

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ต่อการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ต่อการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

ส่วนที่ 3 ด้านปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2 - 6)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	178	44.5	2
หญิง	222	55.5	1
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.5

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 20 ปี	254	63.5	1
20 - 25 ปี	63	15.8	3
26 – 30 ปี	64	16.0	2
31 ปีขึ้นไป	19	4.8	4
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุไม่เกิน 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.0 ช่วงอายุ 20 – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.8 และ ช่วงอายุ 31 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคณะที่กำลังศึกษา

คณะที่กำลังศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
มนุษยศาสตร์	19	4.8	8
ศึกษาศาสตร์	35	8.8	3
จิตรศิลป์	2	0.5	18
สังคมศาสตร์	34	8.5	4
วิทยาศาสตร์	59	14.8	1
วิศวกรรมศาสตร์	27	6.8	5
แพทยศาสตร์	16	4.0	11
เกษตรศาสตร์	10	2.5	14
ทันตแพทยศาสตร์	11	2.8	13
เภสัชศาสตร์	18	4.5	9
เทคนิคการแพทย์	21	5.2	7
พยาบาลศาสตร์	17	4.2	10
อุตสาหกรรมเกษตร	40	10.0	2
สัตวแพทยศาสตร์	5	1.2	16
บริหารธุรกิจ	24	6.0	6
เศรษฐศาสตร์	12	3.0	12
การสื่อสารมวลชน	9	2.2	15
รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์	19	4.8	8
นิติศาสตร์	4	1.0	17
วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี	18	4.5	9
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกำลังศึกษาในคณะวิทยาศาสตร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.8 รองลงมาคือ คณะอุตสาหกรรมเกษตร คิดเป็นร้อยละ 10.0 คณะศึกษาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 8.8 คณะสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 8.5 คณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 6.8 คณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.0 คณะเทคนิคการแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 5.2 คณะมนุษยศาสตร์และคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 4.8 คณะเภสัชศาสตร์และวิทยาลัยศิลปะ สื่อ

และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 4.5 คณะพยาบาลศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 4.2 คณะแพทยศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 4.0 คณะเศรษฐศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 3.0 คณะทันตแพทยศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 2.8 คณะเกษตรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 2.5 คณะการสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 2.2 คณะสัตวแพทยศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 1.2 คณะนิติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 1.0 และคณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
นักศึกษาเพียงอย่างเดียว	343	85.8	1
นักศึกษาและทำงาน	57	14.2	2
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพเป็นนักศึกษาเพียงอย่างเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.8 รองลงมาคือ มีสถานะภาพเป็นนักศึกษาและทำงาน คิดเป็นร้อยละ 14.2

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน

รายรับเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 5,000 บาท	197	49.2	1
5,000 – 10,000 บาท	88	22.0	2
10,001 – 15,000 บาท	33	8.2	4
15,001 – 20,000 บาท	25	6.2	5
20,001 – 25,000 บาท	20	5.0	6
25,001 บาทขึ้นไป	37	9.2	3
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ รายรับเฉลี่ย 5,000 – 10,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รายรับเฉลี่ย 25,000 บาทขึ้นไป ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.2 รายรับเฉลี่ย 10,001 – 15,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.2 รายรับเฉลี่ย 15,001 – 20,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และ รายรับเฉลี่ย 20,001 – 25,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ (ตารางที่ 7 - 22)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ในการรับข่าวสารออนไลน์

ชนิดของเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
คอมพิวเตอร์	379	94.8	1
พีดีเอ	5	1.2	3
โทรศัพท์มือถือ	16	4.0	2
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 94.8 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ พีดีเอ คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

รูปแบบการเชื่อมต่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
Dial-up	34	8.5	3
ADSL	51	12.8	2
Wireless	300	75.0	1
EDGE/GPRS/3G	15	3.8	4
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อ Wireless มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ เชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 12.8 เชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 8.5 และเชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ
รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

ค่าใช้จ่าย ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	247	61.8	1
1 – 500 บาท	78	19.5	2
501 – 1,000 บาท	33	8.2	3
1,001 – 1,500 บาท	12	3.0	5
1,501 บาทขึ้นไป	30	7.5	4
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ คิดเป็น ร้อยละ 61.8 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.5 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.2 เสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไป คิดเป็น 7.5 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท คิดเป็น 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับ

ประเภทข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
การเมือง	138	8.8	6
เศรษฐกิจ	129	8.3	7
สังคม	208	13.3	3
บันเทิง	326	20.9	1
การศึกษา	264	16.9	2
กีฬา	129	8.3	7
การท่องเที่ยว	159	10.2	5
สุขภาพ	198	12.7	4
อื่นๆ	12	0.8	8

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับข่าวสารประเภทบันเทิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.9 รองลงมาคือ ข่าวสารประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.9 ข่าวสารประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 13.3 ข่าวสารประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 12.7 ข่าวสารประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.2 ข่าวสารประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 8.8 ข่าวสารประเภทเศรษฐกิจและกีฬา คิดเป็นร้อยละ 8.3 และข่าวสารประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสื่อออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ

ประเภทสื่อออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
กระดานข่าวของกลุ่มข่าว	272	34.6	1
กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ	135	17.2	3
บริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	104	13.2	5
กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์	108	13.7	4
นิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์	168	21.3	2

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมาคือ นิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 21.3 กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 17.2 กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 13.7 และบริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารบ่่อยที่สุด

เว็บไซต์ประเภทบันเทิง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
www.sanook.com	55	17.7
www.teenee.com	37	11.9
www.kapook.com	27	8.7
www.dek-d.com	24	7.7
www.mthai.com	11	3.5
www.yenta4.com	5	1.6
www.msn.co.th	5	1.6
www.hunsa.com	4	1.3
www.siamzone.com	3	1.0
www.hi5.com	3	1.0
www.siamtv.com	3	1.0
www.siamza.com	2	0.6
www.pingbook.com	1	0.3
www.popcornfor2.com	1	0.3
www.postjung.com	1	0.3
www.truevision.com	1	0.3
www.ttonline.net	1	0.3
www.twitter.com	1	0.3
รวม	185	59.4

หมายเหตุ: ร้อยละคิดจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 310 คน (ไม่ระบุเว็บไซต์ 90 คน)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารบ่อยที่สุด (ต่อ)

เว็บไซต์ประเภท สังคม เศรษฐกิจ การเมือง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
www.thairath.co.th	24	7.7
www.manager.co.th	13	4.2
www.mcot.net	8	2.6
www.cnn.com	2	0.6
www.dailynews.co.th	2	0.6
www.bangkokpost.net	1	0.3
www.bbcnews.gov	1	0.3
www.matichon.co.th	1	0.3
www.ryt9.com	1	0.3
www.marketeer.co.th	1	0.3
รวม	54	17.4

หมายเหตุ: ร้อยละคิดจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 310 คน (ไม่ระบุเว็บไซต์ 90 คน)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเว็บไซต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารบ่อยที่สุด (ต่อ)

เว็บไซต์ประเภทการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
www.nasa.gov	3	1.0
www.cmu.ac.th	2	0.6
www.reg.cmu.ac.th	2	0.6
www.eduzones.com	1	0.3
www.ipst.ac.th	1	0.3
รวม	9	2.9
เว็บไซต์ประเภทกีฬา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
www.liverpoolclub.com	2	0.6
www.siamsport.com	2	0.6
www.soccer.com	2	0.6
www.chelsea.in.th	1	0.3
www.starsoccer.com	1	0.3
รวม	8	2.6
เว็บไซต์ประเภทอื่น ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
www.google.com	29	9.4
www.hotmail.com	12	3.9
www.pantip.com	8	2.6
www.thaimail.com	2	0.6
www.bit-tech.net	1	0.3
www.cmet.gov.in	1	0.3
www.phythai.co.th	1	0.3
รวม	54	17.4

หมายเหตุ: ร้อยละคิดจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 310 คน (ไม่ระบุเว็บไซต์ 90 คน)

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์ประเภทบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือ เว็บไซต์ประเภทสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเว็บไซต์ประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ค้นหาข้อมูล เว็บไซต์จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์เกี่ยวกับเทคโนโลยี และเว็บไซต์เกี่ยวกับสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 17.4 เว็บไซต์ประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.9 และเว็บไซต์ประเภทกีฬา คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

เว็บไซต์ประเภทบันเทิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารสูงสุด คือ www.sanook.com คิดเป็นร้อยละ 17.1 รองลงมาคือ www.teenee.com คิดเป็นร้อยละ 11.9 www.kapook.com คิดเป็นร้อยละ 8.7 www.dek-d.com คิดเป็นร้อยละ 7.7 www.mthai.com คิดเป็นร้อยละ 3.5 www.yenta4.com และ www.msn.co.th คิดเป็นร้อยละ 1.6 www.hunsa.com คิดเป็นร้อยละ 1.3 www.siamzone.com www.hi5.com และ www.siamtv.com คิดเป็นร้อยละ 1.0 www.siamza.com คิดเป็นร้อยละ 0.6 และ www.pingbook.com www.popcornfor2.com www.postjung.com www.truevision.com www.ttonline.net และ www.twitter.com คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

เว็บไซต์ประเภทสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารสูงสุด คือ www.thairath.co.th คิดเป็นร้อยละ 7.7 รองลงมาคือ www.manager.co.th คิดเป็นร้อยละ 4.2 www.mcot.net คิดเป็นร้อยละ 2.6 www.cnn.com และ www.dailynews.co.th คิดเป็นร้อยละ 0.6 www.bangkokpost.net www.bbc.co.uk www.matichon.co.th www.ryt9.com และ www.marketeer.co.th คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

เว็บไซต์ประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ค้นหาข้อมูล เว็บไซต์จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์เกี่ยวกับเทคโนโลยี และเว็บไซต์เกี่ยวกับสุขภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารสูงสุด คือ www.google.com คิดเป็นร้อยละ 9.4 รองลงมาคือ www.hotmail.com คิดเป็นร้อยละ 3.9 www.pantip.com คิดเป็นร้อยละ 2.6 www.thaimail.com คิดเป็นร้อยละ 0.6 www.bit-tech.net www.cmet.gov.in และ www.phythai.co.th คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

เว็บไซต์ประเภทการศึกษาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารสูงสุด คือ www.nasa.gov คิดเป็นร้อยละ 1.0 รองลงมาคือ www.cmu.ac.th และ www.reg.cmu.ac.th คิดเป็นร้อยละ 0.6 www.eduzone.com และ www.ipst.ac.th คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

เว็บไซต์ประเภทกีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารสูงสุด คือ www.liverpoolclub.com www.siamsport.com และ www.soccer.com คิดเป็นร้อยละ 0.6 www.chelsea.in.th และ www.starsoccer.com คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

การใช้ประโยชน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
เพื่อรู้เหตุการณ์	364	37.4	1
เพื่อช่วยในการตัดสินใจ	105	10.8	4
เพื่อใช้ในการสนทนา	177	18.2	3
เพื่อความบันเทิง	247	25.4	2
เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว	71	7.3	5
อื่น ๆ	10	1.0	6

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษา หาคความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์เพื่อรู้เหตุการณ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.4 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 25.4 เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 18.2 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 10.8 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษา หาคความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
เพื่อน	98	24.5	2
บุคคลในครอบครัว	28	7.0	4
ครู – อาจารย์	62	15.5	3
ตนเอง	212	53.0	1
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 15.5 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นประจำ

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
06:01 – 09:00 น.	6	1.5	7
09:01 – 12:00 น.	11	2.8	6
12:01 – 15:00 น.	77	19.2	3
15:01 – 18:00 น.	22	5.5	5
18:01 – 21:00 น.	139	34.8	1
21:01 – 24:00 น.	109	27.2	2
00:01 – 03:00 น.	33	8.2	4
03:01 – 06:00 น.	3	0.8	8
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ในช่วงเวลา 18:01 – 21:00 น. สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21:01- 24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 27.2 ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 19.2 ช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.2 ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 5.5 ช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. คิดเป็นร้อยละ 2.8 ช่วงเวลา 06:01 – 09:00 น. คิดเป็นร้อยละ 1.5 และช่วงเวลา 03:01 – 06:00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ที่พักอาศัย	219	54.8	1
บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	153	38.2	2
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	15	3.8	3
ที่ทำงาน	13	3.2	4
รวม	400	100.0	

จากตารางที่ 16 พบว่า สถานที่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 38.2 ร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 3.8 และที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อวัตถุประสงค์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	แปลผล (มีผลในระดับ)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
เพื่อการศึกษา ค้นคว้า วิจัย	55	154	155	34	2	3.56	มาก	6
เพื่อความบันเทิง	87	191	116	3	3	3.89	มาก	1
เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร	35	168	179	16	2	3.54	มาก	7
เพื่อเพิ่มพูนความรู้	70	197	125	8	0	3.82	มาก	2
เพื่อประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ	32	159	175	31	3	3.46	ปานกลาง	8
เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	48	189	148	13	2	3.67	มาก	4
เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน	48	207	129	14	2	3.71	มาก	3
เพื่อนำไปใช้ประโยชน์เกี่ยวกับการทำงาน	41	178	158	20	3	3.58	มาก	5

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ในระดับมาก ลำดับแรกคือ เพื่อความบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมาคือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ มีค่าเฉลี่ย 3.82 เพื่อใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ย 3.71 เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย 3.67 เพื่อนำไปใช้ประโยชน์เกี่ยวกับการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.58 เพื่อการศึกษา ค้นคว้า วิจัย มีค่าเฉลี่ย 3.56 และเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ในระดับปานกลาง เพื่อประกอบการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.46

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งของข่าวสารออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ

แหล่งข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ค้นจาก Search Engine	342	47.0	1
จากสื่อโฆษณา	139	19.1	3
จากบุคคลแนะนำ	89	12.2	4
จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ	158	21.7	2

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการแหล่งข่าวสาร โดยการค้นจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาคือ จาก Link ของ website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.7 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 19.1 และจากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อของปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยในการเลือกรับ ข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น						ค่า เฉลี่ย	แปลผล (มีผลใน ระดับ)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่มี ความ สำคัญ			
ความน่าเชื่อถือของ ข่าวสาร	57	134	175	31	3	0	3.52	มาก	6
ความรวดเร็วของ ข่าวสาร	77	191	123	9	0	0	3.84	มาก	1
ความถูกต้องของ ข่าวสาร	73	127	171	26	3	0	3.60	มาก	3
เนื้อหา รายละเอียด ครบถ้วน	55	143	179	21	2	0	3.57	มาก	4
ค่าใช้จ่ายในการใช้ บริการ	34	106	188	48	12	12	3.16	ปาน กลาง	9
ความสะดวกในการใช้ บริการ	93	166	126	12	1	2	3.83	มาก	2
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก	32	143	184	33	3	5	3.38	ปาน กลาง	7
รูปแบบการนำเสนอ ข่าวสารที่น่าสนใจ	49	172	158	17	1	3	3.60	มาก	3
การออกแบบ website มี ความสวยงาม	42	166	166	20	2	4	3.53	มาก	5
มีผู้ให้คำแนะนำกรณี เกิดปัญหาการใช้บริการ	19	125	188	53	6	9	3.17	ปาน กลาง	8

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยระดับมาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความรวดเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสารและ ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.60 ปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.57 ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.53 และความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.38 ปัจจัยการมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.17 และปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

ความถี่	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ทุกวัน	192	48.0	1
2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์	159	39.8	2
สัปดาห์ละครั้ง	38	9.5	3
เดือนละครั้ง	9	2.2	4
นานกว่าเดือนละครั้ง	2	0.5	5
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา คือรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39.8 รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.5 รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.2 และรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์นานกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ต่ำกว่า 30 นาที	76	19.0	3
ตั้งแต่ 30 – 60 นาที	117	29.2	2
ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม.	156	39.0	1
ตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม.	18	4.5	5
ตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป	33	8.2	4
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. โดยเฉลี่ยต่อครั้งในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 29.2 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 19.0 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.2 และใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไปหรือไม่

ความคิดเห็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
เลือกรับข่าวสารต่อไป	397	99.2	1
ไม่เลือกรับข่าวสาร	3	0.8	2
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 99.2 และมีความคิดเห็นไม่เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 0.8

ด้านปัญหาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อปัญหาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหา	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	แปลผล (มีผลในระดับ)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข่าวสารออนไลน์ที่ได้รับขาดความน่าเชื่อถือ	34	125	192	49	0	3.36	ปานกลาง	3
ข่าวสารที่ได้รับมีความผิดพลาด	18	132	212	37	1	3.32	ปานกลาง	4
ข่าวสารที่ได้รับมีรายละเอียดไม่ครบถ้วน	21	149	202	26	2	3.40	ปานกลาง	1
อัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีราคาสูง	24	95	182	75	24	3.05	ปานกลาง	9
ระบบอินเทอร์เน็ตมีความเร็วต่ำ	51	121	171	49	8	3.39	ปานกลาง	2
ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก	16	122	208	49	5	3.23	ปานกลาง	6
รูปแบบการนำเสนอข่าวสารไม่น่าสนใจ	18	106	210	62	4	3.18	ปานกลาง	7
การออกแบบ website ไม่สวยงาม	19	98	209	69	5	3.14	ปานกลาง	8
ขาดผู้ให้คำแนะนำในกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ	30	120	180	61	9	3.25	ปานกลาง	5

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลางต่อปัญหาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ข่าวสารที่ได้รับมีรายละเอียดไม่ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.40 รองลงมาคือ ระบบอินเทอร์เน็ตมีความเร็วต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.39 ข่าวสารที่ได้รับขาดความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.36 ข่าวสารที่ได้รับมีความผิดพลาด มีค่าเฉลี่ย 3.32 ขาดผู้ให้คำแนะนำในกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.25 ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.23 รูปแบบการนำเสนอข่าวสารไม่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.18 การออกแบบ website ไม่สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.14 และอัตราค่าบริการอินเทอร์เน็ตมีราคาสูง มีค่าเฉลี่ย 3.05 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พฤติกรรมกรรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ตารางที่ 24 – 79)

4.1 พฤติกรรมกรรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 24 - 37)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และร้อยละของเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามเพศ

ชนิดเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์	170	95.5	209	94.1	379	94.8
พีดีเอ	4	2.2	1	0.5	5	1.2
โทรศัพท์มือถือ	4	2.2	12	5.4	16	4.0

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 95.5 รองลงมาคือ พีดีเอและ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 2.2

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ เลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ เช่นกันเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 94.1 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 5.4 และ พีดีเอ คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์จำแนกตามเพศ

รูปแบบการเชื่อมต่อ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Dial-up	12	6.7	22	9.9	34	8.5
ADSL	27	15.2	24	10.8	51	12.8
Wireless	133	74.7	167	75.2	300	75.0
EDGE/GPRS/3G	6	3.4	9	4.1	15	3.8

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่าน รูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาคือ รูปแบบการเชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 15.2 รูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 6.7 และรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 75.2 รองลงมาคือ รูปแบบการเชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 10.8 รูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 9.9 รูปแบบการเชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์
จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	107	60.1	140	63.1	247	61.8
1 – 500 บาท	25	14.0	53	23.9	78	19.5
501 – 1,000 บาท	19	10.7	14	6.3	33	8.2
1,001 – 1,500 บาท	7	3.9	5	2.3	12	3.0
1,501 บาทขึ้นไป	20	11.2	10	4.5	30	7.5

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้
บริการ คิดเป็นร้อยละ 60.1 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.0 เสีย
ค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไปต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.2 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาทต่อเดือน คิด
เป็นร้อยละ 10.7 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเช่นเดียวกัน คิด
เป็นร้อยละ 63.1 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.9 เสียค่าใช้จ่าย
501 – 1,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.3 เสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไปต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ
4.5 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับ จำแนกตามเพศ

ประเภทข่าวสาร	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเมือง	83	11.5	55	6.5	138	8.8
เศรษฐกิจ	75	10.4	54	6.4	129	8.3
สังคม	105	14.5	103	12.3	208	13.3
บันเทิง	125	17.3	201	23.9	326	20.9
การศึกษา	118	16.3	146	17.4	264	16.9
กีฬา	81	11.2	48	5.7	129	8.3
การท่องเที่ยว	61	8.4	98	11.7	159	10.2
สุขภาพ	68	9.4	130	15.5	198	12.7
อื่น ๆ	7	1.0	5	0.6	12	0.8

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกรับข่าวสารประเภทบันเทิง สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมาคือ ข่าวสารประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.3 ข่าวสารประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 14.5 ข่าวสารประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 11.5 ข่าวสารประเภทกีฬา คิดเป็นร้อยละ 11.2 ข่าวสารประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.4 ข่าวสารประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 9.4 ข่าวสารประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.4 และข่าวสารประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกรับข่าวสารประเภทบันเทิง สูงสุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 23.9 รองลงมาคือ ข่าวสารประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.4 ข่าวสารประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.5 ข่าวสารประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 12.3 ข่าวสารประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 11.7 ข่าวสารประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 6.5 ข่าวสารประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.4 ข่าวสารประเภทกีฬา คิดเป็นร้อยละ 5.7 และข่าวสารประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทสื่อออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ
จำแนกตามเพศ

ประเภทสื่อออนไลน์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กระดานข่าวของกลุ่มข่าว	127	34.6	145	34.5	272	34.6
กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ	52	14.2	83	19.8	135	17.2
บริการรายชื่อไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์	58	15.8	46	11.0	104	13.2
กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์	61	16.6	47	11.2	108	13.7
นิตยสารออนไลน์ และหนังสือ พิมพ์ออนไลน์	69	18.8	99	23.6	168	21.3

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าว สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมาคือ นิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 18.8 กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 16.6 บริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 15.8 และกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 14.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าว สูงสุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ นิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 23.6 กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 19.8 กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 11.2 และบริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และร้อยละของการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ จำแนกตามเพศ

การใช้ประโยชน์	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อรู้เหตุการณ์	164	38.4	200	36.6	364	37.4
เพื่อช่วยในการตัดสินใจ	43	10.1	62	11.3	105	10.8
เพื่อใช้ในการสนทนา	93	21.8	84	15.4	177	18.2
เพื่อความบันเทิง	90	21.1	157	28.7	247	25.4
เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจใน สิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว	31	7.3	40	7.3	71	7.3
อื่น ๆ	6	1.4	4	0.7	10	1.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่นๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์เพื่อรู้เหตุการณ์ สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 38.4 รองลงมาคือ เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 21.8 เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 21.1 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 10.1 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์เพื่อรู้เหตุการณ์ เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 28.7 เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 15.4 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 11.3 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.3 และอื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามเพศ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	45	25.3	53	23.9	98	24.5
บุคคลในครอบครัว	15	8.4	13	5.9	28	7.0
ครู – อาจารย์	33	18.5	29	13.1	62	15.5
ตนเอง	85	47.8	127	57.2	212	53.0

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มากที่สุดคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 18.5 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 8.4 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มากที่สุดคือ ตนเอง เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 23.9 ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 13.1 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และร้อยละของช่วงเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นประจำ
จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
06:01 – 09:00 น.	3	1.7	3	1.4	6	1.5
09:01 – 12:00 น.	1	0.6	10	4.5	11	2.8
12:01 – 15:00 น.	39	21.9	38	17.1	77	19.2
15:01 – 18:00 น.	7	3.9	15	6.8	22	5.5
18:01 – 21:00 น.	59	33.1	80	36.0	139	34.8
21:01 – 24:00 น.	40	22.5	69	31.1	109	27.2
00:01 – 03:00 น.	26	14.6	7	3.2	33	8.2
03:01 – 06:00 น.	3	1.7	0	0.0	3	0.8

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย รับข่าวสารในช่วงเวลา 18:01–21:00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมา รับข่าวสารในช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.5 รับข่าวสารในช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.9 รับข่าวสารในช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.6 รับข่าวสารในช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.9 รับข่าวสารในช่วงเวลา 06:01 – 09:00 น. และ 03:01 – 06:00 น. คิดเป็นร้อยละ 1.7 และรับข่าวสารช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง รับข่าวสารในช่วงเวลา 18:01 – 21:00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา รับข่าวสารในช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.1 รับข่าวสารในช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 17.1 รับข่าวสารในช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 6.8 รับข่าวสารในช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.5 รับข่าวสารในช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 และรับข่าวสารในช่วงเวลา 06:01 – 09:00 น. คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์จำแนกตามเพศ

สถานที่	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พักอาศัย	98	55.1	121	54.5	219	54.8
บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	66	37.1	87	39.2	153	38.2
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	7	3.9	8	3.6	15	3.8
ที่ทำงาน	7	3.9	6	2.7	13	3.2

จากตารางที่ 32 พบว่า สถานที่ในการรับข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกรับข่าวสารสูงสุด คือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 37.1 ร้านบริการอินเทอร์เน็ตและที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

สถานที่ในการรับข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกรับข่าวสารสูงสุด คือ ที่พักอาศัย เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 39.2 ร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 3.6 และที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข่าวสารออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้
บริการจำแนกตามเพศ

แหล่งข่าวสาร	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค้นจาก Search Engine	154	49.0	188	45.4	342	47.0
จากสื่อโฆษณา	58	18.5	81	19.6	139	19.1
จากบุคคลแนะนำ	37	11.8	52	12.6	89	12.2
จาก Link ของ Website ที่เคย ใช้บริการ	65	20.7	93	22.5	158	21.7

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย เลือกแหล่งข่าวสารจากการค้นจาก Search Engine มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20.7 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 18.5 และจากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เลือกแหล่งข่าวสารจากการค้นจาก Search Engine มากที่สุด เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 22.5 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 19.6 และจากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามเพศ

ความถี่	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	115	64.6	77	34.7	192	48.0
2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์	49	27.5	110	49.5	159	39.8
สัปดาห์ละครั้ง	12	6.7	26	11.7	38	9.5
เดือนละครั้ง	2	1.1	7	3.2	9	2.2
นานกว่าเดือนละครั้ง	0	0.0	2	0.9	2	0.5

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาคือ รับข่าวสาร 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 27.5 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 6.7 และรับข่าวสารเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมาคือ รับข่าวสารทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.7 รับข่าวสารเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.2 และรับข่าวสารนานกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน และร้อยละของระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามเพศ

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 นาที	35	19.7	41	18.5	76	19.0
ตั้งแต่ 30 – 60 นาที	53	29.8	64	28.8	117	29.2
ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม.	64	36.0	92	41.4	156	39.0
ตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม.	6	3.4	12	5.4	18	4.5
ตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป	20	11.2	13	5.9	33	8.2

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้เวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือ ใช้เวลารับข่าวสารตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 29.8 ใช้เวลารับข่าวสารต่ำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 19.7 ใช้เวลารับข่าวสารตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.2 และใช้เวลารับข่าวสารตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้เวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ ใช้เวลาตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 28.8 ใช้เวลารับข่าวสารต่ำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 18.5 ใช้เวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.9 และใช้เวลาตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 5.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป หรือไม่ จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็น	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกรับข่าวสารต่อไป	176	98.9	221	99.5	397	99.2
ไม่เลือกรับข่าวสาร	2	1.1	1	0.5	3	0.8

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 98.9 และไม่เลือกรับข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไปเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 99.5 และไม่เลือกรับข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามเพศ

ปัจจัยในการเลือกรับข่าวสาร	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร	3.48 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
ความรวดเร็วของข่าวสาร	3.72 (มาก)	3.93 (มาก)
ความถูกต้องของข่าวสาร	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)
เนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	3.10 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการใช้บริการ	3.73 (มาก)	3.90 (มาก)
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก	3.33 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)
รูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ	3.49 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
การออกแบบ website มีความสวยงาม	3.42 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
มีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ	3.24 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นด้วยระดับมาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมาคือ ปัจจัยความเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.72 ปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.56 และปัจจัยความถูกต้องของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.55 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.49 รองลงมาคือ ปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.48 ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.42 ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.33 ปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.24 และปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นด้วยระดับมาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความรวดเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาคือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.90 ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.69 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสาร 3.64 ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.62 ปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.57 และปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.41 รองลงมาคือ ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.21 และปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.12 ตามลำดับ

4.2 พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 38 – 51)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และร้อยละของเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามอายุ

ชนิดเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
คอมพิวเตอร์	238	93.7	61	96.8	61	95.3	19	100.0
พีดีเอ	4	1.6	0	0.0	1	1.6	0	0.0
โทรศัพท์มือถือ	12	4.7	2	3.2	2	3.1	0	0.0

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.7 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 4.7 และพีดีเอ คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี เลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.8 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 3.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี เลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 3.1 และพีดีเอ คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป เลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์จำแนกตามอายุ

รูปแบบการเชื่อมต่อ	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
Dial-up	20	7.9	3	4.8	5	7.8	6	31.6
ADSL	37	14.6	8	12.7	5	7.8	1	5.3
Wireless	189	74.4	46	73.0	54	84.4	11	57.9
EDGE/GPRS/3G	8	3.1	6	9.5	0	0.0	1	5.3

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมาเชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 14.6 เชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 7.9 และเชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาเชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 12.7 เชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 9.5 และเชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 84.4 รองลงมาเชื่อมต่อแบบ Dial-up และ ADSL คิดเป็นร้อยละ 7.8

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาเชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 31.6 เชื่อมต่อแบบ ADSL และ EDGE คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์
จำแนกตามอายุ

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	173	68.1	36	57.1	32	50.0	6	31.6
1 – 500 บ.	52	20.5	15	23.8	10	15.6	1	5.3
501 – 1,000 บ.	14	5.5	9	14.3	7	10.9	3	15.8
1,001 – 1,500 บ.	5	2.0	0	0.0	4	6.2	3	15.8
1,501 บาทขึ้นไป	10	3.9	3	4.8	11	17.2	6	31.6

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 68.1 รองลงมาเสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บ. คิดเป็นร้อยละ 20.5 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บ. คิดเป็นร้อยละ 5.5 เสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.9 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปีส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาเสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บ. คิดเป็นร้อยละ 23.8 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บ. คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ เสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปีส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาเสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.2 เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บ. คิดเป็นร้อยละ 15.6 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บ. คิดเป็นร้อยละ 10.9 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บ. คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ไม่เสียค่าใช้จ่ายและเสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไปต่อเดือนในการใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมาเสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บ. และ 1,001 – 1,500 บ. คิดเป็นร้อยละ 15.8 และเสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บ. คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับ จำแนกตามอายุ

ประเภทข่าวสาร	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
การเมือง	67	7.6	21	7.8	34	11.0	16	15.0
เศรษฐกิจ	54	6.1	18	6.7	39	12.6	18	16.8
สังคม	105	11.9	39	14.6	45	14.6	19	17.8
บันเทิง	211	24.0	52	19.4	50	16.2	13	12.1
การศึกษา	155	17.6	40	14.9	50	16.2	19	17.8
กีฬา	69	7.8	19	7.1	31	10.0	10	9.3
การท่องเที่ยว	94	10.7	33	12.3	28	9.1	4	3.7
สุขภาพ	118	13.4	41	15.3	31	10.0	8	7.5
อื่น ๆ	6	0.7	5	1.9	1	0.3	0	0.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกรับข่าวสารประเภทบันเทิง สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาคือ ประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.6 ประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 13.4 ประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 11.9 ประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.7 ประเภทกีฬา คิดเป็นร้อยละ 7.8 ประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 7.6 ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.1 และประเภทอื่น ๆ ได้แก่เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี เลือกรับข่าวสารประเภทบันเทิง สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 19.4 รองลงมาคือ ประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.3 ประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 14.9 ประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 14.6 ประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 12.3 ประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 7.8 ประเภทกีฬา คิดเป็นร้อยละ 7.1 ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.7 และประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี เลือกรับข่าวสารประเภทบันเทิงและการศึกษา สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 16.2 รองลงมาคือ ประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 14.6 ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.6 ประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 11 ประเภทกีฬาและสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.1 และประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป เลือกรับข่าวสารประเภทสังคมและการศึกษา สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 17.8 รองลงมาคือ ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 16.8 ประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 15 ประเภทบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 12.1 ประเภทกีฬา คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 7.5 และประเภทการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทสื่อออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ
จำแนกตามอายุ

ประเภทสื่อออนไลน์	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
กระดานข่าวของกลุ่ม ข่าว	192	42.6	44	35.5	33	20.0	3	6.4
กระดานข่าวประจำ เว็บไซต์ต่าง ๆ	92	20.4	27	21.8	14	8.5	2	4.3
บริการรายชื่อ ไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์	33	7.3	13	10.5	41	24.8	17	36.2
กลุ่มองค์กรข่าว ออนไลน์	39	8.6	17	13.7	38	23.0	14	29.8
นิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ ออนไลน์	95	21.1	23	18.5	39	23.6	11	23.4

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อ
ออนไลน์ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าว สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาคือ ประเภท
นิตยสารและหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 21.1 ประเภทกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ
คิดเป็นร้อยละ 20.4 ประเภทกลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 8.6 และบริการรายชื่อ
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทกระดานข่าว
ของกลุ่มข่าวสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ ประเภทกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิด
เป็นร้อยละ 21.8 ประเภทนิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 18.5 ประเภท
กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 13.7 และบริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็น
ร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทบริการ รายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมาคือ ประเภทนิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 23.6 ประเภทกลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 23.0 ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าว คิดเป็นร้อยละ 20.0 และกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทบริการ รายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาคือ ประเภทกลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 29.8 ประเภทนิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 23.4 ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าว คิดเป็นร้อยละ 6.4 และประเภทกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน และร้อยละของการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ จำแนกตามอายุ

การใช้ประโยชน์	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เพื่อรู้เหตุการณ์	225	34.9	58	36.9	62	45.3	19	52.8
เพื่อช่วยในการตัดสินใจ	72	11.2	23	14.6	7	5.1	3	8.3
เพื่อใช้ในการสนทนา	102	15.8	29	18.5	35	25.5	11	30.6
เพื่อความบันเทิง	185	28.7	35	22.3	26	19.0	1	2.8
เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว	52	8.1	10	6.4	7	5.1	2	5.6
อื่น ๆ	8	1.2	2	1.3	0	0.0	0	0.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์ สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 34.9 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 28.7 เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 15.8 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 11.2 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 8.1 และอื่น ๆ ได้แก่ การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์ สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.9 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 22.3 เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 18.5 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 14.6 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือ

สนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 6.4 และอื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษา
หาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์
สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 25.5 เพื่อความบันเทิง
คิดเป็นร้อยละ 19.0 เพื่อช่วยในการตัดสินใจและ เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการ
ตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 5.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์
สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 30.6 เพื่อช่วยในการ
ตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 8.3 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้
กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 5.6 และเพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามอายุ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30 ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เพื่อน	71	28.0	16	25.4	8	12.5	3	15.8
บุคคลในครอบครัว	11	4.3	4	6.3	12	18.8	1	5.3
ครู – อาจารย์	16	6.3	7	11.1	26	40.6	13	68.4
ตนเอง	156	61.4	36	57.1	18	28.1	2	10.5

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 20 ปี คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 6.3 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสูงสุด ของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 25.4 ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 11.1 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสูงสุด ของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี คือ ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 28.1 บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 18.8 และเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสูงสุด ของผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป คือ ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 68.4 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 10.5 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน และร้อยละของช่วงเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นประจำ
จำแนกตามอายุ

ช่วงเวลา	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
06:01 – 09:00 น.	6	2.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0
09:01 – 12:00 น.	7	2.8	2	3.2	2	3.1	0	0.0
12:01 – 15:00 น.	14	5.5	17	27.0	35	54.7	11	57.9
15:01 – 18:00 น.	16	6.3	2	3.2	3	4.7	1	5.3
18:01 – 21:00 น.	97	38.2	20	31.7	15	23.4	7	36.8
21:01 – 24:00 น.	91	35.8	16	25.4	2	3.1	0	0.0
00:01 – 03:00 น.	22	8.7	4	6.3	7	10.9	0	0.0
03:01 – 06:00 น.	1	0.4	2	3.2	0	0.0	0	0.0

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ใน
ในช่วงเวลา 18:01–21:00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น.
คิดเป็นร้อยละ 35.8 ช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.7 ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิด
เป็นร้อยละ 6.3 ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 5.5 ช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. คิดเป็น
ร้อยละ 2.8 ช่วงเวลา 06:01 – 09:00 น. คิดเป็นร้อยละ 2.4 และช่วงเวลา 03:01 – 06:00 น. คิดเป็น
ร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 -25 ปี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ในช่วงเวลา 18:01–21:00 น.
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 27.0 ช่วงเวลา
21:01 – 24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 25.4 ช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 6.3 ช่วงเวลา 09:01
– 12:00 น. ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. และช่วงเวลา 03:01 – 06:00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 -30 ปี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ใน ช่วงเวลา 12:01 – 15:00
น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 18:01 – 21:00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.4
ช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 10.9 ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.7
ช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. และช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ในช่วงเวลา 12:01 - 15:00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 18:01 – 21:00 น. คิดเป็นร้อยละ 36.8 ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามอายุ

สถานที่	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30 ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ที่พักอาศัย	154	60.6	31	49.2	23	35.9	11	57.9
บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	88	34.6	29	46.0	29	45.3	7	36.8
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	12	4.7	3	4.8	0	0.0	0	0.0
ที่ทำงาน	0	0.0	0	0.0	12	18.8	1	5.3

จากตารางที่ 46 พบว่า สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 34.6 ร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุดคือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 46.0 ร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี ส่วนใหญ่เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ มากที่สุดคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 35.9 ที่ทำงาน 18.8 ตามลำดับ

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์คือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 36.8 ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข่าวสารออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้
บริการ จำแนกตามอายุ

แหล่งข่าวสาร	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ค้นจาก Search Engine	207	42.9	54	46.6	62	59.6	19	73.1
จากสื่อโฆษณา	104	21.6	20	17.2	12	11.5	3	11.5
จากบุคคลแนะนำ	67	13.9	12	10.3	9	8.7	1	3.8
จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ	104	21.6	30	25.9	21	20.2	3	11.5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี เลือกแหล่งข่าวสารจากการค้นจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ จากสื่อโฆษณาและ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.6 และ จากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี เลือกแหล่งข่าวสารจากการค้นจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 46.6 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 25.9 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 17.2 และ จากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี เลือกแหล่งข่าวสารจากการค้นจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 20.2 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 11.5 และ จากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป เลือกแหล่งข่าวสารจากการค้นจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการและ จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 11.5 และ จากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามอายุ

ความถี่	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ทุกวัน	94	37.0	30	47.6	51	79.7	17	89.5
2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์	124	48.8	23	36.5	10	15.6	2	10.5
สัปดาห์ละครั้ง	28	11.0	7	11.1	3	4.7	0	0.0
เดือนละครั้ง	7	2.8	2	3.2	0	0.0	0	0.0
นานกว่าเดือนละครั้ง	1	0.4	1	1.6	0	0.0	0	0.0

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ รับข่าวสารทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.0 รับข่าวสารเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.8 และรับข่าวสารนานกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกวัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.6 รับข่าวสาร 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 36.5 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.1 รับข่าวสารเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.2 และรับข่าวสารนานกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี ส่วนใหญ่รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 79.7 รองลงมารับข่าวสาร 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.6 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 89.5 รองลงมาคือ รับข่าวสาร 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.5

ตารางที่ 49 แสดงจำนวน และร้อยละของระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามอายุ

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ต่ำกว่า 30 นาที	57	22.4	9	14.3	7	10.9	3	15.8
ตั้งแต่ 30 – 60 นาที	90	35.4	20	31.7	5	7.8	2	10.5
ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม.	83	32.7	24	38.1	41	64.1	8	42.1
ตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม.	13	5.1	4	6.3	0	0.0	1	5.3
ตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป	11	4.3	6	9.5	11	17.2	5	26.3

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 30 – 60 นาที มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.4 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. คิดเป็นร้อยละ 32.7 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 22.4 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 5.1 และใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี ใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. โดยเฉลี่ยต่อครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.1 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 31.7 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 14.3 ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.5 และใช้ระยะเวลา ตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. โดยเฉลี่ยต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 64.1 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.2 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.9 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 30 – 60 นาที โดยเฉลี่ยต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป ใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.3 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.8 ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 10.5 และใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป หรือ ไม่ จำแนกตามอายุ

ความคิดเห็น	อายุ							
	ไม่เกิน 20 ปี		อายุ 21 – 25 ปี		อายุ 26 – 30ปี		อายุ 31 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เลือกรับข่าวสารต่อไป	251	98.8	63	100.0	64	100.0	19	100.0
ไม่เลือกรับข่าวสาร	3	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี มีความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 98.8 และไม่เลือกรับข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26- 30 ปี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยในการเลือกรับ ข่าวสาร	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	อายุ 21 – 25 ปี	อายุ 26 – 30ปี	อายุ 31 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร	3.68 (มาก)	3.50 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วของข่าวสาร	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ความถูกต้องของข่าวสาร	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)
เนื้อหา รายละเอียด ครบถ้วน	3.68 (มาก)	3.57 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	3.21 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการใช้ บริการ	3.98 (มาก)	3.82 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ website ให้ เป็นที่รู้จัก	3.50 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)
รูปแบบการนำเสนอ ข่าวสารที่น่าสนใจ	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
การออกแบบ website มี ความสวยงาม	3.61 (มาก)	3.53 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
มีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิด ปัญหาการใช้บริการ	3.20 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี เห็นด้วยระดับมาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.98 รองลงมาคือ ปัจจัยความรวดเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.95 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.75 ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสารและปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.68 ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.61 และ ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี เห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมาคือ ปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.20

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี เห็นด้วยระดับมาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความรวดเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.60 ปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วนและ ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.57 ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.53 และปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.50 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 - 25 ปี เห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาคือ ปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.09 และ ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.93 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 26 - 30 ปี เห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความรวดเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.42 รองลงมาคือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.37 ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.26 ปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วนและ ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.21 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.10 ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จักและ ปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.07 และปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 30 ปีขึ้นไป เห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.41 รองลงมาคือ ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.36 ปัจจัยความรวดเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.31 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสารและ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.26 ปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วนและ ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.21 ปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการและ ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามการศึกษาที่กำลังศึกษา (ตารางที่ 52 – 65)

ตารางที่ 52 แสดงจำนวน และร้อยละของเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ชนิดเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์	287	94.1	92	96.8
พีดีเอ	4	1.3	1	1.1
โทรศัพท์มือถือ	14	4.6	2	2.1

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เลือกใช้คอมพิวเตอร์ ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 94.1 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 4.6 และพีดีเอ คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เลือกใช้คอมพิวเตอร์ ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 96.8 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 2.1 และพีดีเอ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

รูปแบบการเชื่อมต่อ	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Dial-up	23	7.5	11	11.6
ADSL	45	14.8	6	6.3
Wireless	223	73.1	77	81.1
EDGE/GPRS/3G	14	4.6	1	1.1

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ เชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 14.8 เชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 7.5 และเชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless คิดเป็นร้อยละ 81.1 รองลงมาคือ เชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 11.6 เชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 6.3 และเชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงจำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์
จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	199	65.2	48	50.5
1 – 500 บาท	66	21.6	12	12.6
501 – 1,000 บาท	23	7.5	10	10.5
1,001 – 1,500 บาท	5	1.6	7	7.4
1,501 บาทขึ้นไป	12	3.9	18	18.9

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.6 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.5 เสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.9 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.9 เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.6 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.5 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ประเภทข่าวสาร	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเมือง	82	7.6	56	11.7
เศรษฐกิจ	65	6.0	64	13.4
สังคม	133	12.2	75	15.7
บันเทิง	254	23.4	72	15.1
การศึกษา	187	17.2	77	16.1
กีฬา	82	7.6	47	9.9
การท่องเที่ยว	119	11.0	40	8.4
สุขภาพ	153	14.1	45	9.4
อื่นๆ	11	1.0	1	0.2

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยี

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี เลือกรับข่าวสารประเภทบันเทิงสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 23.4 รองลงมาคือ ประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.2 ประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 14.1 ประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 12.2 ประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 11.0 ประเภทการเมืองและกีฬา คิดเป็นร้อยละ 7.6 ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.0 และประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เลือกรับข่าวสารประเภทการศึกษาสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 16.1 รองลงมาคือ ประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 15.7 ประเภทบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 15.1 ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.4 ประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 11.7 ประเภทกีฬา คิดเป็นร้อยละ 9.9 ประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 9.4 ประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.4 และประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทสื่อออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ
จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ประเภทสื่อออนไลน์	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กระดานข่าวของกลุ่มข่าว	230	42.3	42	17.3
กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ	117	21.5	18	7.4
บริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์	39	7.2	65	26.7
กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์	47	8.6	61	25.1
นิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ ออนไลน์	111	20.4	57	23.5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าวสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ ประเภทกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 21.5 ประเภทนิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 20.4 ประเภทองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 8.6 และประเภทบริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทบริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาคือ ประเภทกลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 25.1 ประเภทนิตยสารออนไลน์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 23.5 ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าว คิดเป็นร้อยละ 17.3 และประเภทกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ 7.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงจำนวน และร้อยละของการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

การใช้ประโยชน์	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อรู้เหตุการณ์	272	35.1	92	46.5
เพื่อช่วยในการตัดสินใจ	94	12.1	11	5.6
เพื่อใช้ในการสนทนา	122	15.7	55	27.8
เพื่อความบันเทิง	217	28.0	30	15.2
เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว	61	7.9	10	5.1
อื่นๆ	10	1.3	0	0.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่นๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 28.0 เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 15.7 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 12.1 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.9 และอื่นๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 27.8 เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 15.2 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 5.6 และเพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 5.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	82	26.9	16	16.8
บุคคลในครอบครัว	14	4.6	14	14.7
ครู – อาจารย์	19	6.2	43	45.3
ตนเอง	190	62.3	22	23.2

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 6.2 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มากที่สุด คือ ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 23.2 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงจำนวน และร้อยละของช่วงเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นประจำ
จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ช่วงเวลา	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
06:01 – 09:00 น.	6	2.0	0	0.0
09:01 – 12:00 น.	9	3.0	2	2.1
12:01 – 15:00 น.	23	7.5	54	56.8
15:01 – 18:00 น.	18	5.9	4	4.2
18:01 – 21:00 น.	113	37.0	26	27.4
21:01 – 24:00 น.	107	35.1	2	2.1
00:01 – 03:00 น.	26	8.5	7	7.4
03:01 – 06:00 น.	3	1.0	0	0.0

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ในช่วงเวลา 18:01 – 21:00 น. สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 35.1 ช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.5 ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 7.5 ช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.0 ช่วงเวลา 06:01 – 09:00 น. คิดเป็นร้อยละ 2.0 และช่วงเวลา 03:01 – 06:00 น. คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ในช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 18:01 น. – 21:00 น. คิดเป็นร้อยละ 27.4 ช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 7.4 ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.2 ช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. และช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

สถานที่	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พักอาศัย	183	60.0	36	37.9
บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	108	35.4	45	47.4
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	14	4.6	1	1.1
ที่ทำงาน	0	0.0	13	13.7

จากตารางที่ 60 พบว่า สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สูงสุด คือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 35.4 และร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สูงสุด คือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมาคือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 37.9 ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข่าวสารออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้
บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

แหล่งข่าวสาร	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค้นจาก Search Engine	250	43.2	92	61.7
จากสื่อโฆษณา	122	21.1	17	11.4
จากบุคคลแนะนำ	77	13.3	12	8.1
จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ	130	22.5	28	18.8

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี เลือกแหล่งข่าวสารออนไลน์จากการค้นหาจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 22.5 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 21.1 และจากบุคคลแนะนำ 13.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เลือกแหล่งข่าวสารออนไลน์จากการค้นหาจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 61.7 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 18.8 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 11.4 และจากบุคคลแนะนำ 8.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ความถี่	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	114	37.4	78	82.1
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	145	47.5	14	14.7
สัปดาห์ละครั้ง	35	11.5	3	3.2
เดือนละครั้ง	9	3.0	0	0.0
นานกว่าเดือนละครั้ง	2	0.7	0	0.0

จากตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี รับข่าวสาร 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาคือ รับข่าวสารทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 37.4 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.5 รับข่าวสารเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.0 และรับข่าวสารนานกว่าเดือนละครั้ง 0.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่รับข่าวสารทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 82.1 รองลงมาคือ รับข่าวสาร 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 14.7 และรับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงจำนวน และร้อยละของระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 นาที	64	21.0	12	12.6
ตั้งแต่ 30 – 60 นาที	108	35.4	9	9.5
ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม.	100	32.8	56	58.9
ตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม.	17	5.6	1	1.1
ตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป	16	5.2	17	17.9

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี มีระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ตั้งแต่ 30 – 60 นาที โดยเฉลี่ยต่อครั้ง สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. คิดเป็นร้อยละ 32.8 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 21.0 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 5.6 และใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. โดยเฉลี่ยต่อครั้ง สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 58.9 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 17.9 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.6 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 9.5 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป หรือไม่ จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ความคิดเห็น	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา			
	ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกรับข่าวสารต่อไป	302	99.0	95	100.0
ไม่เลือกรับข่าวสาร	3	1.0	0	0.0

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเลือกที่จะรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 99.0 และไม่เลือกรับข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นเลือกที่จะรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา

ปัจจัยในการเลือกรับข่าวสาร	ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา	
	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร	3.65 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)
ความรวดเร็วของข่าวสาร	3.95 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ความถูกต้องของข่าวสาร	3.73 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)
เนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน	3.66 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	3.15 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการใช้บริการ	3.95 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก	3.45 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)
รูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ	3.70 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)
การออกแบบ website มีความสวยงาม	3.59 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
มีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ	3.16 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 65 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี เห็นด้วยระดับ
มาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความรวดเร็วของ
ข่าวสารและปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาคือ ปัจจัยความถูกต้องของ
ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.73 ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ปัจจัยเนื้อหา
รายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.66 ปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.65 และปัจจัยการ
ออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.59 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี เห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยใน
การเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้
เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.45 รองลงมาคือ ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.15 และปัจจัยมี
ผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.16 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เห็นด้วยระดับปานกลาง กับ ปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความรวดเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมาคือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.43 ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม 3.34 ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.29 ปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.25 ปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.23 ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 3.21 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.18 ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก 3.15 และปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ

4.4 พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา (ตารางที่ 66 – 79)

ตารางที่ 66 แสดงจำนวน และร้อยละของเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา

ชนิดเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์	80	96.4	149	93.1	150	95.5
พีดีเอ	1	1.2	3	1.9	1	0.6
โทรศัพท์มือถือ	2	2.4	8	5.0	6	3.8

จากตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ส่วนใหญ่เลือกใช้คอมพิวเตอร์ ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 96.40 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 2.4 และพีดีเอ คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่วนใหญ่เลือกใช้คอมพิวเตอร์ ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 93.1 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 5.0 และพีดีเอ คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ส่วนใหญ่เลือกใช้คอมพิวเตอร์ ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 95.5 รองลงมาคือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 3.8 และพีดีเอ คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงจำนวน และร้อยละของรูปแบบการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์จำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาที่ศึกษา

รูปแบบการเชื่อมต่อ	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Dial-up	5	6.0	12	7.5	17	10.8
ADSL	10	12.0	22	13.8	19	12.1
Wireless	68	81.9	116	72.5	116	73.9
EDGE/GPRS/3G	0	0.0	10	6.2	5	3.2

จากตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ส่วนใหญ่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless คิดเป็นร้อยละ 81.9 รองลงมาคือ เชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 12.0 และเชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่วนใหญ่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาคือเชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 13.8 เชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 7.5 และเชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ส่วนใหญ่เชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless คิดเป็นร้อยละ 73.9 รองลงมาคือเชื่อมต่อแบบ ADSL คิดเป็นร้อยละ 12.1 เชื่อมต่อแบบ Dial-up คิดเป็นร้อยละ 10.8 และเชื่อมต่อแบบ EDGE/GPRS/3G คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงจำนวน และร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์
จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เสียค่าใช้จ่าย	50	60.2	112	70.0	85	54.1
1 – 500 บาท	13	15.7	27	16.9	38	24.2
501 – 1,000 บาท	8	9.6	10	6.2	15	9.6
1,001 – 5,000 บาท	4	4.8	2	1.2	6	3.8
1,501 บาทขึ้นไป	8	9.6	9	5.6	13	8.3

จากตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.7 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท และ 1,501 บาทขึ้นไป ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และ เสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 5,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.9 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 6.2 เสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไป ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 5,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาคือ เสียค่าใช้จ่าย 1 – 500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.2 เสียค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.6 เสียค่าใช้จ่าย 1,501 บาทขึ้นไป ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และเสียค่าใช้จ่าย 1,001 – 5,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทข่าวสารที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกรับ จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ประเภทข่าวสาร	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเมือง	30	8.9	45	7.2	63	10.5
เศรษฐกิจ	26	7.7	47	7.5	56	9.3
สังคม	43	12.7	79	12.6	86	14.3
บันเทิง	66	19.5	131	21.0	129	21.5
การศึกษา	61	18.0	110	17.6	93	15.5
กีฬา	30	8.9	60	9.6	39	6.5
การท่องเที่ยว	34	10.1	70	11.2	55	9.2
สุขภาพ	47	13.9	77	12.3	74	12.3
อื่น ๆ	1	0.3	6	1.0	5	0.8

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี

จากตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ เลือกรับข่าวสารประเภทบันเทิงสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 19.5 รองลงมาคือ ประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.0 ประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 13.9 ประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 12.7 ประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.1 ประเภทการเมืองและกีฬา คิดเป็นร้อยละ 8.9 ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.7 และประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เลือกรับข่าวสารประเภทบันเทิงสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 21.0 รองลงมาคือ ประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 17.6 ประเภทสังคม คิดเป็นร้อยละ 12.6 ประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 12.3 ประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 11.2 ประเภทกีฬา คิดเป็นร้อยละ 9.6 ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.5 ประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ 7.2 และประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เลือกรับข่าวสารประเภท
บันเทิงสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมาคือ ประเภทการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15.5 ประเภท
สังคม คิดเป็นร้อยละ 14.3 ประเภทสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 12.3 ประเภทการเมือง คิดเป็นร้อยละ
10.5 ประเภทเศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประเภทการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.2 ประเภทกีฬา
คิดเป็นร้อยละ 6.5 และประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 70 แสดงจำนวน และร้อยละของประเภทสื่อออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการ
จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ประเภทสื่อออนไลน์	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กระดานข่าวของกลุ่มข่าว	60	33.9	109	34.0	103	35.6
กระดานข่าวประจำเว็บไซต์ ต่าง ๆ	35	19.8	51	15.9	49	17.0
บริการรายชื่อไปรษณีย์ อิเล็กทรอนิกส์	23	13.0	44	13.7	37	12.8
กลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์	21	11.9	49	15.3	38	13.1
นิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์	38	21.5	68	21.2	62	21.5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าวสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ ประเภทนิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 21.5 ประเภทกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 19.8 ประเภทบริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 13.0 และประเภทกลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าวสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือ ประเภทนิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 21.2 ประเภทกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 15.9 ประเภทกลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 15.3 ประเภทบริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ประเภทกระดานข่าวของกลุ่มข่าวสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาคือ ประเภทนิตยสารออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 21.5 ประเภทกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 17.0 ประเภทกลุ่มองค์กรข่าวออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 13.1 และประเภทบริการรายชื่อไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 71 แสดงจำนวน และร้อยละของการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

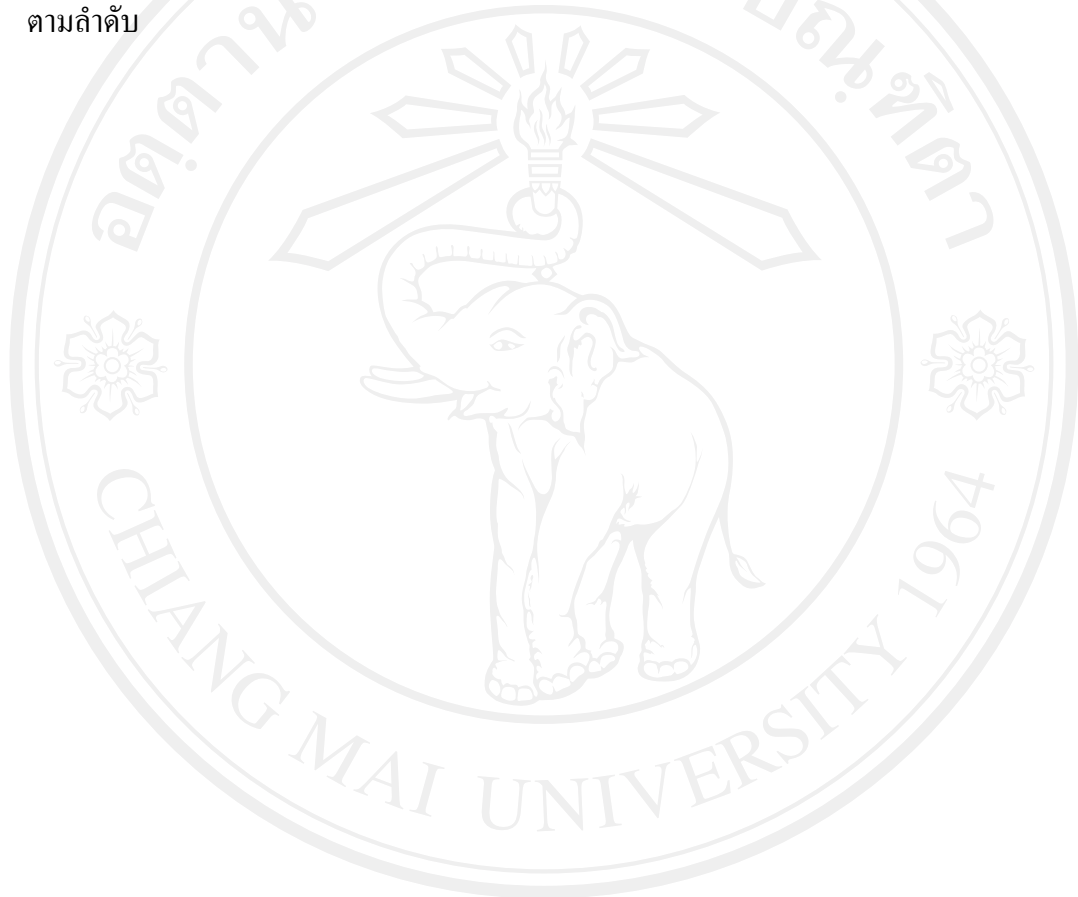
การใช้ประโยชน์	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อรู้เหตุการณ์	78	37.7	144	36.8	142	37.8
เพื่อช่วยในการตัดสินใจ	17	8.2	45	11.5	43	11.4
เพื่อใช้ในการสนทนา	42	20.3	70	17.9	65	17.3
เพื่อความบันเทิง	54	26.1	100	25.6	93	24.7
เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว	12	5.8	29	7.4	30	8.0
อื่น ๆ	4	1.9	3	0.8	3	0.8

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ และอื่นๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต

จากตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 26.1 เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 20.3 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 8.2 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 5.8 และอื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 25.6 เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 17.9 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 11.5 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.4 และอื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ นำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ เพื่อรู้เหตุการณ์สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ เพื่อความบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 24.7 เพื่อใช้ในการสนทนา คิดเป็นร้อยละ 17.3 เพื่อช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 11.4 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจในสิ่งที่ได้กระทำไปแล้ว คิดเป็นร้อยละ 8.0 และอื่น ๆ ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม เพื่อช่วยในการดำเนินชีวิต คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 72 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	23	27.7	43	26.9	32	20.4
บุคคลในครอบครัว	10	12.0	12	7.5	6	3.8
ครู – อาจารย์	8	9.6	22	13.8	32	20.4
ตนเอง	42	50.6	83	51.9	87	55.4

จากตารางที่ 72 พบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 27.7 บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 12.0 และ ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 9.6 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 13.8 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมาคือ เพื่อนและครู – อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 20.4 และบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

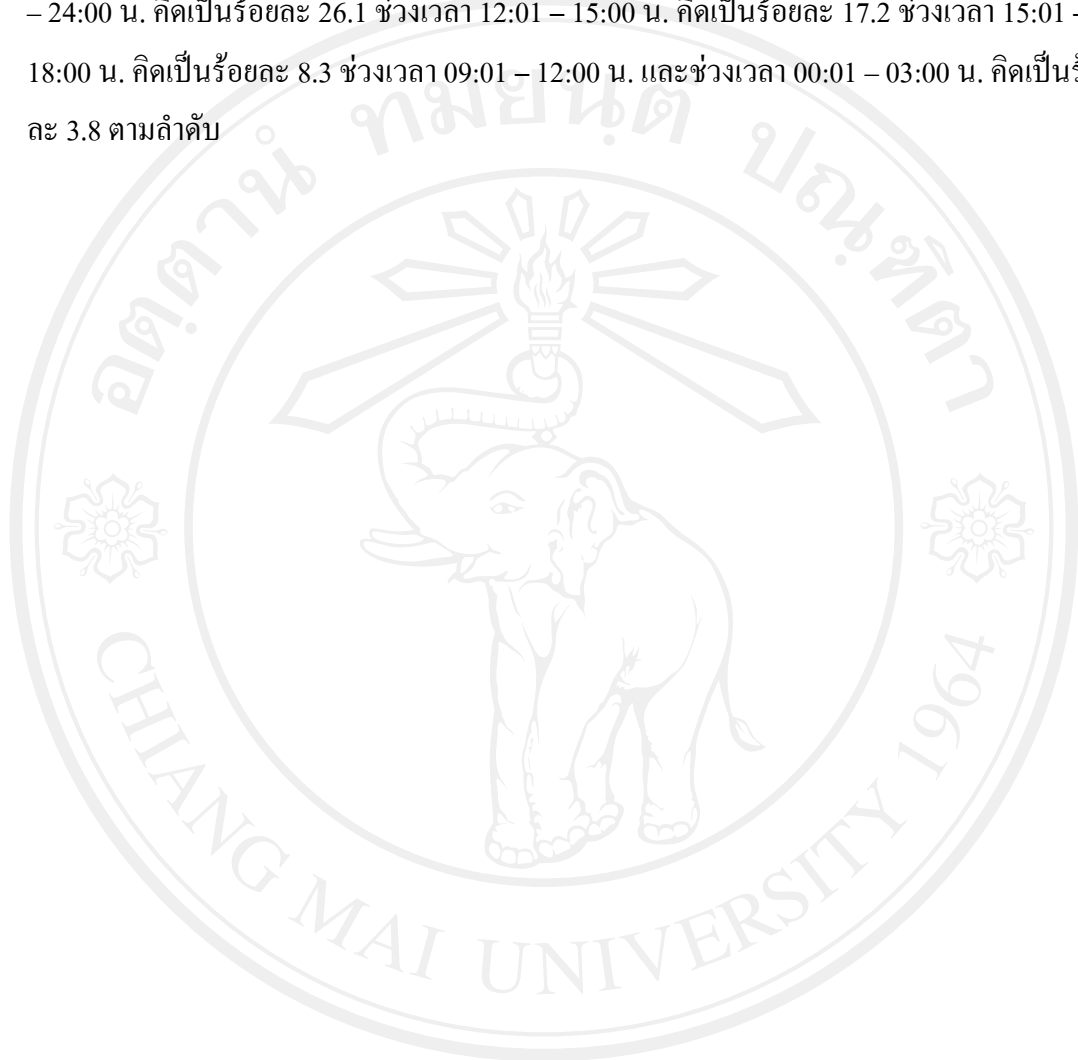
ตารางที่ 73 แสดงจำนวน และร้อยละของช่วงเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เป็นประจำ
จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ช่วงเวลา	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
06:01 – 09:00 น.	2	2.4	4	2.5	0	0.0
09:01 – 12:00 น.	2	2.4	3	1.9	6	3.8
12:01 – 15:00 น.	14	16.9	36	22.5	27	17.2
15:01 – 18:00 น.	2	2.4	7	4.4	13	8.3
18:01 – 21:00 น.	24	28.9	51	31.9	64	40.8
21:01 – 24:00 น.	25	30.1	43	26.9	41	26.1
00:01 – 03:00 น.	12	14.5	15	9.4	6	3.8
03:01 – 06:00 น.	2	2.4	1	0.6	0	0.0

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ในช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 18:01 – 21:00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.9 ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 16.9 ช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.5 ช่วงเวลา 06:01 – 09:00 น. ช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. และช่วงเวลา 03:01 – 06:00 น. คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ในช่วงเวลา 18:01 น. – 21:00 น. สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 26.9 ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 22.5 ช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 9.4 ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 4.4 ช่วงเวลา 06:01 – 09:00 น. คิดเป็นร้อยละ 2.5 ช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. คิดเป็นร้อยละ 1.9 และช่วงเวลา 03:01 – 06:00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ในช่วงเวลา 18:01 น. – 21:00 น. สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. คิดเป็นร้อยละ 26.1 ช่วงเวลา 12:01 – 15:00 น. คิดเป็นร้อยละ 17.2 ช่วงเวลา 15:01 – 18:00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.3 ช่วงเวลา 09:01 – 12:00 น. และช่วงเวลา 00:01 – 03:00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 74 แสดงจำนวน และร้อยละของสถานที่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

สถานที่	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่พักอาศัย	49	59.0	83	51.9	87	55.4
บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่	27	32.5	66	41.2	60	38.2
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	1	1.2	6	3.8	8	5.1
ที่ทำงาน	6	7.2	5	3.1	2	1.3

จากตารางที่ 74 พบว่า สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สูงสุด คือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 32.5 ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 7.2 และร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สูงสุด คือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 41.2 ร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 3.8 และที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สูงสุด คือ ที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมาคือ บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 38.2 ร้านบริการอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 5.1 และที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 75 แสดงจำนวน และร้อยละของแหล่งข่าวสารออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้
บริการ จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

แหล่งข่าวสาร	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ค้นจาก Search Engine	72	45.6	144	46.8	126	48.1
จากสื่อโฆษณา	32	20.3	60	19.5	47	17.9
จากบุคคลแนะนำ	19	12.0	37	12.0	33	12.6
จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ	35	22.2	67	21.8	56	21.4

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 75 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ เลือกแหล่งข่าวสารออนไลน์จากการค้นหาจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 22.2 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 20.3 และจากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เลือกแหล่งข่าวสารออนไลน์จากการค้นหาจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 46.8 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.8 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 19.5 และจากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เลือกแหล่งข่าวสารออนไลน์จากการค้นหาจาก Search Engine สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 รองลงมาคือ จาก Link ของ Website ที่เคยใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.4 จากสื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 17.9 และจากบุคคลแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 แสดงจำนวน และร้อยละของความถี่ในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ความถี่	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	38	45.8	80	50.0	74	47.1
2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์	35	42.2	62	38.8	62	39.5
สัปดาห์ละครั้ง	8	9.6	13	8.1	17	10.8
เดือนละครั้ง	2	2.4	4	2.5	3	1.9
นานกว่าเดือนละครั้ง	0	0.0	1	0.6	1	0.6

จากตารางที่ 76 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกวัน สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคือ รับข่าวสาร 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 42.2 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.6 และรับข่าวสารเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่วนใหญ่รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ รับข่าวสาร 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 38.8 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.1 รับข่าวสารเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5 และรับข่าวสารนานกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ รับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ทุกวัน สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมาคือ รับข่าวสาร 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39.5 รับข่าวสารสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.8 รับข่าวสารเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.9 และนานกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 77 แสดงจำนวน และร้อยละของระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 นาที	17	20.5	28	17.5	31	19.7
ตั้งแต่ 30 – 60 นาที	17	20.5	50	31.2	50	31.8
ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม.	37	44.6	64	40.0	55	35.0
ตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม.	4	4.8	5	3.1	9	5.7
ตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป	8	9.6	13	8.1	12	7.6

จากตารางที่ 77 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. โดยเฉลี่ยต่อครั้ง สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาต่ำกว่า 30 นาทีและ ตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 20.5 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 9.6 และตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. โดยเฉลี่ยต่อครั้ง สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 31.2 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 17.5 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.1 และใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ใช้ระยะเวลาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ตั้งแต่ 1 ชม. – 2 ชม. โดยเฉลี่ยต่อครั้ง สูงสุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 30 – 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 31.8 ใช้ระยะเวลาดำกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 19.7 ใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 3 ชม. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.6 และใช้ระยะเวลาตั้งแต่ 2 ชม. – 3 ชม. คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 78 แสดงจำนวน และร้อยละของความคิดเห็นในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป หรือไม่ จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ความคิดเห็น	กลุ่มสาขาวิชา					
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ		วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี		สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกรับข่าวสารต่อไป	83	100.0	158	98.8	156	99.4
ไม่เลือกรับข่าวสาร	0	0.0	2	1.2	1	0.6

จากตารางที่ 78 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเลือกที่จะรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชากลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเลือกที่จะรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 98.8 และไม่เลือกรับข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 1.2

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเลือกที่จะรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 99.4 และไม่เลือกรับข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามสาขาวิชาที่ศึกษา

ปัจจัยในการเลือกรับข่าวสาร	กลุ่มสาขาวิชา		
	วิทยาศาสตร์สุขภาพ	วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร	3.42 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
ความรวดเร็วของข่าวสาร	3.84 (มาก)	3.80 (มาก)	3.87 (มาก)
ความถูกต้องของข่าวสาร	3.43 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)	3.67 (มาก)
เนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน	3.43 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.57 (มาก)
ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	3.19 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
ความสะดวกในการใช้บริการ	3.83 (มาก)	3.82 (มาก)	3.83 (มาก)
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก	3.28 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
รูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ	3.48 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.64 (มาก)
การออกแบบ website มีความสวยงาม	3.42 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.60 (มาก)
มีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการใช้บริการ	3.15 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.09 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 79 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ เห็นด้วย
ระดับมาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความรวดเร็วของ
ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.84 รองลงมาคือ ปัจจัยความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ เห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัย
ในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ
มีค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมาคือ ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสารและปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน
มีค่าเฉลี่ย 3.43 ปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสารและปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มี

ค่าเฉลี่ย 3.42 ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.28 ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.19 และปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เห็นด้วยระดับมาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความสะดวกในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ ปัจจัยความเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.80 ปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.63 ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.62 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.61 และปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.52 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.44 รองลงมาคือ ปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.35 ปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.26 และปัจจัยค่าใช้จ่ายในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เห็นด้วยระดับมาก กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยความเร็วของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.87 รองลงมาคือ ปัจจัยความสะดวกในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.83 ปัจจัยความถูกต้องของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.67 ปัจจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ปัจจัยการออกแบบ website มีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.60 ปัจจัยความน่าเชื่อถือของข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.58 และปัจจัยเนื้อหา รายละเอียดครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เห็นด้วยระดับปานกลาง กับปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ลำดับแรกคือ ปัจจัยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ website ให้เป็นที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 3.36 รองลงมาคือ ปัจจัยค่าใช้จ่ายในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.17 และปัจจัยมีผู้ให้คำแนะนำกรณีเกิดปัญหาการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.09 ตามลำดับ