

การศึกษาเนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร "อี-คอมเมอร์ส"
ของกลุ่มผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ "บีทูซี"



ภาณุพงษ์ วงษ์รอด

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-532-233-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE STUDY OF CONTENT AND USES
FROM E-COMMERCE MAGAZINE OF B2C ENTREPRENEURS

Mr. Panupong Wongrawd

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Art Program in Journalism

Department of Journalism

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-532-233-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาเนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร
"อี-คอมเมอर्स"ของกลุ่มผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
แบบ"ปีทูซี"

โดย

นายภาณุพงษ์ วงษ์รอด

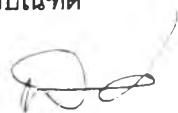
สาขาวิชา

วารสารสนเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ ขำวิจิตร

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารบัณฑิต

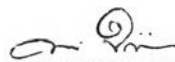


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ดร.พีระ จิรโสภณ)

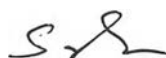
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ดร.พีระ จิรโสภณ)



..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณรงค์ ขำวิจิตร)



..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

ภาณุพงษ์ วงษ์รอด : “การศึกษาเนื้อหาและการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร “อี-คอมเมิร์ซ ของกลุ่มผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ “บีทูซี”. (THE STUDY OF CONTENT AND USES FROM E-COMMERCE MAGAZINE OF B2C ENTREPRENEURS)

อ. ที่ปรึกษา : ผศ.ณรงค์ ขำวิจิตร, 126 หน้า. ISBN 974-532-233-4.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ความต้องการเนื้อหาของผู้อ่านนิตยสาร E-COMMERCE ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และแนวทางการนำเสนอเนื้อหาให้ผู้อ่านมีความรู้เท่าทันธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสาร E-COMMERCE ที่ตีพิมพ์ในเดือนมกราคม 2547 – ธันวาคม 2548 พร้อมทั้งสำรวจข้อมูลผู้อ่านโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 235 ชุด ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของนิตยสาร ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้

1. ผู้อ่านนิตยสาร E-COMMERCE ที่มีอาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านนิตยสาร E-COMMERCE แตกต่างกัน
2. ผู้อ่านใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสาร E-COMMERCE ในระดับปานกลาง โดยมีการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาประเภทข่าวสาร และความรู้ในการดำเนินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับแรก
3. ผู้อ่านพึงพอใจเนื้อหาในนิตยสาร E-COMMERCE ในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจประเภทเนื้อหา การทราบความเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลงด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับแรก
4. นิตยสาร E-COMMERCE นำเสนอเนื้อหายังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
5. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า นิตยสาร E-COMMERCE ควรนำเสนอเนื้อหาเพื่อการรู้เท่าทันธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเด็นดังนี้ (1) เนื้อหาด้านข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (2) เนื้อหาด้านความรู้ ทักษะ วิธีการในกระบวนการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ (3) เนื้อหาด้านการสร้างความเชื่อมั่นในการประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....ลายมือชื่อนิสิต.....
 สาขาวิชา.....วารสารสนเทศ.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
 ปีการศึกษา 2548


4685232028 : MAJOR JOURNALISM

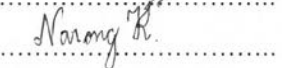
KEY WORD: USES / E-COMMERCE CONTENT / E-COMMERCE MAGAZINE

PANUPONG WONGRAWD : THE STUDY OF CONTENT AND USES FROM E-COMMERCE MAGAZINE OF B2C ENTREPRENEURS. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.NARONG KHAMWIJIT, 126 pp. ISBN 974-532-233-4.

The purposes of this research are to study the reader's demographic characteristics, reading behaviors, uses and gratifications, needs of readers toward e-commerce business presented in E-COMMERCE magazine, and the presentation of e-commerce business content for reader's literacy. Analyze E-COMMERCE magazine's content published in January 2004 – December 2005. Questionnaires were used of 235 samples by random from members. The results of the research are as follows:

1. Different occupations have different E-COMMERCE magazine reading behavior
2. Readers uses E-COMMERCE magazine's content in middle range, the first rank for uses is e-commerce news and knowledge for e-commerce business
3. The presentations in E-COMMERCE magazine are nor relevant to readers needs significant 0.05
4. The result from depth interview found that E-COMMERCE magazine should present the content for e-commerce literacy as follow: (1) e-commerce news (2) knowledge skill method and whole process in e-commerce and (3) convincing for e-commerce

Department.....วารสารสนเทศ..... Student's signature..... 

Field of study.....วารสารสนเทศ.....Advisor's signature..... 

Academic year.....2548.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงทันเวลาไปได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณรงค์ ขำวิจิตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้สละเวลาอันมีค่ายิ่งเพื่อการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ การตรวจแก้งานด้วยความละเอียดรอบคอบและรวดเร็ว ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิโรโสภณ ที่ให้ความกรุณาเป็นประธานกรรมการสอบ และรองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบในครั้งนี รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ประกอบจนงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จได้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผศ. ดร. อานัติ สีมัคเดช คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คุณอนุกุล แต้มประเสริฐ นายกสสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งประเทศไทย ผอ. วุฒิไกร สวีระพันธ์ ผู้อำนวยการกองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ คุณปริญญา กระจ่างมล ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) คุณชวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี เลขาธิการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ คุณวิชัย วรรณวงศ์ ที่ปรึกษาอาวุโส ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณวรวิทย์ อุ่นใจ ผู้บริหารเว็บไซต์ www.officemate.co.th และคุณภาวูธ พงษ์วิทย์พานู ผู้บริหารเว็บไซต์ www.thaisecondhand.com ที่สละเวลาให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่มีประโยชน์กับงานวิจัยชิ้นนี้อย่างมาก

ขอขอบคุณสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สมาคมผู้ดูแลเว็บแห่งประเทศไทย กองพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กระทรวงพาณิชย์ ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ขอขอบคุณอาจารย์ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ สำหรับคำแนะนำ และหนังสืออ้างอิง

ขอขอบคุณแรงใจจากคุณบงกช เสือจ้อย และแรงงานจากเพื่อนๆ น้องๆ ที่มงานทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลืออย่างดีมาก ๆ

ในท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา ผู้ให้กำลังใจอยู่เบื้องหลัง และมารดาผู้ที่เฝ้าดูผู้วิจัยอยู่บนสวรรค์อย่างไม่คลาดสายตา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภาพ.....	ญ

บทที่	หน้า
1. บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำการวิจัย.....	8
1.3 วัตถุประสงค์.....	9
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	9
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย	9
1.6 นิยามศัพท์.....	10
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร.....	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและอิทธิพลของนิตยสาร.....	15
2.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	18
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา.....	24
2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์.....	27
2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารนวัตกรรม.....	35
2.7 แนวคิดเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ.....	41
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47

3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	49
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	49
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	51
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
4 ผลการวิจัย.....	58
4.1 การวิเคราะห์เนื้อหาพาดิชนีขี้เล็กทรอนิกส์ของนิตยสาร E-COMMERCE.....	59
4.2 การวิเคราะห์เชิงพรรณนาในการสำรวจผู้อ่าน.....	62
4.3 การทดสอบสมมติฐาน.....	73
4.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก.....	75
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	93
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	94
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	101
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	110
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	112
รายการอ้างอิง.....	113
ภาคผนวก.....	116
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	126

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. Classification of Media-Related Needs.....	19
2. แสดงรูปแบบกิจกรรมของผู้รับสาร.....	23
3. แสดงเหตุผลที่ไม่ซื้อสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ต.....	34
4. แสดงปริมาณการนำเสนอเนื้อหาด้านพหุขยอีเล็กทรอนิกส์ของนิตยสาร อี-คอมเมอร์ส.....	59
5. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	62
6. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	62
7. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะอาชีพ.....	63
8. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	63
9. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ได้ติดตาม.....	64
10. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการอ่าน.....	64
11. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งอ่านนิตยสาร อี-คอมเมอร์ส.....	65
12. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณการอ่านแต่ละฉบับ.....	65
13. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณการอ่านแต่ละครั้ง.....	66
14. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการอ่าน.....	66
15. แสดงค่าเฉลี่ยการใช้ประโยชน์ด้านความรู้ด้านพหุขยอีเล็กทรอนิกส์จากนิตยสาร อี-คอมเมอร์ส.....	67
16. แสดงค่าเฉลี่ยความพอใจเนื้อหาด้านพหุขยอีเล็กทรอนิกส์จากนิตยสาร อี-คอมเมอร์ส.....	68
17. แสดงร้อยละความต้องการเนื้อหาด้านพหุขยอีเล็กทรอนิกส์จากนิตยสาร อี-คอมเมอร์ส.....	69
18. แสดงการเปรียบเทียบระหว่างความต้องการเนื้อหาด้านพหุขยอีเล็กทรอนิกส์ของผู้อ่านและ การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสาร อี-คอมเมอร์ส.....	73

สารบัญแผนภาพ

ตารางที่	หน้า
1. แบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อ....	19
2. แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	37