

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ในประเด็นบทบาทหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนไทย ” ซึ่งเป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และวัดผลเพียงครั้งเดียว (One – Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้วิธีการให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administration) ซึ่งผลการวิจัยที่ได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง
- ส่วนที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง
- ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ที่เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ผลการศึกษารายงานตามตารางที่ 4.1 - 4.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	135	33.8
หญิง	265	66.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 และเพศชาย 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	16	4.0
18-22 ปี	83	20.7
23-27 ปี	138	34.5
28-35 ปี	103	25.8
36 ปีขึ้นไป	60	15.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 23-27 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาอันดับที่สอง กลุ่มตัวอย่างจะมีอายุระหว่าง 28-35 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 อันดับสามกลุ่มตัวอย่างมีอายุ 18-22 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 อันดับสี่กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 36 ปีขึ้นไปจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และอันดับสุดท้ายมีอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	1.0
มัธยมศึกษา	71	17.7
อนุปริญญา/ปวส.	46	11.5
ปริญญาตรี	233	58.3
สูงกว่าปริญญาตรี	46	11.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 อันดับต่อมามีการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรีในจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เท่ากันคือ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอันดับสุดท้ายของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	23.5
พนักงานบริษัทเอกชน	151	37.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	45	11.3
นักเรียน/นักศึกษา	85	21.3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ	14	3.5
อื่นๆ	11	2.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อันดับต่อมาคือนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 อันดับต่อมามีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 อันดับต่อมาเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอันดับสุดท้ายอาชีพอื่นๆ เช่น อาชีพอิสระ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10000 บาท	130	32.5
10,001 - 15,000 บาท	121	30.2
15,001 - 20,000 บาท	69	17.2
20,001 - 30,000 บาท	49	12.3
สูงกว่า 30,000 บาท	31	7.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมาจะมีรายได้ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 อันดับสามมีรายได้ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 อันดับสี่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และอันดับสุดท้ายมีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

ส่วนที่ 2

พฤติกรรม的开รับนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง

ผลการศึกษา พฤติกรรม的开รับนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ชื่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง สถานที่ที่ใช้ในการอ่านนิตยสาร วิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร และความถี่ในการอ่านนิตยสาร ผลการศึกษารากฎดังตารางที่ 4.6 – 4.9 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
รายชื่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง

รายชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ซุบซิบ	140	15.4
เม้าท์ซี้	57	6.3
Gossip Star	242	26.7
Oops	227	25.1
Dara Daily Tabliod	118	13.0
TV Gossip	87	9.6
อื่นๆ	35	3.9
รวม	906	100.0

*ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ในข้อนี้สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.6 การศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และในข้อนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงชื่อนิตยสาร Gossip Star จำนวน 242 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาอันดับสองคือนิตยสาร Oops จำนวน 227 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.1 อันดับสามคือนิตยสารซุบซิบ จำนวน 140 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.4 อันดับสี่คือนิตยสาร Dara Daily Tabliod จำนวน 118 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.0 อันดับห้าคือนิตยสาร TV Gossip จำนวน 87 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.6 อันดับหกคือนิตยสารเม้าท์ซี้ จำนวน 57 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.3 และอันดับสุดท้ายนิตยสาร

อื่นๆ เช่น ทีวีพูล สยามบันเทิง OHO หนังสือพิมพ์รายวันต่างๆ เป็นต้น จำนวน 35 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.9

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร

วิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	103	25.8
คนที่บ้านซื้ออ่าน	28	7.0
เช่าจากร้านหนังสือ	12	3.0
ยืมจากเพื่อน/คนรู้จัก	49	12.2
อ่านที่ทำงาน/ตามสถานบริการ	205	51.2
อื่นๆ	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอ่านนิตยสารจากที่ทำงาน/ตามสถานบริการมากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาจะซื้ออ่านเอง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 อันดับต่อมาคือยืมจากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 อันดับต่อมาคือ คนที่บ้านซื้ออ่าน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 อันดับต่อมาคือเช่าจากร้านหนังสือ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอันดับสุดท้ายได้มาด้วยวิธีอื่นๆ เช่น อ่านฟรีตามแผงหนังสือ เป็นต้น จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่ใช้ในการอ่านนิตยสาร

สถานที่ที่ใช้ในการอ่านนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
บ้านตนเอง	157	16.8
บ้านญาติหรือคนรู้จัก	84	9.0
ที่ทำงาน	110	11.8
ห้องสมุด/โรงเรียน	29	3.1
ร้านหนังสือ/แผงหนังสือ	195	20.9
ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ	133	14.3
สถานเสริมความงาม/ร้านเสริมสวย	199	21.3
บนรถระหว่างการเดินทาง	19	2.0
อื่นๆ	7	0.8
รวม	993	100.0

*ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ในข้อนี้สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.8 การศึกษาในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน และในข้อนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่สถานเสริมความงาม/ร้านเสริมสวยมากที่สุด จำนวน 199 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาคืออ่านที่ร้านหนังสือ/แผงหนังสือ จำนวน 195 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.9 อันดับต่อมาก็คือ ที่บ้านตนเอง จำนวน 157 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.8 อันดับต่อมาก็คืออ่านที่ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ จำนวน 133 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 14.3 อันดับต่อมาก็คืออ่านที่ทำงาน จำนวน 110 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.8 อันดับต่อมาก็คืออ่านที่บ้านญาติหรือคนรู้จัก จำนวน 84 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.0 อันดับต่อมาก็คืออ่านที่ห้องสมุด/โรงเรียนจำนวน 29 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.1 อันดับต่อมาก็คืออ่านบนรถระหว่างการเดินทาง จำนวน 19 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 2.0 และอันดับสุดท้ายอ่านในสถานที่อื่นๆ เช่น ฟิตเนส เป็นต้น จำนวน 7 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการอ่านนิตยสาร

ความถี่ในการอ่านนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
4-6 ครั้ง/สัปดาห์	51	12.8
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	108	27.0
1 ครั้ง/สัปดาห์	74	18.5
ติดตามอ่านเป็นบางสัปดาห์	167	41.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอ่านนิตยสารโดยติดตามอ่านเป็นบางสัปดาห์ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาคือ อ่านนิตยสาร 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 อันดับต่อมาคืออ่านนิตยสาร 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และอันดับสุดท้ายคือ อ่าน 4-6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8

ส่วนที่ 3

ทัศนคติที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง

ผลการศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง โดยผู้ศึกษาจำแนกตามประเด็นต่างๆ ที่มีนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ผลการศึกษากฎดังนี้

ตารางที่ 4.10

แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประเด็นของทัศนคติที่มีต่อนิตยสาร

ประเด็นของทัศนคติที่มีต่อนิตยสาร	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
ด้านบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	3.39	เห็นด้วยปานกลาง
ด้านคุณประโยชน์ของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง	2.93	เห็นด้วยปานกลาง
ด้านความน่าเชื่อถือและยอมรับ	2.83	เห็นด้วยปานกลาง
ด้านรูปแบบการนำเสนอของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง	2.59	เห็นด้วยน้อย
ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน	3.11	เห็นด้วยปานกลาง
ทัศนคติต่อนิตยสารโดยรวม	2.94	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง โดยรวมในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.94

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีที่สุดในด้านบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ค่าเฉลี่ย 3.39 รองลงมาคือด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน ค่าเฉลี่ย 3.11 อันดับต่อมาคือ ด้านคุณประโยชน์ของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ค่าเฉลี่ย 2.93 อันดับต่อมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือและยอมรับ ค่าเฉลี่ย 2.83 และอันดับสุดท้ายคือด้านรูปแบบการนำเสนอของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ค่าเฉลี่ย 2.59

ตารางที่ 4.11

แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามทัศนคติด้านบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

ด้านบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
ได้รับทราบข่าวสารต่างๆ ในวงการบินทั้งผ่าน ทางนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง	3.67	0.822	เห็นด้วยมาก
นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงช่วยชี้แจงเรื่องราว ของคนดังที่อยากรู้	3.68	0.810	เห็นด้วยมาก
นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงส่วนใหญ่ได้ กลั่นกรองข่าวสารก่อนที่นำเสนอเรียบร้อยแล้ว	2.79	1.009	เห็นด้วยปานกลาง
นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงช่วยชักจูงโน้มน้าว ความคิดได้ในบางเรื่อง	3.22	0.951	เห็นด้วยปานกลาง
ได้รับความบันเทิงจากการอ่านนิตยสารประเภท กอสซิปบันเทิง	3.67	0.925	เห็นด้วยมาก
รวม	3.39	0.897	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง
ด้านบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีที่สุดในประเด็นที่ว่านิตยสาร
ประเภทกอสซิปบันเทิงช่วยชี้แจงเรื่องราวของคนดังที่อยากรู้ ค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาคือ การได้
รับทราบข่าวสารต่างๆ ในวงการบินทั้งผ่านทางนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง และได้รับความ
บันเทิงจากการอ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ค่าเฉลี่ย 3.67 เท่ากัน อันดับต่อมาคือ เห็นว่า
นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ช่วยชักจูงโน้มน้าวความคิดของกลุ่มตัวอย่างได้ในบางเรื่อง
ค่าเฉลี่ย 3.22 และอันดับสุดท้ายเห็นว่านิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงส่วนใหญ่ได้กลั่นกรอง
ข่าวสารก่อนที่นำเสนอเรียบร้อยแล้ว ค่าเฉลี่ย 2.79

ตารางที่ 4.12

แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ทัศนคติด้านคุณประโยชน์ของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง

ด้านคุณประโยชน์ของนิตยสาร ประเภทกอสซิปบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงมีเนื้อหาไม่ เป็นประโยชน์ต่อตัวเอง	2.70	1.066	เห็นด้วยปานกลาง
มักนำข้อมูลจากการอ่านนิตยสารประเภทกอส ซิปบันเทิงไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น ต่อ	3.38	1.047	เห็นด้วยปานกลาง
การเห็นว่านิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงมี เนื้อหาไม่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม	2.61	0.933	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	2.93	0.920	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง
ด้านคุณประโยชน์ของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.93

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีที่สุดในประเด็นที่ว่ามักนำ
ข้อมูลจากการอ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นต่อ ค่าเฉลี่ย
3.38 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่านิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงมีเนื้อหาไม่ประโยชน์ต่อ
ตัวเอง ค่าเฉลี่ย 2.70 และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างเห็นว่านิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงมีเนื้อหาไม่
เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม ค่าเฉลี่ย 2.61

ตารางที่ 4.13

แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามทัศนคติด้านความน่าเชื่อถือและยอมรับ

ด้านความเชื่อถือและยอมรับ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
เนื้อหาที่นำเสนอในนิตยสารประเภทกอสซิป บันเทิงนั้นเป็นเรื่องจริง ที่ตรวจสอบได้	2.71	1.081	เห็นด้วยปานกลาง
นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงสามารถตอบ โจทย์ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้	3.08	1.003	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	2.83	1.037	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงด้านความน่าเชื่อถือและยอมรับในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.83

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีที่สุดในประเด็นที่ว่านิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงสามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้ ค่าเฉลี่ย 3.08 และเห็นว่าเนื้อหาที่นำเสนอในนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงนั้นเป็นเรื่องจริง ที่ตรวจสอบได้ ค่าเฉลี่ย 2.71

ตารางที่ 4.14

แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ทัศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง

ด้านรูปแบบการนำเสนอของนิตยสาร ประเภทกอสซิปบันเทิง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
การนำเสนอของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงมุ่ง ชุดคู่ยี่เรื่อกรวกรนดง เพื่อสนองความอยากรู้อยากร เห็นของผู้อ่าน	1.90	0.820	เห็นด้วยมาก
วิธีการได้มาซึ่งภาพข่าวต่างๆ ของนิตยสารประเภท กอสซิปบันเทิงเป็นวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสม	2.56	1.088	เห็นด้วยน้อย
บางเนื้อหาในนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงเป็นการ สร้างกระแส เพื่อขายข่าว	1.91	0.841	เห็นด้วยมาก
ถ้อยคำภาษาที่ตีพิมพ์ในนิตยสารประเภทกอสซิป บันเทิงนั้น ค่อนข้างล่อแหลม สองแง่สองง่าม	2.07	0.881	เห็นด้วยมาก
ภาพที่ตีพิมพ์ในนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงนั้น ไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย	2.42	0.900	เห็นด้วยมาก
บางเนื้อหาในนิตยสารกอสซิปบันเทิงเข้าข่ายการ ละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ที่ทำให้คนอื่นได้รับความเสียหาย	3.95	0.901	เห็นด้วยมาก
บางเนื้อหาในนิตยสารกอสซิปบันเทิงเข้าข่ายการหมิ่น ประมาท ซึ่งอาจเป็นคดีความได้	3.95	0.864	เห็นด้วยมาก
รวม	2.59	0.532	เห็นด้วยน้อย

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านรูปแบบการนำเสนอของนิตยสาร
ประเภทกอสซิปบันเทิงในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 2.59

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีที่สุดประเด็นที่ว่าบาง
เนื้อหาในนิตยสารกอสซิปบันเทิงเข้าข่ายการหมิ่นประมาท ซึ่งอาจเป็นคดีความได้ ค่าเฉลี่ย 3.95
เท่ากันกับ เห็นว่าบางเนื้อหาในนิตยสารกอสซิปบันเทิงเข้าข่ายการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ที่ทำให้
คนอื่นได้รับความเสียหาย ค่าเฉลี่ย 3.95 วิธีการได้มาซึ่งภาพข่าวต่างๆ ของนิตยสารประเภทกอสซิป
บันเทิงเป็นวิธีการที่ถูกต้องและเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 2.56 เห็นว่าภาพที่ตีพิมพ์ในนิตยสารประเภท
กอสซิปบันเทิงนั้น ไม่เหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย ค่าเฉลี่ย 2.42 เห็นว่าถ้อยคำภาษาที่ตีพิมพ์ใน

นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงนั้น ค่อนข้างล่อแหลม สองแง่สองง่าม ค่าเฉลี่ย 2.07 เห็นว่าบางเนื้อหาในนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงเป็นการสร้างกระแส เพื่อขายข่าว ค่าเฉลี่ย 1.91 และเห็นว่าการนำเสนอของนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงมุ่งชู้ตคู่ยี่เรื่อกรวกรนดั่ง เพื่อสนองความอยากรู้ อยากรเห็นของผู้อ่าน ค่าเฉลี่ย 1.90

ตารางที่ 4.15

แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามทัศนคติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน

ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
เข้าใจลักษณะการทำงานของสื่อมวลชนดี	1.99	0.841	เห็นด้วยมาก
โดยเฉพาะนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ว่า เป็นธุรกิจที่มุ่งแสวงหากำไร	2.40	1.001	เห็นด้วยมาก
เห็นว่าคนดังที่ตกเป็นข่าวนั้น ต่างก็เข้าใจการทำงาน	2.71	1.056	เห็นด้วยปานกลาง
ของสื่อมวลชนดีว่าเป็นธุรกิจที่มุ่งแสวงหากำไร	4.16	0.918	เห็นด้วยมาก
นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงส่วนใหญ่ได้ รายงานข่าวบนพื้นฐานของความเป็นจริงอย่างละเอียด	2.88	1.050	เห็นด้วยปานกลาง
เห็นว่าผู้ผลิตนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงควรมีจรรยาบรรณในการปฏิบัติหน้าที่	4.34	0.830	เห็นด้วยมากที่สุด
เห็นว่าผู้ผลิตนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงได้นำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคม	3.11	0.484	เห็นด้วยปานกลาง
เห็นว่าสื่อมวลชนไทยควรนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน			
รวม	3.11	0.484	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อมวลชนในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.11

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีที่สุดในประเด็นที่ว่า สื่อมวลชนไทยควรนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือผู้ผลิตนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ควรมีจรรยาบรรณในการปฏิบัติหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 4.16 ต่อมาคือเห็นว่าผู้ผลิตนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงได้นำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคม ค่าเฉลี่ย 2.88 เห็นว่านิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงส่วนใหญ่ได้รายงานข่าวบนพื้นฐานของความเป็นจริงอย่างละเอียด ค่าเฉลี่ย 2.71 เห็นว่าคนดังที่ตกเป็นข่าวนั้น ต่างก็เข้าใจการทำงานของสื่อมวลชนดีว่าเป็นธุรกิจที่มุ่งแสวงหากำไร ค่าเฉลี่ย 2.40 และเข้าใจลักษณะการทำงานของสื่อมวลชนดี โดยเฉพาะนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ว่าเป็นธุรกิจที่มุ่งแสวงหากำไร ค่าเฉลี่ย 1.99

สำหรับข้อคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง มีผู้ตอบคำถามจำนวน 31 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงว่า ควรให้ความสำคัญกับผู้ตกเป็นข่าว และควรนำเสนอสิ่งที่เป็นสาระประโยชน์ให้แก่สังคมมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน นอกจากนี้ในอันดับที่รองลงมามีข้อเสนอแนะว่า ผู้ผลิตควรคำนึงถึงข้อเท็จจริงเป็นสำคัญในการนำเสนอข่าว ควรคำนึงถึงการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ไม่ควรสร้างกระแสเพื่อหวังผลกำไร และควรลดการนำเสนอด้วยภาพและภาษาที่รุนแรง

ส่วนที่ 4

การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยหลัก 3 ข้อ คือ

1. ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน
2. ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการเปิดรับ นิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง

สถิติในการวิเคราะห์ ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ วิธีการทดสอบแบบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) และการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1.1 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีเพศต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีเพศต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีเพศต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t - value	Sig.
ชาย	135	3.45	1.766	2.197	0.029
หญิง	265	3.84	1.643		

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.029 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารที่มีเพศต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.2 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอายุต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอายุต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอายุต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 18 ปี	16	3.38	1.668	5.991	0.000
18-22 ปี	83	2.81	1.797		
23-27 ปี	138	3.91	1.579		
28-35 ปี	103	3.72	1.712		
36 ปีขึ้นไป	60	3.75	1.762		
รวม	400	3.59	1.734		

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ค่า Sig (0.000) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารที่มีอายุต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับอายุเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบความคู่ไหนที่มีวิธีในการได้ซึ่งนิตยสารแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.18

แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารจำแนกตามระดับอายุเป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี (3.38)	18-22 ปี (2.81)	23-27 ปี (3.91)	28-35 ปี (3.72)	36 ปีขึ้นไป (3.75)
ต่ำกว่า 18 ปี (3.38)					
18-22 ปี (2.81)	0.57				
23-27 ปี (3.91)	-0.53	-1.10*			
28-35 ปี (3.72)	-0.34	-0.91*	0.19		
36 ปีขึ้นไป (3.75)	-0.38	-0.94*	0.16	-0.03	

*ค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.18 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารจำแนกตามระดับอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-22 ปีมีพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุในระดับอื่นๆ

สมมติฐานที่ 1.1.3 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับวิธีการได้มา

ซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ประถมศึกษา	4	3.50	1.915	4.441	0.002
มัธยมศึกษา	71	3.30	1.694		
อนุปริญญา/ปวส.	46	2.87	1.869		
ปริญญาตรี	233	3.69	1.707		
สูงกว่าปริญญาตรี	46	4.24	1.508		
รวม	400	3.59	1.734		

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่า Sig (.002) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือผู้อ่านนิตยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบความคู่

ไหนที่มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.20

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรม的开รับ
ด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

	ประถมศึกษา (3.50)	มัธยมศึกษา (3.30)	อนุปริญญา/ ปวส. (2.87)	ปริญญาตรี (3.69)	สูงกว่า ปริญญาตรี (4.24)
ประถมศึกษา (3.50)					
มัธยมศึกษา (3.30)	0.2				
อนุปริญญา/ปวส. (2.87)	0.63	0.43			
ปริญญาตรี (3.69)	-0.19	-0.39	-0.82*		
สูงกว่าปริญญาตรี (4.24)	-0.74	-0.94*	-1.37*	-0.55*	

*ค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรม的开รับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีคู่ที่มีพฤติกรรม的开รับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรม的开รับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี/ปวส.

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ระดับอนุปริญญาตรี/ปวส. และระดับปริญญาตรี

สมมติฐานที่ 1.1.4 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกันมีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกันมีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	4.12	1.494	15.447	0.000
พณ.บริษัทเอกชน	151	4.10	1.544		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	45	2.69	1.756		
นักเรียน/นักศึกษา	85	2.86	1.719		
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ	14	1.71	1.49		
อื่นๆ	11	3.64	1.567		
รวม	400	3.59	1.734		

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่า Sig (0.000) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือผู้อ่านนิตยสารที่มีอาชีพต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับอาชีพเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบความคู่ไหน

ที่มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.22

แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกาเปิดรับ

ด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารจำแนกตามระดับอาชีพเป็นรายคู่

โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (4.12)	พนักงาน บริษัทเอกชน (4.10)	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (2.69)	นักเรียน/ นักศึกษา (2.86)	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณ (1.71)	อื่นๆ (3.64)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (4.12)						
พนักงานบริษัทเอกชน (4.10)	0.02					
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (2.69)	1.43*	1.41*				
นักเรียน/นักศึกษา (2.86)	1.26*	1.24*	-0.17			
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ เกษียณ (1.71)	2.40*	2.39*	0.97*	1.14*		
อื่นๆ (3.64)	0.48	0.46	-0.95	-0.78	-1.92*	

*ค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกาเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ พบว่า มีคู่ที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ มีพฤติกรรมการเปิดรับวิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน/นักศึกษา

สมมติฐานที่ 1.1.5 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้กับวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 10000 บาท	130	3.05	1.784	5.835	0.000
10,001 - 15,000 บาท	121	3.65	1.687		
15,001 - 20,000 บาท	69	3.81	1.709		
20,001 - 30,000 บาท	49	4.08	1.592		
สูงกว่า 30,000 บาท	31	4.26	1.413		
รวม	400	3.59	1.734		

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่า Sig (0.000) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารที่มีรายได้ต่างกัน จะมีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่ง
 นิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับรายได้เป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบความคู่
 ที่มีวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple
 Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.24

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับ
 ด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารจำแนกตามระดับรายได้
 เป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท (3.05)	10,001 - 15,000 บาท (3.65)	15,001 - 20,000 บาท (3.81)	20,001 - 30,000 บาท (4.08)	สูงกว่า 30,000 บาท (4.26)
ต่ำกว่า 10,000 บาท (3.05)					
10,000-15,000 บาท (3.65)	-0.60*				
15,001-20,000 บาท (3.81)	-0.76*	-0.16			
20,001-30,000 บาท (4.08)	-1.03*	-0.43	-0.27		
สูงกว่า 30,000 บาท (4.26)	-1.20*	-0.61	-0.45	-0.18	

*ค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.24 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับ
 ด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารจำแนกตามระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี
 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารน้อยกว่า กลุ่ม
 ตัวอย่างที่มีรายได้ในระดับอื่นๆ ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทที่มีพฤติกรรม
 การเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสารมากกว่า

สมมติฐานที่ 1.2.1 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับความถี่ในการอ่านนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t - value	Sig.
ชาย	135	2.79	1.111	2.589	0.01
หญิง	265	3.09	1.026		

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.01 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารบันเทิงที่มีเพศต่างกัน จะมีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.2 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26
แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับความถี่ในการอ่านนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 18 ปี	16	2.94	1.124	5.268	0.000
18-22 ปี	83	2.47	1.162		
23-27 ปี	138	3.14	0.976		
28-35 ปี	103	2.95	1.088		
36 ปีขึ้นไป	60	2.8	1.086		
รวม	400	2.89	1.09		

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่า Sig (0.01) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 และ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบ้านเทิงที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับอายุเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบความคู่ไหนที่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.27

แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับ
ด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารจำแนกตามระดับอายุเป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างน้อยสำคัญ (LSD)

อายุ	ต่ำกว่า 18 ปี (3.38)	18-22 ปี (2.81)	23-27 ปี (3.91)	28-35 ปี (3.72)	36 ปีขึ้นไป (3.75)
ต่ำกว่า 18 ปี (3.38)					
18-22 ปี (2.81)	0.47				
23-27 ปี (3.91)	-0.2	-0.67*			
28-35 ปี (3.72)	-0.01	-0.48*	0.19		
36 ปีขึ้นไป (3.75)	0.14	-0.33	0.34*	0.15	

*ค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารจำแนกตามระดับอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-22 ปีมีพฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการอ่านนิตยสาร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุในระดับอื่นๆ

สมมติฐานที่ 1.2.3 ผู้อ่านนิตยสารประเภทออสชิปปันเทิงที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทออสชิปปันเทิงที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทออสชิปปันเทิงที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความถี่
ในการอ่านนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ประถมศึกษา	4	2.75	1.258	2.006	0.093
มัธยมศึกษา	71	2.83	1.095		
อนุปริญญา/ปวส.	46	2.52	1.225		
ปริญญาตรี	233	2.74	1.055		
สูงกว่าปริญญาตรี	46	2.31	1.059		
รวม	400	2.69	1.09		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่า Sig (0.093) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และ ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือผู้อ่านนิตยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความถี่ในการอ่านนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.4 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความถี่ในการอ่านนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	2.94	1.045	2.593	0.025
พนักงานบริษัทเอกชน	151	3.09	1.000		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	45	2.78	1.223		
นักเรียน/นักศึกษา	85	2.69	1.134		
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ	14	2.36	1.151		
อื่นๆ	11	2.55	1.293		
รวม	400	2.89	1.090		

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ค่า Sig (0.025) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือผู้อ่านนิตยสารที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระดับอาชีพเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบความคู่ไหนที่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.30

แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกาเปิดรับ
ด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารจำแนกตามระดับอาชีพ
เป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (4.12)	พนักงาน บริษัท เอกชน (4.10)	ธุรกิจ ส่วนตัว/ ค้าขาย (2.69)	นักเรียน/ นักศึกษา (2.86)	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ เกษียณ (1.71)	อื่นๆ (3.64)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (4.12)						
พณง.บริษัทเอกชน (4.10)	-0.15					
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (2.69)	0.16	0.31				
นักเรียน/นักศึกษา (2.86)	0.24	0.39*	0.08			
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/ เกษียณ (1.71)	0.58	0.73*	0.42	0.34		
อื่นๆ (3.64)	0.39	0.54	0.23	0.15	0.19	

*ค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.30 เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกาเปิดรับ
ด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีคู่ที่มีพฤติกรรมกา
เปิดรับด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมกาเปิดรับความถี่ในการอ่าน
นิตยสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ และนักเรียน/นักศึกษา

สมมติฐานที่ 1.2.5 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้กับความถี่ในการอ่านนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 10000 บาท	130	2.7	1.132	1.841	0.120
10,001 - 15,000 บาท	121	3.01	1.076		
15,001 - 20,000 บาท	69	3	0.985		
20,001 - 30,000 บาท	49	2.84	1.124		
สูงกว่า 30,000 บาท	31	3.1	1.076		
รวม	400	2.89	1.090		

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่า Sig (0.120) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความถี่ในการอ่านนิตยสารไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน ประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บที่มีเพศต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์กับทัศนคติ

ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	Mean	S.D.	t	Sig.
ชาย	131	2.89	0.506	-1.474	0.141
หญิง	259	2.96	0.42		

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่า Sig (0.141) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารที่มีเพศต่างกัน จะมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บที่มีอายุต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบนเว็บแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33
แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ย
ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 18 ปี	15	2.93	0.594	1.558	0.185
18-22 ปี	82	2.99	0.43		
23-27 ปี	133	2.98	0.389		
28-35 ปี	101	2.87	0.503		
36 ปีขึ้นไป	59	2.86	0.472		
รวม	390	2.94	0.452		

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ค่า Sig (0.185) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึง ยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารที่มีอายุต่างกัน จะมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปฉบับนี้แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปฉบับนี้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปฉบับนี้แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปฉบับนี้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปฉบับนี้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปฉบับนี้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปฉบับนี้แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ
ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ประถมศึกษา	4	3.25	0.5	2.239	0.064
มัธยมศึกษา	70	2.94	0.478		
อนุปริญญา/ปวส.	46	3.07	0.442		
ปริญญาตรี	226	2.92	0.431		
สูงกว่าปริญญาตรี	44	2.82	0.495		
รวม	390	2.94	0.452		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่า Sig (0.064) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารมีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีอาชีพต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ
ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	93	2.95	0.451	1.507	0.186
พนักงานบริษัทเอกชน	147	2.9	0.449		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	42	2.98	0.468		
นักเรียน/นักศึกษา	83	2.94	0.394		
พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ	14	3.21	0.426		
อื่นๆ	11	2.82	0.751		
รวม	390	2.94	0.452		

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ค่า Sig (0.186) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารที่มีอาชีพต่างกัน จะมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงที่มีรายได้ต่างกัน มีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36

แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยทัศนคติ
ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 10000 บาท	126	2.98	0.438	2.248	0.063
10,001 - 15,000 บาท	120	2.95	0.386		
15,001 - 20,000 บาท	67	2.97	0.388		
20,001 - 30,000 บาท	48	2.83	0.559		
สูงกว่า 30,000 บาท	29	2.76	0.636		
รวม	390	2.94	0.452		

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า Sig (0.063) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ผู้อ่านนิตยสารที่มีรายได้ต่างกัน จะมีทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร ประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารด้านวิธีการได้มาซึ่งนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร

ตารางที่ 4.37

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทัศนคติของนิเทศสารที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับ
ในด้านวิธีการได้มาซึ่งนิเทศสารของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่	ระดับทัศนคติ			χ^2	Sig.
	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย		
ตัวเอง	4 (1.0)	90 (22.5)	9 (2.2)	25.596	0.004
คนที่บ้านซื้ออ่าน	4 (1.0)	20 (5.0)	4 (1.0)		
เช่าจากร้านหนังสือ	0 (0.0)	10 (2.5)	2 (0.5)		
ยืมจากเพื่อน/คนรู้จัก	7 (1.8)	40 (10.0)	2 (0.5)		
อ่านที่ทำงาน/ตามสถาน บริการ	36 (9.0)	158 (39.5)	11 (2.8)		
อื่นๆ	2 (0.5)	1 (0.2)	0 (0.0)		
รวม	53 (13.2)	319 (79.8)	28 (7.0)		

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ค่า Sig (0.004) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับด้านวิธีการได้มาซึ่งนิเทศสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิเทศสาร

สมมติฐานที่ 3.2 พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารด้านความถี่ในการอ่านนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารด้านความถี่ในการอ่านนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารด้านความถี่ในการอ่านนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร

ตารางที่ 4.38

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทัศนคติต่อนิตยสารที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับในด้านความถี่ในการอ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ทัศนคติต่อนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง	Sig.
ความถี่ในการอ่านนิตยสารประเภทกอสซิปบันเทิง	-0.077	0.127

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่า Sig (0.127) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับด้านความถี่ในการอ่านนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร