่สำคัญของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย เน้นข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม กีฬาและความบันเทิง นอกจากนี้ยังมีการสอดแทรกทัศนะและความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านจากคอลัมน์นิสต์ที่มีชื่อเสียง และบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิอีกด้วย

จากการกระแสสังคมที่ประชาชนนิยมบริโภคสื่อออนไลน์กันมากกว่าขึ้น จึงเห็นว่าหนังสือพิมพ์ไทย ได้ทยอยเปิดตัวหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เพื่อประชาชนสามารถรับข่าวสารประเภทเดียวกับที่เคยพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ (Hard Copy) แต่นำเสนอให้มีรูปแบบที่ทันสมัยและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบันได้ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือเดลินิวส์ หนังสือผู้จัดการ หนังสือบ้านเมือง หนังสือกรุงเทพธุรกิจ หนังสือฐานเศรษฐกิจ หนังสือThe nation, Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ ซึ่งเนื้อหาการนำเสนอในรูปแบบและจุดขายของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับผ่านสื่อออนไลน์มีมากขึ้นตามลำดับ

จากเหตุผลตลอดจนงานวิจัยต่างๆที่ได้กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดนี้ จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำงานวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง" ผู้วิจัยจึงต้องการทำการวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง" หลังจากนั้นจะนำเอาข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคข่าวสารในเว็บไซต์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ จึงเป็นที่มาของการวิจัยชิ้นนี้

## 2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมืองกับความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารดังกล่าว

### 3. ปัญหานำวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมืองหรือไม่ อย่างไร

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมืองของประชาชนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนหรือไม่ อย่างไร

### 4. สมมติฐาน

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมืองแตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมืองแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่อ่านข่าวสารจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมืองแตกต่างกัน

### 5. ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะประชาชนที่เปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง [www.banmuang.co.th](http://www.banmuang.co.th) เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยสำรวจการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2559 – 30 พฤษภาคม 2559 รวมระยะเวลา 3 เดือน โดยศึกษาจากประชากรในกรุงเทพมหานครที่เคยอ่านข่าวสารจากเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง

### 6. นิยามศัพท์

1. เว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง หมายถึง เว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสาร ของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง [www.banmuang.co.th](http://www.banmuang.co.th)

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและ รายได้ต่อเดือน

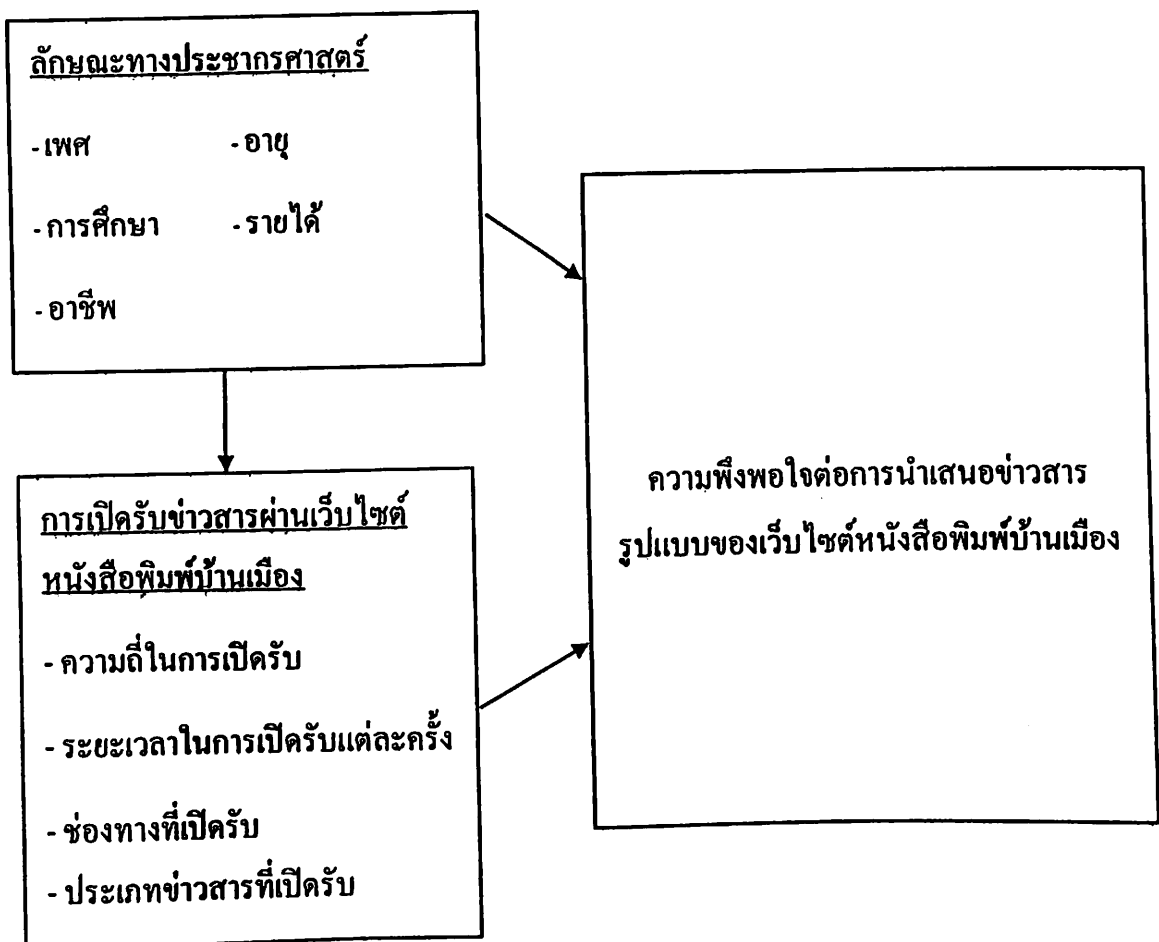
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง การที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ([www.banmuang.co.th](http://www.banmuang.co.th))

4. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจหรือความรู้สึก ที่มีต่อเว็บไซต์ที่นำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

บริษัท นวกิจบ้านเมือง จำกัด ผู้ดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์บ้านเมืองสามารถนำเอาผลการวิจัยจากงานวิจัยชิ้นนี้ไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาเนื้อหาที่ปรากฏในจากเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง และกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารข้อมูลไปยังประชาชนในกรุงเทพมหานครใน กรุงเทพมหานครได้

## 8. กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย