

การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์
และความพึงพอใจของผู้รับบริการ

นางสาวนภัสสร เดชสุวรรณ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFORMATION SERVICES THROUGH MOBILE PHONE
AND THE CLIENTS' USES AND GRATIFICATIONS

Miss Napassorn Dechsuwan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism and Information

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

500140

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์
และความพึงพอใจของผู้รับบริการ

โดย

นางสาวนภััสสร เดชสุวรรณ


สาขาวิชา

วารสารสนเทศ

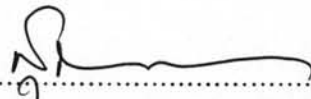
อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ)

.....  กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

นภัศร เดชสุวรรณ : การให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับบริการ. (INFORMATION SERVICES THROUGH MOBILE PHONE AND THE CLIENTS' USES AND GRATIFICATIONS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.พีระ จิรโสภณ, 156 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการกำหนดนโยบายการให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ขององค์กรธุรกิจบริการข่าวสารต่างๆ ลักษณะการรายงานข่าว ตลอดจนกระบวนการคัดเลือกข่าว รวมทั้งศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนผู้ใช้หรือเคยใช้บริการรายงานข่าวผ่านระบบเอสเอ็มเอสจำนวน 200 คน ซึ่งเก็บข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกวิเคราะห์ผลทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีทางสถิติ T-test และ One-way ANOVA โดยทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า องค์กรส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการให้บริการข่าวสารก็เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในการส่งข้อมูลข่าวสาร รายงานเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นไปยังประชาชนผู้มีความต้องการรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคม นอกจากนั้นยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของความทันสมัยให้แก่องค์กร และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่องค์กรอีกด้วย กระบวนการทำงานในการรายงานข่าวแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ การรับข้อมูลจากแหล่งข่าว การพิจารณาคัดเลือกข่าว การเรียบเรียงข่าว และการจัดส่งข่าว โดยในการส่งข้อความข่าวสามารถจัดส่งได้ครั้งละไม่เกิน 70 ตัวอักษร และมีเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวโดยพิจารณาในเรื่องของความรวดเร็วของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นประเด็นที่น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อผู้รับ

ข้อมูลจากการสำรวจผู้อ่านได้ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. ผู้รับบริการที่มีลักษณะประชากรทางด้านอายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับ - ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอสที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับ - ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอสที่แตกต่างกันทั้งในด้านการรับและการส่ง กลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับ - ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอสที่แตกต่างกันในด้านการรับ และกลุ่มที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับ - ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอสที่แตกต่างกันในด้านการส่ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ผู้รับบริการที่มีลักษณะประชากรทางด้านเพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากบริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน ในด้านความสามารถในการนำข้อมูลที่ได้รับไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับบุคคลอื่นได้และการใช้เพื่อความบันเทิง พักผ่อน หรืออ่านค้นเวลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ผู้รับบริการที่มีลักษณะประชากรทางด้านเพศ และอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจจากการรับบริการข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน ในแง่ของการรายงานข่าวมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ ระยะเวลา ความถี่ในการส่งข้อความข่าวมีความเหมาะสม และประเภทของข่าวที่มีให้บริการตรงกับความต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภาควิชา วารสารสนเทศ
สาขาวิชา วารสารสนเทศ
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อผู้วิจัย นภัศร
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

4785078828 : MAJOR JOURNALISM AND INFORMATION

KEY WORD: INFORMATION SERVICES / MOBILE PHONE / USES AND GRATIFICATIONS

NAPASSORN DECHSUWAN : INFORMATION SERVICES THROUGH MOBILE PHONE AND THE CLIENTS' USES AND GRATIFICATIONS. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF. PIRA CHIRASOPONE, Ph. D., 156 pp.

The purposes of this research aimed to study the policy about information services through mobile phone of business enterprises focusing on the news reporting and news selection policies. The research also to find out the uses and gratifications of service clients with different demographic characteristics. The research sample group were 200 clients who exposed to news reporting services through SMS system. The data were collected by survey research approach using questionnaire and in – depth interview. For statistic tests, T – test with One – Way Analysis of Variance (ANOVA) and Multiple Comparison of Scheffe Method were computed by SPSS/PC.

The findings reveal that most business enterprises have the same objectives of information service that is to provide more additional channels of information to satisfy the clients need to know what is going on in their society. In addition, the services will help constructing the image of modernization for the business enterprises as well as increasing their income. In general, the process of the services could be divided into 4 aspects : information receiving, news selection, news organization and news sending. The limitation of the length of news sending is not more than 70 letters at one time. The criteria of news selection emphasized on the rapidity and the important issues of what happened and the usefulness to the receivers.

Base on the survey findings the hypotheses testing were as follow :

- 1.The clients with different age, occupation and income level had their frequency in receiving and sending messages through SMS significant differences at .05
2. The clients with different gender, occupation and income level had their frequency to make use of information through SMS significant differences at .05
3. The clients with different gender and occupation had their degree of gratification to the information received through SMS significant differences at .05

Department Journalism

Student's Signature Napassorn

Field of Study Journalism and Information

Advisor's Signature 

Academic Year 2007

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากบุคคลหลายท่าน ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ อาจารย์ที่ปรึกษา รวมไปถึงคณะกรรมการในการสอบ ศาสตราจารย์สุกัญญา สุตบรรทัด ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์รจิตลักษณ์ แสงอุไร กรรมการในการสอบ ที่ช่วยให้คำชี้แนะแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และถามไถ่ด้วยความห่วงใยตลอดมา

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ คุณพ่อวิเชียร คุณแม่สุรางค์ ครอบครัวเดชสุวรรณ ครอบครัวชูโต และครอบครัวดิษฐชัมภะ ซึ่งเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดในชีวิตที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจเสมอมา อีกทั้งให้การสนับสนุนด้านการศึกษามาตลอดจนทำให้ลูกได้มีวันนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาคำวิจัย	7
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	7
ขอบเขตการวิจัย	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับสังคมข่าวสาร	10
ทฤษฎีองค์การ	13
แนวคิดเกี่ยวกับข่าว	19
ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร	26
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ	29
ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด	32
แนวคิดเกี่ยวกับเอสเอ็มเอส	33
แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศ	39
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
สมมติฐานการวิจัย	47
นิยามตัวแปร	48

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	49
แหล่งข้อมูลในการวิจัย	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
การทดสอบเครื่องมือ	55
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	58
การวิเคราะห์ข้อมูล	59
บทที่ 4 ผลการวิจัย	60
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	60
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	88
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	120
สรุปผลการวิจัย	121
การอภิปรายผลการวิจัย	132
ข้อเสนอแนะทั่วไป	144
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	145
รายการอ้างอิง	146
ภาคผนวก	149
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	156

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการตามเพศและอายุ	90
ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการตามอาชีพและระดับการศึกษา	91
ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการตามอาชีพและรายได้	92
ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละของภาษาที่ผู้ตอบระบุได้ใช้ในการรับ - ส่งเอสเอ็มเอส	93
ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละของความเห็นในการส่งเอสเอ็มเอส	93
ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละของความเห็นในการรับเอสเอ็มเอส	94
ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละของพฤติกรรมการรับ - ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอส	94
ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละของบุคคลในกลุ่มตัวอย่างใช้เอสเอ็มเอสเป็นช่องทางในการ สื่อสาร	95
ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละของลักษณะพฤติกรรมการรับข้อความทางเอสเอ็มเอส	95
ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ใน การส่งเอสเอ็มเอส	96
ตารางที่ 11 แสดงร้อยละขององค์กรที่กลุ่มตัวอย่างรับบริการข้อความข่าว	97
ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละของประเภทข่าวที่กลุ่มตัวอย่างรับบริการ	97
ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจรับบริการรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	98
ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ จากการรับบริการรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	99
ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มี จากการรับบริการรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	100
ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจาก การรับบริการรายงานข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	101
ตารางที่ 17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันต่อความเห็นในการ รับ - ส่งเอสเอ็มเอส	102
ตารางที่ 18 แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันต่อพฤติกรรมการ รับ - ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอส	102
ตารางที่ 19 แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อ พฤติกรรมการรับ - ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอส	103

ตารางที่ 20	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อพฤติกรรม การรับ-ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอส	104
ตารางที่ 21	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันต่อพฤติกรรม การรับ-ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอส	105
ตารางที่ 22	แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของลักษณะประชากรที่แตกต่างกันต่อ พฤติกรรมกรรับ - ส่งข่าวสารผ่านเอสเอ็มเอส	105
ตารางที่ 23	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน ต่อการใช้ประโยชน์จากข้อความข่าวที่ได้รับ	107
ตารางที่ 24	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันต่อการใช้ประโยชน์ จากข้อความข่าวที่ได้รับ	108
ตารางที่ 25	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันต่อ การใช้ประโยชน์จากข้อความข่าวที่ได้รับ	109
ตารางที่ 26	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อการใช้ประโยชน์ จากข้อความข่าวที่ได้รับ	110
ตารางที่ 27	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันต่อการใช้ประโยชน์ จากข้อความข่าวที่ได้รับ	111
ตารางที่ 28	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันต่อความพึงพอใจ จากข้อความข่าวที่ได้รับ	112
ตารางที่ 29	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันต่อความพึงพอใจจาก ข้อความข่าวที่ได้รับ	113
ตารางที่ 30	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อความ พึงพอใจจากข้อความข่าวที่ได้รับ	114
ตารางที่ 31	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันต่อความพึงพอใจ จากข้อความข่าวที่ได้รับ	115
ตารางที่ 32	แสดงการทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันต่อความพึงพอใจ จากข้อความข่าวที่ได้รับ	116
ตารางที่ 33	แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของ ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันต่อ การใช้ประโยชน์จากข้อความข่าวที่ได้รับ	117
ตารางที่ 34	แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของ ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันต่อ ความพึงพอใจจากข้อความข่าวที่ได้รับ	118

สารบัญญภาพ

	หน้า
รูปที่ 1 แสดงร้อยละของผู้มีโทรศัพท์มือถือในแต่ละภาค	2
รูปที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบจำนวน ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือ พ.ศ. 2547 - 2550	3
รูปที่ 3 แสดงแบบจำลององค์การสื่อสารมวลชนภายใต้แรงกดดันทางสังคม	15
รูปที่ 4 แสดงองค์ประกอบของการสื่อสารแบบข่าวสั้น	36
รูปที่ 5 แสดงตัวอย่างหน้าจอของระบบการส่งข้อความข่าวผ่านเอสเอ็มเอส.....	63
รูปที่ 6 แสดงตัวอย่างกิจกรรมส่งเสริมการขายของสำนักข่าวผู้จัดการออนไลน์	70