

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม的开รับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร
 2. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร
 3. เพื่อศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร
 4. เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรม的开รับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร
- สำหรับแนวคิดที่นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับงานหนังสือพิมพ์ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure) และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (Uses & Gratification Theory)

การวิจัยครั้งนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 280 คน ที่มีอายุตั้งแต่ 20-54 ปี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม的开รับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (T-Test Groups) การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับหลายกลุ่มตัวอย่าง โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-way ANOVA) การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลต่างน้อยสำคัญ (LSD) เพื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS/PC ในการประมวลผลข้อมูล ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

1. จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 280 คน ประกอบด้วยเพศชาย คิดเป็น ร้อยละ 50.4 และเพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 49.6

2. จากการวิจัยพบว่า ระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 20-29 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาได้แก่ มากกว่า 30-39 ปี และ 40-49 ปี จำนวน 43 คน ที่ร้อยละ 36.1 และ 15.4 ตามลำดับ

3. จากการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สูงถึงร้อยละ 65.7 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาได้แก่ ปริญญาโท และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.1 และ 8.2 ตามลำดับ

4. จากการวิจัยพบว่า อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 66.1 รองลงมาที่ร้อยละ 11.1 และ 10.0 ประกอบธุรกิจส่วนตัวและ เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ

5. จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 -19,999 คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มรายได้ 20,000 -29,999 และ ตั้งแต่ 30,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.7 และ 20.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มานานมากกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.4 ตามมาด้วยกลุ่มที่อ่าน มากกว่า 1-2 ปี ที่ร้อยละ 25.4 และน้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 22.5

ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ พบว่า ครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างอ่าน 1 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือกลุ่มที่ อ่าน 2-3 วันต่อสัปดาห์และ 3-4 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 30.4 และ 8.6 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในแต่ละครั้งประมาณ 30 นาที – 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 30 นาที และ มากกว่า 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง ที่ร้อยละ 27.1 และ 16.8 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่ง คิดเป็นร้อยละ 55.4 ติดตามอ่านบางฉบับและบางคอลัมน์ รองลงมา ติดตามอ่านทุกฉบับและบางคอลัมน์ที่ร้อยละ 37.5 และมีเพียงร้อยละ 4.6 เท่านั้นที่ติดตามอ่านทุกฉบับทุกคอลัมน์

ผู้อ่านมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ในเรื่องระยะเวลาในการติดตามอ่าน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ขณะที่ระยะเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง และลักษณะการติดตามอ่าน มีค่าเฉลี่ย 1.98 และ 1.91 ตามลำดับ เป็นการเปิดรับในระดับปานกลาง สำหรับความถี่ในการอ่านนั้นพบว่ามีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.86 ซึ่งเป็นการเปิดรับในระดับต่ำ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในช่วงเวลาว่างตอนกลางวัน สูงถึงร้อยละ 70.0 รองลงมาเป็นช่วงเวลาว่างตอนกลางคืน ที่ร้อยละ 17.2 ขณะที่ช่วงเวลาที่ใช้เดินทาง และ อื่นๆ (ช่วงเวลาว่างตอนเช้า ,ไม่แน่นอน) มีสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 6.4

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในที่ทำงาน ร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ซื้อมอง และสมัครเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 21.1 และ 16.1 ตามลำดับ

เนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ เรื่องจากปก (ข่าวต่อ) มีผู้อ่านร้อยละ 63.6 รองลงมา ได้แก่ การเมือง และธุรกิจท่องเที่ยว-บริการ ที่ร้อยละ 50.4 เท่ากัน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครของ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 และเมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า หัวข้อที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ คุณภาพกระดาษ มีค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมาได้แก่ เนื้อหาข่าวมีความหลากหลาย และเนื้อหาข่าวทันเหตุการณ์มีค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.74 ตามลำดับ ขณะที่ ระยะเวลาในการวางจำหน่ายเป็นเหตุผลที่มีความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.39

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครของ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

เมื่อพิจารณาตามลักษณะการใช้ประโยชน์แยกรายข้อ พบว่า ข้อที่มีการใช้ประโยชน์สูงสุด คือ เพื่อทราบข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา ได้แก่ ใช้พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านธุรกิจการค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และเพื่อพัฒนาความรู้และการปฏิบัติงานด้านการบริหาร/การจัดการ เพื่อนำไปพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้าผู้อื่น และ เพื่อตอบสนองความสนใจและความต้องการเฉพาะตน ทั้งสามข้อนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ที่ 3.69 ขณะที่ข้อที่มีการใช้ประโยชน์ต่ำสุดคือ ใช้ประกอบทำรายงาน มีค่าเฉลี่ย 2.57

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานคร" สามารถนำมาอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 280 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.4 ในขณะที่เพศหญิง คิดเป็น ร้อยละ 49.6 ซึ่งส่วนใหญ่อายุระหว่าง มีอายุ 20-29 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาได้แก่ มากกว่า 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.1 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 66.1 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ที่ร้อยละ 11.1 ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000-19,999 คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมามีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มรายได้ 20,000 -29,999 คิดเป็นร้อยละ 20.7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มคนเหล่านี้ย่อมมีความต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆ

จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ เพราะผู้จัดการรายสัปดาห์เป็นหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ Julien Effenbein กล่าวไว้ว่า¹ หนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจมีบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสาร ให้ความรู้ทางเศรษฐกิจแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงผลกระทบที่มีต่อตนเอง สังคม องค์กรที่ตนสังกัด และประเทศ รวมถึงหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจช่วยเปิดโลกทัศน์ของประชาชนให้กว้างขวางในด้านเศรษฐกิจ ได้รับรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นในวงการเศรษฐกิจที่อยู่ใกล้และไกลตัว นอกจากผู้อ่านจะได้รับข้อมูลด้านเศรษฐกิจแล้ว ยังมีเนื้อหาอื่นในผู้จัดการรายสัปดาห์อีกมากมาย เช่น การเมือง สังคม การศึกษา ไอที เป็นต้น ซึ่งผู้อ่านสามารถนำข่าวสารเหล่านั้นมาใช้ในการดำรงชีวิต

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สูงถึงร้อยละ 65.7 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาได้แก่ ปริญญาโท ร้อยละ 22.1 ซึ่งสอดคล้องกับที่ Wibur Schramm² กล่าวว่า "ระดับการศึกษาของผู้รับสารและสภาพแวดล้อม ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร" กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารเป็นอย่างดี และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ของผู้อ่าน

จากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ เป็นเวลามากกว่า 2 ปี สำหรับความถี่ในการอ่าน พบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่อ่านเพียง 1 วันต่อ 1 สัปดาห์ และใช้เวลาอ่านในแต่ละครั้ง 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง ที่เป็นไปในลักษณะนี้อาจเป็นเพราะ ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน และเป็น

¹Julien Effenbein, from " The Challenge to America's Decision-Makers," a paper read before The Second Annual Magazine Forum, National Association of Magazine Publishers, Waldorf Astoria, April 28, 1948 ; the definition was repeated in an address before the Cleveland Chapter, American Association of Advertising Agencies, on January, 1950, and published in the April, 1950, issue of Advertising Agency. Stanley Knisely, former executive v.p. of ABP first used the expression "Continuous textbook."

² Wibur Schramm, "Channels and Audiences," in Handbook of Communication. (Chicago, Rand McNally College Publishing, 1973), pp. 121-124.

พนักงานบริษัทเอกชน ในแต่ละวันต้องทำงานและมีภารกิจอย่างอื่นมากมาย จึงต้องแบ่งเวลาจากการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไปทำภารกิจอย่างอื่น รวมถึงต้องใช้เวลาในการรับสารจากสื่อมวลชนแขนงอื่นๆ ด้วย และในเชิงจิตวิทยา ผู้อ่านจะมีพฤติกรรมในการอ่านหนังสือพิมพ์ไม่นานนัก จึงสังเกตได้ว่าการจัดหน้าหนังสือพิมพ์จะมีจำนวนย่อหน้ามากกว่าหนังสือทั่วไป เพื่อให้ผู้อ่านได้พักสายตา และใช้ระยะเวลาในการอ่านได้นานยิ่งขึ้น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของประภาพรณ ลิมสุขศิริ³ ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ และการเลือกใช้ประโยชน์จากข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์ของนักธุรกิจภาคอุตสาหกรรม” ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเปิดรับข่าวสารเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์รายวัน โดยใช้ระยะเวลาในการอ่านข่าวเศรษฐกิจ 30 นาทีต่อวัน

ปัจจัยที่กำหนดการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้นมีหลายปัจจัยประกอบกัน เช่น ประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล เป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะพฤติกรรมในการอ่านแตกต่างกันไป ซึ่งตรงกับที่ Wibur Schramm⁴ พบว่า บุคคลจะแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน อีกทั้งจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ที่ตนต้องการ เช่น ลักษณะการติดตามข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์นั้น ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะติดตามอ่านบางฉบับและบางคอลัมน์ เพราะรู้สึกว่างบคอลัมน์ไม่ได้ตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง เช่น ผู้อ่านบางคนทำงานทางด้านการตลาด จึงอ่านคอลัมน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการตลาด เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปฏิบัติงาน นับว่าเป็นการหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวปก (ข่าวต่อ) มากที่สุด รองลงมา คือ ข่าวการเมือง ซึ่งสอดคล้อง Joseph T. Klapper⁵ ที่กล่าวว่า แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเปิดสื่อและข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน ซึ่งข่าวปก

³ประภาพรณ ลิมสุขศิริ, “พฤติกรรมการเปิดรับ และการเลือกใช้ประโยชน์จากข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์ของนักธุรกิจภาคอุตสาหกรรม,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543), น. บทคัดย่อ.

⁴Wibur Schramm, “Channels and Audiences,” in *Handbook of Communication* (Chicago, Rand McNally College Publishing, 1973), pp. 121-124.

⁵Joseph T. Klapper, *The Effects of Mass Communication* (New York: The Free Press, 1960), pp. 19-26.

(ข่าวต่อ) ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ จะมีความหลากหลายของเนื้อหา ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง บันเทิง หรือปรากฏการณ์ที่สำคัญในช่วงเวลานั้น ที่สามารถสนองความต้องการของผู้อ่านได้ ในขณะนั้น กล่าวคือ หากในช่วงเวลาหนึ่งเกิดปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ การเมือง หรือเหตุการณ์ใดๆ เป็นที่ถกเถียงวิพากษ์วิจารณ์ในสังคม เนื้อหาที่น่าเสนอเป็นข่าวปกของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ จะต้องเป็นเรื่องราวที่กำลังเป็นปรากฏการณ์ เป็นเหตุให้ผู้อ่านต้องติดตามข่าวสารบ้านเมือง ให้ความสนใจกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น แล้วจึงแสวงหาข่าวสารดังกล่าวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

ส่วนช่วงเวลาในการอ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อ่านในเวลาว่างตอนกลางวัน ร้อยละ 70 และวิธีที่กลุ่มตัวอย่างได้หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มาอ่าน คือ อ่านในที่ทำงาน ร้อยละ 50.7 ซึ่งสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน เพราะผู้อ่านจะใช้เวลาส่วนใหญ่ อยู่ในที่ทำงาน และใช้เวลาว่างตอนกลางวันในการอ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์เพื่อบริโภค ข้อมูลข่าวสารด้านธุรกิจ การเมือง และอื่นๆ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพกระดาษ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมา ได้แก่ เนื้อหาข่าวมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ขณะที่ระยะเวลาในการวางจำหน่าย เป็นเหตุผลที่มีความพึงพอใจเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.39

จากผลการวิจัยนี้อธิบายได้ว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพกระดาษ ซึ่งสอดคล้องกับ อรุณ บัระวงษ์^๑ บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน กล่าวไว้ว่า การเลือกใช้กระดาษปอนด์ 70 แกรมในการพิมพ์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์นั้น เพราะกระดาษปอนด์สีขาว เป็นกระดาษที่มีคุณภาพดี เหมาะกับการพิมพ์ระบบออฟเซต (Offset) อีกทั้งเป็นกระดาษที่สามารถเก็บไว้ได้เป็นระยะเวลานาน ซึ่งต่างจากหนังสือพิมพ์รายวันที่ใช้กระดาษนิวปริน (News Print) ในการพิมพ์ กระดาษจะมีลักษณะบาง ไม่ทนทาน เมื่อพิมพ์แล้วสีสันทึบไม่สวยงามเท่ากระดาษปอนด์

^๑สัมภาษณ์ อรุณ บัระวงษ์, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน, 2 เมษายน 2550.

ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับ สมชาติ นาคหล่อ⁷ บรรณาธิการฝ่ายศิลปหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ที่กล่าวว่า กระดาษปอนด์เมื่อผ่านกระบวนการพิมพ์แล้ว ภาพที่ออกมาจะมีสีสันทนสวยงาม น่าอ่าน ดึงดูดสายตาผู้อ่านได้ง่าย รวมถึงหมึกที่พิมพ์บนกระดาษปอนด์ จะไม่ทำให้มือของผู้อ่านสกปรก และสังเกตได้ว่าหนังสือพิมพ์ประเภทรายสัปดาห์ฉบับอื่นๆ ใช้กระดาษปอนด์ในการผลิตเช่นเดียวกัน เพราะเป็นการสร้างลักษณะเฉพาะให้กับหนังสือพิมพ์ธุรกิจประเภทรายสัปดาห์อีกด้วย

สำหรับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ในประเด็นเนื้อหาข่าวมีความหลากหลายนั้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ Katz and others⁸ ที่กล่าวว่า การแสวงหาข่าวสารของมนุษย์เป็นไปโดยความพึงพอใจของมนุษย์เอง อาจเกิดจากความสนใจ และแรงจูงใจต่างๆ ซึ่งมนุษย์มีความต้องการส่วนตัว เช่น ต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน ฉะนั้น ผู้อ่านจึงมีความคาดหวังในเรื่องความหลากหลายของเนื้อหาข่าว กล่าวคือ เมื่อหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ สามารถตอบสนองความต้องการด้านเนื้อหาข่าวสารที่มีความหลากหลายได้ ผู้อ่านจะมีความพึงพอใจ

ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริทิพย์ อรุณเรื่อ⁹ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ที่กล่าวว่า หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์นอกจากจะนำเสนอเนื้อหาด้านธุรกิจเป็นหลัก เช่น การเงินการลงทุน การตลาด ธุรกิจต่างประเทศ การบริหารจัดการ ยังมีความหลากหลายของเนื้อหาประเภทอื่นๆ ด้วย เช่น การเมือง บ้านเกิด ไอที สังคม รถยนต์ การศึกษา รวมถึงนิตยสารแฟรชแมก เพื่อเป็นการเข้าถึง และตอบสนองความต้องการของผู้อ่านมากที่สุด

ส่วนความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการวางจำหน่าย ผู้อ่านมีความพึงพอใจน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะผู้อ่านนำไปเปรียบเทียบกับระยะเวลาการวางจำหน่ายของหนังสือพิมพ์รายวัน หรือรายสามวัน จึงเป็นเหตุให้รู้สึกว่าการวางแผงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เป็นระยะเวลานานเกินไป

⁷สัมภาษณ์ สมชาติ นาคหล่อ, บรรณาธิการฝ่ายศิลปหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2 เมษายน 2550.

⁸Elihu Katz, Jay G. Blumler and Michael Gurevitch, "Utilization of Mass Communication by the individual," in The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research (Beverly Hills: Sage Publication, 1974), pp. 20-22.

⁹สัมภาษณ์ ศิริทิพย์ อรุณเรื่อ, บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2 เมษายน 2550.

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมแล้วมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 สิ่งที่ถูกกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์มากที่สุด คือ ใช้เพื่อทราบข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา ได้แก่ ใช้เพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจด้านธุรกิจการค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนการใช้ประโยชน์น้อยที่สุด ได้แก่ ใช้เพื่อประกอบการทำรายงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57

สำหรับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เพื่อทราบข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ต่างๆ รองลงมา ได้แก่ ใช้เพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจด้านธุรกิจการค้านั้น จากการศึกษาของ McCombs and Becker ได้ให้ความเห็นไว้ว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อการตอบสนองความต้องการของตน 6 ประการ คือ¹⁰ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวเพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) เพื่อความบันเทิง (Entertainment)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธราดี พลศักดิ์¹¹ ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสาร ในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจหลักสูตรผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร” และพบว่า การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ธุรกิจนั้น กลุ่มตัวอย่างมีการนำข่าวสารที่ได้ไปใช้พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านธุรกิจการค้า

ส่วนที่มีการใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการทำรายงานน้อยที่สุดนั้น อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นบุคคลที่อยู่ในวัยทำงาน จึงเน้นการใช้ประโยชน์เพื่อรับข้อมูลข่าวสาร และใช้เพื่อพัฒนาความรู้ด้านธุรกิจการค้า เพราะสามารถนำไปใช้ในการทำงานได้มากกว่า จึงส่งผลให้การใช้ประโยชน์เพื่อประกอบการทำรายงานมีความสำคัญน้อยกว่าด้านอื่นๆ

¹⁰ Maxwell E. McCombs, Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Engle Cliffs. N.J: Prenetice Hall, Inc; 1979), pp. 51-52.

¹¹ พัทธราดี พลศักดิ์, “พฤติกรรม การอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสาร ในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจหลักสูตรผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543), น. บทคัดย่อ.

ส่วนที่ 5 การอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน ตรงกับทฤษฎีของ De Fleur¹² ที่ว่า ภูมิหลัง ด้านปัจจัยส่วนบุคคล และด้านปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน ย่อมจะมองหรือยอมรับประเด็นในการสื่อสารแตกต่างกันไป ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ภูมิหลังเป็นสิ่งสำคัญทางลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลให้พฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน

พบว่ากลุ่มผู้อ่านที่มีอายุ 20-29 ปี จะมีพฤติกรรมการเปิดรับน้อยกว่าผู้อ่านในช่วงอายุอื่น ส่วนผู้อ่านที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท จะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้อ่านที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า โดยสอดคล้องกับ Wibur Schramm¹³ ที่พบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อการใช้สื่อ และเนื้อหาของข่าวสาร กล่าวคือ ระดับการศึกษาของผู้รับสาร และสภาพแวดล้อมมีผลต่อเนื้อหาของข่าวสาร และพฤติกรรมการเลือกรับสื่อของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร เพราะเป็นผู้รับสารที่ดีและมีความรู้ จึงมีความเข้าใจเนื้อหาได้ดีกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

สำหรับผู้อ่านที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ รัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมากกว่านักศึกษา เพราะอาชีพที่แตกต่างกัน จะทำให้บุคคลมีแนวคิด ทศนคติ อุดมการณ์ ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ไม่เหมือนกัน ฉะนั้นการประกอบอาชีพแตกต่างกัน เป็นผลให้การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน และรายได้ของผู้อ่านก็เช่นกัน พบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์น้อยกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า

¹² Melvin L. DeFleur, Theories of Mass Communication, 2nd ed. (New York: David McKay Company Inc., 1970), pp. 122-124.

¹³ Wibur Schramm, "Channels and Audiences," in Handbook of Communication (Chicago, Rand McNally College Publishing, 1973), pp. 121-124.

จากผลการศึกษาวิจัย ยังพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของประชากร และสังคมของผู้อ่าน เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ระดับ ตำแหน่งหน้าที่ เป็นตัวแปรอีกกลุ่มหนึ่ง ทางด้านผู้รับสารที่มีการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อของคนเรา¹⁴

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิดารัตน์ แดงเดช¹⁵ ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระของหนังสือพิมพ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางเศรษฐกิจของประชาชนในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ” ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางเศรษฐกิจของประชาชนแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีเพียงตัวแปรเดียว คือ เพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน คือ เพศชายจะมีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนที่อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพ และปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อ ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์มีความต้องการจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันไป

ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับ งานวิจัยของ พัทธราวดี พลศักดิ์¹⁶ ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโท

¹⁴ Berelson and Steiner, อ้างถึงใน กาญจนา ธานีปกรณ์, “รูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร Esquire,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. 31.

¹⁵ จิดารัตน์ แดงเดช, “การกำหนดวาระของหนังสือพิมพ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางเศรษฐกิจของประชาชนในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. บทคัดย่อ.

¹⁶ พัทธราวดี พลศักดิ์, “พฤติกรรมกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสาร ในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจหลักสูตรผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร,” น. บทคัดย่อ.

ด้านบริหารธุรกิจหลักสูตรผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะได้รับความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ธุรกิจไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยกร นรภัทรทวีพร¹⁷ ได้ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงของของนักศึกษาปริญญาโทหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า อายุ รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากนิตยสารผู้หญิงไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับผลงานวิจัยในบางเรื่องดังนี้

งานวิจัยของ พัชรวดี พลศักดิ์¹⁸ ได้ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสารในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจหลักสูตรผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ธุรกิจไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน อาจมีการใช้ประโยชน์ไม่แตกต่างกันได้ เนื่องจากแรงจูงใจของผู้รับสารไม่ได้มาจากปัจจัยทางกายภาพอย่างเดียว แต่อาจมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาร่วมด้วย เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม เป็นต้น

สมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ การทดสอบสมมติฐาน พบว่า

ความพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางค่อนข้างสูง กล่าวคือ ถ้าผู้อ่านในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจจาก

¹⁷ กัลยกร นรภัทรทวีพร, "พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงของนักศึกษาปริญญาโทหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

¹⁸ พัชรวดี พลศักดิ์, "พฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากข่าวสาร ในหนังสือพิมพ์ธุรกิจของนักศึกษาระดับปริญญาโท ด้านบริหารธุรกิจหลักสูตรผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานคร," น. บทคัดย่อ.

หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์เพิ่มมากขึ้น ก็จะนำข้อมูลข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ไปใช้ประโยชน์มากขึ้นด้วย

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของโรเสนเกรน ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ของคำว่าประโยชน์ (Uses) กับความพึงพอใจ (Gratification) ในแง่ที่ว่าประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุวธิดา ตรงดี ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ในศูนย์ศึกษาพัฒนาการห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี”¹⁹ พบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ โดยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้จัดทำหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ควรพิจารณาถึงความสำคัญของกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายว่า กลุ่มคนเหล่านี้มีความต้องการเกี่ยวกับประเด็นใดบ้าง มีความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์เป็นอย่างไร โดยผู้จัดทำควรนำผลการวิจัยมาพิจารณาอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มาอ่านโดยการอ่านในที่ทำงาน ซึ่งทำให้เห็นว่าผู้อ่านจะนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการทำงานด้วย จึงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตควรนำมาพิจารณาเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผู้อ่านมั่นคงต่อการเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ เช่น การอภิบาลพนักงานให้กับบริษัท สำนักงาน เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์มากขึ้น นอกจากนี้สามารถใช้การลดราคาให้กับผู้สมัคร

¹⁹สุวธิดา ตรงดี, “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ในศูนย์ศึกษาพัฒนาการห้วยทรายอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

สมาชิก หรือใช้วิธีการขายตรงโดยโทรศัพท์ไปที่บริษัท สำนักงานต่างๆ เพื่อเป็นการขยายฐานผู้อ่าน และส่งเสริมให้มีผู้อ่านมากขึ้นด้วย

2. จากผลการวิจัย พบว่า เนื้อหาที่กลุ่มผู้อ่านให้ความสนใจมากที่สุด คือ เรื่องจากปก (ข่าวต่อ) จากเนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเป็นพิเศษนี้ ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ จะต้องให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง ด้วยการนำเสนอประเด็นที่สด ทันต่อเหตุการณ์ หรือประเด็นที่กำลังเป็นปรากฏการณ์ในขณะนั้น เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารของกลุ่มผู้อ่านในปัจจุบัน

3. จากผลการวิจัย พบว่า โดยรวมแล้วผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ในระดับมาก และมีการใช้ประโยชน์ในระดับมากเช่นกัน ประกอบกับในปัจจุบันมีหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจในท้องตลาดจำนวนมาก ทั้งรายวัน ราย 3 วัน รายสัปดาห์ รวมถึงนิตยสารธุรกิจอีกมากมาย ซึ่งแต่ละเล่มมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องให้ความสำคัญด้านการนำเสนอเนื้อหาให้มีความหลากหลาย มีคุณภาพ พัฒนาเนื้อหาให้มีความเหมาะสม มีความทันสมัย รวมถึงพัฒนาบุคลากรให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

4. ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญในการทำวิจัยเพื่อสำรวจกลุ่มผู้อ่านถึงพฤติกรรมการเปิดรับความพึงพอใจ ความคิดเห็นที่มีต่อหนังสือพิมพ์ โดยให้มีการสำรวจอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านมากที่สุด ซึ่งจะส่งผลให้ผู้อ่านติดตามเปิดรับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะประชาชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการพิจารณาประชาชนในจังหวัดอื่นๆ ทั่วประเทศที่มีการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ เพื่อผลการวิจัยจะได้ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะผู้รับสารของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์อย่างเดียว ฉะนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป อาจมีการศึกษาถึงผู้ส่งสาร คือ คณะผู้จัดทำหรือบรรณาธิการ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น

3. นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาเชิงวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ว่าเนื้อหาที่นำเสนอมีความเหมาะสมเพียงใด ครอบคลุมความต้องการของผู้อ่านหรือไม่ ควรมีการปรับปรุงอย่างไรบ้าง