

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาลักษณะประชากรของผู้อ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (2) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวกับการตัดสินใจซื้อ และ (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์กับการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้อ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวในกรุงเทพมหานครเขตฝั่งตะวันตก จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติ  $t$  test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่แบบ LSD และการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Pearson's product moment correlation ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร

## ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะประชากรของผู้อ่านกับการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าว พบว่า ประชากรที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าว โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ตัดสินใจซื้อมากกว่าอายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า ตัดสินใจซื้อมากกว่าระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจตัดสินใจซื้อมากกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และรายได้ 15,001 บาทขึ้นไป ตัดสินใจซื้อมากกว่ารายได้น้อยกว่า 5,000 บาท

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าว พบว่า หนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวที่รู้จักและอ่านเป็นประจำ รวมถึงวิธีการอ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักและอ่านหนังสือพิมพ์ *เนชั่นสุดสัปดาห์* มากที่สุด และมีวิธีการอ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวโดยอ่านบทวิเคราะห์ข่าวและบทความทุกคอลัมน์แบบกวาดสายตา

3. การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าว พบว่า ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับมากที่สุดจากการอ่านในเรื่องแนวคิดและมุมมองใหม่ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าว ส่วนเนื้อหาในหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด คือ บทวิเคราะห์ข่าวและบทความที่เป็นประเด็นทางการเมือง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะนำประโยชน์ที่ได้จากการอ่านหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าวไปใช้ในการทำงาน

4. องค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ พบว่า ลักษณะของภาพหน้าปก ลักษณะของบทวิเคราะห์ข่าวและบทความ ประเภทของบทความที่เลือกอ่านเป็นอันดับแรก และลักษณะการตั้งชื่อบทวิเคราะห์ข่าวและชื่อบทความ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อหนังสือพิมพ์วิเคราะห์ข่าว โดยบทวิเคราะห์ข่าวและบทความที่มีความทันต่อเหตุการณ์และเจาะลึก ตรงประเด็น มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด

This thesis investigates (1) the demographical characteristics of selected readers of newspapers analyzing weekly news insofar as they affect their decisions to purchase these newspapers. Additionally, considered are (2) the affects of the exposure behaviors of readers of these newspapers which affect decisions to purchase them. Investigated additionally are (3) the relationships between the use these readers make of these newspapers and decisions to purchase them. Finally, taken into account are (4) the relationship between newspaper components and decisions to purchase these newspapers.

The research population consisted of 400 readers residing in the western section of Bangkok Metropolis. The instrument of research was a questionnaire.

Statistical techniques used in the analysis of the data collected were *t* test, One-way analysis of variance (ANOVA), Least Significant Difference (LSD) multiple comparison, and Pearson's product moment correlation coefficient.

Findings are as follows:

In investigating the relationships between the demographical characteristics of readers and purchasing decisions, the researcher found that differences in age, educational level, occupation, and income were correlated with concomitant differences in decisions to purchase the newspaper under consideration in this inquiry. Of the subjects of investigation, those who were forty-one years of age or older decided to purchase these newspaper more frequently than those who were younger than twenty years of age. Those whose educational levels was that of holders of a master's degree or higher more frequently decided to purchase these newspapers than those who were holders of a diploma or its equivalent. Those who were civil officials or state enterprise employees more frequently purchased such newspapers than those whose monthly income was less than 5,000 baht.

1. In respect to the exposure behaviors of the readers under study, it was determined that there were differences in regard to the newspapers with which these readers were familiar, the frequency with which they read these

newspapers, and the ways in which they read them corresponding to differences in decisions to purchase the newspapers. Most of the subjects were familiar with and read Nation on Weekend. The method they used in reading these newspapers was to scan news analyses and article columns.

2. In investigating the uses these readers made of the newspapers they read, it was found that the highest level of perceived benefits stemmed from being able to encounter new concepts and points of view, a factor found to be correlated with decisions made to purchase them. The contents of the newspapers these readers believed were the most useful were news analyses and articles pertaining to political issues. In this case, the readers under examination believed they benefited by being able to apply what they had learned to their work.

3. In respect to the components of these newspapers, the researcher determined that the characteristics of the font used, the cover, news analyses, and the titles for both news analyses and articles were correlated with decisions to purchase them. Finally, it was found that newspapers which presented news analyses and articles that were up-to-date, provided in-depth analyses, and were direct to the point were correlated at a high level with decisions to purchase them.