

ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษา  
ในเขตกรุงเทพมหานครในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ



นางสาว สิริพงศ์ สุวรรณโกสิน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารศาสตร์ ภาควิชาวารสารศาสตร์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-2158-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 22142939

22 พ.ย. 2549

INFORMATION CONSUMPTION BEHAVIOR AND TASTE STYLING AMONG  
BANGKOK STUDENTS IN INFORMATION-TECHNOLOGY AGE

MISS SIREEPONG SUWANNAPHOKIN

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkom University

Academic Year 2004

ISBN 974-53-2158-3

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสาร  
ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร  
ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ

โดย

นางสาว สิริพงศ์ สุวรรณโกสิน

ภาควิชา

วารสารสนเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสมณ

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต



.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสมณ)

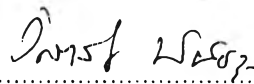
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)



.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสมณ)



.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิลาสินี พิพิธกุล)

สิริพงศ์ สุวรรณโกติน : ลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคข่าวสารของนิสิตนักศึกษาใน  
เขตกรุงเทพมหานครในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ (INFORMATION CONSUMPTION  
BEHAVIOR AND TASTE STYLING AMONG BANGKOK STUDENTS IN  
INFORMATION-TECHNOLOGY AGE) อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร.พีระ จิรโสภณ, จำนวนหน้า  
127 หน้า. ISBN 974-53-2158-3.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมในการบริโภคข่าวสารผ่านสื่อ  
ต่าง ๆ ของนิสิตนักศึกษายุคเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน โดยศึกษาจากนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ใน  
ระดับปริญญาตรีของสถาบันอุดมศึกษาแบบเปิดของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน

ลักษณะการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม  
(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอโดยการแจกแจง  
ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard  
Deviation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว one-way ANOVA (F-test) ในกรณีทดสอบ  
ความแตกต่างของกลุ่มตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ  
(Scheffe' test) ซึ่งประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยในส่วน of ลักษณะการบริโภคสื่อและข่าวสารพบว่า

นิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด อ่านนิตยสาร CLEO  
เป็นประจำมากที่สุด และฟังวิทยุคลื่นสถานี FM 95.50 VIRGIN มากที่สุด ในส่วนของการใช้บริการอินเทอร์เน็ต  
มีการเข้าไปใช้บริการเว็บไซต์ www.hotmail.com มากที่สุด และสำหรับบริการอดิโอเท็กซ์ นิสิตนักศึกษา  
เลือกใช้บริการโหลดเสียงเพลงเรียกเข้า (Ringtone) ของโทรศัพท์มือถือยี่ห้อต่าง ๆ เป็นประจำมากที่สุด

สำหรับความบ่อยในการใช้สื่อ นิสิตนักศึกษามีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีจำนวนเวลาใน  
การใช้สื่อโทรทัศน์มากที่สุด คือมากกว่า 5 ชม./วัน นอกจากนี้ นิสิตนักศึกษายังมีการใช้สื่อข่าวสารและแหล่ง  
บันเทิงในการดูหนังฟังเพลงที่บ้านมากที่สุด โดยนิสิตนักศึกษามีความถี่ในการดูหนังฟังเพลงที่บ้านบ่อยมาก  
เป็นประจำมากที่สุด สำหรับการรับสื่อและการรับข่าวสารและแหล่งบันเทิงแต่ละประเภทระหว่างของไทย  
และของต่างประเทศ นิสิตนักศึกษามีการเปิดรับสื่อและรับข่าวสารทั้งของไทยและต่างประเทศพอๆ กัน

ส่วนผลการวิจัยในการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. นิสิตนักศึกษามีเป้าหมายในการบริโภคสารสนเทศเพื่อประโยชน์ด้านความบันเทิงสนุกสนาน  
มากกว่าด้านสารสนเทศและความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านกำหนดอัตลักษณ์ตนเอง  
น้อยกว่าด้านสารสนเทศและความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านสังคมและวัฒนธรรม ไม่มี  
ความแตกต่างจากเป้าหมายด้านสารสนเทศและความรู้แต่อย่างใด

2. นิสิตนักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยในการบริโภคสื่อโดยมาจากแรงจูงใจของลักษณะตัวสื่อเอง  
ซึ่งมีน้ำหนักมากที่สุด มากกว่าอีก 2 ด้าน คือ ปัจจัยจากการโฆษณาและปัจจัยสังคมรอบข้าง อย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภาควิชา .....วารสารสนเทศ.....  
สาขาวิชา .....วารสารสนเทศ.....  
ปีการศึกษา .....2547.....

ลายมือชื่อนิสิต .....สิริพงศ์ สุวรรณโกติน.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## 458 51370 28 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD : INFORMATION / CONSUMPTION BEHAVIOR / TASTE STYLING / BANGKOK STUDENTS / INFORMATION-TECHNOLOGY AGE

SIREEPONG SUWANNAPHOKIN : INFORMATION CONSUMPTION BEHAVIOR AND TASTE STYLING AMONG BANGKOK STUDENTS IN INFORMATION-TECHNOLOGY AGE. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PIRA CHIRASOPONE, Ph.D. 127 pp. ISBN 974-53-2158-3.

The objective of this research is to study students' information consumption behavior and their taste styling during the information-technology age. Research data collected from 400 university students educating in both of state and private universities in Bangkok.

This research is a survey research using questionnaire as a tool for gathering information. The results are presented in enumerating frequency, percentage, mean and standard deviation, and one-way ANOVA (F-test), and Scheffe' test, compiling by SPSS computer program.

The research outcomes concerning information consumption behavior and taste styling are as follows :

The most chosen newspaper which the university students in Bangkok read is Thairath, the most always-read magazine is CLEO, and the most favorite radio station is FM 95.5 VIRGIN. For the Internet, www.hotmail.com is the most Website-service which university students access. For the Audio Text, Ringtone Loading Service for mobile telephones is the most used service for college students.

For the frequency of media using, university students consume information through television at the highest frequency up to 5 hours per day. In addition, students tend to expose media information and entertainment at home.

The research results in the part of hypothesis testing are as follows :

1. The aims of students' information consuming are more use for entertainment than the use for information and knowledge, as the statistic significance shows at  $p = .05$  level. For the self-identification, this purpose is less than the aim of consuming for information and knowledge, as the statistic significance shows at  $p = .05$  level. For social and cultural aspects, there is no difference from the aim of consuming for information and knowledge.

2. The most significant motivation factor of students' information consuming is from the beneficial aspect of the medium's characteristics more than other two factors which are advertising factor and social factor, as the statistic significance shows at  $p = .05$  level.

Department ..... Journalism .....

Student's signature ..... Sireepong Suwannaphokin .....

Field of study ..... Journalism .....

Advisor's signature .....  .....

Academic year ..... 2004 .....

Co-advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้ความเมตตาตรวจสอบ แก้ไข และช่วยชี้แนะแนวทางการทำวิจัยมาโดยตลอด รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำและข้อคิดอันเป็นประโยชน์ในการวิจัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิลาสินี พิพิธกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ช่วยชี้แนะและแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ รวมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอีกประการหนึ่งในความสำเร็จครั้งนี้

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกคนในคณะนิเทศศาสตร์ โดยเฉพาะพี่นาย ที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาการศึกษาของผู้วิจัย ขอขอบคุณเพื่อนๆ ภาคศึกษาวารสารสนเทศ โดยเฉพาะ "แลต" ซึ่งคอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ ณ สถาบันอันทรงเกียรตินี้ ขอขอบคุณ "ตั้ม" ที่คอยดูแล และให้ความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่อง ตลอดจนเป็นกำลังใจให้ในยามวิฤต ตลอดจนขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ ทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือในงานวิจัยซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้ทั้งหมดในที่นี้

ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณคุณยาย ผู้สนับสนุน ให้กำลังใจ และทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาจนสำเร็จ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่สนับสนุนการศึกษามาโดยตลอด ซึ่งเป็นสมบัติอันมีค่ายิ่ง ตลอดจนคำอบรมสั่งสอน และคอยเป็นกำลังใจที่ดี ขอขอบคุณน้องชายที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้อย่างสม่ำเสมอ ขอขอบพระคุณคุณลุง คุณตา รวมถึงทุกคนในครอบครัวที่คอยดูแลและเป็นขวัญกำลังใจให้เสมอมา ทุกสิ่งทุกอย่างนี้ล้วนเป็นแรงผลักดันสำคัญให้ผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้สำเร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฐ
<b>บทที่</b>	
1 <b>บทนำ</b> .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	7
<b>บทที่</b>	
2 <b>แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	10
แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อใหม่.....	11
วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสาร.....	11
แนวคิดเรื่องการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์.....	14
แนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ต.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับสังคมยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	27
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค.....	27
ผู้บริโภคเป้าหมาย.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตกับสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ.....	29
แนวคิดเกี่ยวกับรสนิยม.....	30
กำเนิดวาทกรรม รสนิยมสังคมไทย.....	31

การศึกษารสนิยมในแนวสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา.....	32
การแบ่งแยกทางสังคมวัฒนธรรมและการครอบงำ	
ทางอุดมการณ์เรื่องรสนิยม.....	34
ทฤษฎีการใช้สื่อ.....	35
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจต่อสื่อ.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
สมมติฐานในการวิจัย.....	41

### บทที่

3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	43
	ประชากร.....	43
	ขนาดตัวอย่างในการวิจัย.....	44
	วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	45
	ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย.....	46
	เกณฑ์การให้คะแนนในการวิเคราะห์.....	46
	เกณฑ์การแปลความหมาย.....	47
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
	การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	48
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	49
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
	การนำเสนอข้อมูล.....	51

### บทที่

4	ผลการวิจัย.....	52
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis).....	53
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	53
	ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมการบริโภคสื่อและข่าวสาร	
	ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	59
	ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมาย แนวคิด รสนิยมการใช้สื่อสารสนเทศ	
	ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	76



ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Testing).....	89
<b>บทที่</b>	
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	91
สรุปผลการวิจัย.....	92
การอภิปรายผล.....	99
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	105
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	106
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	107
รายการอ้างอิง.....	108
ภาคผนวก.....	112
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	127

## สารบัญตาราง

หน้า

## ตารางที่

1	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามเพศ.....	53
2	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสถาบันการศึกษา.....	54
3	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามชั้นปี.....	55
4	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามคณะวิชา.....	56
5	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้หรือค่าใช้จ่ายต่อเดือน.....	57
6	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน.....	58
7	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามหนังสือพิมพ์ที่อ่านประจำ.....	59
8	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามนิตยสารที่อ่านประจำ.....	60
9	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามคลื่นวิทยุที่ฟังประจำ.....	62
10	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามสถานีโทรทัศน์ที่ดูประจำ.....	64
11	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามเว็บไซต์ที่ดูประจำ.....	65
12	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามบริการออดิโอเท็กซ์ทางโทรศัพท์ที่ใช้บริการเป็นประจำ.....	67

ตารางที่

13	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามความบ่อยในการใช้สื่อข่าวสารของสื่อแต่ละประเภท.....	68
14	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามเวลาในการใช้สื่อแต่ละประเภท.....	70
15	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามความบ่อยในการใช้สื่อและกิจกรรมต่างๆ.....	72
16	แสดงจำนวน และร้อยละของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามการรับสื่อและการรับรู้ข่าวสารและแหล่งบันเทิงแต่ละประเภท.....	74
17	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่เป็นเป้าหมายในการใช้สื่อ ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามด้านสังคมและวัฒนธรรม.....	76
18	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่เป็นเป้าหมายในการใช้สื่อ ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามด้านสารสนเทศและความรู้.....	77
19	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่เป็นเป้าหมายในการใช้สื่อ ของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามด้านกำหนดอัตลักษณ์ตนเอง.....	78
20	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่เป็นเป้าหมายในการใช้สื่อ ของนิสิตนักศึกษาจำแนกตามด้านความบันเทิงสันทนาการ.....	79
21	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญที่เป็นเป้าหมายในการใช้สื่อ ของนิสิตนักศึกษา.....	80
22	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยจากตัวสื่อ ที่จูงใจให้เลือกใช้หรือบริโภคสื่อ จำแนกตามปัจจัยจากตัวสื่อ.....	81
23	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยจากโฆษณา ที่จูงใจให้เลือกใช้หรือบริโภคสื่อ จำแนกตามปัจจัยจากการโฆษณา.....	83
24	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยสังคมรอบด้าน ที่จูงใจให้เลือกใช้หรือบริโภคสื่อ จำแนกตามปัจจัยสังคมรอบด้าน.....	84
25	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญปัจจัยจากตัวสื่อ ที่จูงใจให้เลือกใช้หรือบริโภคสื่อ.....	85
26	การคาดคะเนลักษณะพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคสื่อและข่าวสาร ของตนเองของนิสิตนักศึกษา.....	86

## ตารางที่

27	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษา จำแนกตามประเด็นเกี่ยวกับบรรณนิยมและพฤติกรรมการบริโภคสื่อและข่าวสาร.....	87
28	แสดงค่าเฉลี่ยและผลการทดสอบความแตกต่างการให้ความสำคัญต่อ เป้าหมายในการบริโภคสื่อ.....	89
29	แสดงค่าเฉลี่ยและผลการทดสอบความแตกต่าง น้ำหนักปัจจัยจูงใจในการบริโภคสื่อ.....	90

## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1

แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย.....42