



ความน่าเชื่อถือและการยอมรับนวัตกรรมหนังสือพิมพ์ออนไลน์

ธนา ทูมมานนท์¹ และ กฤษมันต์ วัฒนานรงค์²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาเป็นคนกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 363 ตัวอย่าง โดยการเลือกแบบเจาะจง(Purposive Sampling) จากผู้ที่เคยเข้าชมเว็บไซต์ข่าวสารออนไลน์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เป็นเครื่องมือวิเคราะห์และนำแต่ละกลุ่มปัจจัยนำมาหาความสัมพันธ์ และใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือและการยอมรับของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ประกอบด้วยปัจจัยด้านกระบวนการผลิต (X_1) ปัจจัยด้านเนื้อ (X_2) และปัจจัยด้านจริยธรรม (X_3) ซึ่งแสดงอยู่ในรูปของสมการคะแนนดิบ $Y' = 26.608 + 3.831x_1 + 0.420x_2 - 0.784x_3$ และสมการมาตรฐาน $Z'Y = 0.586z_1 + 0.218z_2 - 0.155z_3$ จากสมการอธิบายได้ว่า ความน่าเชื่อถือและการยอมรับนวัตกรรมของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ได้รับอิทธิพลจากกลุ่มกระบวนการผลิตสูงสุด ตามด้วยปัจจัยด้านจริยธรรมและด้านเนื้อหา ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความน่าเชื่อถือ การยอมรับนวัตกรรม หนังสือพิมพ์ออนไลน์ เว็บพอร์ทัล

¹ นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² รองศาสตราจารย์ ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้พิมพ์ประสานงาน โทร 086-888-4545 อีเมลล์ tana_bay@hotmail.com



Credibility and Innovation Adoption of Online Newspapers

Tana Toommanon^{1*} and Krismant Whattananarong²

Abstract

The purpose of this study was to investigate the factors pertaining to the credibility and innovation adoption of online newspapers. The samples were 363 residents of Bangkok and vicinity selected by a purposive sampling method. They were the visitors of an online news websites. The instrument used in this study was a questionnaire developed by the researcher which using a method of Factor Analysis statistic to identify the relationship among the groups of factors at the significant level of 0.05. The finding indicated that the credibility and innovation adoption of online newspapers (Y') was related to the groups of factors on production processes (x_1), contents (x_2), and ethics (x_3). These factors were presented in the form of a Multiple Regression equation as $Y' = 26.608 + 3.831x_1 + 0.420x_2 - 0.784x_3$, and in a standardized equation form as $Z'y = 0.586z_1 + 0.218z_2 - 0.155z_3$. The interpretation of these equations indicated that the most influential group of factors on the credibility and innovation adoption of online newspapers was the production processes, followed by the factor groups of contents and ethics respectively.

Keywords: Credibility, Innovation Adoptions, Online Newspaper, Portal Web

¹ Student, Doctor of Philosophy Program in Technical Pedagogic Research and Development, Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok.

² Associate Professor, Department of Teacher training Mechanical Engineering, Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok.

* Corresponding Author Tel. 08-6888-4545 E-mail : tana_bay@hotmail.com