

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในหัวข้อเรื่องพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ต่อการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ได้นำแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ในการศึกษา รวมทั้งได้ศึกษารายงานการวิจัย ตลอดจนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

2.1.3 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และข่าวสารออนไลน์

2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.3 ทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อ คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1 H (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 107 - 108) ดังนี้

| คำถาม | คำตอบที่ควรทราบ |
|-------------------------------|---|
| 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย | 1. ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย ทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ |
| 2. ผู้บริโภคต้องการบริการอะไร | 2. สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการใช้บริการ คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของบริการ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง |

| คำถาม | คำตอบที่ต้องการทราบ |
|--|--|
| 3. ทำไมผู้บริโภคจึงต้องการบริการนั้น | 3. วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ผู้บริโภคใช้บริการเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา |
| 4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ | 4. บทบาทของบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจใช้บริการ ผู้ใช้บริการ |
| 5. ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อใด | 5. โอกาสในการใช้บริการ เช่น ช่วงเวลาใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน |
| 6. ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน | 6. แหล่ง / ช่องทางที่ผู้บริโภคไปใช้บริการ |
| 7. ผู้บริโภคใช้บริการอย่างไร | 7. ขั้นตอนในการตัดสินใจใช้บริการ ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> - การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ - การค้นหา - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจใช้บริการ - ความรู้สึกภายหลังการใช้บริการ |

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญไปที่พฤติกรรมของผู้รับสาร (Audience) กล่าวคือ ผู้รับสารเป็นผู้มีความกระตือรือร้น (Active) ในการเลือกที่จะเปิดรับสื่อด้วยตนเอง ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารเป็นไปตามความต้องการหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ข่าวสาร ซึ่งกระบวนการเลือกสรรเปรียบเทียบกับเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งมี 3 ขั้นตอน (พีระ จิตร โสภณ, 2541 : 636-639) ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน โดยปกติบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่เสนอข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Preception or Selective Interpretation) หมายถึง กระบวนการกรองชั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสาร จากแหล่งหนึ่งแหล่งใด แล้วก็ถือว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เนื่องจากผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมาย ความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง แนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า การที่แต่ละบุคคลมักจะเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าสนใจเท่านั้น เปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่ส่งผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ชั้นแรกโดยการ ไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

2.1.3 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ (พีระ จิร โสภณ, 2541: 634 – 635) (The Uses and Gratifications Theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้รับสารในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทสื่อ และเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อที่ผู้รับสารจะพิจารณาในแง่ที่ว่า คนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

1. ความต้องการของผู้รับสาร
 - 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
 - 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยมของตน
 - 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
 - 1.4 ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการรับสาร
2. ความแตกต่างของผู้รับสาร
 - 2.1 อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ ต่างกัน มีความสนใจในข่าวสารที่ต่างกันอย่าง ดังนั้นอายุจึงน่าเป็นตัวกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในการติดต่อสื่อสารที่ต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้นบุคลลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงกับเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน

2.4 การศึกษา เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน

3. ความตั้งใจและประสบการณ์ ในขณะที่ตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการ ได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสาร

4. ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความ ต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้นผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้

Maxwell E McCombs and Lee B. Becker (Maxwell E McCombs and Lee B. Becker, 1979 : 134) กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล เนื่องจากบุคคลมีความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญ
2. ต้องการให้ช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน
3. ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย สนทนา (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) (พรจิต สมบัติพรนิช, 2547 : 4)

สื่อ (Media) เป็นช่องทางสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร ข้อมูลบันเทิง หรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้น นับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นหนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ พัฒนารูปแบบเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ในปัจจุบันการพัฒนา ระบบเทคโนโลยีไม่ได้หยุดนิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นเพื่อการติดต่อสื่อสารในสังคม การพัฒนารูปแบบของสื่อที่เกิดขึ้นในปัจจุบันสรรค์สร้างความก้าวหน้าของรูปแบบการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อ ออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อ คือ

1. สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว ซึ่งผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้รับสารได้ สามารถแบ่งออกเป็น

1.1 สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือ เสียง หรือภาพไปอย่างเดียว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ

1.2 สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือภาพและเสียงไปพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

2. สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาระบบเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีแบบปฏิสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านระบบเครือข่าย และมีศักยภาพเป็นสื่อประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากคือ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่

ลักษณะเฉพาะของสื่อใหม่ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545 : 323)

1. ไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง
2. กระจายข้อมูลข่าวสารในแนวราบไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน
3. มีผลสะท้อนกลับทันทีทันใด
4. ให้ข้อมูลในลักษณะไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา
5. นำเสนอโดยใครก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นนักสื่อสารมวลชน
6. ต้นทุนในการดำเนินการน้อยกว่าการสื่อสารมวลชนในแบบดั้งเดิม

7. สามารถบริการข้อมูลข่าวสารตอบสนอง เฝ้าระวังผู้ใช้งานได้มากกว่า
8. นำเสนอข้อมูลในระบบเชิงโยงแบบยืดหยุ่น ใช้งานได้ไม่เน้นลำดับชั้นของข้อมูล
9. มีผลสะท้อนกลับที่รวดเร็ว
10. แหล่งเงินทุนสนับสนุนการดำเนินการมีความหลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะการรับจ้างโฆษณา
11. เนื้อหาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา
12. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขึ้นอยู่กับเหตุผลของบุคคล

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และข่าวสารออนไลน์ (สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549 :

44-50) สื่อออนไลน์ เป็นช่องทางใหม่ในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลในโลกปัจจุบัน จัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ของวงการสื่อมวลชนไทยที่มีความโดดเด่นที่เป็นทั้งสื่อระหว่างบุคคล และสื่อสารมวลชนได้ในเวลาเดียวกัน

ข่าวออนไลน์ หมายถึง การนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้เป็นที่เข้าใจมากขึ้นสามารถแยกอธิบายได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ข่าว หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็นที่เกิดขึ้น เมื่อไม่นานมานี้ เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นที่นำมารายงานนั้น จะต้องอาศัยหลักการพิจารณาว่ามีคุณค่าข่าวหรือไม่ ถ้าเหตุการณ์ใดที่มีคุณค่าข่าวก็จะเลือกรายงาน แต่ถ้าไม่มีคุณค่าข่าวก็ตัดทิ้งไป (ประชัน วัลลิโก, 2538 : 15 อ้างใน สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549 : 45)

ออนไลน์ หมายถึง ช่องทางหรือวิถีทางต่าง ๆ ในการนำเสนอข่าวสารที่เป็นที่รู้จักในยุคแห่งสังคมสารสนเทศที่มีชื่อเสียงที่สุด ได้แก่ เวิลด์ไวด์เว็บ การให้บริการข่าวสารออนไลน์ทางด้านธุรกิจ เช่น America Online การส่งข้อมูลผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ซีดีรอม (CD-ROM) ซึ่งเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต และรวมถึงระบบอินทราเน็ต (Intranet) หรือแม้กระทั่งการบริการกระจายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ส่วนตัว (Bulletin Board System) เหล่านี้ล้วนมีบทบาทสำคัญและเป็นช่องทางของการรายงานข่าวออนไลน์บนโลกอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น (Millison, 2002 อ้างใน สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549 : 46)

การรายงานข่าวแบบดั้งเดิมมักนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือแม้กระทั่งภาพยนตร์และภาพนิ่ง แต่ข่าวออนไลน์ จะเป็นการรายงานข่าวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งหมายถึงเครื่องคอมพิวเตอร์ ปัจจุบันมีผู้ประกอบการทำธุรกิจด้านข่าวสารบนสื่อออนไลน์จำนวนมาก สามารถสรุปรูปแบบการนำเสนอข่าวสารได้เป็น 6 ประเภทดังนี้ (Gunter, 2003 : 57 อ้างใน สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์, 2549 : 49)

1. กระดานข่าวของกลุ่มข่าว (Bulletin Board Newsgroups) เป็นบริการกระดานข่าวในกลุ่มข่าวบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่ให้ทั้งข้อมูลข่าวสาร และเป็นที่ยกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างเสรีระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งมีทั้งรูปแบบที่มีผู้ดูแลควบคุมกระดานข่าวและที่ไม่มีผู้ดูแล ซึ่งข้อมูลข่าวสารในการกระดานข่าวที่ไม่มีผู้ดูแลมักจะเป็นข่าวที่ไม่ค่อยมีคุณค่าหรือเป็นข่าวที่ไม่มีคุณภาพ เนื่องจากขาดผู้คอยตรวจตราข้อมูลที่ผ่านเข้ามาบนกระดานข่าวนั้น ๆ
2. กลุ่มข่าว Usenet (Usenet Newsgroups) เป็นบริการข่าวสารข้อมูล ที่มีการจัดแบ่งหมวดหมู่ออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความประสงค์
3. กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ (Web-Site Based Bulletin Boards) เป็นบริการกระดานข่าวที่มีระบบการจัดการที่ดีมักได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้ลงทุนด้านธุรกิจที่ต้องการข่าวสารและการเฝ้าติดตามในเรื่องของตลาดหลักทรัพย์ ข้อมูลข่าวสารมีคุณภาพมากขึ้น
4. บริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail Lists) เป็นบริการข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างจากบริการแบบกลุ่มข่าว (Newsgroups) เนื้อหาจะนำเสนอข้อมูลที่สรุปผลจากการประชุมทางวิชาการในเรื่องเฉพาะด้าน และนำเสนอโดยกลุ่มนักวิชาการเป็นหลัก
5. กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ (Online Newswires and Broadcasters) เป็นบริการของหน่วยงานที่ทำธุรกิจทางด้านข่าวสารต่าง ๆ เช่น CNN Reuters และ อ.ส.ม.ท. เป็นต้น
6. นิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ (Online Newspaper and Magazines) เป็นช่องทางนำเสนอข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสารที่ใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อเสริมในการนำเสนอเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับฉบับกระดาษ

2.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากแนวทางการถามเพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค เมื่อนำมาประยุกต์กับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อออนไลน์และข่าวสารออนไลน์ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ได้ดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จะช่วยให้ทราบถึงลักษณะของผู้รับข่าวสารออนไลน์ เช่น อายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา เป็นต้น

2. ผู้บริโภคต้องการบริการอะไร ทำให้ทราบถึง ประเภทของข่าวสารที่เลือกรับ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา บันเทิง เป็นต้น การเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ในรูปแบบใด เช่น กระดานข่าวของกลุ่มข่าว กลุ่มข่าว กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ บริการรายชื่อ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ นิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นต้น

3. ทำไมผู้บริโภคจึงต้องการบริการนั้น ทำให้ทราบถึงการความต้องการของผู้รับข่าวสารออนไลน์ว่าต้องการนำข่าวสารนั้นไปใช้ประโยชน์ในด้านใด เช่น ต้องการรู้เหตุการณ์ ต้องการให้ช่วยในการตัดสินใจ ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย หรือสนทนา ต้องการมีส่วนร่วม ต้องการเสริมความคิดเห็น ต้องการความบันเทิง เป็นต้น

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ ทำให้ทราบถึง บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจรับข่าวสารออนไลน์

5. ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อใด ทำให้ทราบถึง ทำให้ทราบถึงโอกาสในการเลือกรับข่าวสารออนไลน์ เช่น ช่วงเวลาในการรับข่าวสารออนไลน์

6. ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน ทำให้ทราบถึง สถานที่ในการรับข่าวสารออนไลน์

7. ผู้บริโภคใช้บริการอย่างไร ทำให้ทราบ ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกรับข่าวสารออนไลน์ ประกอบด้วย

7.1 การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ ทำให้ทราบความต้องการที่ทำให้เลือกรับข่าวสารออนไลน์

7.2 การค้นหา ทำให้ทราบถึงการค้นหาแหล่งข่าวสาร ที่ผู้รับข่าวออนไลน์เลือกรับ เช่น การค้นหาผ่าน Search Engine

7.3 การประเมินผลพฤติกรรม ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ผู้รับข่าวสารให้ความสำคัญ เช่น ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร

7.4 การตัดสินใจใช้บริการ ทำให้ทราบบทบาทหลังจากตัดสินใจรับข่าวสาร เช่น ความถี่ ระยะเวลา ในการรับข่าวสารออนไลน์

7.5 ความรู้สึกภายหลังการให้บริการ ทำให้ทราบถึงความรู้สึก หรือปัญหา หลังจากรับข่าวสารออนไลน์

2.3 ทบทวนวรรณกรรม

พิเชศ รุ่งสว่าง (2542) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับข่าวสารความรู้จาก สื่อมวลชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนประจำจังหวัด ในจังหวัดกาญจนบุรี ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรคือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนประจำจังหวัดชายและหญิง ในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา จำนวน 300 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง การทดสอบสมมติฐาน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ใช้สถิติค่าไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด รายการที่ชอบดูมากที่สุดคือ ภาพยนตร์ ไทย-จีน-ฝรั่ง โดยประโยชน์ที่ได้รับจากการดูโทรทัศน์คือความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย โดยสื่อโทรทัศน์ได้รับความน่าเชื่อถือและได้รับความพึงพอใจมากที่สุดจากกลุ่มตัวอย่างเพราะรายการทางโทรทัศน์ให้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน

โศภน กัณหะเสน (2545) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรคือ ผู้ใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร เลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรผู้ใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์และยินดีตอบแบบสอบถาม โดยการนำแบบเนอร์ของแบบสอบถามบรรจุไว้ในหน้าแรกของเว็บไซต์ 4 เว็บไซต์คือ www.thairath.co.th www.matichon.co.th www.bangkok.biznews.co.th www.pantip.com ใช้ระยะเวลาเก็บแบบสอบถาม 8 วัน มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 119 ราย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย พบว่า ผู้ใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจเอกชน/รับจ้าง ส่วนใหญ่ใช้บริการหนังสือพิมพ์ออนไลน์ประเภทคุณภาพนิยม มากกว่าออนไลน์ประเภทประชานิยม ใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน 15-19 ครั้ง ๆ ละ 30-60 นาที ในช่วงเวลา 6.01-12.00 น. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคือ มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ รองลงมาคือ สะดวกในการเปิดรับข้อมูลได้ง่าย

อรุณี รุ่งเรือง (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวด่วน (Hot News) จากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็นผ่านระบบเอสเอ็มเอส (SMS) ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรคือ ผู้เปิดรับข่าวด่วนทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับข่าวด่วน ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในแต่ละเครือข่าย ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากฐานบัญชีรายชื่อผู้ให้บริการของ ไอ.เอ็น.เอ็น. มัลติมีเดีย กรุป ให้ได้จำนวนตัวอย่างจำนวน 400 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวด่วนเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปีและมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนมากประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ในการเปิดรับข่าวด่วนจากจากสำนักข่าวไอเอ็นเอ็นผ่านระบบเอสเอ็มเอส มีปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างเลือกปัจจัยต้องการรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เป็นปัจจัยที่มีผลในการเปิดรับข่าวด่วนมากที่สุด ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวด่วน พบว่า ผู้ที่เปิดรับข่าวด่วนมีจำนวนการกดอ่านข่าวมากที่สุดคือ 10 ครั้งต่อวัน และส่วนใหญ่ร้อยละ 63.7 จะใช้บริการรับข่าวด่วนต่อไปในอนาคต เนื่องจากข่าวมีความรวดเร็ว ต้องการรู้ข่าวสาร และต้องการทันเหตุการณ์