บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การจดจำและการประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้แบ่งการนำเสนอการศึกษาออกเป็น ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ส่วนที่ 3 การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ส่วนที่ 4 การประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

รายละเอียดของการวิเคราะห์ จะนำเสนอด้วยตาราง เพื่อแสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากตารางเฉพาะบางประเด็นที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของผลการศึกษาดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนโดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ตามตารางที่ 4.1-4.6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	98	24.50
หญิง	302	75.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิง จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-24 ปี	144	36.00
25-35 ปี	256	64.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีอายุ 25-35 ปี จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 และมีอายุ 15-24 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	309	77.25
แยกกันอยู่	4	1.00
สมรส	83	20.75
หม้าย	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 รองลงมาสมรสแล้ว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และ แยกกันอยู่และหม้าย มีจำนวนเท่ากันคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	24	6.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	55	13.75
อนุปริญญา / ปวส.	32	8.00
ปริญญาตรี	254	63.50
สูงกว่าปริญญาตรี	35	8.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา / ปวส. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	100	25.00
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.00
พนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง	210	52.50
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	5.75
อาชีพอิสระ	26	6.50
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	13	3.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาเป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 อาชีพอิสระ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และเกษียณอายุ / แม่บ้าน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	84	21.00
มากกว่า 10,000-15,000 บาท	104	26.00
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	113	28.25
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	85	21.25
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	14	3.50
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมามีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 และมีรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ผลการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ระยะเวลาที่อ่าน ชื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ สถานที่ที่อ่าน ช่วงเวลาที่ซื้อ ความถี่ในการเลือกซื้อ ความถี่ในการอ่าน ระยะเวลาต่อครั้งในการอ่าน และเหตุผลที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ตามตารางที่ 4.7-4.17 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก

แหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์ บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก	จำนวน	ร้อยละ
การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ	166	41.50
สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ	116	29.00
โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	78	19.50
เพื่อนแนะนำ	40	10.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรกที่การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาคือสถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และเพื่อนแนะนำ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 6 เดือน	99	24.75
6 เดือน - 1 ปี	104	26.00
1 - 2 ปี	99	24.75
2 - 3 ปี	98	24.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่บันเทิงปาปารัซซี่ มา 6 เดือน-1 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมา

อ่านมาต่ำกว่า 6 เดือน และอ่านมานาน 1-2 ปี เท่ากันจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 และอ่านมานาน 2-3 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ชื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวนผู้เลือกอ่าน	ร้อยละ
กอซซิปสตาร์	205	21.29
ซุบซิบ	136	14.12
ดาราเดลี่รายวัน	89	9.24
สยามดารา	69	7.17
Oops	181	18.80
สตาร์นิวส์	135	14.02
มายาแซนแนล	25	2.60
OK	55	5.71
สตาร์คลิป	68	7.06
รวม	963	100.00

* ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่ภายใน 6 เดือนมีการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ โดยส่วนใหญ่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่กอซซิปสตาร์ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ Oops จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ซุบซิบ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่สตาร์นิวส์ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ดาราเดลี่รายวัน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่สยามดารา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่สตาร์คลิป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ OK จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มายาแซนแนล จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และอื่น ๆ ได้แก่ สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่สตาร์อัลบัม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 4.10
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อ
สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวน	ร้อยละ
ตามกำหนดวางแผง	53	13.25
หลังวางแผง 1 สัปดาห์	28	7.00
ซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ	77	19.25
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	107	26.75
ไม่เคยซื้อ	135	33.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ปาปารัซซี่อ่าน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 และมีผู้ซื้ออ่าน 265 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.25 รองลงมาเป็นคนที่เคยซื้ออ่าน โดยส่วนใหญ่จะซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 ซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ซื้อตามกำหนดวางแผง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และซื้อหลังวางแผง 1 สัปดาห์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 4.11
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่
โดยจำแนกตามช่วงระยะเวลาที่จัดจำหน่าย

การซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ โดยจำแนกตามช่วงระยะเวลาที่จัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
รายวัน	29	10.95
รายปักษ์	33	12.45
รายเดือน	52	19.62
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	151	56.98
รวม	265	100.00

* เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ จำนวน 265 คน ส่วนใหญ่จะซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 56.98 รองลงมาซื้อ รายเดือน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 19.62 ซื้อรายปักษ์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 12.45 และซื้อรายวัน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.95

ตารางที่ 4.12
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ใน
การอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	133	33.25
1-2 ครั้งต่อเดือน	142	35.50
3-4 ครั้งต่อเดือน	65	16.25
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	30	7.50
เกือบทุกวัน	30	7.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาอ่านน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 อ่าน 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และอ่านมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนและเกือบทุกวัน เท่ากันจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

ตารางที่ 4.13
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่อ่าน
สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวน	ร้อยละ
อ่านเพียงเล็กน้อย	140	25.50
น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	157	39.25
ประมาณครึ่งชั่วโมง – 1 ชั่วโมง	57	14.25
ประมาณ 1 ชั่วโมง	32	8.00
มากกว่า 1 ชั่วโมง	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ใช้เวลาอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ต่อครั้ง โดยใช้เวลาอ่านเพียงเล็กน้อย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ใช้เวลาอ่านครึ่งชั่วโมง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 ใช้เวลาครึ่งชั่วโมง-1 ชั่วโมง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ใช้เวลาอ่านประมาณ 1 ชั่วโมง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และอ่านมากกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 4.14
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวน	ร้อยละ
อ่านทั้งเล่ม ทุกฉบับอย่างสนใจ	46	11.50
อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ	194	48.50
อ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ	81	20.25
ดูแต่ภาพปาปารัซซี่เท่านั้นและดูทุกฉบับ	27	6.75
ดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น	52	13.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่จะอ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคืออ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 อ่านทั้งเล่ม ทุกฉบับอย่างสนใจ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และดูแต่ภาพปาปารัซซี่เท่านั้นและดูทุกฉบับ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.15
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวน	ร้อยละ
เวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน	228	37.38
ระหว่างเดินทาง	110	18.03
วันหยุดสุดสัปดาห์	117	19.18
ระหว่างรอบริการในสถานบริการต่าง ๆ	144	23.61
อื่น ๆ	11	1.80
รวม	610	100.00

* ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่จะอ่านเวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมาอ่านระหว่างรอบริการในสถานบริการต่าง ๆ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 อ่านในวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และอ่านระหว่างเดินทาง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50

ตารางที่ 4.16

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

หลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวน	ร้อยละ
เก็บเฉย ๆ / สะสม	91	22.75
อ่านซ้ำ	49	12.25
ให้เพื่อนยืมต่อ	187	46.75
อื่น ๆ	73	18.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่หลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แล้วให้เพื่อนยืมต่อ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาอ่านแล้วเก็บเฉย ๆ / สะสม จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 อื่น ๆ จำนวน 73 คน ตอบว่า ทิ้ง คิดเป็นร้อยละ 18.25 และอ่านซ้ำ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25

ตารางที่ 4.17
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
เหตุผลที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

เหตุผลที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	จำนวน	ร้อยละ
รูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ	186	19.33
เนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ	144	14.97
สนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น	139	14.45
ติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ	154	16.01
เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด	234	24.32
ใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ	94	9.77
อื่น ๆ	11	1.14
รวม	962	100.00

* ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่อ่านเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาอ่านเพราะรูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 อ่านเพราะติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 อ่านเพราะเนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 อ่านเพราะสนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และอ่านเพราะใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อื่น ๆ ร้อยละ 2.75 อ่านตามเพื่อน จำนวน 11 คน

ส่วนที่ 3 การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ได้แก่การจดจำด้านคุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านเนื้อหาและรูปภาพ และด้านองค์ประกอบอื่น ๆ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนและร้อยละ ตามตารางที่ 4.18–4.19 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
คุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	3.75	0.61	มาก
เนื้อหาและภาพ	3.91	0.68	มาก
องค์ประกอบอื่นๆ	3.22	1.04	ปานกลาง
การจดจำโดยรวม	3.72	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีการจดจำสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 โดยแยกการจดในระดับมาก ด้านเนื้อหาและภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือคุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และมีการจดจำในระดับปานกลางในด้านองค์ประกอบอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ระดับการจดจำ					รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
คุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่									
หัวชื่อ	106 (26.50)	175 (43.75)	113 (28.25)	6 (1.50)		400 (100.00)	3.95	0.78	มาก
ปกหน้า	145 (36.25)	168 (42.00)	81 (20.25)		6 (1.50)	400 (100.00)	4.12	0.83	มาก
สโลแกน	58 (14.50)	65 (16.25)	222 (55.50)	45 (11.25)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.29	0.93	ปานกลาง
พาดหัวข่าว	152 (38.00)	139 (34.75)	96 (24.00)	13 (3.25)		400 (100.00)	4.08	0.86	มาก
สีสัน	126 (31.50)	169 (42.25)	82 (20.50)	23 (5.75)		400 (100.00)	4.00	0.87	มาก
แสตมป์ลิขสิทธิ์ภาพ	20.5 (23.00)	32 (121.00)	40.5 (158.00)	3.5 (67.00)	3.5 (31.00)	100 (400.00)	3.10	1.00	ปานกลาง
คุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยรวม							3.75	0.61	มาก
เนื้อหาและภาพ									
ภาพข่าวดารา	191 (47.75)	139 (34.75)	54 (13.50)	13 (3.25)	3 (0.75)	400 (100.00)	4.26	0.86	มากที่สุด
คำบรรยายใต้ภาพ	151 (37.75)	140 (35.00)	96 (24.00)	13 (3.25)		400 (100.00)	4.07	0.86	มาก
ลีลาการเขียนข่าว / คอลัมน์	85 (21.25)	154 (38.50)	129 (32.25)	24 (6.00)	8 (2.00)	400 (100.00)	3.71	0.93	มาก
การให้ฉายาดารา / บุคคลผู้มีชื่อเสียง	82 (20.50)	128 (32.00)	162 (40.50)	14 (3.50)	14 (3.50)	400 (100.00)	3.63	0.96	มาก
เนื้อหาและภาพโดยรวม							3.91	0.68	มาก

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ระดับการจดจำ					รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
องค์ประกอบอื่น ๆ									
โฆษณาซื้อภาพปาปารัซซี่	53 (13.25)	112 (28.00)	152 (38.00)	47 (11.75)	36 (9.00)	400 (100.00)	3.25	1.11	ปานกลาง
แบนเนอร์ / โฆษณา	44 (11.00)	112 (28.00)	167 (41.75)	33 (8.25)	44 (11.00)	400 (100.00)	3.20	1.10	ปานกลาง
องค์ประกอบอื่น ๆ โดยรวม							3.22	1.04	ปานกลาง
การจดจำโดยรวม							3.72	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีการจดจำในด้านคุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

การจดจำคุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยรวมในระดับมาก ทั้งนี้มีการจดจำปกหน้าสูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือ พาดหัวข่าวมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 สีสัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 หัวชื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 มีการจดจำระดับปานกลาง สโลแกนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 และแสตมป์ลิขสิทธิ์ภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10

การจดจำด้านเนื้อหาและภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ทั้งนี้มีการจดจำภาพข่าวดารามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ คำบรรยายใต้ภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ลีลาการเขียนข่าว / คอลัมน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และการให้ฉายาดารา / บุคคลผู้มีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

การจดจำด้านองค์ประกอบอื่น ๆ โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ทั้งนี้มีการจดจำโฆษณาซื้อภาพปาปารัซซี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และแบนเนอร์ / โฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4
การประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ได้แก่ การประเมินความพึงพอใจในปก เนื้อหา รูปภาพ โฆษณา กระดาษ ขนาดรูปเล่มและราคา โดยนำเสนอข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนและร้อยละ ตามตารางที่ 4.20-4.21 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.20
แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
การประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

การประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
ปก	4.07	0.68	มาก
เนื้อหา	3.75	0.63	มาก
รูปภาพ	3.93	0.75	มาก
โฆษณา	3.38	0.70	ปานกลาง
กระดาษ	3.38	0.73	ปานกลาง
ขนาดรูปเล่ม	3.40	0.64	ปานกลาง
ราคา	3.31	0.78	ปานกลาง
การประเมินความพึงพอใจโดยรวม	3.70	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีการประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 โดยแยกเป็นมีการประเมินความพึงพอใจในระดับมากในด้านปก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 รองลงมาคือด้านรูปภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 โดยมีการประเมินความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านขนาดรูปเล่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ด้านโฆษณาและกระดาษมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.38 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

ตารางที่ 4.21

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกการประเมินความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ระดับการจดจำ					รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ปก									
ภาพดาราบนปก	163 (40.75)	160 (40.00)	69 (17.25)	4 (1.00)	4 (1.00)	400 (100.00)	4.19	0.82	มาก
สีสันของปกน่าสนใจ	138 (34.50)	155 (38.75)	98 (24.50)	9 (2.25)		400 (100.00)	4.06	0.82	มาก
ข้อความบนหน้าปก	129 (32.25)	174 (43.50)	78 (19.50)	15 (3.75)	4 (1.00)	400 (100.00)	4.02	0.87	มาก
การออกแบบปก	135 (33.75)	153 (38.25)	93 (23.25)	19 (4.75)		400 (100.00)	4.01	0.87	มาก
การประเมินความพึงพอใจในปกโดยรวม							4.07	0.68	มาก
เนื้อหา									
เนื้อหาด้านบันเทิง เช่น ข่าววงการบันเทิง	116 (29.00)	167 (41.75)	95 (23.75)	16 (4.00)	6 (1.50)	400 (100.00)	3.93	0.91	มาก
เนื้อหาแฟชั่น – ความงาม	87 (21.75)	199 (49.75)	85 (21.25)	23 (5.75)	6 (1.50)	400 (100.00)	3.85	0.88	มาก
เนื้อหาสาระความรู้	102 (25.50)	160 (40.00)	109 (27.25)	18 (4.50)	11 (2.75)	400 (100.00)	3.81	0.96	มาก
เนื้อหาปกิณกะ เช่น บทบรรณาธิการ โชคชะตาราศี โฆษณา ฯลฯ	116 (29.00)	167 (41.75)	95 (23.75)	16 (4.00)	6 (1.50)	400 (100.00)	3.93	0.91	มาก
ข้อมูลข่าวสารทันสมัย น่าสนใจ	87 (21.75)	199 (49.75)	85 (21.25)	23 (5.75)	6 (1.50)	400 (100.00)	3.85	0.88	มาก

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ระดับการจดจำ					รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
เนื้อหา (ต่อ)									
ความน่าเชื่อถือ	102 (25.50)	160 (40.00)	109 (27.25)	18 (4.50)	11 (2.75)	400 (100.00)	3.81	0.96	มาก
พาดหัวข่าว	87 (21.75)	147 (36.75)	114 (28.50)	30 (7.50)	22 (5.50)	400 (100.00)	3.62	1.07	มาก
ตัวอักษรอ่านง่ายชัดเจน	86 (21.50)	215 (53.75)	78 (19.50)	7 (1.75)	14 (3.50)	400 (100.00)	3.88	0.88	มาก
ปริมาณเนื้อหาสั้นกระชับ	68 (17.00)	116 (29.00)	157 (39.25)	44 (11.00)	15 (3.75)	400 (100.00)	3.45	1.02	มาก
คำบรรยาย/เนื้อหามีลักษณะกระเซ้าเย้าแหย่	131 (32.75)	147 (36.75)	94 (23.50)	24 (6.00)	4 (1.00)	400 (100.00)	3.94	0.94	มาก
คำบรรยาย/เนื้อหามีความล่อแหลมในเรื่องเพศ	134 (33.50)	150 (37.50)	85 (21.25)	21 (5.25)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.94	0.99	มาก
คำบรรยาย/เนื้อหาที่แสดงความเป็นกลาง	146 (36.50)	165 (41.25)	77 (19.25)	12 (3.00)		400 (100.00)	4.11	0.82	มาก
คำบรรยาย/เนื้อหาที่นำเสนอความคิดเห็นในเชิงบวก	108 (27.00)	147 (36.75)	123 (30.75)	12 (3.00)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.83	0.95	มาก
คำบรรยาย/เนื้อหาที่นำเสนอความคิดเห็นในเชิงลบ	85 (21.25)	81 (20.25)	201 (50.25)	23 (5.75)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.52	0.97	มาก
บทสัมภาษณ์ดารา	68 (17.00)	132 (33.00)	176 (44.00)	24 (6.00)		400 (100.00)	3.61	0.84	มาก
การประเมินความพึงพอใจในเนื้อหาโดยรวม							3.75	0.63	มาก

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ระดับการจดจำ					รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
รูปภาพ									
ภาพข่าว / ภาพประกอบข่าว	137 (34.25)	141 (35.25)	115 (28.75)	3 (0.75)	4 (1.00)	400 (100.00)	4.01	0.87	มาก
ภาพมีความคมชัด สีสันสวยงาม และน่าสนใจ	115 (28.75)	183 (45.75)	87 (21.75)	15 (3.75)		400 (100.00)	4.00	0.81	มาก
มีปริมาณภาพค่อนข้างมาก	186 (46.50)	112 (28.00)	76 (19.00)	15 (3.75)	11 (2.75)	400 (100.00)	4.12	1.02	มาก
คำบรรยายใต้ภาพเข้ากับภาพ	162 (40.50)	128 (32.00)	89 (22.25)	17 (4.25)	4 (1.00)	400 (100.00)	4.07	0.94	มาก
ภาพแสดงความหวือหวา ล่อแหลมของดารา	110 (27.50)	118 (29.50)	150 (37.50)	12 (3.00)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.77	0.97	มาก
ภาพแสดงความรักของดาราหรือบุคคลดัง	105 (26.72)	137 (34.86)	125 (31.81)	12 (3.05)	21 (3.56)	400 (100.00)	3.78	0.99	มาก
ภาพแสดงเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันของดาราหรือบุคคลดัง	109 (27.25)	124 (31.00)	137 (34.25)	20 (5.00)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.76	0.99	มาก
การประเมินความพึงพอใจในรูปภาพโดยรวม							3.93	0.75	มาก
โฆษณา									
สินค้าและบริการที่นำมาโฆษณา	40 (10.00)	110 (27.50)	217 (54.25)	18 (4.50)	15 (3.75)	400 (100.00)	3.36	0.86	ปานกลาง
สีสันความสวยงามของชิ้นงานโฆษณา	46 (11.50)	112 (28.00)	212 (53.00)	20 (5.00)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.41	0.85	มาก

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ระดับการจดจำ					รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
โฆษณา (ต่อ)									
ข้อความที่ใช้โฆษณา	45 (11.25)	107 (26.75)	217 (54.25)	27 (6.75)	4 (1.00)	400 (100.00)	3.41	0.81	มาก
ปริมาณการโฆษณา	42 (10.50)	102 (25.50)	223 (55.75)	20 (5.00)	13 (3.25)	400 (100.00)	3.35	0.86	ปานกลาง
การประเมินความพึงพอใจในโฆษณาโดยรวม							3.38	0.70	ปานกลาง
กระดาษ									
คุณภาพ	42 (10.50)	122 (30.50)	208 (52.00)	25 (6.25)	3 (0.75)	400 (100.00)	3.44	0.79	มาก
ความหนาและแข็งแรง	33 (8.25)	101 (25.25)	237 (59.25)	19 (4.75)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.32	0.79	ปานกลาง
การประเมินความพึงพอใจในกระดาษโดยรวม							3.38	0.73	ปานกลาง
ขนาดรูปเล่ม									
ขนาดของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	43 (10.75)	120 (30.00)	202 (50.50)	32 (8.00)	3 (0.75)	400 (100.00)	3.42	0.82	มาก
รูปลักษณ์ของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	39 (9.75)	123 (30.75)	213 (53.25)	18 (4.50)	7 (1.75)	400 (100.00)	3.42	0.80	มาก
การออกแบบสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	29 (7.25)	138 (34.50)	217 (54.25)	15 (3.75)	1 (0.25)	400 (100.00)	3.45	0.70	มาก
ความสะดวกในการพกพาสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	36 (9.00)	93 (23.25)	227 (56.75)	41 (10.25)	3 (0.75)	400 (100.00)	3.30	0.80	ปานกลาง
การประเมินความพึงพอใจในขนาดรูปเล่มโดยรวม							3.40	0.64	ปานกลาง

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	ระดับการจดจำ					รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ราคา									
ราคาเหมาะสม	40 (10.00)	105 (26.25)	237 (59.25)	8 (2.00)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.39	0.79	ปานกลาง
คุ้มค่ากับเนื้อหาสาระ	30 (7.50)	98 (24.50)	221 (55.25)	35 (8.75)	16 (4.00)	400 (100.00)	3.23	0.86	ปานกลาง
การประเมินความพึงพอใจในราคาโดยรวม							3.31	0.78	ปานกลาง
การประเมินความพึงพอใจโดยรวม							3.70	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีการประเมินความพึงพอใจปก ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 โดยแยกเป็นรายประเด็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ภาพดาราบนปก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือสีสันของปกน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ข้อความบนหน้าปก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และการออกแบบปก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

การประเมินความพึงพอใจด้านเนื้อหา พบว่า มีการประเมินความพึงพอใจในด้านเนื้อหาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 โดยแยกเป็นรายประเด็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ปริมาณเนื้อหาสั้น กระชับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือพาดหัวข่าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตัวอักษรอ่านง่าย ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เนื้อหาด้านบันเทิง เช่น ข่าววงการบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ข้อมูลข่าวสารทันสมัย น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เนื้อหาแฟชั่น-ความงาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 คำบรรยาย/เนื้อหามีลักษณะกระเช้าเย้าแหย่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เนื้อหาสาระความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 คำบรรยาย/เนื้อหามีความล่อแหลมในเรื่องเพศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เนื้อหาปกิณกะ เช่น บทบรรณาธิการ โชคชะตาราศี โฆษณา ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 บทสัมภาษณ์ดารา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 คำบรรยาย/เนื้อหาที่แสดงความเป็นกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 คำบรรยาย/เนื้อหาที่นำเสนอความคิดเห็นในเชิงบวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 คำบรรยาย/เนื้อหาที่นำเสนอความคิดเห็นในเชิงลบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

การประเมินความพึงพอใจด้านรูปภาพ พบว่ามีการประเมินความพึงพอใจในด้านรูปภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยแยกเป็นรายประเด็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินความพึงพอใจในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่มีปริมาณภาพค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือคำบรรยายใต้ภาพเข้ากับภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ภาพข่าว / ภาพประกอบข่าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ภาพมีความคมชัด สีสันสวยงาม และน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ภาพแสดงความรักของดาราหรือบุคคลดัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ภาพแสดงความหวือหวา ล่อแหลมของดารา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และภาพแสดงเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันของดาราหรือบุคคลดัง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

การประเมินความพึงพอใจด้านโฆษณา พบว่ามีการประเมินความพึงพอใจในด้านโฆษณาโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 โดยแยกเป็นรายประเด็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินความพึงพอใจในระดับมากในประเด็นสีสันความสวยงามของชิ้นงานโฆษณาและข้อความที่ใช้โฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.41 รองลงมาในประเด็นที่เหลือ พบว่ามีการประเมินความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่สินค้าและบริการที่นำมาโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 และปริมาณการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

การประเมินความพึงพอใจด้านกระดาษ พบว่ามีการประเมินความพึงพอใจในด้านกระดาษโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 โดยแยกเป็นรายประเด็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินความพึงพอใจในระดับมากในประเด็นคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และมีการประเมินความพึงพอใจในระดับปานกลางความหนาและแข็งแรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

การประเมินความพึงพอใจด้านขนาดรูปเล่ม พบว่ามีการประเมินความพึงพอใจในด้านขนาดรูปเล่มโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 โดยแยกเป็นรายประเด็นพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการประเมินความพึงพอใจในระดับมากในประเด็นการออกแบบสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 รองลงมาคือรูปลักษณ์ของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่และขนาดของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.42 และมีการประเมินความพึงพอใจในระดับปานกลางในประเด็นความสะดวกในการพกพาสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30

การประเมินความพึงพอใจราคา พบว่ามีการประเมินความพึงพอใจในด้านขนาดรูปเล่มโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 โดยแยกเป็นรายประเด็นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการประเมินความพึงพอใจในระดับปานกลางในทุกประเด็นราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 และมีการประเมินความพึงพอใจในคุ้มค่ากับเนื้อหาสาระ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สมมติฐานเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ กับการจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ และการประเมินความพึงพอใจในสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ (ตารางที่ 4.22-4.92)

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

สมมติฐานที่ 1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22
แสดงความแตกต่างของเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก

เพศ	แหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก				รวม	Chi Square	Sig.
	การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ	สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ	โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	เพื่อนแนะนำ			
ชาย	48 (48.98)	12 (12.24)	24 (24.49)	14 (14.29)	98 (100.00)	18.357	0.000*
หญิง	118 (39.07)	104 (34.44)	54 (17.88)	26 (8.61)	302 (100.00)		
รวม	166 (41.50)	116 (29.00)	78 (19.50)	40 (10.00)	400 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่ตอบคำถามข้ออื่น ๆ

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศ

ชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่เคยเห็นครั้งแรกที่ การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมา โดยเพศชายเคยเห็นจากโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ แต่เพศหญิง เคยเห็นที่สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ

ตารางที่ 4.23

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

เพศ	ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	< 6 เดือน	6 เดือน-1 ปี	1–2 ปี	2–3 ปี			
ชาย	24 (24.49)	14 (14.29)	24 (24.49)	36 (36.73)	98 (100.00)	14.788	0.002*
หญิง	75 (24.83)	90 (29.80)	75 (24.83)	62 (20.53)	302 (100.00)		
รวม	99 (24.75)	104 (26.00)	99 (24.75)	98 (24.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายส่วนใหญ่อ่านมานาน 2 - 3 ปี แต่เพศหญิงส่วนใหญ่อ่านมานาน 6 เดือน - 1 ปี

ตารางที่ 4.24

แสดงความแตกต่างของเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน

เพศ	สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน										รวม	Chi Square	Sig.
	กอซซิปสตาร์	ซุบซิบ	ดาราเดลี่รายวัน	สยามดารา	Oops	สตาร์นิวส์	มายาแชนแนล	OK	สตาร์คลิป	อื่น ๆ			
ชาย	43 (19.11)	35 (15.56)	26 (11.56)	40 (17.78)	30 (13.33)	35 (15.56)	6 (2.67)	6 (2.67)	4 (1.78)	0 (0.00)	225 (100.00)	70.674	0.000*
หญิง	153 (20.73)	101 (13.69)	63 (8.54)	29 (3.93)	151 (20.46)	100 (13.55)	19 (2.57)	49 (6.64)	64 (8.67)	9 (1.22)	738 (100.00)		
รวม	196 (20.35)	136 (14.12)	89 (9.24)	69 (7.17)	181 (18.80)	135 (14.02)	25 (2.60)	55 (5.71)	68 (7.06)	9 (0.93)	963 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่ตอบคำถามข้ออื่น ๆ

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ที่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่เคยอ่านนิตยสารกอซซิปสตาร์ เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาที่เพศชาย จะอ่านสยามดารา แต่เพศหญิงจะอ่าน Oops

ตารางที่ 4.25

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

เพศ	ช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	ตามกำหนดวางแผง	หลังวางแผง 1 สัปดาห์	ซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	ไม่เคยซื้อ			
ชาย	32 (32.65)	2 (2.04)	17 (17.35)	35 (35.71)	12 (12.24)	98 (100.00)	63.371	0.000*
หญิง	21 (6.95)	26 (8.61)	60 (19.87)	72 (23.84)	123 (40.73)	302 (100.00)		
รวม	53 (13.25)	28 (7.00)	77 (19.25)	107 (26.75)	135 (33.75)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายส่วนใหญ่จะซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส แต่เพศหญิงส่วนใหญ่จะไม่เคยซื้อ

ตารางที่ 4.26

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง แนวปาปารัซซี่ ด้านการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

เพศ	การเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	รายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว	รายปักษ์	รายเดือน	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส			
ชาย	13 (15.12)	6 (6.98)	22 (25.58)	45 (52.33)	86 (100.00)	7.880	0.049*
หญิง	16 (8.94)	27 (15.08)	30 (16.76)	106 (59.22)	179 (100.00)		
รวม	29 (10.94)	33 (12.45)	52 (19.62)	151 (56.98)	265 (100.00)		

จากตารางที่ 4.26 จากกลุ่มตัวอย่างที่มีเคยซื้อหนังสืออ่านจำนวน 265 คน พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายและเพศหญิง มีความถี่ในการซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสสูงที่สุดและนิยมซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่รายเดือน เหมือนกันตามลำดับ แต่มีความแตกต่างกันโดยเพศชายจะซื้อรายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว แต่เพศหญิงจะซื้อเป็นรายปักษ์

ตารางที่ 4.27

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง แนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

เพศ	ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	1-2 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	เกือบทุกวัน			
ชาย	25 (25.51)	34 (34.69)	15 (15.31)	9 (9.18)	15 (15.31)	98 (100.00)	10.226	0.017*
หญิง	108 (35.76)	108 (35.76)	50 (16.56)	21 (6.95)	15 (4.97)	302 (100.00)		
รวม	133 (33.25)	142 (35.50)	65 (16.25)	30 (7.50)	30 (7.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายส่วนใหญ่อ่าน 1-2 ครั้งต่อเดือน แต่เพศหญิง ส่วนใหญ่อ่านไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน

ตารางที่ 4.28

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่ ด้านระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่

เพศ	ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่						รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านเพียงเล็กน้อย	น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	ประมาณครึ่งชั่วโมง–1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	มากกว่า 1 ชั่วโมง	อ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก			
ชาย	35 (35.14)	10 (10.20)	24 (24.49)	10 (10.20)	8 (8.16)	11 (11.22)	98 (100.00)	48.491	0.000*
หญิง	67 (22.19)	147 (48.68)	33 (10.93)	22 (7.28)	6 (1.99)	27 (8.94)	302 (100.00)		
รวม	102 (25.50)	157 (39.25)	57 (14.25)	32 (8.00)	14 (3.50)	38 (9.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายส่วนใหญ่อ่านอ่านเพียงเล็กน้อย แต่เพศหญิง ส่วนใหญ่อ่าน น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง

ตารางที่ 4.29

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่ ด้านลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

เพศ	ลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านทั้งเล่มทุกฉบับอย่างสนใจ	อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ	อ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ	ดูแต่ภาพปาปารัซซี่เท่านั้นและดูทุกฉบับ	ดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น			
ชาย	13 (13.27)	34 (34.69)	32 (32.65)	5 (5.10)	14 (14.29)	98 (100.00)	16.001	0.003*
หญิง	33 (10.93)	160 (52.98)	49 (16.23)	22 (7.28)	38 (12.58)	302 (100.00)		
รวม	46 (11.50)	194 (48.50)	81 (20.25)	27 (6.75)	52 (13.00)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายและเพศหญิง มีอันดับของลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่เหมือนกันในทุกอันดับ แต่แตกต่างกันที่สัดส่วนของลักษณะการอ่าน โดยเพศหญิงมากกว่าครึ่งจะอ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ

ตารางที่ 4.30

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

เพศ	ช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	เวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน	ระหว่างเดินทาง	วันหยุดสุดสัปดาห์	ระหว่างรอบริการในสถานบริการต่างๆ	อื่น ๆ			
ชาย	65 (39.63)	36 (21.95)	41 (25.00)	12 (7.32)	10 (6.10)	164 (100.00)	37.556	0.000*
หญิง	163 (36.55)	74 (16.59)	76 (17.04)	132 (29.60)	1 (0.22)	446 (100.00)		
รวม	228 (37.38)	110 (18.03)	117 (19.18)	144 (23.61)	11 (1.80)	610 (100.00)		

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย และเพศหญิง ส่วนใหญ่จะอ่านในเวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาที่เพศชายจะอ่านในวันหยุดสุดสัปดาห์ แต่เพศหญิง จะอ่านในระหว่างรอรับบริการในสถานบริการต่างๆ

ตารางที่ 4.31
แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่ ด้านพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่

เพศ	หลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	เก็บเฉย ๆ / สะสม	อ่านซ้ำ	ให้เพื่อนยืมต่อ	อื่น ๆ (แล้วแต่โอกาส)			
ชาย	36 (36.73)	11 (11.22)	37 (37.76)	14 (14.29)	98 (100.00)	14.634	0.002*
หญิง	55 (18.21)	38 (12.58)	150 (49.67)	59 (19.54)	302 (100.00)		
รวม	91 (22.75)	49 (12.25)	187 (46.75)	73 (18.25)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่หลังจากอ่านแล้วจะให้เพื่อนยืมต่อเหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับรองลงมาโดยเพศชายหลังจากอ่านแล้วจะเก็บเฉย ๆ / สะสม แต่เพศหญิง แล้วแต่โอกาส

ตารางที่ 4.32

แสดงความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านเหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

เพศ	เหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							รวม	Chi Square	Sig.
	รูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ	เนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ	สนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น	ติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ	เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด	ใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ	อื่น ๆ			
ชาย	51 (17.17)	39 (13.13)	50 (16.84)	55 (18.52)	54 (18.18)	46 (15.49)	2 (0.67)	297 (100.00)	27.258	0.000*
หญิง	135 (20.30)	105 (15.79)	89 (13.38)	99 (14.89)	180 (27.07)	48 (7.22)	9 (1.35)	665 (100.00)		
รวม	186 (19.33)	144 (14.97)	139 (14.45)	154 (16.01)	234 (24.32)	94 (9.77)	11 (1.14)	962 (100.00)		

จากตารางที่ 4.32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเพศที่แตกต่างกัน มีเหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายส่วนใหญ่อ่านเพราะติดตามข่าวของดาราคนดังต่างๆในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ แตกต่างจากเพศหญิง ที่ส่วนใหญ่อ่านเพราะเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด

สมมติฐานที่ 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33
แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่ ด้านแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิง
ปาปารัซซี่ครั้งแรก

อายุ	แหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก				รวม	Chi Square	Sig.
	การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ	สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่างๆ	โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	เพื่อนแนะนำ			
15-24 ปี	80 (55.56)	21 (14.58)	28 (19.44)	15 (10.42)	144 (100.00)	26.876	0.000*
25-35 ปี	86 (33.59)	95 (37.11)	50 (19.53)	25 (9.77)	256 (100.00)		
รวม	166 (41.50)	116 (29.00)	78 (19.50)	40 (10.00)	400 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่ตอบคำถามข้ออื่น ๆ

จากตารางที่ 4.33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี ส่วนใหญ่เคยเห็นครั้งแรกจากการวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ แต่ผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี ส่วนใหญ่เคยเห็นครั้งแรกที่สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ

ตารางที่ 4.34

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง แนวปาปารัซซี่ ด้านระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อายุ	ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	ต่ำกว่า 6 เดือน	6 เดือน - 1 ปี	1 - 2 ปี	2 - 3 ปี			
15-24 ปี	26 (18.06)	49 (34.03)	46 (31.94)	23 (15.97)	144 (100.00)	21.035	0.000*
25-35 ปี	73 (28.52)	55 (21.48)	53 (20.70)	75 (29.30)	256 (100.00)		
รวม	99 (24.75)	104 (26.00)	99 (24.75)	98 (24.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี ส่วนใหญ่อ่านมานาน 6 เดือน-1 ปี แต่ผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี ส่วนใหญ่อ่านมานาน 2-3 ปี

ตารางที่ 4.35

แสดงความแตกต่างของอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน

อายุ	สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน										รวม	Chi Square	Sig.
	กอซซิปสตาร์	ซุบซิบ	ดาราเดลี่รายวัน	สยามดารา	Oops	สตาร์นิวส์	มายาแชนแนล	OK	สตาร์คลิป	อื่น ๆ			
15-24 ปี	43 (19.11)	35 (15.56)	26 (11.56)	40 (17.78)	30 (13.33)	35 (15.56)	6 (2.67)	6 (2.67)	4 (1.78)	0 (0.00)	225 (100.00)	70.674	0.000*
25-35 ปี	153 (20.73)	101 (13.69)	63 (8.54)	29 (3.93)	151 (20.46)	100 (13.55)	19 (2.57)	49 (6.64)	64 (8.67)	9 (1.22)	738 (100.00)		
รวม	196 (20.35)	136 (14.12)	89 (9.24)	69 (7.17)	181 (18.80)	135 (14.02)	25 (2.60)	55 (5.71)	68 (7.06)	9 (0.93)	963 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่ตอบคำถามข้ออื่น ๆ

จากตารางที่ 4.35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ที่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยช่วงอายุ 15-24 ปี และ25-35 ปี ส่วนใหญ่เคยอ่านนิตยสารกอซซิปสตาร์ เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาที่15-24 ปี จะอ่านสยามดารา แต่ 25-35 ปีจะอ่าน Oops

ตารางที่ 4.36

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อายุ	ช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	ตามกำหนดวางแผง	หลังวางแผง 1 สัปดาห์	ซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	ไม่เคยซื้อ			
15-24 ปี	23 (15.97)	8 (5.56)	28 (19.44)	42 (29.17)	43 (29.86)	144 (100.00)	3.433	0.488
25-35 ปี	30 (11.72)	20 (7.81)	49 (19.14)	65 (25.39)	92 (35.94)	256 (100.00)		
รวม	53 (13.25)	28 (7.00)	77 (19.25)	107 (26.75)	135 (33.75)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.36 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง แนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อายุ	การเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	รายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว	รายปักษ์	รายเดือน	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส			
15-24 ปี	41 (28.47)	61 (42.36)	13 (9.03)	29 (20.14)	144 (100.00)	5.079	0.166
25-35 ปี	92 (35.94)	81 (31.64)	52 (20.31)	31 (12.11)	256 (100.00)		
รวม	133 (33.25)	142 (35.50)	65 (16.25)	60 (15.00)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.37 จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้ออ่าน จำนวน 265 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง แนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิง แนวปาปารัซซี่

อายุ	ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	1-2 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	เกือบทุกวัน			
15-24 ปี	41 (28.47)	61 (42.36)	13 (9.03)	14 (9.72)	15 (10.42)	144 (100.00)	15.712	0.001*
25-35 ปี	92 (35.94)	81 (31.64)	52 (20.31)	16 (6.25)	15 (5.86)	256 (100.00)		
รวม	133 (33.25)	142 (35.50)	65 (16.25)	30 (7.50)	30 (7.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.38 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี ส่วนใหญ่อ่าน 1-2 ครั้งต่อเดือน แต่ผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี ส่วนใหญ่อ่านน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

ตารางที่ 4.39

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่ ด้านระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่

อายุ	ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่						รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านเพียงเล็กน้อย	น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	ประมาณครึ่งชั่วโมง–1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	มากกว่า 1 ชั่วโมง	อ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก			
15-24 ปี	31 (21.53)	63 (43.75)	29 (20.14)		8 (5.56)	13 (9.03)	144 (100.00)	14.995	0.005*
25-35 ปี	71 (27.73)	94 (36.72)	28 (10.94)	32 (12.50)	6 (2.34)	25 (9.77)	256 (100.00)		
รวม	102 (25.50)	157 (39.25)	57 (14.25)	32 (8.00)	14 (3.50)	38 (9.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.39 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี และผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านต่อครั้งน้อยกว่าครึ่งชั่วโมงเหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่ 3 ที่ ผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี อ่าน 3-4 ครั้งต่อเดือน และผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี อ่านครั้งละ 1 ชั่วโมงขึ้นไป

ตารางที่ 4.40

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อายุ	ลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านทั้งเล่มทุกฉบับอย่างสนใจ	อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ	อ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ	ดูแต่ภาพปาปารัซซี่เท่านั้นและดูทุกฉบับ	ดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น			
15-24 ปี	14 (9.72)	63 (43.75)	37 (25.69)	15 (10.42)	15 (10.42)	144 (100.00)	10.595	0.032*
25-35 ปี	32 (12.50)	131 (51.17)	44 (17.19)	12 (4.69)	37 (14.45)	256 (100.00)		
รวม	46 (11.50)	194 (48.50)	81 (20.25)	27 (6.75)	52 (13.00)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.40 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี และผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี ส่วนใหญ่จะอ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ เหมือนกัน แต่ผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี มีสัดส่วนไม่ถึงครึ่งที่อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับ แต่ผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี มีสัดส่วนมากกว่าครึ่งที่อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับ

ตารางที่ 4.41

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง แนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อายุ	ช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	เวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน	ระหว่างเดินทาง	วันหยุดสุดสัปดาห์	ระหว่างรอบริการในสถานบริการต่างๆ	อื่น ๆ			
15-24 ปี	93 (37.20)	56 (22.40)	59 (23.60)	39 (15.60)	3 (1.20)	250 (100.00)	21.156	0.000*
25-35 ปี	135 (37.50)	54 (15.00)	58 (16.11)	105 (29.17)	8 (2.22)	360 (100.00)		
รวม	228 (37.38)	110 (18.03)	117 (19.18)	144 (23.61)	11 (1.80)	610 (100.00)		

จากตารางที่ 4.41 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี และ 25-35 ปี ส่วนใหญ่จะอ่านในเวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี จะอ่านในวันหยุดสุดสัปดาห์ แต่ผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี จะอ่านในระหว่างรอบริการในสถานบริการต่าง ๆ

ตารางที่ 4.42
แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่ ด้านพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิง
แนวปาปารัซซี่

อายุ	หลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	เก็บเฉย ๆ / สะสม	อ่านซ้ำ	ให้เพื่อนยืมต่อ	อื่น ๆ (แล้วแต่โอกาส)			
15-24 ปี	32 (22.22)	25 (17.36)	77 (53.47)	10 (6.94)	144 (100.00)	22.759	0.000*
25-35 ปี	59 (23.05)	24 (9.38)	110 (42.97)	63 (24.61)	256 (100.00)		
รวม	91 (22.75)	49 (12.25)	187 (46.75)	73 (18.25)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.42 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี และผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี ส่วนใหญ่จะอ่านให้เพื่อนยืมต่อ แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาคือ ผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี อ่านแล้วจะเก็บเฉย ๆ / สะสม แต่ผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี จะแล้วแต่โอกาส

ตารางที่ 4.43

แสดงความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ด้านเหตุผลที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อายุ	เหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							รวม	Chi Square	Sig.
	รูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ	เนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ	สนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น	ติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ	เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด	ใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ	อื่น ๆ			
15-24 ปี	83 (23.45)	54 (15.25)	54 (15.25)	51 (14.41)	80 (22.60)	32 (9.04)	0 (0.00)	354 (100.00)	13.474	0.036*
25-35 ปี	103 (16.94)	90 (14.80)	85 (13.98)	103 (16.94)	154 (25.33)	62 (10.20)	11 (1.81)	608 (100.00)		
รวม	186 (19.33)	144 (14.97)	139 (14.45)	154 (16.01)	234 (24.32)	94 (9.77)	11 (1.14)	962 (100.00)		

จากตารางที่ 4.43 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีสาเหตุที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี ส่วนใหญ่อ่านเพราะรูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ แตกต่างจากผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี ที่ส่วนใหญ่อ่านเพราะเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด

สมมติฐานที่ 1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก

สถานภาพสมรส	แหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก				รวม	Chi Square	Sig.
	การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ	สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ	โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	เพื่อนแนะนำ			
โสด	149 (48.22)	75 (24.27)	62 (20.06)	23 (7.44)	309 (100.00)	31.747	0.000*
แยกกันอยู่			4 (100.00)		4 (100.00)		
สมรส	17 (20.48)	41 (49.40)	12 (14.46)	13 (15.66)	83 (100.00)		
หม้าย				4 (100.00)	4 (100.00)		
รวม	166 (41.50)	116 (29.00)	78 (19.50)	40 (10.00)	400 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่ตอบคำถามข้ออื่น ๆ

จากตารางที่ 4.44 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่เคยเห็นครั้งแรกจากการวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ แต่ผู้ที่สมรสแล้ว ส่วนใหญ่เคยเห็นครั้งแรกจากสถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ

ตารางที่ 4.45

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	< 6 เดือน	6 เดือน-1 ปี	1–2 ปี	2–3 ปี			
โสด	80 (25.89)	79 (25.57)	83 (26.86)	67 (21.68)	309 (100.00)	8.108	0.044*
แยกกันอยู่			4 (100.00)		4 (100.00)		
สมรส	19 (22.89)	25 (30.12)	12 (14.46)	27 (32.53)	83 (100.00)		
หม้าย				4 (100.00)	4 (100.00)		
รวม	99 (24.75)	104 (26.00)	99 (24.75)	98 (24.50)	400 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มากกว่า 3 ปีขึ้นไป

จากตารางที่ 4.45 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่อ่านมานาน 1-2 ปี แต่ผู้ที่สมรสแล้ว ส่วนใหญ่อ่านมานาน 2-3 ปี

ตารางที่ 4.46

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่
โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน

สถานภาพสมรส	สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน										รวม	Chi Square	Sig.
	กอซซิปสตาร์	ซุบซิบ	ดาราเดลี่รายวัน	สยามดารา	Oops	สตาร์นิวส์	มายาแชนแนล	OK	สตาร์คลิป	อื่น ๆ			
โสด	159 (19.73)	117 (14.52)	74 (9.18)	66 (8.19)	149 (18.49)	121 (15.01)	13 (1.61)	51 (6.33)	47 (5.83)	9 (1.12)	806 (100.00)	47.682	0.000*
แยกกันอยู่	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)		
สมรส	33 (21.02)	19 (12.10)	11 (7.01)	3 (1.91)	32 (20.38)	14 (8.92)	12 (7.64)	4 (2.55)	21 (13.38)	8 (5.10)	157 (100.00)		
หม้าย	4 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (100.00)		
รวม	196 (20.27)	136 (14.06)	85 (8.79)	69 (7.14)	181 (18.72)	135 (13.96)	25 (2.59)	55 (5.69)	68 (7.03)	17 (1.76)	967 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่ตอบคำถามข้ออื่น ๆ

จากตาราง 4.46 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ที่อ่านภายใน 6 เดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด และสมรส ส่วนใหญ่จะอ่านนิตยสารกอซซิปสตาร์ เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่ 3 ที่ผู้เป็นโสด จะอ่านซุบซิบ แต่ผู้ที่สมรสแล้ว จะอ่านสตาร์คลิป

ตารางที่ 4.47

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	ช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	ตามกำหนดวางแผง	หลังวางแผง 1 สัปดาห์	ซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	ไม่เคยซื้อ			
โสด	39 (12.62)	17 (5.50)	57 (18.45)	88 (28.48)	108 (34.95)	309 (100.00)	9.392	0.052
แยกกันอยู่				4 (100.00)		4 (100.00)		
สมรส	10 (12.05)	11 (13.25)	20 (24.10)	15 (18.07)	27 (32.53)	83 (100.00)		
หม้าย	4 (100.00)					4 (100.00)		
รวม	53 (13.25)	28 (7.00)	77 (19.25)	107 (26.75)	135 (33.75)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.47 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48
แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	การเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	รายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว	รายปักษ์	รายเดือน	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส			
โสด	13 (6.47)	22 (10.95)	43 (21.39)	123 (61.19)	201 (100.00)	17.235	0.001*
แยกกันอยู่	4 (100.00)				4 (100.00)		
สมรส	12 (21.43)	11 (19.64)	5 (8.93)	28 (50.00)	56 (100.00)		
หม้าย			4 (100.00)		4 (100.00)		
รวม	29 (10.94)	33 (12.45)	52 (19.62)	151 (56.98)	265 (100.00)		

จากตารางที่ 4.48 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดและสมรสส่วนใหญ่จะมีการเลือกซื้อแล้วแต่ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ส่วนผู้ที่มีสถานภาพแยกกันอยู่มักซื้อเป็นรายวัน

ตารางที่ 4.49

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	1-2 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	เกือบทุกวัน			
โสด	115 (37.22)	105 (33.98)	47 (15.21)	30 (9.71)	12 (3.88)	309 (100.00)	7.286	0.063
แยกกันอยู่					4 (100.00)	4 (100.00)		
สมรส	18 (21.69)	37 (44.58)	14 (16.87)		14 (16.87)	83 (100.00)		
หม้าย			4 (100.00)			4 (100.00)		
รวม	133 (33.25)	142 (35.50)	65 (16.25)	30 (7.50)	30 (7.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.49 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่						รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านเพียงเล็กน้อย	น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	ประมาณครึ่งชั่วโมง–1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	มากกว่า 1 ชั่วโมง	อ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก			
โสด	88 (28.48)	113 (36.57)	52 (16.83)	18 (5.83)	14 (4.53)	24 (7.77)	309 (100.00)	29.943	0.000*
แยกกันอยู่	4 (100.00)						4 (100.00)		
สมรส	6 (7.23)	44 (53.01)	5 (6.02)	14 (16.87)		14 (16.87)	83 (100.00)		
หม้าย	4 (100.00)						4 (100.00)		
รวม	102 (25.50)	157 (39.25)	57 (14.25)	32 (8.00)	14 (3.50)	38 (9.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.50 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด และผู้ที่สมรสแล้ว ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านต่อครั้งน้อยกว่าครึ่งชั่วโมงเหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับรองลงมา ที่ผู้ที่มีอายุ 15-24 ปี จะอ่านเพียงเล็กน้อย แต่ผู้ที่มีอายุ 25-35 ปี อ่านครั้งละ 1 ชั่วโมงขึ้นไป และอ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก

ตารางที่ 4.51

แสดงความแตกต่างของสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	ลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านทั้งเล่มทุกฉบับอย่างสนใจ	อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ	อ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ	ดูแต่ภาพปาปารัซซี่เท่านั้นและดูทุกฉบับ	ดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น			
โสด	31 (10.03)	150 (48.54)	57 (18.45)	22 (7.12)	49 (15.86)	309 (100.00)	14.950	0.005*
แยกกันอยู่		4 (100.00)				4 (100.00)		
สมรส	15 (18.07)	36 (43.37)	24 (28.92)	5 (6.02)	3 (3.61)	83 (100.00)		
หม้าย		4 (100.00)				4 (100.00)		
รวม	46 (11.50)	194 (48.50)	81 (20.25)	27 (6.75)	52 (13.00)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.51 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสด และผู้ที่สมรสแล้ว ส่วนใหญ่จะอ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่ 3 ที่ผู้มีสถานภาพโสดจะดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น แต่ผู้ที่สมรสแล้วจะอ่านทั้งเล่ม ทุกฉบับอย่างสนใจ

ตารางที่ 4.52

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่อ่านนิตยสารบันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	ช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	เวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน	ระหว่างเดินทาง	วันหยุดสุดสัปดาห์	ระหว่างรอบริการในสถานบริการต่างๆ	อื่น ๆ			
โสด	197 (39.80)	85 (17.17)	94 (18.99)	114 (23.03)	5 (1.01)	495 (100.00)	16.773	0.002*
แยกกันอยู่	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (100.00)		
สมรส	27 (26.21)	21 (20.39)	19 (18.45)	30 (29.13)	6 (5.83)	103 (100.00)		
หม้าย	4 (50.00)	4 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (100.00)		
รวม	228 (37.38)	110 (18.03)	117 (19.18)	144 (23.61)	11 (1.80)	610 (100.00)		

จากตารางที่ 4.52 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่อ่านนิตยสารบันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นโสดอ่านในเวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน แตกต่างกับผู้ที่สมรสแล้ว ที่ส่วนใหญ่จะอ่านในระหว่างรอบริการในสถานบริการต่างๆ

ตารางที่ 4.53

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	หลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	เก็บเฉย ๆ / สะสม	อ่านซ้ำ	ให้เพื่อนยืมต่อ	อื่น ๆ (แล้วแต่โอกาส)			
โสด	69 (22.33)	36 (11.65)	160 (51.78)	44 (14.24)	309 (100.00)	20.186	0.000*
แยกกันอยู่		4 (100.00)			4 (100.00)		
สมรส	18 (21.69)	9 (10.84)	27 (32.53)	29 (34.94)	83 (100.00)		
หม้าย	4 (100.00)				4 (100.00)		
รวม	91 (22.75)	49 (12.25)	187 (46.75)	73 (18.25)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.53 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่อ่านแล้วให้เพื่อนยืมต่อ แต่ผู้สมรสแล้ว จะแล้วแต่โอกาส

ตารางที่ 4.54

แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ด้านสาเหตุที่ชอบอ่านนิตยสารบันเทิงแนวปาปารัซซี่

สถานภาพสมรส	เหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							รวม	Chi Square	Sig.
	รูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ	เนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ	สนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น	ติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ	เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด	ใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ	อื่น ๆ			
โสด	161 (20.80)	107 (13.82)	107 (13.82)	124 (16.02)	187 (24.16)	78 (10.08)	10 (1.29)	774 (100.00)	10.047	0.123
แยกกันอยู่	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)		
สมรส	21 (13.13)	33 (20.63)	24 (15.00)	26 (16.25)	43 (26.88)	12 (7.50)	1 (0.63)	160 (100.00)		
หม้าย	4 (16.67)	4 (16.67)	4 (16.67)	4 (16.67)	4 (16.67)	4 (16.67)	0 (0.00)	24 (100.00)		
รวม	186 (19.42)	144 (15.03)	135 (14.09)	154 (16.08)	234 (24.43)	94 (9.81)	11 (1.15)	958 (100.00)		

จากตารางที่ 4.54 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีสาเหตุที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก

ระดับการศึกษา	แหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก				รวม	Chi Square	Sig.
	การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ	สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ	โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	เพื่อนแนะนำ			
มัธยมศึกษาตอนต้น	10 (41.67)		14 (58.33)		24 (100.00)	17.920	0.006*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	21 (38.18)	18 (32.73)	11 (20.00)	5 (9.09)	55 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	8 (25.00)	10 (31.25)	10 (31.25)	4 (12.50)	32 (100.00)		
ปริญญาตรี	109 (42.91)	76 (29.92)	42 (16.54)	27 (10.63)	254 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	18 (51.43)	12 (34.29)	1 (2.86)	4 (11.43)	35 (100.00)		
รวม	166 (41.50)	116 (29.00)	78 (19.50)	40 (10.00)	400 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่ตอบคำถามข้ออื่น ๆ

จากตารางที่ 4.55 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่เคยเห็นครั้ง

แรกที่การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาคือผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี เคยเห็นครั้งแรกจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี เคยเห็นครั้งแรกที่สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ

ตารางที่ 4.56

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	< 6 เดือน	6 เดือน-1 ปี	1–2 ปี	2–3 ปี			
มัธยมศึกษาตอนต้น	3 (12.50)	10 (41.67)	7 (29.17)	4 (16.67)	24 (100.00)	10.030	0.123
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	13 (23.64)	22 (40.00)	10 (18.18)	10 (18.18)	55 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	10 (31.25)	4 (12.50)	11 (34.38)	7 (21.88)	32 (100.00)		
ปริญญาตรี	67 (26.38)	57 (22.44)	66 (25.98)	64 (25.20)	254 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	6 (17.14)	11 (31.43)	5 (14.29)	13 (37.14)	35 (100.00)		
รวม	99 (24.75)	104 (26.00)	99 (24.75)	98 (24.50)	400 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มากกว่า 3 ปีขึ้นไป

จากตารางที่ 4.56 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน

ระดับการศึกษา	สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน										รวม	Chi Square	Sig.
	กอซซิปสตาร์	ซุบซิบ	ดาราเดลี่รายวัน	สยามดารา	Oops	สตาร์นิวส์	มายาแชนแนล	OK	สตาร์คลิป	อื่น ๆ			
มัธยมศึกษาตอนต้น	11 (32.35)	10 (29.41)	4 (11.76)	0 (0.00)	5 (14.71)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (11.76)	0 (0.00)	34 (100.00)	58.881	0.000*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	29 (0.00)	17 (0.00)	4 (0.00)	14 (0.00)	29 (0.00)	18 (0.00)	0 (0.00)	9 (0.00)	13 (0.00)	0 (0.00)	133 (0.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	11 (10.89)	18 (17.82)	12 (11.88)	10 (9.90)	20 (19.80)	18 (17.82)	4 (3.96)	2 (1.98)	6 (5.94)	0 (0.00)	101 (100.00)		
ปริญญาตรี	127 (20.06)	88 (13.90)	51 (8.06)	45 (7.11)	120 (18.96)	94 (14.85)	21 (3.32)	38 (6.00)	40 (6.32)	9 (1.42)	633 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	18 (29.03)	3 (4.84)	18 (29.03)	0 (0.00)	7 (11.29)	5 (8.06)	0 (0.00)	6 (9.68)	5 (8.06)	0 (0.00)	62 (100.00)		
รวม	196 (20.35)	136 (14.12)	89 (9.24)	69 (7.17)	181 (18.80)	135 (14.02)	25 (2.60)	55 (5.71)	68 (7.06)	9 (0.93)	963 (100.00)		

จากตารางที่พบว่า 4.57 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะอ่าน Oops แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะอ่านกอซซิปสตาร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	ช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	ตามกำหนดวางแผง	หลังวางแผง 1 สัปดาห์	ซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	ไม่เคยซื้อ			
มัธยมศึกษาตอนต้น	4 (16.67)	7 (29.17)	5 (20.83)	4 (16.67)	4 (16.67)	24 (100.00)	30.138	0.000*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	6 (10.91)	5 (9.09)	9 (16.36)	13 (23.64)	22 (40.00)	55 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	4 (12.50)	4 (12.50)	2 (6.25)	8 (25.00)	14 (43.75)	32 (100.00)		
ปริญญาตรี	35 (13.78)	10 (3.94)	61 (24.02)	72 (28.35)	76 (29.92)	254 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	4 (11.43)	2 (5.71)		10 (28.57)	19 (54.29)	35 (100.00)		
รวม	53 (13.25)	28 (7.00)	77 (19.25)	107 (26.75)	135 (33.75)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.58 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อเหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่ 3 ที่ผู้ที่มีการศึกษาประดับปริญญาตรี จะซื้อหลังวางแผง 1 สัปดาห์ และซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ เท่ากัน แต่ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะซื้อ

ตารางที่ 4.59
แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	การเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	รายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว	รายปักษ์	รายเดือน	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส			
มัธยมศึกษาตอนต้น	8 (40.00)	4 (20.00)	3 (15.00)	5 (25.00)	20 (100.00)	58.262	0.000*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	13 (39.39)		15 (45.45)	5 (15.15)	33 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.			4 (22.22)	14 (77.78)	18 (100.00)		
ปริญญาตรี	4 (2.25)	28 (15.73)	28 (15.73)	118 (66.29)	178 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	4 (25.00)	1 (6.25)	2 (12.50)	9 (56.25)	16 (100.00)		
รวม	29 (10.94)	33 (12.45)	52 (19.62)	151 (56.98)	265 (100.00)		

จากตารางที่ 4.59 จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อจำนวน 265 คน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความถี่ความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่จะซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจะซื้อรายเดือน แต่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจะซื้อรายปักษ์และรายเดือนเท่ากัน และผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะซื้อรายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว

ตารางที่ 4.60

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	1-2 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	เกือบทุกวัน			
มัธยมศึกษาตอนต้น	6 (25.00)	10 (41.67)			8 (33.33)	24 (100.00)	33.078	0.000*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	15 (27.27)	22 (40.00)	11 (20.00)		7 (12.73)	55 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	4 (12.50)	18 (56.25)	6 (18.75)	4 (12.50)		32 (100.00)		
ปริญญาตรี	83 (32.68)	86 (33.86)	48 (18.90)	26 (10.24)	11 (4.33)	254 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	25 (71.43)	6 (17.14)			4 (11.43)	35 (100.00)		
รวม	133 (33.25)	142 (35.50)	65 (16.25)	30 (7.50)	30 (7.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.60 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี ส่วนใหญ่อ่าน 1-2 ครั้งต่อเดือน เหมือนกัน แต่ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่อ่านน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

ตารางที่ 4.61

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่						รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านเพียงเล็กน้อย	น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	ประมาณครึ่งชั่วโมง–1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	มากกว่า 1 ชั่วโมง	อ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก			
มัธยมศึกษาตอนต้น	4 (16.67)	9 (37.50)	7 (29.17)			4 (16.67)	24 (100.00)	33.078	0.000*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	8 (14.55)	19 (34.55)	14 (25.45)		4 (7.27)	10 (18.18)	55 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	2 (6.25)	13 (40.63)	14 (43.75)			3 (9.38)	32 (100.00)		
ปริญญาตรี	77 (30.31)	100 (39.37)	18 (7.09)	28 (11.02)	10 (3.94)	21 (8.27)	254 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	11 (31.43)	16 (45.71)	4 (11.43)	4 (11.43)			35 (100.00)		
รวม	102 (25.50)	157 (39.25)	57 (14.25)	32 (8.00)	14 (3.50)	38 (9.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.61 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่อ่านน้อยกว่าครึ่งชั่วโมงเหมือนกัน แต่ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่อ่านครั้งละ น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาที่ผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ที่อ่านครั้งละ อ่านเพียงเล็กน้อย แต่ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีที่จะอ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก

ตารางที่ 4.62

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ด้านลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	ลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านทั้งเล่มทุกฉบับอย่างสนใจ	อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ	อ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ	ดูแต่ภาพปาปารัซซี่เท่านั้นและดูทุกฉบับ	ดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น			
มัธยมศึกษาตอนต้น	9 (37.50)	12 (50.00)	3 (12.50)			24 (100.00)	40.752	0.000*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	10 (18.18)	19 (34.55)	19 (34.55)		7 (12.73)	55 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	4 (12.50)	14 (43.75)	10 (31.25)	4 (12.50)		32 (100.00)		
ปริญญาตรี	18 (7.09)	138 (54.33)	39 (15.35)	23 (9.06)	36 (14.17)	254 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	5 (14.29)	11 (31.43)	10 (28.57)		9 (25.71)	35 (100.00)		
รวม	46 (11.50)	194 (48.50)	81 (20.25)	27 (6.75)	52 (13.00)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.62 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะอ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ แต่ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ

ตารางที่ 4.63

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	ช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	เวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน	ระหว่างเดินทาง	วันหยุดสุดสัปดาห์	ระหว่างรอบริการในสถานบริการต่าง ๆ	อื่น ๆ			
มัธยมศึกษาตอนต้น	9 (37.50)	4 (16.67)	11 (45.83)	0 (0.00)	0 (0.00)	24 (100.00)	32.498	0.001*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	38 (46.34)	23 (28.05)	13 (15.85)	8 (9.76)	0 (0.00)	82 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	23 (46.00)	9 (18.00)	7 (14.00)	11 (22.00)	0 (0.00)	50 (100.00)		
ปริญญาตรี	145 (35.28)	70 (17.03)	80 (19.46)	105 (25.55)	11 (2.68)	411 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	13 (30.23)	4 (9.30)	6 (13.95)	20 (46.51)	0 (0.00)	43 (100.00)		
รวม	228 (37.38)	110 (18.03)	117 (19.18)	144 (23.61)	11 (1.80)	610 (100.00)		

จากตารางที่ 4.63 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ส่วนใหญ่อ่านในเวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน แตกต่างจากผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ที่ส่วนใหญ่อ่านในระหว่างรอบริการในสถานบริการต่าง ๆ

ตารางที่ 4.64

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	หลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	เก็บเฉย ๆ / สะสม	อ่านซ้ำ	ให้เพื่อนยืมต่อ	อื่น ๆ (แล้วแต่โอกาส)			
มัธยมศึกษาตอนต้น	4 (16.67)	4 (16.67)	12 (50.00)	4 (16.67)	24 (100.00)	78.252	0.000*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	2 (3.64)	16 (29.09)	35 (63.64)	2 (3.64)	55 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	14 (43.75)	2 (6.25)	16 (50.00)		32 (100.00)		
ปริญญาตรี	62 (24.41)	27 (10.63)	121 (47.64)	44 (17.32)	254 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	9 (25.71)		3 (8.57)	23 (65.71)	35 (100.00)		
รวม	91 (22.75)	49 (12.25)	187 (46.75)	73 (18.25)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.64 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี ส่วนใหญ่อ่านแล้วจะให้เพื่อนยืมต่อเหมือนกัน แต่ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีตอบอื่น ๆ

ตารางที่ 4.65

แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านเหตุผลที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ระดับการศึกษา	เหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							รวม	Chi Square	Sig.
	รูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ	เนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ	สนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น	ติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ	เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด	ใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ	อื่น ๆ			
มัธยมศึกษาตอนต้น	51 (17.17)	39 (13.13)	50 (16.84)	55 (18.52)	54 (18.18)	46 (15.49)	2 (0.67)	297 (100.00)	27.258	0.000*
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	135 (20.30)	105 (15.79)	89 (13.38)	99 (14.89)	180 (27.07)	48 (7.22)	9 (1.35)	665 (100.00)		
อนุปริญญา / ปวส.	135 (20.30)	105 (15.79)	89 (13.38)	99 (14.89)	180 (27.07)	48 (7.22)	9 (1.35)	665 (100.00)		
ปริญญาตรี	135 (20.30)	105 (15.79)	89 (13.38)	99 (14.89)	180 (27.07)	48 (7.22)	9 (1.35)	665 (100.00)		
สูงกว่าปริญญาตรี	135 (20.30)	105 (15.79)	89 (13.38)	99 (14.89)	180 (27.07)	48 (7.22)	9 (1.35)	665 (100.00)		
รวม	186 (19.33)	144 (14.97)	139 (14.45)	154 (16.01)	234 (24.32)	94 (9.77)	11 (1.14)	962 (100.00)		

จากตารางที่ 4.65 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีเหตุผลที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.66

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	< 6 เดือน	6 เดือน-1 ปี	1–2 ปี	2–3 ปี			
นักเรียน / นักศึกษา	21 (21.00)	37 (37.00)	29 (29.00)	13 (13.00)	100 (100.00)	44.609	0.000*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4 (14.28)	5 (17.86)	0 (0.00)	19 (67.86)	28 (100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	56 (26.67)	47 (22.38)	56 (26.67)	51 (24.28)	210 (100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	7 (30.43)	4 (17.39)	5 (21.74)	7 (30.43)	23 (100.00)		
อาชีพอิสระ	7 (26.92)	6 (23.08)	9 (34.62)	4 (15.38)	26 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	4 (30.77)	5 (38.46)	0 (0.00)	4 (30.77)	13 (100.00)		
รวม	99 (24.75)	104 (26.00)	99 (24.75)	98 (24.50)	400 (100.00)		

* จากการสำรวจไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มากกว่า 3 ปีขึ้นไป

จากตารางที่ 4.66 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน /

นักศึกษา ส่วนใหญ่อ่านหนังสือมา 6 เดือน-1 ปี แตกต่างกันผู้เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ที่ส่วนใหญ่จะอ่านมา ต่ำกว่า 6 เดือน และ1-2 ปี มีจำนวนที่เท่ากัน และข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จะอ่านมา 2-3 ปี

ตารางที่ 4.67

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน

อาชีพ	สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน										รวม	Chi Square	Sig.
	กอซซิปสตาร์	ซุบซิบ	ดาราเดลี่รายวัน	สยามดารา	Oops	สตาร์นิวส์	มายาแชนแนล	OK	สตาร์คลิป	อื่น ๆ			
นักเรียน / นักศึกษา	38 (16.67)	42 (18.42)	14 (6.14)	13 (5.70)	63 (27.63)	22 (9.65)	5 (2.19)	9 (3.95)	22 (9.65)	0 (0.00)	228 (100.00)	93.461	0.000
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16 (0.00)	14 (0.00)	0 (0.00)	2 (0.00)	14 (0.00)	8 (0.00)	0 (0.00)	5 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	59 (0.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	120 (0.00)	60 (0.00)	63 (0.00)	48 (0.00)	85 (0.00)	84 (0.00)	14 (0.00)	35 (0.00)	41 (0.00)	9 (0.00)	559 (0.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5 (17.24)	6 (20.69)	4 (13.79)	0 (0.00)	7 (24.14)	5 (17.24)	0 (0.00)	2 (6.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	29 (100.00)		
อาชีพอิสระ	12 (19.35)	8 (12.90)	8 (12.90)	6 (9.68)	12 (19.35)	10 (16.13)	4 (6.45)	2 (3.23)	0 (0.00)	0 (0.00)	62 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	5 (19.23)	6 (23.08)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (23.08)	2 (7.69)	2 (7.69)	5 (19.23)	0 (0.00)	26 (100.00)		
รวม	196 (20.35)	136 (14.12)	89 (9.24)	69 (7.17)	181 (18.80)	135 (14.02)	25 (2.60)	55 (5.71)	68 (7.06)	9 (0.93)	963 (100.00)		

จากตารางที่ 4.67 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อิสระ ส่วนใหญ่จะอ่าน Oops แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง ที่ส่วนใหญ่จะอ่านกอซซิปสตาร์

ตารางที่ 4.68

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	ช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	ตามกำหนดวางแผง	หลังวางแผง 1 สัปดาห์	ซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	ไม่เคยซื้อ			
นักเรียน / นักศึกษา	15 (15.00)	6 (6.00)	21 (21.00)	21 (21.00)	37 (37.00)	100 (100.00)	36.382	0.000*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2 (7.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (28.57)	18 (64.29)	28 (100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	22 (10.48)	16 (7.62)	47 (22.38)	69 (32.86)	56 (26.67)	210 (100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	7 (30.43)	0 (0.00)	7 (30.43)	1 (4.35)	8 (34.78)	23 (100.00)		
อาชีพอิสระ	7 (26.92)	2 (7.69)	2 (7.69)	8 (30.77)	7 (26.92)	26 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	0 (0.00)	4 (30.77)	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (69.23)	13 (100.00)		
รวม	53 (13.25)	28 (7.00)	77 (19.25)	107 (26.75)	135 (33.75)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.68 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพ

อิสระ ส่วนใหญ่ไม่เคยซื้ออ่าน แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง จะซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส

ตารางที่ 4.69

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	การเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	รายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว	รายปักษ์	รายเดือน	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส			
นักเรียน / นักศึกษา	4 (6.35)	4 (6.35)	13 (20.63)	42 (66.67)	63 (100.00)	64.857	0.000*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0 (0.00)	7 (70.00)	0 (0.00)	3 (30.00)	10 (100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	9 (5.84)	21 (13.64)	31 (20.13)	93 (60.39)	154 (100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	8 (53.33)	1 (6.67)	6 (40.00)	0 (0.00)	15 (100.00)		
อาชีพอิสระ	4 (21.05)	0 (0.00)	2 (10.53)	13 (68.42)	19 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	4 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (100.00)		
รวม	29 (10.94)	33 (12.45)	52 (19.62)	151 (56.98)	265 (100.00)		

จากตารางที่ 4.69 จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้ออ่าน จำนวน 265 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา พนักงานบริษัท เอกชน/ ลูกจ้าง และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้ออ่านไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะซื้อรายปักษ์

ตารางที่ 4.70

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	1-2 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	เกือบทุกวัน			
นักเรียน / นักศึกษา	30 (30.00)	54 (54.00)	4 (4.00)	8 (8.00)	4 (4.00)	100 (100.00)	68.677	0.000*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5 (17.86)	9 (32.14)	9 (32.14)	5 (17.86)	0 (0.00)	28 (100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	85 (40.48)	60 (28.57)	46 (21.90)	15 (7.14)	4 (1.90)	210 (100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2 (8.70)	8 (34.78)	6 (26.09)	0 (0.00)	7 (30.43)	23 (100.00)		
อาชีพอิสระ	6 (23.08)	7 (26.92)	0 (0.00)	2 (7.69)	11 (42.31)	26 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	5 (38.46)	4 (30.77)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (30.77)	13 (100.00)		
รวม	133 (33.25)	142 (35.50)	65 (16.25)	30 (7.50)	30 (7.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.70 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา ส่วนใหญ่จะอ่าน 1-2 ครั้งต่อเดือน แตกต่างกับผู้ที่เป็นข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่จะอ่าน 1 - 4 ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท เอกชน/ ลูกจ้าง ส่วนใหญ่จะอ่านน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ส่วนใหญ่จะอ่าน 1-2 ครั้งต่อเดือน แต่ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัท เอกชน/ ลูกจ้าง และเกษียณอายุ / แม่บ้าน ส่วนใหญ่อ่าน มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน

ตารางที่ 4.71

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่						รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านเพียงเล็กน้อย	น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	ประมาณครึ่งชั่วโมง–1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	มากกว่า 1 ชั่วโมง	อ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก			
นักเรียน / นักศึกษา	28 (28.00)	45 (45.00)	22 (22.00)	1 (1.00)	4 (4.00)	0 (0.00)	100 (100.00)	45.620	0.000*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2 (7.14)	20 (71.43)	1 (3.57)	5 (17.86)	0 (0.00)	0 (0.00)	28 (100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	57 (27.14)	72 (34.29)	25 (11.90)	20 (9.52)	10 (4.76)	26 (12.38)	210 (100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0 (0.00)	9 (39.13)	7 (30.43)	4 (17.39)	0 (0.00)	3 (13.04)	23 (100.00)		
อาชีพอิสระ	10 (38.46)	7 (26.92)	2 (7.69)	2 (7.69)	0 (0.00)	5 (19.23)	26 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	5 (38.46)	4 (30.77)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (30.77)	13 (100.00)		
รวม	102 (25.50)	157 (39.25)	57 (14.25)	32 (8.00)	14 (3.50)	38 (9.50)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.71 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ที่ส่วนใหญ่จะอ่านน้อยกว่าครึ่งชั่วโมงต่อครั้ง เหมือนกัน แต่แตกต่างกันในสัดส่วนโดย ผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีสัดส่วนไม่ถึงครึ่ง แต่ผู้ที่มีเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกือบทั้งหมดที่ อ่านน้อยกว่าครึ่งชั่วโมงต่อครั้ง

ตารางที่ 4.72

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	ลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านทั้งเล่มทุกฉบับอย่างสนใจ	อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ	อ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ	ดูแต่ภาพปาปารัซซี่เท่านั้นและดูทุกฉบับ	ดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น			
นักเรียน / นักศึกษา	12 (12.00)	37 (37.00)	27 (27.00)	11 (11.00)	13 (13.00)	100 (100.00)	80.695	0.000*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9 (32.14)	10 (35.71)	9 (32.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	28 (100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	9 (4.29)	121 (57.62)	28 (13.33)	13 (6.19)	39 (18.57)	210 (100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	10 (43.48)	6 (26.09)	4 (17.39)	3 (13.04)	0 (0.00)	23 (100.00)		
อาชีพอิสระ	6 (23.08)	8 (30.77)	12 (46.15)	0 (0.00)	0 (0.00)	26 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	0 (0.00)	12 (92.31)	1 (7.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	13 (100.00)		
รวม	46 (11.50)	194 (48.50)	81 (20.25)	27 (6.75)	52 (13.00)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.72 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง ส่วนใหญ่จะอ่านอ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ที่ส่วนใหญ่จะอ่านทั้งเล่ม ทุกฉบับอย่างสนใจ และอ่านผ่านๆแต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ มีจำนวนที่เท่ากัน

ตารางที่ 4.73

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	ช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	เวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน	ระหว่างเดินทาง	วันหยุดสุดสัปดาห์	ระหว่างรอบริการในสถานบริการต่าง ๆ	อื่น ๆ			
นักเรียน / นักศึกษา	67 (44.37)	34 (22.52)	24 (15.89)	26 (17.22)	0 (0.00)	151 (100.00)	64.983	0.000*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15 (55.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (44.44)	0 (0.00)	27 (100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	120 (35.71)	49 (14.58)	69 (20.54)	90 (26.79)	8 (2.38)	336 (100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	16 (45.71)	11 (31.43)	8 (22.86)	0 (0.00)	0 (0.00)	35 (100.00)		
อาชีพอิสระ	6 (13.64)	12 (27.27)	16 (36.36)	7 (15.91)	3 (6.82)	44 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	4 (23.53)	4 (23.53)	0 (0.00)	9 (52.94)	0 (0.00)	17 (100.00)		
รวม	228 (37.38)	110 (18.03)	117 (19.18)	144 (23.61)	11 (1.80)	610 (100.00)		

จากตารางที่ 4.73 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง และอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่จะอ่านในเวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อิสระ ที่ส่วนใหญ่จะอ่านในวันหยุดสุดสัปดาห์

ตารางที่ 4.74

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	หลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	เก็บเฉย ๆ / สะสม	อ่านซ้ำ	ให้เพื่อนยืมต่อ	อื่น ๆ (แล้วแต่โอกาส)			
นักเรียน / นักศึกษา	14 (14.00)	12 (12.00)	67 (67.00)	7 (7.00)	100 (100.00)	54.137	0.000*
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0 (0.00)	2 (7.14)	12 (42.86)	14 (50.00)	28 (100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	62 (29.52)	25 (11.90)	88 (41.90)	35 (16.67)	210 (100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	5 (21.74)	4 (17.39)	14 (60.87)	0 (0.00)	23 (100.00)		
อาชีพอิสระ	10 (38.46)	6 (23.08)	2 (7.69)	8 (30.77)	26 (100.00)		
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (30.77)	9 (69.23)	13 (100.00)		
รวม	91 (22.75)	49 (12.25)	187 (46.75)	73 (18.25)	400 (100.00)		

จากตารางที่ 4.74 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ที่ส่วนใหญ่จะอ่านกับเพื่อน / เพื่อนร่วมงาน ที่อ่านแล้วให้เพื่อนยืมต่อ แตกต่างจากผู้ที่เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่ส่วนใหญ่จะแล้วแต่โอกาส

ตารางที่ 4.75

แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ด้านเหตุผลที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

อาชีพ	เหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							รวม	Chi Square	Sig.
	รูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ	เนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ	สนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น	ติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ	เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด	ใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ	อื่น ๆ			
นักเรียน / นักศึกษา	54	28	31	31	47	14	0	205	110.046	0.000*
	(26.34)	(13.66)	(15.12)	(15.12)	(22.93)	(6.83)	(0.00)	(100.00)		
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	12	7	2	14	9	2	56		
	(17.86)	(21.43)	(12.50)	(3.57)	(25.00)	(16.07)	(3.57)	(100.00)		
พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง	104	79	81	93	138	60	4	559		
	(18.60)	(14.13)	(14.49)	(16.64)	(24.69)	(10.73)	(0.72)	(100.00)		
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	8	8	4	9	20	4	1	54		
	(14.81)	(14.81)	(7.41)	(16.67)	(37.04)	(7.41)	(1.85)	(100.00)		
อาชีพอิสระ	10	15	12	17	10	7	0	71		
	(14.08)	(21.13)	(16.90)	(23.94)	(14.08)	(9.86)	(0.00)	(100.00)		

ตารางที่ 4.75 (ต่อ)

อาชีพ	เหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							รวม	Chi Square	Sig.
	รูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ	เนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ	สนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น	ติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ	เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด	ใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ	อื่น ๆ			
เกษียณอายุ / แม่บ้าน	0 (0.00)	2 (11.76)	4 (23.53)	2 (11.76)	5 (29.41)	0 (0.00)	4 (0.00)	17 (100.00)		
รวม	186 (19.33)	144 (14.97)	139 (14.45)	154 (16.01)	234 (24.32)	94 (9.77)	11 (1.14)	962 (100.00)		

จากตารางที่ 4.75 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีสาเหตุที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา ส่วนใหญ่จะอ่านเพราะรูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ แตกต่างจากผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน/ ลูกจ้าง และค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว / อิสระ ส่วนใหญ่จะอ่านเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด

สมมติฐานที่ 1.6 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.76

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ด้านแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักนิตยสารบันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก

รายได้ต่อเดือน	แหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก				รวม	Chi Square	Sig.
	การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ	สถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ	โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ	เพื่อนแนะนำ			
น้อยกว่า 10,000 บาท	50 (59.52)	7 (8.33)	25 (29.76)	2 (2.38)	84 (100.00)	56.408	0.000*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	32 (30.77)	43 (41.35)	19 (18.27)	10 (9.62)	104 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	56 (49.56)	26 (23.01)	13 (11.50)	18 (15.93)	113 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	21 (24.71)	40 (47.06)	17 (20.00)	7 (8.24)	85 (100.00)		
มากกว่า30,000-40,000 บาท	7 (50.00)	0 (0.00)	4 (28.57)	3 (21.43)	14 (100.00)		
รวม	166 (41.50)	116 (29.00)	78 (19.50)	40 (10.00)	400 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.76 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแหล่งที่เคยเห็นหรือรู้จักสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ครั้งแรก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และรายได้มากกว่า 15,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่จะเคยเห็นครั้งแรกจาก การวางจำหน่ายที่ร้านหรือแผงหนังสือ แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000-15,000 บาท ที่ส่วนใหญ่เคยเห็นครั้งแรกจากสถานที่ทำงาน / ห้องสมุด / สถานที่บริการต่าง ๆ

ตารางที่ 4.77

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	< 6 เดือน	6 เดือน-1 ปี	1–2 ปี	2–3 ปี			
น้อยกว่า 10,000 บาท	24 (28.57)	29 (34.52)	23 (27.38)	8 (9.52)	84 (100.00)	55.068	0.000*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	21 (20.19)	29 (27.88)	40 (38.46)	14 (13.46)	104 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	25 (22.12)	31 (27.43)	25 (22.12)	32 (28.32)	113 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	23 (27.06)	15 (17.65)	11 (12.94)	36 (42.35)	85 (100.00)		
มากกว่า30,000-40,000 บาท	6 (42.86)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (57.14)	14 (100.00)		
รวม	99 (24.75)	104 (26.00)	99 (24.75)	98 (24.50)	400 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.77 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่บันเทิงปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่อ่านมานาน 6 เดือน-1 ปี แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้

มากกว่า 10,000-15,000 บาท ส่วนใหญ่อ่านมานาน 1-2 ปี และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท ขึ้นไป ที่ส่วนใหญ่อ่านมานาน 2-3 ปี

ตารางที่ 4.78

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิง

แนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน

รายได้ต่อเดือน	สิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่าน										รวม	Chi Square	Sig.
	กอซซิปสตาร์	ซุบซิบ	ดาราเดลี่รายวัน	สยามดารา	Oops	สตาร์นิวส์	มายาแซนแนล	OK	สตาร์คลิป	อื่น ๆ			
น้อยกว่า 10,000 บาท	46 (21.70)	36 (16.98)	18 (8.49)	18 (8.49)	51 (24.06)	20 (9.43)	5 (2.36)	6 (2.83)	12 (5.66)	0 (0.00)	212 (100.00)	74.704	0.000*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	37 (14.68)	39 (15.48)	22 (8.73)	22 (8.73)	51 (20.24)	46 (18.25)	2 (0.79)	13 (5.16)	16 (6.35)	4 (1.59)	252 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	62 (19.02)	41 (12.58)	33 (10.12)	14 (4.29)	55 (16.87)	56 (17.18)	6 (1.84)	29 (8.90)	25 (7.67)	5 (1.53)	326 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	48 (30.19)	20 (12.58)	12 (7.55)	12 (7.55)	24 (15.09)	13 (8.18)	12 (7.55)	7 (4.40)	11 (6.92)	0 (0.00)	159 (100.00)		
มากกว่า30,000-40,000 บาท	3 (21.43)	0 (0.00)	4 (28.57)	3 (21.43)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (28.57)	0 (0.00)	14 (100.00)		
รวม	196 (20.35)	136 (14.12)	89 (9.24)	69 (7.17)	181 (18.80)	135 (14.02)	25 (2.60)	55 (5.71)	68 (7.06)	9 (0.93)	963 (100.00)		

จากตารางที่ 4.78 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยแบ่งตามฉบับที่อ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่เป็นรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะอ่าน Oops แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ 15,000 บาทขึ้นไป ที่ส่วนใหญ่จะอ่านกอซซิปสตาร์

ตารางที่ 4.79

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	ช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	ตามกำหนดวางแผง	หลังวางแผง 1 สัปดาห์	ซื้อเมื่อมีข่าวดาราที่ชื่นชอบ	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	ไม่เคยซื้อ			
น้อยกว่า 10,000 บาท	9 (10.71)	5 (5.95)	19 (22.62)	18 (21.43)	33 (39.29)	84 (100.00)	15.333	0.224
มากกว่า10,000-15,000 บาท	12 (11.54)	13 (12.50)	22 (21.15)	29 (27.89)	28 (26.92)	104 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	19 (16.81)	4 (3.54)	19 (16.81)	36 (31.86)	35 (30.97)	113 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	6 (7.06)	2 (2.35)	17 (20.00)	21 (24.71)	39 (45.88)	85 (100.00)		
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	7 (50.00)	4 (28.57)	0 (0.00)	3 (21.43)	0 (0.00)	14 (100.00)		
รวม	53 (13.25)	28 (7.00)	77 (19.25)	107 (26.75)	135 (33.75)	400 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 – 50,000 ขึ้นไป และมากกว่า 50,000 ขึ้นไป ตอบคำถาม

จากตารางที่ 4.79 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่ซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.80

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	การเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	รายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว	รายปักษ์	รายเดือน	ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส			
น้อยกว่า 10,000 บาท	13 (25.49)	4 (7.84)	13 (25.49)	21 (41.18)	51 (100.00)	39.133	0.000*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	8 (10.53)	14 (18.42)	16 (21.05)	38 (50.00)	76 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	0 (0.00)	7 (8.97)	21 (26.92)	50 (64.10)	78 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	0 (0.00)	8 (17.39)	2 (4.35)	36 (78.26)	46 (100.00)		
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	8 (57.14)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (42.86)	14 (100.00)		
รวม	29 (10.94)	33 (12.45)	52 (19.62)	151 (56.98)	265 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ตอบคำถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.80 จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อหนังสือจำนวน 265 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการเลือกซื้อสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่จะซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมา ที่ผู้มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท จะซื้อเป็นรายเดือน แต่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะซื้อรายวันเพราะได้ข่าวสดใหม่และรวดเร็ว และรายปักษ์ มีจำนวนที่เท่ากัน

ตารางที่ 4.81

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	1-2 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	เกือบทุกวัน			
น้อยกว่า 10,000 บาท	30 (35.72)	37 (44.05)	5 (5.95)	4 (4.76)	8 (9.52)	84 (100.00)	15.896	0.069
มากกว่า10,000-15,000 บาท	29 (27.88)	31 (29.81)	27 (25.96)	13 (12.50)	4 (3.85)	104 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	39 (34.51)	41 (36.28)	17 (15.04)	13 (11.51)	3 (2.66)	113 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	32 (37.65)	33 (38.82)	16 (18.82)	0 (0.00)	4 (4.71)	85 (100.00)		
รวม	133 (33.25)	142 (35.50)	65 (16.25)	30 (7.50)	30 (7.50)	400 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 30,000 ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.81 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.82
แสดงความแตกต่างของรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่						รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านเพียงเล็กน้อย	น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	ประมาณครึ่งชั่วโมง–1 ชั่วโมง	1 ชั่วโมง	มากกว่า 1 ชั่วโมง	อ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก			
น้อยกว่า 10,000 บาท	19 (22.62)	37 (44.05)	18 (21.43)	1 (1.19)	4 (4.76)	5 (5.95)	84 (100.00)	43.537	0.000*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	24 (23.08)	28 (26.92)	19 (18.27)	16 (15.38)	10 (9.62)	7 (6.73)	104 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	32 (28.32)	52 (46.02)	12 (10.62)	4 (3.54)	0 (0.00)	13 (11.50)	113 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	24 (28.24)	40 (47.06)	8 (9.41)	7 (8.24)	0 (0.00)	6 (7.06)	85 (100.00)		
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	3 (21.43)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (28.57)	0 (0.00)	7 (50.00)	14 (100.00)		
รวม	102 (25.50)	157 (39.25)	57 (14.25)	32 (8.00)	14 (3.50)	38 (9.50)	400 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ตอบคำถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.82 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่จะอ่านน้อยกว่าครึ่งชั่วโมงเหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมา ที่ผู้มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท และ มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป จะอ่านเพียงเล็กน้อย แต่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000-15,000 บาท จะอ่านทุกครั้งที่ว่างหรือสะดวก

ตารางที่ 4.83
แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	ลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	อ่านทั้งเล่มทุกฉบับอย่างสนใจ	อ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจ	อ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ	ดูแต่ภาพปาปารัซซี่เท่านั้นและดูทุกฉบับ	ดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น			
น้อยกว่า 10,000 บาท	12 (14.29)	32 (38.09)	25 (29.76)	2 (2.38)	13 (15.48)	84 (100.00)	39.704	0.000*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	12 (11.54)	55 (52.88)	15 (14.42)	12 (11.54)	10 (9.62)	104 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	9 (7.97)	65 (57.52)	12 (10.62)	13 (11.50)	14 (12.39)	113 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	9 (10.59)	38 (44.70)	26 (30.59)	0 (0.00)	12 (14.12)	85 (100.00)		
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	4 (28.57)	4 (28.57)	3 (21.43)	0 (0.00)	3 (21.43)	14 (100.00)		
รวม	46 (11.50)	194 (48.50)	81 (20.25)	27 (6.75)	52 (13.00)	400 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ตอบคำถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.83 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีลักษณะการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทุกกลุ่มรายได้ ส่วนใหญ่จะอ่านบางคอลัมน์และบางฉบับที่สนใจเหมือนกัน แต่แตกต่างกันในอันดับที่รองลงมาที่ผู้มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 10,000-15,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป จะอ่านผ่าน ๆ แต่อ่านทุกคอลัมน์และทุกฉบับ แต่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 15,000-20,000 บาท จะดูภาพปาปารัซซี่ในบางครั้งเท่านั้น

ตารางที่ 4.84
แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	ช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่					รวม	Chi Square	Sig.
	เวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน	ระหว่างเดินทาง	วันหยุดสุดสัปดาห์	ระหว่างรอบริการในสถานบริการต่าง ๆ	อื่น ๆ			
น้อยกว่า 10,000 บาท	59 (45.38)	31 (23.85)	26 (20.00)	14 (10.77)	0 (0.00)	130 (100.00)	41.123	0.000*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	60 (40.27)	21 (14.09)	33 (22.15)	31 (20.81)	4 (2.68)	149 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	69 (34.85)	42 (21.21)	33 (16.67)	53 (26.77)	1 (0.51)	198 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	36 (32.43)	8 (7.21)	21 (18.92)	46 (41.44)	0 (0.00)	111 (100.00)		
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	4 (18.18)	8 (36.36)	4 (18.18)	0 (0.00)	6 (27.27)	22 (100.00)		
รวม	228 (37.38)	110 (18.03)	117 (19.18)	144 (23.61)	11 (1.80)	610 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ตอบคำถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.84 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีช่วงเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะอ่านในเวลาว่างจากการเรียน / ทำงาน แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ 20,000 บาท ขึ้นไป ที่ส่วนใหญ่จะอ่านในระหว่างรอบริการในสถานบริการต่าง ๆ

ตารางที่ 4.85
แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ต่อเดือนกับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ด้านพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	หลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่				รวม	Chi Square	Sig.
	เก็บเฉย ๆ / สะสม	อ่านซ้ำ	ให้เพื่อนยืมต่อ	อื่น ๆ (แล้วแต่โอกาส)			
น้อยกว่า 10,000 บาท	15 (17.86)	16 (19.05)	48 (57.14)	5 (5.95)	84 (100.00)	76.500	0.000*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	22 (21.15)	18 (17.31)	62 (59.62)	2 (1.92)	104 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	36 (31.86)	11 (9.74)	39 (34.51)	27 (23.89)	113 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	14 (16.47)	4 (4.71)	38 (44.71)	29 (34.12)	85 (100.00)		
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	4 (28.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (71.43)	14 (100.00)		
รวม	91 (22.75)	49 (12.25)	187 (46.75)	73 (18.25)	400 (100.00)		

* หมายเหตุ จากการสำรวจไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 40,000 ขึ้นไป

จากตารางที่ 4.85 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมหลังจากอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ส่วนใหญ่อ่านแล้วจะให้เพื่อนยืมต่อ แตกต่างกับผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จะแล้วแต่โอกาส

ตารางที่ 4.86

แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ด้านเหตุผลที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

รายได้ต่อเดือน	เหตุผลในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							รวม	Chi Square	Sig.
	รูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ	เนื้อหาไม่มาก เข้าใจง่าย สะดวกต่อการอ่านและทำความเข้าใจ	สนใจอ่านเฉพาะเรื่องของดาราที่ชื่นชอบเป็นการส่วนตัวเท่านั้น	ติดตามข่าวของดาราคนดังต่าง ๆ ในวงการบันเทิงอยู่เป็นประจำ	เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด	ใช้เป็นข้อมูลในการสนทนากับเพื่อน ๆ	อื่น ๆ			
น้อยกว่า 10,000 บาท	46 (25.14)	21 (11.48)	33 (18.03)	31 (16.94)	41 (22.40)	11 (6.01)	0 (0.00)	183 (100.00)	19.213	0.004*
มากกว่า10,000-15,000 บาท	45 (19.40)	44 (1.90)	25 (10.78)	29 (12.50)	60 (25.86)	19 (8.19)	10 (4.31)	232 (100.00)		
มากกว่า 15,000-20,000 บาท	61 (18.21)	53 (15.82)	42 (12.54)	52 (15.52)	86 (25.67)	41 (12.24)	0 (0.00)	335 (100.00)		
มากกว่า 20,000-30,000 บาท	30 (16.85)	22 (12.36)	31 (17.42)	38 (21.35)	43 (24.16)	13 (7.30)	1 (0.56)	178 (100.00)		
มากกว่า 30,000-40,000 บาท	4 (11.76)	4 (11.76)	8 (23.53)	4 (11.76)	4 (11.76)	10 (29.41)	0 (0.00)	34 (100.00)		
รวม	186 (19.33)	144 (14.97)	139 (14.45)	154 (16.01)	234 (24.32)	94 (9.77)	11 (1.14)	962 (100.00)		

จากตารางที่ 4.86 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน มีสาเหตุที่ชอบอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่จะอ่านเพราะรูปภาพประกอบสีสันดึงดูดใจ แตกต่างจากผู้ที่มีรายได้ 10,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่จะอ่านเพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความตึงเครียด

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มีความสัมพันธ์ต่อการจดจำของผู้อ่าน

ตารางที่ 4.87
แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่
กับการจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่		การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่			
		คุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	เนื้อหาและภาพ	องค์ประกอบอื่น ๆ	การจดจำโดยรวม
ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่บันเทิงปาปารัซซี่	Pearson Correlation	0.035	-0.049	0.090	0.018
	Sig.	0.485	0.325	0.073	0.722

จากตารางที่ 4.87 พบว่า ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับการจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่โดยรวมและรายด้านได้แก่ คุณลักษณะของสิ่งพิมพ์ เนื้อหาและภาพและองค์ประกอบอื่นๆ

ตารางที่ 4.88
แสดงความสัมพันธ์ของความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่
กับการจดจำของผู้อ่าน

พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่		การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่			
		คุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	เนื้อหาและภาพ	องค์ประกอบอื่น ๆ	การจดจำโดยรวม
ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	Pearson Correlation	0.225	-0.072	0.302	0.152
	Sig.	0.000*	0.149	0.000*	0.002*

จากตารางที่ 4.88 พบว่า ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการจดจำโดยรวม และในด้านคณลักษณะของนิตยสาร และด้านองค์ประกอบอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายถึงกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มากขึ้นก็จะมีการจดจำโดยรวมและในคุณลักษณะของของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ และด้านองค์ประกอบอื่น ๆ มากขึ้น โดยความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีความสัมพันธ์กับการจดจำด้านองค์ประกอบอื่น ๆ มากที่สุด (r = 0.302) รองลงมาคือการจดจำด้านคุณลักษณะของนิตยสาร (r = 0.225) และการจดจำโดยรวม (r = 0.152) ตามลำดับ แต่ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับการจดจำด้านเนื้อหาและภาพ

ตารางที่ 4.89
แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่
กับการจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่		การจดจำของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่			
		คุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	เนื้อหาและภาพ	องค์ประกอบอื่น ๆ	การจดจำโดยรวม
ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	Pearson Correlation	0.116	0.137	0.056	0.133
	Sig.	0.020*	0.006*	0.263	0.008*

จากตารางที่ 4.89 พบว่า ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการจดจำโดยรวม และในด้านคุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ และด้านเนื้อหาและภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายถึงกลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มากขึ้นก็จะมีการจดจำโดยรวม และในด้านคุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ และด้านเนื้อหาและภาพ มากขึ้น โดยระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีความสัมพันธ์กับการจดจำด้านเนื้อหาและภาพ มากที่สุด (r = 0.137) รองลงมาคือการจดจำโดยรวม (r = 0.133) และการจดจำด้านคุณลักษณะของสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ (r = 0.116) ตามลำดับ แต่ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับการจดจำด้านองค์ประกอบอื่น ๆ

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

ตารางที่ 4.90

แสดงความสัมพันธ์ของระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่กับความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่		ความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							
		ปก	เนื้อหา	รูปภาพ	โฆษณา	กระดาษ	ขนาดรูปเล่ม	ราคา	โดยรวม
ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	Pearson Correlation	-0.145	-0.055	-0.055	0.280	0.349	0.281	0.034	0.042
	Sig.	0.004*	0.269	0.271	0.000*	0.000*	0.000*	0.501	0.407

จากตารางที่ 4.90 พบว่า ระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่าง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจคุณลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ปก โฆษณา การใช้กระดาษและขนาดรูปเล่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในส่วนของความพึงพอใจในโฆษณา กระดาษและขนาดรูปเล่ม หมายถึงถ้ากลุ่มตัวอย่างมีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มากขึ้นก็จะมีความพึงพอใจในโฆษณา กระดาษ และขนาดรูปเล่ม มากขึ้น แต่ในส่วนของความพึงพอใจด้านปก มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันโดยถ้ากลุ่มตัวอย่างมีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงปาปารัซซี่ มากขึ้นก็จะมีความพึงพอใจปก น้อยลง โดยระยะที่อ่านนิตยสารบันเทิงปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระดาษ มากที่สุด ($r = 0.349$) รองลงมาคือด้านขนาดรูปเล่ม($r = 0.281$) ด้านโฆษณา ($r = 0.280$) และด้านปก ($r = -0.145$) แต่ระยะที่อ่านนิตยสารบันเทิงปาปารัซซี่ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านเนื้อหา ด้านรูปภาพ ด้านราคา และความพึงพอใจโดยรวม

ตารางที่ 4.91

แสดงความสัมพันธ์ของความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่กับ

ความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่		ความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							
		ปก	เนื้อหา	รูปภาพ	โฆษณา	กระดาษ	ขนาดรูปเล่ม	ราคา	โดยรวม
ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	Pearson Correlation	-0.046	-0.003	-0.122	0.116	0.177	0.065	-0.008	-0.003
	Sig.	0.354	0.948	0.014*	0.020*	0.000*	0.192	0.876	0.952

จากตารางที่ 4.91 พบว่า ความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านรูปภาพ โฆษณาและกระดาษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในส่วนของความพึงพอใจด้านโฆษณา และกระดาษ หมายถึงถ้ากลุ่มตัวอย่างมีระยะที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มากขึ้นจะมีความพึงพอใจของผู้อ่านนิตยสารบันเทิงแนวปาปารัซซี่ด้านโฆษณา และด้านกระดาษ มากขึ้น แต่ในส่วนของความพึงพอใจด้านรูปภาพ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันโดยถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มากขึ้นก็จะมีความพึงพอใจด้านรูปภาพน้อยลง โดยความถี่ในการอ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านกระดาษ มากที่สุด ($r = 0.177$) รองลงมาคือด้านโฆษณา ($r = 0.116$) และด้านรูปภาพ ($r = -0.122$) ตามลำดับ แต่ความถี่ในการอ่านไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านปก เนื้อหา ขนาดรูปเล่ม ราคา และความพึงพอใจโดยรวม

ตารางที่ 4.92

แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่กับ

ความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่

พฤติกรรมการเปิดรับสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่		ความพึงพอใจของผู้อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่							
		ปก	เนื้อหา	รูปภาพ	โฆษณา	กระดาษ	ขนาดรูปเล่ม	ราคา	โดยรวม
ระยะเวลาที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่	Pearson Correlation	0.092	0.209	0.072	0.158	0.053	0.194	0.236	0.194
	Sig.	0.067	0.000*	0.151	0.002*	0.287	0.000*	0.000*	0.000*

จากตารางที่ 4.92 พบว่า ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้อ่านโดยรวม และในด้านเนื้อหา โฆษณา ขนาดรูปเล่มและด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน หมายถึง ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่มากขึ้น ก็จะมีความพึงพอใจโดยรวม และและมีความพอใจด้านเนื้อหา ด้านโฆษณา ด้านขนาดรูปเล่ม และด้านราคา มากขึ้น โดยระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคา มากที่สุด (r=0.236) รองลงมาคือความพึงพอใจด้านเนื้อหา (r=0.209) ความพึงพอใจโดยรวม (r=0.194) ด้านขนาดรูปเล่ม (r=0.194) และด้านโฆษณา (r=0.158) ตามลำดับ แต่ระยะเวลาต่อครั้งที่อ่านสิ่งพิมพ์บันเทิงแนวปาปารัซซี่ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านปกด้านรูปภาพ และด้านกระดาษ

* **หมายเหตุ** การอ่านค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร สำหรับสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3

r = ratio scale โดยปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

- ถ้ามีค่าติดลบ หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
- ถ้ามีค่าเป็นบวก หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- ถ้ามีค่าเป็น 0 หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน