

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยที่ได้แบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (N = 280)	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	141	50.4
- หญิง	139	49.6
อายุ		
- 20-29 ปี	123	43.9
- 30-39 ปี	101	36.1
- 40 -49 ปี	43	15.4
- 50-54 ปี	13	4.6

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (N = 280)	ร้อยละ
การศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	23	8.2
- ปริญญาตรี	184	65.7
- ปริญญาโท	62	22.1
- สูงกว่าปริญญาโท	11	3.9
อาชีพ		
- พนักงานบริษัทเอกชน	185	66.1
- รับราชการ	15	5.4
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	10.0
- ธุรกิจส่วนตัว	31	11.1
- นักศึกษา	19	6.8
- อื่นๆ	2	0.6
รายได้		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	36	12.9
- 10,000-19,999 บาท	110	39.3
- 20,000-29,999 บาท	58	20.7
- ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	76	20.1

ตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 280 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยชาย ร้อยละ 50.4 และหญิงร้อยละ 49.6 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาได้แก่ มากกว่า 30-39 ปี และ 40-49 ปี ที่ร้อยละ 36.1 และ 15.4 ตามลำดับ ด้านการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างสูงถึงร้อยละ 65.7 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาได้แก่ ปริญญาโท และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.1 และ 8.2 ตามลำดับ โดยที่ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 66.1 รองลงมาที่ร้อยละ 11.1 และ 10.0 ประกอบธุรกิจส่วนตัวและ เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ สำหรับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างนั้น พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000-19,999 คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมามีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มรายได้ 20,000 -29,999 และ ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.7 และ 20.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2
พฤติกรรม的开รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์
ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาใน
การติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ระยะเวลาในการติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ ผู้จัดการรายสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	63	22.5
6 เดือน - 1 ปี	47	16.7
มากกว่า 1-2 ปี	71	25.4
มากกว่า 2 ปี	99	35.4
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มานานกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.4 ตามมาด้วยกลุ่มที่อ่าน มากกว่า 1-2 ปี ที่ร้อยละ 25.4 และ น้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 22.5 สำหรับผู้ที่อ่าน 6 เดือน-1 ปี มีร้อยละ 16.7

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการอ่าน
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
1 วันต่อสัปดาห์	140	50.0
2-3 วันต่อสัปดาห์	85	30.4
3-4 วันต่อสัปดาห์	24	8.6
5-6 วันต่อสัปดาห์	16	5.6
ทุกวัน	15	5.4
รวม	280	100.0

ตารางที่ 4.3 แสดงความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ พบว่า ครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง อ่าน 1 วันต่อสัปดาห์ รองลงมาคือกลุ่มที่ อ่าน 2-3 วันต่อสัปดาห์และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 30.4 และ 8.6 ตามลำดับ ขณะที่ไม่มีเพียงร้อยละ 5.6 และ 5.4 เท่านั้นที่อ่าน 5-6 วันต่อสัปดาห์ และอ่านทุกวัน

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในแต่ละครั้ง

ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	76	27.1
30 นาที-1 ชั่วโมง	145	51.8
มากกว่า 1 ชั่วโมง-2 ชั่วโมง	47	16.8
มากกว่า 2 ชั่วโมง	12	4.3
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในแต่ละครั้ง ประมาณ 30 นาที-1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 30 นาที และ มากกว่า 1 ชั่วโมง-2 ชั่วโมง ที่ร้อยละ 27.1 และ 16.8 ตามลำดับ สำหรับกลุ่มที่อ่านมากกว่า 2 ชั่วโมงนั้น พบว่า มีเพียงร้อยละ 4.3 เท่านั้น

ตารางที่ 4.5
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการติดตามอ่าน
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ลักษณะการติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ ผู้จัดการรายสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
ติดตามอ่านบางฉบับและบางคอลัมน์	155	55.4
ติดตามอ่านบางฉบับและทุกคอลัมน์	7	2.5
ติดตามอ่านทุกฉบับและบางคอลัมน์	105	37.5
ติดตามอ่านทุกฉบับและทุกคอลัมน์	13	4.6
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่ง (ร้อยละ 55.4) ติดตามอ่านบางฉบับและบางคอลัมน์ รองลงมา ติดตามอ่านทุกฉบับ และบางคอลัมน์ที่ร้อยละ 37.5 และมีเพียงร้อยละ 4.6 และ 2.5 เท่านั้นที่ติดตามอ่านทุกฉบับทุกคอลัมน์และ อ่านบางฉบับและทุกคอลัมน์

ตารางที่ 4.6
แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการเปิดรับ
- ระยะเวลาในการติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์	2.74	1.16	มาก
- ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์	1.86	1.13	น้อย
- ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในแต่ละครั้ง	1.98	0.78	ปานกลาง
- ลักษณะการติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์	1.91	1.05	ปานกลาง

หมายเหตุ เป็นผลรวมจากตารางที่ 4.2,4.3,4.4 และ 4.5

ตารางที่ 4.6 แสดงพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ พบว่าระยะเวลาในการติดตามอ่าน มีระดับการเปิดรับอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ขณะที่ระยะเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง และ ลักษณะการติดตามอ่าน มีค่าเฉลี่ย 1.98 และ 1.91 ตามลำดับ เป็นการเปิดรับในระดับปานกลาง สำหรับความถี่ในการอ่านนั้นพบว่ามีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.86 ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ช่วงเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่เดินทาง	18	6.4
ช่วงเวลาวางตอนกลางวัน	196	70.0
ช่วงเวลาวางตอนกลางคืน	48	17.2
อื่นๆ (ช่วงเวลาวางตอนเช้า , ไม่แน่นอน)	18	6.4
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ ชอบอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในช่วงเวลาวางตอนกลางวัน สูงถึงร้อยละ 70.0 รองลงมาเป็นช่วงเวลาวางตอนกลางคืน ที่ร้อยละ 17.2 ขณะที่ ช่วงเวลาที่เดินทาง และ อื่นๆ (ช่วงเวลาวางตอนเช้า , ไม่แน่นอน) มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 6.4

ตารางที่ 4.8
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีที่ได้หนังสือพิมพ์
ผู้จัดการรายสัปดาห์มาอ่าน

วิธีที่ได้หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มาอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
สมัครเป็นสมาชิก	45	16.1
ตัวเอง	49	21.1
ขอยืมผู้อื่นอ่าน	21	7.5
อ่านในที่ทำงาน	142	50.7
อ่านในห้องสมุด	10	3.5
อื่นๆ (อินเทอร์เน็ต)	3	1.1
รวม	280	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์จากการอ่านในที่ทำงาน ร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ซื่อเองและ สมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 21.1 และ 16.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9
แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเนื้อหาที่สนใจ

เนื้อหา*	จำนวน	ร้อยละ
เรื่องจากปก (ข่าวต่อ)	178	63.6
การเมือง	141	50.4
คุณภาพชีวิต	96	34.3
การค้า-การลงทุน	79	28.2
จินาภิวัฒน์	19	6.8
บันเทิง	140	50.0
บทความ	92	32.9
การเงินการลงทุน	84	30.0
การตลาด	125	44.6
สังคม-การตลาด	82	29.3
ธุรกิจต่างประเทศ	69	24.6
ไอที	124	44.3
อสังหาริมทรัพย์: บ้านที่ดิน	61	21.8
ธุรกิจภูมิภาค	34	12.1
ธุรกิจท่องเที่ยว-บริการ	141	50.4
รถยนต์	106	37.9
Entrepreneurs / แฟรนไชส์	57	20.4
Management	61	21.8
การศึกษา	56	20.0
HR. / Smart Job	64	22.9
รวม	1,809	-

*เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่า เนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ เรื่องจากปก (ข่าวต่อ) มีผู้อ่านร้อยละ 63.6 รองลงมา ได้แก่ การเมืองและ ธุรกิจท่องเที่ยว-บริการ ที่ร้อยละ 50.4 เท่ากัน สำหรับเนื้อหาที่ได้รับความนิยมต่ำสุดคือ จินาภิวัฒน์ โดยมีเพียงร้อยละ 6.8 เท่านั้นที่อ่านเนื้อหา

ส่วนที่ 3
ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์
ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
พาดหัวข่าว หน้าหนึ่งของ หนังสือพิมพ์	26 (9.3)	126 (45.0)	119 (42.5)	6 (2.1)	3 (1.1)	3.59	0.73	มาก
ภาพข่าว หน้าหนึ่งของ หนังสือพิมพ์	26 (9.3)	108 (38.6)	130 (46.4)	14 (5.0)	2 (0.7)	3.51	0.76	มาก
เนื้อหาข่าวมี ความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	24 (8.6)	126 (45.0)	117 (41.8)	10 (3.6)	3 (1.1)	3.56	0.75	มาก
การวิเคราะห์ ข่าวลึกซึ้ง	46 (16.4)	115 (41.1)	111 (39.6)	5 (2.9)	3 (1.1)	3.70	0.80	มาก
เนื้อหาข่าวทัน ต่อเหตุการณ์	44 (15.7)	130 (46.4)	96 (34.3)	8 (2.9)	2 (0.7)	3.74	0.78	มาก
เนื้อหาข่าวมี ความหลากหลาย	46 (16.4)	151 (53.9)	74 (26.4)	6 (2.1)	3 (1.1)	3.82	0.76	มาก
สำนวนภาษา เข้าใจง่าย	27 (9.6)	124 (44.3)	116 (41.3)	12 (4.3)	1 (0.4)	3.59	0.74	มาก
มินิตรายสาร Flash mag. เป็นฉบับแทรก	41 (14.6)	80 (28.6)	120 (42.9)	29 (10.4)	10 (3.6)	3.40	0.98	ปานกลาง

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
การจัดรูปแบบ สีเส้นสวยงาม น่าอ่าน	38 (13.6)	114 (40.7)	98 (35.0)	30 (10.7)	- -	3.57	0.86	มาก
คุณภาพ กระดาษ	53 (18.9)	146 (52.1)	72 (25.7)	6 (2.1)	3 (1.1)	3.86	0.78	มาก
ความเหมาะสม ของราคา	20 (7.1)	119 (42.5)	126 (45.0)	15 (5.4)	- -	3.51	0.71	มาก
ระยะเวลาใน การวาง จำหน่าย	21 (7.5)	107 (38.2)	113 (40.4)	38 (13.6)	1 (0.4)	3.39	0.83	ปานกลาง
ความสะดวกใน การหาซื้อ	35 (12.5)	135 (48.2)	96 (34.3)	14 (5.0)	- -	3.68	0.75	มาก
รวม						3.61	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ ผู้จัดการรายสัปดาห์โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 และเมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า หัวข้อที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ คุณภาพกระดาษ มีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมาได้แก่ เนื้อหาข่าวมีความหลากหลายและเนื้อหาข่าวทันเหตุการณ์มีค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.74 ตามลำดับ ขณะที่ระยะเวลาในการวางจำหน่าย เป็นเหตุผลที่มีความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำสุด เท่ากับ 3.39

ส่วนที่ 4
การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์
ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
 การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

รูปแบบการใช้ ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					ค่าเฉลี่ย	ส่วน เบี่ยง เบน มาตร ฐาน	ความ หมาย
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปาน กลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด (ร้อยละ)			
เพื่อทราบข้อมูล ข่าวสารและ เหตุการณ์ต่างๆ	65 (23.2)	155 (55.4)	58 (20.7)	2 (0.7)	- -	4.01	0.69	มาก
เพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจด้าน ธุรกิจการค้า	42 (15.0)	150 (53.6)	80 (28.6)	8 (2.9)	- -	3.81	0.72	มาก
เพื่อพัฒนาความรู้ และการปฏิบัติงาน ด้านการบริหาร/ การจัดการ	41 (14.6)	124 (44.3)	102 (36.4)	12 (4.3)	1 (0.4)	3.69	0.79	มาก
เพื่อเป็นแนวทางใน การวางแผนการตลาด	31 (11.1)	112 (40.0)	100 (35.7)	33 (11.8)	4 (1.4)	3.47	0.89	มาก
เพื่อให้ประกอบการ ตัดสินใจทางธุรกิจ	26 (9.3)	98 (35.0)	114 (40.7)	36 (12.9)	6 (2.1)	3.36	0.90	ปาน กลาง
เพื่อติดตามความ เคลื่อนไหวของคู่แข่ง ในธุรกิจเดียวกัน	24 (8.6)	113 (40.4)	100 (35.7)	35 (12.5)	8 (2.9)	3.39	0.91	ปาน กลาง
เพื่อเป็นแนวทางใน การปรับปรุงคุณภาพ สินค้าและบริการ	26 (9.3)	101 (36.1)	113 (40.4)	28 (10.0)	12 (4.3)	3.36	0.94	ปาน กลาง

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รูปแบบการใช้ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	มากที่สุด (ร้อยละ)	มาก (ร้อยละ)	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย (ร้อยละ)	น้อยที่สุด (ร้อยละ)			
เพื่อนำไปใช้ในการเรียน / การทำงาน	36 (12.9)	116 (41.4)	101 (36.1)	17 (6.1)	10 (3.6)	3.54	0.92	มาก
เพื่อนำไปพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้าขึ้น	38 (13.6)	134 (47.9)	94 (33.6)	12 (4.3)	2 (0.7)	3.69	0.78	มาก
เพื่อตอบสนองความสนใจและความต้องการเฉพาะตน	37 (13.2)	133 (47.5)	97 (34.6)	11 (3.9)	2 (0.7)	3.69	0.78	มาก
เพื่อสนทนากับบุคคลอื่นๆ	18 (6.4)	101 (36.1)	118 (42.1)	35 (12.5)	8 (2.9)	3.31	0.88	ปานกลาง
เพื่อประกอบการทำรายงาน	14 (5.0)	44 (15.7)	104 (37.1)	44 (15.7)	74 (26.4)	2.57	1.18	น้อย
เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียด	16 (5.7)	62 (22.1)	124 (44.3)	42 (15.0)	36 (12.9)	2.93	1.06	ปานกลาง
รวม						3.45	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

เมื่อพิจารณาตามลักษณะการใช้ประโยชน์แยกรายข้อ พบว่า ข้อที่มีการใช้ประโยชน์สูงสุด คือ เพื่อทราบข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา ได้แก่ ใช้พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านธุรกิจการค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ใช้เพื่อพัฒนาความรู้และการปฏิบัติงานด้านการบริหาร/การจัดการ เพื่อนำไปพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้าขึ้น และ เพื่อตอบสนองความสนใจและความต้องการเฉพาะตน ทั้งสามข้อนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ที่ 3.69 ขณะที่ข้อที่มีการใช้ประโยชน์ต่ำสุดคือ ใช้ประกอบการทำรายงาน มีค่าเฉลี่ย 2.57

ส่วนที่ 5

การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 1.1 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

เพศ	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	t-value	2-tailed Sig.
ชาย	141	2.20	0.74	2.026	0.044*
หญิง	139	2.04	0.59		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่า 2-tailed Sig. มีค่าเท่ากับ 0.044 ต่ำกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 1.2 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

อายุ	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
20 -29 ปี	123	1.86	0.62	13.839	0.000*
30-39 ปี	121	2.25	0.60		
40-49 ปี	43	2.46	0.71		
50-54 ปี	13	2.52	0.72		
รวม	280	2.12	0.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างรายคู่ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ จำแนกตามอายุ จึงใช้การเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลที่ได้แสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14
แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ
พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์
จำแนกตามอายุ โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ
(Multiple Comparison) แบบ LSD

อายุ	ค่าเฉลี่ย	อายุ			
		1	2	3	4
1. 20 -29 ปี	1.86	-	-0.38*	-0.60*	-0.66*
2. 30-39 ปี	2.25	0.38*	-	-0.21	-0.27
3. 40-49 ปี	2.46	0.60*	0.21	-	-0.06
4. 50-54 ปี	2.52	0.66*	0.27	0.06	-
รวม	2.12				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ น้อยกว่า ผู้อ่านในช่วงอายุอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 1.3 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ระดับการศึกษา	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	23	1.84	0.57	7.465	0.000*
ปริญญาตรี	184	2.05	0.66		
ปริญญาโท	62	2.34	0.69		
สูงกว่าปริญญาโท	11	2.70	0.55		
รวม	280	2.12	0.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์
ผู้จัดการรายสัปดาห์ จำแนกตามระดับการศึกษารายคู่ จึงใช้การเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี LSD
ผลที่ได้แสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16
แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ
พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ จำแนก
ตามระดับการศึกษา โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ
(Multiple Comparison) แบบ LSD

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ระดับการศึกษา			
		1	2	3	4
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.84	-	-0.21	-0.50*	-0.86*
2. ปริญญาตรี	2.05	0.21	-	-0.29*	-0.65*
3. ปริญญาโท	2.34	0.50*	0.29*	-	-0.36
4. สูงกว่าปริญญาโท	2.70	0.86*	0.65*	0.36	-
รวม	2.12				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท
และสูงกว่าปริญญาโท มีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์
มากกว่า ผู้อ่านที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและต่ำกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.4 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 1.4 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกันอย่างน้อย 2 อาชีพ จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

อาชีพ	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
พนักงานบริษัทเอกชน	185	2.09	0.66	7.216	0.000*
รับราชการ	15	2.30	0.68		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	2.20	0.58		
ธุรกิจส่วนตัว	31	2.53	0.65		
นักศึกษา	19	1.46	0.46		
อื่นๆ	2	2.12	0.18		
รวม	280	2.12	0.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันอย่างน้อย 2 อาชีพ จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของพฤติกรรมกา
การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์
ผู้จัดการรายสัปดาห์ จำแนกตามอาชีพรายได้ จึงใช้การเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลที่ได้
แสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18
แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย
ของพฤติกรรมกา
การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์
จำแนกตามอาชีพ โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ
(Multiple Comparison) แบบ LSD

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	อาชีพ					
		1	2	3	4	5	6
1. พนักงานบริษัทเอกชน	2.09	-	-0.21	-0.10	-0.44*	0.63*	-0.53
2. รับราชการ	2.30	0.21	-	0.10	-0.23	0.84*	-0.33
3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.20	0.10	-0.10	-	-0.34*	0.74*	-0.43
4. ธุรกิจส่วนตัว	2.53	0.44*	0.23	0.34*	-	1.07*	-0.09
5. นักศึกษา	1.46	-0.63*	-0.84*	-0.74*	-1.07*	-	-
6. อื่นๆ	2.63	0.53	0.33	0.43	0.09	1.16*	1.16*
รวม	2.12						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นนักศึกษา มี พฤติกรรม
การเปิดรับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ น้อยกว่า ทุกกลุ่มอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

นอกจากนี้ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมี พฤติกรรมกา
การเปิดรับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ มากกว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนและพนักงานรัฐวิสาหกิจ
ด้วยเช่นกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.5 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 1.5 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการเปิดรับ
ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

รายได้	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	36	1.60	0.54	15.432	0.000*
10,000–19,999 บาท	110	2.02	0.59		
20,000–29,999 บาท	58	2.29	0.73		
ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	76	2.39	0.63		
รวม	280	2.12	0.68		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ต่ำกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างรายคู่ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ จำแนกตามรายได้ จึงใช้การเปรียบเทียบพหุคูณด้วยวิธี LSD ผลที่ได้แสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20
แสดงการเปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย
ของพฤติกรรม的开รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์
จำแนกตามรายได้ โดยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ
(Multiple Comparison) แบบ LSD

รายได้	ค่าเฉลี่ย	รายได้			
		1	2	3	4
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.60	-	-0.42*	-0.69*	-0.80*
2. 10,000–19,999 บาท	2.02	0.42*	-	-0.27*	-0.37*
3. 20,000–29,999 บาท	2.29	0.69*	0.27*	-	-0.10
4. ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	2.39	0.80*	0.37*	0.10	-
รวม	2.12				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีพฤติกรรม的开รับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์เฉลี่ย น้อยกว่า ผู้มีรายได้ในกลุ่มอื่นๆทุกกลุ่ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้อ่านที่มีรายได้ 10,000- 19,999 บาท มีพฤติกรรม的开รับข่าวสารจาก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์เฉลี่ย น้อยกว่า กลุ่มผู้มีรายได้ 20,000–29,999 บาท และ ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 บาท ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยเช่นกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 2.1 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศกับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

เพศ	ความพึงพอใจต่อหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t-value	2-tailed Sig.
ชาย	141	3.54	0.45	-2.443	0.015*
หญิง	139	3.68	0.45		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่า 2-tailed Sig. มีค่าเท่ากับ 0.015 ต่ำกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ที่ 0.05 จึง ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 2.2 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

อายุ	ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
20 -29 ปี	123	3.61	0.46	1.497	0.216
30-39 ปี	121	3.60	0.47		
40-49 ปี	43	3.70	0.40		
50-54 ปี	13	3.40	0.43		
รวม	280	3.61	0.45		

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.216 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 2.3 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ระดับการศึกษา	ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	23	3.52	0.48	0.575	0.632
ปริญญาตรี	184	3.64	0.45		
ปริญญาโท	62	3.61	0.46		
สูงกว่าปริญญาโท	11	3.71	0.45		
รวม	280	3.61	0.45		

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.632 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 2.4 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพ จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

อาชีพ	ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
พนักงานบริษัทเอกชน	185	3.64	0.45	0.859	0.509
รับราชการ	15	3.58	0.47		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	3.59	0.49		
ธุรกิจส่วนตัว	31	3.56	0.52		
นักศึกษา	19	3.44	0.26		
อื่นๆ	2	3.50	0.60		
รวม	280	3.61	0.45		

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.509 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 2.5 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้กับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

รายได้	ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	36	3.57	0.46	0.234	0.873
10,000–19,999 บาท	110	3.60	0.45		
20,000–29,999 บาท	58	3.65	0.45		
ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	76	3.61	0.47		
รวม	280	3.61	0.45		

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.873 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 3.1 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

เพศ	การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t-value	2-tailed Sig.
ชาย	141	3.40	0.52	-1.660	0.098
หญิง	139	3.50	0.52		

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่า 2-tailed Sig. มีค่าเท่ากับ 0.098 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 3.2 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุกับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

อายุ	การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
20 -29 ปี	123	3.48	0.55	0.786	0.502
30-39 ปี	121	3.40	0.49		
40-49 ปี	43	3.50	0.50		
50-54 ปี	13	3.34	0.58		
รวม	280	3.45	0.52		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.502 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 3.3 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ระดับการศึกษา	การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	23	3.46	0.57	2.137	0.076
ปริญญาตรี	184	3.41	0.53		
ปริญญาโท	62	3.49	0.49		
สูงกว่าปริญญาโท	11	3.82	0.29		
รวม	280	3.45	0.52		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.076 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.4 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 3.4 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพ จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

อาชีพ	การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
พนักงานบริษัทเอกชน	185	3.44	0.55	1.021	0.411
รับราชการ	15	3.32	0.46		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	3.51	0.40		
ธุรกิจส่วนตัว	31	3.55	0.53		
นักศึกษา	19	3.45	0.40		
อื่นๆ	2	2.85	0.33		
รวม	280	3.45	0.52		

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.411 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.5 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ที่ 3.5 ดังนี้

H_0 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันอย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้กับการใช้ประโยชน์จาก
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

รายได้	การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์				
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	36	3.54	0.47	0.544	0.653
10,000–19,999 บาท	110	3.42	0.58		
20,000–29,999 บาท	58	3.47	0.43		
ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป	76	3.43	0.53		
รวม	280	3.45	0.52		

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.653 สูงกว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 จึง ยอมรับ H_0 กล่าวคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

H_0 : ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

H_1 : ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ตารางที่ 4.31

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์
ผู้จัดการรายสัปดาห์กับการใช้ประโยชน์จาก
หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	2-tailed Sig.
การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์	0.672	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่า 2-tailed Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

เมื่อพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ที่มีค่าเท่ากับ 0.672 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางค่อนข้างสูง กล่าวคือ ถ้าผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์เพิ่มมากขึ้น ก็จะนำข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไปใช้ประโยชน์มากขึ้นด้วย