

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการอ่านและความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์และความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลด้วยการวัดครั้งเดียว (One Shot Descriptive Study) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน แบ่งการนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ไปใช้ประโยชน์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

ส่วนที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ประกอบด้วยวิเคราะห์ข้อมูลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ซึ่งผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	226	56.5
ชาย	174	43.5
รวม	400	100

จากตาราง 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คนที่อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 ส่วนเพศชายมีจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	207	51.8
31-40 ปี	152	38
41-50 ปี	26	6.5
51-60 ปี	15	3.8
รวม	400	100

จากตาราง 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ช่วงอายุ 51-60 ปีขึ้นไปมีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	15	3.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	15	3.8
อนุปริญญา	15	3.8
ปริญญาตรี	296	74
สูงกว่าปริญญาตรี	59	14.8
รวม	400	100

จากตาราง 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมากที่สุดคือ ปริญญาตรี จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมา คือ สูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา มัธยมศึกษาตอนปลาย และต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวนเท่ากันคือกลุ่มละ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.4
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	150	37.5
พนักงานของรัฐ/ข้าราชการ	39	9.8
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	185	46.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัวพร้อมทั้งทำงานประจำ	26	6.5
รวม	400	100

จากตาราง 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุดคือ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชนมี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 อันดับสาม คือ พนักงานของรัฐ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และอันดับสุดท้าย คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัวพร้อมทั้งทำงานประจำ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

จํานักหอสมุด

ส่วนที่ 2
พฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ประกอบด้วย ระยะเวลาในการติดตามอ่าน เวลาในการอ่านนิตยสาร แหล่งที่มาในการรู้จักกับนิตยสาร ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 4.5
แสดงจำนวนและร้อยละระยะเวลาในการติดตามอ่าน
นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาในการอ่าน	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
2 ปีขึ้นไป	6	1.5	3.04	1.029
1-2 ปี	155	38.8	(ระดับปาน กลาง)	
6 เดือน-1ปี	133	33.3		
ไม่ถึง 6 เดือน	60	15		
เพิ่งเริ่มต้นติดตาม	46	11.5		
รวม	400	100		

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างติดตามอ่านนิตยสารตั้งแต่ 1-2 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.8 ในสัดส่วนใกล้เคียงกับการติดตามอ่านตั้งแต่ 6 เดือน-1ปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือติดตามไม่ถึง 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 15 เพิ่งเริ่มต้นติดตาม คิดเป็นร้อยละ 11.5 และสุดท้ายคือ ติดตามมา 2 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.5

โดยสรุปพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

ตารางที่ 4.6
แสดงจำนวนและร้อยละเวลาในการอ่านนิตยสาร
เอสเอ็มอีไทยแลนด์ของกลุ่มตัวอย่าง

เวลาในการอ่าน	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
ประมาณ 3 ชั่วโมง	7	1.8	2.99	0.725
ประมาณ 2 ชั่วโมง	69	17.3	(ระดับปาน กลาง)	
ประมาณ 1 ชั่วโมง	250	62.5		
ประมาณ 30 นาที	61	15.3		
น้อยกว่า 30 นาที	13	3.3		
รวม	400	100		

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลา นิตยสารแต่ละครั้งประมาณ 1 ชั่วโมงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 62.5 อ่านนิตยสารประมาณ 2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.3 ใกล้เคียงกับอ่านนิตยสารประมาณ 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 15.3 อ่านน้อยกว่า 30 นาที คิดเป็นร้อยละ 3.3 และสุดท้ายคือ อ่านนิตยสารประมาณ 3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.8

โดยสรุปพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์แต่ละครั้งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99

ตารางที่ 4.7
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่มาในการรู้จักกับ
นิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์

แหล่งที่มาในการรู้จักนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ของทางบริษัท	83	20.8
จากการบอกต่อของเพื่อน คนรู้จัก	40	10
พบตามแผงหนังสือ	275	68.8
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างพบนิตยสารจากแผงหนังสือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาคือ พบจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัทคิดเป็นร้อยละ 20.8 รู้จักจากการบอกต่อของเพื่อน คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 10 และรูปแบบอื่นๆ ร้อยละ 0.5

ส่วนที่ 3
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ไปใช้ประโยชน์
ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ไปใช้ประโยชน์ ประกอบด้วย ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสาร ประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 4.8
 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้ประโยชน์
 ในการรับรู้ข่าวสาร

การใช้ประโยชน์ในการรับรู้ข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการใช้ ประโยชน์
ได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวของ สถานการณ์เอสเอ็มอีในปัจจุบัน	3.90	0.886	สูง
ได้ทราบช่องทางในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่	3.92	0.729	สูง
ได้ทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ	3.71	0.938	สูง
ได้ทราบกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ	3.80	0.933	สูง
รวม	3.86	0.867	สูง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการใช้ประโยชน์ในการรับรู้ข่าวสารจากนิตยสารอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.86

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่สามารถนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.92 และ ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถานการณ์เอสเอ็มอีในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 3.90 ทราบกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.80 และ ทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ ค่าเฉลี่ย 3.71

ตารางที่ 4.9

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการนำเนื้อหาไปประยุกต์ใช้

การนำประยุกต์ใช้	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับการใช้ ประโยชน์
สามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้ด้วยเนื้อหาใน นิตยสาร	3.52	0.864	สูง
สามารถนำสาระความรู้ในนิตยสารไปใช้ในการ ต่อยอดธุรกิจต่อไป	3.76	0.744	สูง
สามารถนำแนวคิดของผู้ประกอบการที่ประสบ ความสำเร็จไปปรับใช้กับธุรกิจของตน	3.86	0.745	สูง
สามารถนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ในการ สนทนากับผู้อื่น	3.89	0.662	สูง
รวม	3.80	0.771	สูง

จากตารางที่ 4.9 ประโยชน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ เนื้อหาในนิตยสารสามารถนำไปประยุกต์ใช้อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.80

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่สามารถนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.89 และ นำแนวคิดของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จไปปรับใช้กับธุรกิจของตน ค่าเฉลี่ย 3.86 นำสาระความรู้ในนิตยสารไปใช้ในการต่อยอดธุรกิจต่อไป ค่าเฉลี่ย 3.76 และสามารถเริ่มต้นธุรกิจใหม่ได้ด้วยเนื้อหาในนิตยสาร ค่าเฉลี่ย 3.52

ส่วนที่ 4

ความพึงพอใจในนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาความพึงพอใจในนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ ประกอบด้วย ความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสาร ความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสาร และความพึงพอใจด้านเนื้อหา ผลการศึกษาปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 4.10

ความพึงพอใจในภาพรวมนิตยสาร ของผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์

ความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ขนาดและรูปเล่ม	3.80	0.710	สูง
อาร์ตเวิร์ค ปกหน้า ภาพประกอบ ภายในเล่ม	3.82	0.890	สูง
วิธีการเขียน รูปแบบการนำเสนอ	3.88	0.859	สูง
ราคามีความเหมาะสม	3.63	0.891	สูง
เนื้อหาโฆษณา	3.60	0.974	สูง
รวม	3.79	0.789	สูง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากนิตยสารในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.79

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในวิธีการเขียน รูปแบบการนำเสนอ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.88 อาร์ตเวิร์ค ปกหน้า ภาพประกอบ ภายในเล่ม ค่าเฉลี่ย 3.82 ขนาดและรูปเล่ม ค่าเฉลี่ย 3.80 ราคาจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.63 และเนื้อหาโฆษณา ค่าเฉลี่ย 3.60

ตารางที่ 4.11
ความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์

ความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
ความพึงพอใจใน เรื่องจากปก (Cover Story)	3.76	0.800	สูง
ความพึงพอใจใน เนื้อหาส่วน Biz Start Up	3.72	0.738	สูง
ความพึงพอใจใน เนื้อหาส่วน Smart SMEs	3.70	0.697	สูง
ความพึงพอใจใน เนื้อหาส่วน IT Zone	3.81	0.684	สูง
ความพึงพอใจใน เนื้อหาส่วน MONEY Zone	3.70	0.675	สูง
ความพึงพอใจใน บทความของคอลัมน์นิสต์	3.79	0.793	สูง
รวม	3.77	0.687	สูง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ อยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.77

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเซกชัน IT Zone มากที่สุด บทความของคอลัมน์นิสต์ ค่าเฉลี่ย 3.79 เรื่องจากปก ค่าเฉลี่ย 3.76 เซกชัน Biz Start Up ค่าเฉลี่ย 3.72 เซกชัน Smart SMEs และเซกชัน MONEY Zone ค่าเฉลี่ย 3.70

ตารางที่ 4.12

ความพึงพอใจในเนื้อหาของผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์

ความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
เนื้อหาที่น่าสนใจ	4.09	0.720	สูง
เนื้อหาที่มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน	3.74	0.849	สูง
เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้อ่าน	4.03	0.704	สูง
เนื้อหาอ่านแล้วเข้าใจโดยง่าย	4.03	0.811	สูง
เนื้อหาที่มีความครอบคลุมหลากหลาย	3.89	0.798	สูง
รวม	3.76	0.766	สูง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพอใจในเนื้อหาอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ย 3.76

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเนื้อหาในนิตยสารมีความน่าสนใจ สูงที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.09 เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้อ่านและเนื้อหาอ่านแล้วเข้าใจโดยง่าย เท่ากันที่ ค่าเฉลี่ย 4.03 เนื้อหาที่มีความครอบคลุมหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 3.89 และเนื้อหาที่มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 3.74

ส่วนที่ 5
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์

ตารางที่ 4.13

ความต้องการทางด้านเนื้อหาของผู้่านิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์

เนื้อหาที่ต้องการให้เพิ่ม	จำนวน	ร้อยละ
การตลาด	200	30
การเงิน	30	5
การส่งออก	150	23
ไอที	77	12
การบริหารจัดการ	56	8
กฎหมายธุรกิจ	47	7
ตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	59	9
นโยบายภาครัฐ	43	6
รวม	662	100

จากตารางที่ 4.13 กลุ่มตัวอย่างให้คำตอบจำนวน 662 ข้อ พบว่า มีความต้องการให้นิตยสารเพิ่มเนื้อหาด้านการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ การส่งออก คิดเป็นร้อยละ 23 ไอที คิดเป็นร้อยละ 12 ตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 9 และ การบริหารจัดการ กฎหมายธุรกิจ นโยบายภาครัฐ การเงิน ตามลำดับ

ส่วนที่ 6

การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

สมมติฐานที่ 1 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการอ่านนิตยสารที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีระยะเวลาในการติดตามอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : T-Test

ตารางที่ 4.14

ความแตกต่างระหว่างเพศกับระยะเวลาในการติดตามอ่าน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t-value	Sig.
ชาย	226	3.11	0.994	1.623	0.105
หญิง	174	2.94	1.068		

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.105 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีระยะเวลาในการติดตามอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมเปิดรับด้านเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : T-Test

ตารางที่ 4.15

ความแตกต่างระหว่างเพศกับเวลาที่ใช้ในการอ่าน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t-value	Sig.
ชาย	226	3.04	0.759	1.709	0.88
หญิง	174	2.92	0.675		

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.88 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะใช้เวลาในการอ่านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกันอย่างน้อยสองช่วงระดับ จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.16

ความแตกต่างระหว่างอายุกับระยะเวลาในการติดตามอ่าน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
20-30 ปี	207	2.76	1.074	4.919	0.001
31-40 ปี	152	3.36	0.887		
41-50 ปี	26	3.23	0.908		
51-60 ปี	15	3.27	0.961		
รวม	400	3.04	1.029		

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = .037 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.17

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านนิยายสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ระหว่างผู้อ่านที่มีช่วงอายุต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

อายุ	20-30 ปี (2.76)	31-40 ปี (3.36)	41-50 ปี (3.23)	51-60 ปี (3.27)
20-30 ปี (2.76)				
31-40 ปี (3.36)	0.59*			
41-50 ปี (3.23)	0.47*	-0.12		
51-60 ปี (3.27)	0.50	-0.09	.04	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.17 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านความระยะเวลาในการติดตามอ่านนิยายสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ของผู้อ่านจำแนกตามช่วงอายุ รายคู่แล้ว พบว่า มีคู่ที่มีพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีพฤติกรรมด้านเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 20 - 30 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 41- 50 ปี มีพฤติกรรมด้านเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 20 - 30 ปี

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 31-40 ปี เป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านนิยายสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกันอย่างน้อยสองช่วงระดับ จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.18

ความแตกต่างระหว่างอายุกับเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
20-30 ปี	207	2.99	0.714	0.085	0.987
31-40 ปี	152	2.96	0.762		
41-50 ปี	26	3.31	0.618		
51-60 ปี	15	2.80	0.561		
รวม	400	2.99	0.725		

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.987 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างน้อยสองช่วงระดับ จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.19

ความแตกต่างระหว่างการศึกษากับระยะเวลาในการติดตามอ่าน

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ต่ำกว่าม.ปลาย	15	2.07	0.884	3.550	0.007
ม.ปลาย/ปวช.	15	2.67	0.976		
อนุปริญญา	15	2.27	0.961		
ปริญญาตรี	296	3.18	0.970		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	2.86	1.137		
รวม	400	3.04	1.029		

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.007 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.20

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลา
ในการติดตามอ่านนิยายสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ระหว่างผู้อ่านที่มีการศึกษาต่างกัน เป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย (2.07)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. (2.67)	อนุปริญญา (2.27)	ปริญญาตรี (3.18)	สูงกว่า ปริญญาตรี (2.86)
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย (2.07)					
มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. (2.67)	0.60				
อนุปริญญา (2.27)	0.20	-0.40			
ปริญญาตรี (3.18)	1.11*	0.51	0.91*		
สูงกว่า ปริญญาตรี (2.86)	0.80*	0.20	0.60*	-0.31*	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ของผู้อ่านจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่แล้ว พบว่า มีคู่ที่มีพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายและกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายและกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา แต่มีพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการอ่านน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างน้อยสองช่วงระดับ จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.21

ความแตกต่างระหว่างการศึกษากับเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ต่ำกว่าม.ปลาย	15	2.80	0.676	1.732	0.142
ม.ปลาย/ปวช.	15	2.87	0.743		
อนุปริญญา	15	2.80	0.775		
ปริญญาตรี	296	3.07	0.686		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	2.73	0.848		
รวม	400	2.99	0.725		

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.142 ซึ่งมากกว่าระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกันอย่างน้อยสองช่วงสถานะ จะมีพฤติกรรมการเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.22

ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับระยะเวลาในการติดตามอ่าน

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
พนักงานบริษัทเอกชน	150	2.70	1.060	10.955	0.000
พนักงานของรัฐ	39	3.18	1.073		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	185	3.31	0.907		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว พร้อมทำงานประจำ	26	2.85	1.047		
รวม	400	3.04	1.029		

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.23

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลา
ในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ระหว่างผู้อ่านที่มีอาชีพต่างกัน เป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

อาชีพ	พนักงาน บริษัทเอกชน (2.70)	พนักงานของรัฐ/ ข้าราชการ (3.18)	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (3.31)	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัวพร้อมกับ ทำงานประจำ (2.85)
พนักงาน บริษัทเอกชน (2.70)				
พนักงานของรัฐ/ ข้าราชการ (3.18)	0.48*			
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว (3.31)	0.61*	0.13		
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัวพร้อมกับ ทำงานประจำ (2.85)	0.15	-0.33	-0.46*	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.23 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้าน
ระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ของผู้อ่านจำแนกตามอาชีพรายคู่แล้ว
พบว่า มีคู่ที่มีพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานของรัฐหรือราชการ มีพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัวพร้อมกับทำงานประจำ

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมเปิดรับด้านระยะเวลาในการติดตามอ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 1.8 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกันอย่างน้อยสองช่วงสถานะจะมีพฤติกรรมการอ่านด้านเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.24

ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
พนักงานบริษัทเอกชน	150	3.01	0.714	0.554	0.645
พนักงานของรัฐ	39	2.90	0.821		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	185	2.97	0.726		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว พร้อมทำงานประจำ	26	3.12	0.653		
รวม	400	2.99	0.725		

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.645 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีเวลาในการอ่านแต่ละครั้งที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความคิดเห็นในการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกันมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : T-Test

ตารางที่ 4.25

ความแตกต่างระหว่างเพศต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสาร

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t-value	Sig.
ชาย	226	3.8097	0.66481	0.685	0.766
หญิง	174	3.8578	0.64978		

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.766 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกันมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : T-Test

ตารางที่ 4.26

ความแตกต่างระหว่างเพศต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t-value	Sig.
ชาย	226	3.7920	0.56657	0.393	0.959
หญิง	174	3.7055	0.48065		

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.959 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกันอย่างน้อย2ช่วงระยะ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.27

ความแตกต่างระหว่างอายุต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสาร

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
20-30 ปี	207	3.8478	0.65621	0.685	0.766
31-40 ปี	152	3.8191	0.66934		
41-50 ปี	26	3.6154	0.71844		
51-60 ปี	15	4.0833	0.29378		
รวม	400	3.8036	0.65792		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.766 ซึ่งมากกว่าระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.28

ความแตกต่างระหว่างอายุต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
20-30 ปี	207	3.7331	0.50993	0.393	0.959
31-40 ปี	152	3.8125	0.55809		
41-50 ปี	26	3.5769	0.54667		
51-60 ปี	15	3.7667	0.49522		
รวม	400	3.7544	0.53201		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.959 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีการนำนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.29

ความแตกต่างระหว่างการศึกษาต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสาร

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ต่ำกว่าม.ปลาย	15	3.6333	0.54171	2.296	0.008
ม.ปลาย/ปวช.	15	3.8000	0.51927		
อนุปริญญา	15	3.5833	0.67250		
ปริญญาตรี	296	3.8260	0.68715		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	3.9746	0.53275		
รวม	400	3.8306	0.65792		

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.008 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.30

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสาร
ไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารระหว่างผู้อ่านที่มีการศึกษาต่างกัน เป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ระดับ การศึกษา	การนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสาร				
	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย (3.6333)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (3.8000)	อนุปริญญา (3.5833)	ปริญญาตรี (3.8260)	สูงกว่า ปริญญาตรี (3.9746)
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย (3.6333)					
มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. (3.8000)	0.1667				
อนุปริญญา (3.5833)	-0.0500	-0.2167			
ปริญญาตรี (3.8260)	0.1927	0.0260	0.2427		
สูงกว่า ปริญญาตรี (3.9746)	0.3412	0.1746	0.3912*	0.1486	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารของผู้อ่านจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่แล้ว พบว่า มีคู่ที่มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการรับทราบข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสาร สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 2.6 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีการนำนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.31

ความแตกต่างระหว่างการศึกษต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ต่ำกว่าม.ปลาย	15	3.6167	0.37639	2.470	0.005
ม.ปลาย/ปวช.	15	3.7000	0.44521		
อนุปริญญา	15	3.4000	0.47056		
ปริญญาตรี	296	3.7872	0.54451		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	3.7288	0.50916		
รวม	400	3.7544	0.53201		

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.005 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามการศึกษาเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้แตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

สำนักหอสมุด

ตารางที่ 4.32

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสาร
ไปใช้ประโยชน์ในการในการประยุกต์ใช้ระหว่างผู้อ่านที่มีการศึกษาต่างกัน เป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย (3.6167)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. (3.7000)	อนุปริญญา (3.4000)	ปริญญาตรี (3.7872)	สูงกว่า ปริญญาตรี (3.7288)
ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ตอนปลาย (3.6167)					
มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช. (3.7000)	0.1667				
อนุปริญญา (3.4000)	-0.0500	-0.2167			
ปริญญาตรี (3.7872)	0.1927	0.0260	0.2427		
สูงกว่า ปริญญาตรี (3.7288)	0.3412	0.1746	0.3912*	0.1486	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ของผู้อ่านจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่แล้ว พบว่า มีคู่ที่มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์การประยุกต์ใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการประยุกต์ใช้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์การประยุกต์ใช้สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 2.7 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงสถานะ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.33

ความแตกต่างระหว่างอาชีพต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสาร

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
พนักงานบริษัทเอกชน	150	3.8533	0.65503	1.866	0.337
พนักงานของรัฐ	39	3.8141	0.63276		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	185	3.8000	0.67153		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	26	3.9423	0.56704		
พร้อมทำงานประจำ					
รวม	400	3.8306	0.65792		

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.037 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการรับทราบข่าวสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงสถานะ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.34

ความแตกต่างระหว่างอาชีพต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
พนักงานบริษัทเอกชน	150	3.6833	0.45766	2.747	0.002
พนักงานของรัฐ	39	3.8846	0.54666		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	185	3.8054	0.57693		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว พร้อมทำงานประจำ	26	3.6058	0.51562		
รวม	400	3.7544	0.53201		

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่

มีการนำเนื้อหาניתยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้แตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.35

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาניתยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ระหว่างผู้อ่านที่มีอาชีพต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน (3.6833)	พนักงานของรัฐ/ ข้าราชการ (3.8846)	ประกอบธุรกิจส่วนตัว (3.8054)	ประกอบธุรกิจส่วนตัวพร้อมกับทำงานประจำ (3.6058)
พนักงานบริษัทเอกชน (3.6833)				
พนักงานของรัฐ/ ข้าราชการ (3.8846)	0.2013*			
ประกอบธุรกิจส่วนตัว (3.8054)	0.1221*	-0.792		
ประกอบธุรกิจส่วนตัวพร้อมกับทำงานประจำ (3.6058)	-0.776	-0.2788*	-0.1996	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ของผู้อ่านจำแนกตามอาชีพรายคู่แล้ว พบว่า มีคู่ที่มีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานของรัฐหรือราชการ และประกอบธุรกิจส่วนตัว จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการประยุกต์ใช้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ เป็นกลุ่มที่ค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ไปใช้ประโยชน์ในการประยุกต์ใช้สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 3 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อนิตยสารที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านภาพรวมของนิตยสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านภาพรวมของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านภาพรวมของนิตยสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : T-Test

ตารางที่ 4.36

ความแตกต่างระหว่างเพศด้านความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสาร

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t-value	Sig.
ชาย	226	3.7000	0.66111	-1.626	0.105
หญิง	174	3.8046	0.60593		

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.105 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านภาพรวมของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : T-Test

ตารางที่ 4.37

ความแตกต่างระหว่างเพศต่อความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t-value	Sig.
ชาย	226	3.6991	0.46261	-2.297	0.22
หญิง	174	3.8036	0.43592		

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.22 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : T-Test

ตารางที่ 4.38

ความแตกต่างระหว่างเพศต่อความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหา

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	t-value	Sig.
ชาย	226	3.9327	0.55465	-0.856	0.393
หญิง	174	3.9805	0.55064		

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.393 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีเพศต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.4 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในภาพรวมนิตยสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.39

ความแตกต่างระหว่างอายุต่อความพึงพอใจในภาพรวมนิตยสาร

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
20-30 ปี	207	3.7169	0.64796	0.743	0.527
31-40 ปี	152	3.8039	0.64714		
41-50 ปี	26	3.6846	0.46707		
51-60 ปี	15	3.6533	0.69884		
รวม	400	3.7455	0.63902		

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.527 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.5 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.40

ความแตกต่างระหว่างอายุต่อความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสาร

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
20-30 ปี	207	3.7673	0.46818	0.682	0.563
31-40 ปี	152	3.7171	0.42763		
41-50 ปี	26	3.6795	0.52477		
51-60 ปี	15	3.8222	0.38041		
รวม	400	3.7446	0.45361		

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.563 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.6 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านเนื้อหาของนิตยสารที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.41

ความแตกต่างระหว่างอายุต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสาร

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
20-30 ปี	207	3.9691	0.56311	0.643	0.588
31-40 ปี	152	3.9368	0.56165		
41-50 ปี	26	3.8538	0.44021		
51-60 ปี	15	4.0800	0.50029		
รวม	400	3.9535	0.55272		

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.588 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอายุต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.7 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านในภาพรวมที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.42

ความแตกต่างระหว่างการศึกษาต่อความพึงพอใจในภาพรวมนิตยสาร

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ต่ำกว่าม.ปลาย	15	3.8133	0.43072	0.373	0.828
ม.ปลาย/ปวช.	15	3.7067	0.57005		
อนุปริญญา	15	3.8000	0.48990		
ปริญญาตรี	296	3.7257	0.68089		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	3.8237	0.50934		
รวม	400	3.7455	0.63902		

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.828 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.8 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ ที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.43

ความแตกต่างระหว่างการศึกษาต่อความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสาร

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ต่ำกว่าม.ปลาย	15	3.7000	0.38934	0.710	0.585
ม.ปลาย/ปวช.	15	3.7000	0.65526		
อนุปริญญา	15	3.6111	0.35449		
ปริญญาตรี	296	3.7427	0.46572		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	3.8107	0.36286		
รวม	400	3.7446	0.45361		

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.585 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.9 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหาที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงระยะ จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหาที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.44

ความแตกต่างระหว่างการศึกษาต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสาร

การศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ต่ำกว่าม.ปลาย	15	3.9333	0.54336	0.802	0.524
ม.ปลาย/ปวช.	15	3.9067	0.56501		
อนุปริญญา	15	3.8933	0.50067		
ปริญญาตรี	296	3.9811	0.56296		
สูงกว่าปริญญาตรี	59	3.8475	0.51373		
รวม	400	3.9535	0.55272		

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.524 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.10 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงสถานะ จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.45

ความแตกต่างระหว่างอาชีพต่อความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวม

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
พนักงานบริษัทเอกชน	150	3.7400	0.55066	0.194	0.900
พนักงานของรัฐ	39	3.7436	0.78800		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	185	3.7622	0.67572		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว พร้อมทำงานประจำ	26	3.6615	0.62933		
รวม	400	3.7455	0.63902		

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.900 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.11 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ ที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงสถานะ จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ ที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.46

ความแตกต่างระหว่างอาชีพต่อความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
พนักงานบริษัทเอกชน	150	3.7722	0.48213	0.439	0.725
พนักงานของรัฐ	39	3.7393	0.41499		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	185	3.7333	0.42285		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว พร้อมทำงานประจำ	26	3.6731	0.55674		
รวม	400	3.7446	0.45361		

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.725 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารในเซกชันต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.12 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหาที่แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงสถานะ จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหาที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.47

ความแตกต่างระหว่างการความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหา

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
พนักงานบริษัทเอกชน	150	3.9920	0.54336	1.027	0.380
พนักงานของรัฐ	39	3.9897	0.54085		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	185	3.9362	0.54974		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	26	3.8000	0.64000		
พร้อมทำงานประจำ					
รวม	400	3.9535	0.55272		

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.380 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อนิตยสารด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับแตกต่างกันจะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.1 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันจะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.48

ความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการติดตามอ่านต่อการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสาร

ระยะเวลาในการติดตามอ่าน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
2 ปีขึ้นไป	46	3.8478	0.66139	1.424	0.225
1-2 ปี	60	3.8708	0.50943		
6 เดือน-1ปี	133	3.7669	0.74823		
ไม่ถึง 6 เดือน	155	3.8435	0.62428		
เพิ่งเริ่มต้นติดตาม	6	4.3750	0.51841		
รวม	400	3.8306	0.65792		

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.225 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันจะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.2 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีการนำเนื้อหา นิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีการนำเนื้อหา นิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีการนำเนื้อหา นิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.49

ความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการติดตามอ่านต่อการนำเนื้อหา นิตยสารไปใช้ประโยชน์
ด้านการนำไปประยุกต์

ระยะเวลาในการติดตามอ่าน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
2 ปีขึ้นไป	46	3.5870	0.43849	4.900	0.001
1-2 ปี	60	3.7375	0.43037		
6 เดือน-1ปี	133	3.6635	0.54447		
ไม่ถึง 6 เดือน	155	3.8758	0.55419		
เพิ่งเริ่มต้นติดตาม	6	4.0833	0.56273		
รวม	400	3.7544	0.53201		

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านต่างกัน จะมีการนำเนื้อหา นิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหานิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระยะเวลาในการติดตามอ่านเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.50

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างการนำเนื้อหานิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ระหว่างผู้อ่านที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ระยะเวลาในการติดตามอ่าน	2 ปีขึ้นไป (3.5870)	1-2 ปี (3.7375)	6 เดือน-1ปี (3.6635)	ไม่ถึง6 เดือน (3.8758)	เพิ่งเริ่มต้นติดตาม (4.0833)
2 ปีขึ้นไป (3.5870)					
1-2 ปี (3.7375)	0.1505				
6 เดือน-1ปี (3.6635)	0.0766	-0.0740			
ไม่ถึง6 เดือน (3.8758)	0.2888*	0.1383	0.2123*		
เพิ่งเริ่มต้นติดตาม (4.0833)	0.4964*	0.3458	0.4198	0.2075	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.50 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ของผู้อ่านจำแนกตามระยะเวลาในการติดตามอ่านรายคู่แล้ว พบว่า มีคู่ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านไม่ถึง 6 เดือน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการประยุกต์ใช้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านมากกว่า 2 ปี ขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่าน 6 เดือน – 1 ปี

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพิ่งเริ่มต้นติดตามอ่าน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการประยุกต์ใช้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านมากกว่า 2 ปี ขึ้นไป

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มต้นติดตามอ่าน เป็นกลุ่มที่ค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 4.3 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกันจะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.51
ความแตกต่างระหว่างเวลาในการอ่านต่อกรนำเนื้อหาวิทยสารไปใช้ประโยชน์
ด้านการรับรู้ข่าวสาร

เวลาในการอ่านแต่ละครั้ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ประมาณ 3 ชั่วโมง	13	3.7500	0.77055	3.876	0.004
ประมาณ 2 ชั่วโมง	61	3.9590	0.57224		
ประมาณ 1 ชั่วโมง	250	3.8500	0.64042		
ประมาณ 30 นาที	69	3.6087	0.73073		
น้อยกว่า 30 นาที	7	4.3571	0.40459		
รวม	400	3.8306	0.65792		

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.004 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกันจะมีการนำเนื้อหาวิทยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาวิทยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเวลาในการอ่านแต่ละครั้งเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.52

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างการนำเนื้อหาניתยสารไปใช้ประโยชน์
ด้านการการรับรู้ข่าวสารระหว่างผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งแตกต่างกัน เป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

เวลาในการ อ่าน	ประมาณ 3 ชั่วโมง (3.7500)	ประมาณ 2 ชั่วโมง (3.9590)	ประมาณ 1 ชั่วโมง (3.8500)	ประมาณ 30 นาที (3.6087)	น้อยกว่า 30 นาที (4.3571)
ประมาณ 3 ชั่วโมง (3.7500)					
ประมาณ 2 ชั่วโมง (3.9590)	0.2090				
ประมาณ 1 ชั่วโมง (3.8500)	0.1000	-0.1090			
ประมาณ 30 นาที (3.6087)	-0.1413	-0.3503*	-0.2413*		
น้อยกว่า 30 นาที (4.3571)	0.6071*	0.3981	0.5071*	0.7484*	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.52 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารของผู้อ่านจำแนกตามเวลาในการอ่านแต่ละครั้งรายคู่แล้ว พบว่ามีคู่ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาในการอ่าน 2 ชั่วโมง และกลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาในการอ่าน 1 ชั่วโมง จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการรับรู้ข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 30 นาที

กลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาในการอ่านน้อยกว่า 30 นาที จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการรับรู้ข่าวสารมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 1 ชั่วโมง และกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 30 นาที

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข่าวสารสูงที่สุด

สมมติฐานที่ 4.4 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกัน จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกันจะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.53

ความแตกต่างระหว่างเวลาในการอ่านต่อกรนำเนื้อหาวิทยสารไปใช้ประโยชน์
ด้านการนำไปประยุกต์ใช้

เวลาในการอ่านแต่ละครั้ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ประมาณ 3 ชั่วโมง	13	3.3654	0.51655	5.489	0.000
ประมาณ 2 ชั่วโมง	61	3.8115	0.40737		
ประมาณ 1 ชั่วโมง	250	3.7870	0.54366		
ประมาณ 30 นาที	69	3.6051	0.53791		
น้อยกว่า 30 นาที	7	4.2857	0.30375		
รวม	400	3.7544	0.53201		

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกันจะมีการนำเนื้อหาวิทยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาวิทยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเวลาในการอ่านแต่ละครั้งเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่าคู่ไหนที่ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.54

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างการนำเนื้อหาวิดีโอไปใช้ประโยชน์
ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ระหว่างผู้อ่านที่ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งแตกต่างกัน เป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

เวลาในการ อ่าน	ประมาณ 3 ชั่วโมง (3.3654)	ประมาณ 2 ชั่วโมง (3.8115)	ประมาณ 1 ชั่วโมง (3.7870)	ประมาณ 30 นาที (3.6051)	น้อยกว่า 30 นาที (4.2857)
ประมาณ 3 ชั่วโมง (3.3654)					
ประมาณ 2 ชั่วโมง (3.8115)	0.4461*				
ประมาณ 1 ชั่วโมง (3.7870)	0.4216*	-0.0245			
ประมาณ 30 นาที (3.6051)	0.2397	-0.2064*	-0.1819*		
น้อยกว่า 30 นาที (4.2857)	0.9203*	0.4742*	0.4987*	0.6806*	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.54 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ของผู้อ่านจำแนกตามเวลาในการอ่านแต่ละครั้งรายคู่แล้วพบว่า มีคู่ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาในการอ่านประมาณ 2 ชั่วโมง และกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 1 ชั่วโมง จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 30 นาที

กลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาในการอ่านน้อยกว่า 30 นาที จะมีการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ในด้านการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 3 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 2 ชั่วโมง กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 1 ชั่วโมง และกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 30 นาที

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที เป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยการนำเนื้อหาในนิตยสารไปใช้ประโยชน์ด้านการนำไปประยุกต์ใช้สูงที่สุด

สมมติฐานที่ 5 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจจากนิตยสารที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5.1 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจส่วนบุคคลต่อนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีความพึงพอใจส่วนบุคคลต่อนิตยสารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.55

ความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการติดตามอ่านต่อความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสาร

ระยะเวลาในการติดตามอ่าน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
2 ปีขึ้นไป	46	3.5870	0.53732	1.538	0.190
1-2 ปี	60	3.8000	0.61946		
6 เดือน-1ปี	133	3.7023	0.60883		
ไม่ถึง 6 เดือน	155	3.7974	0.69543		
เพิ่งเริ่มต้นติดตาม	6	4.0333	0.52789		
รวม	400	3.7455	0.63902		

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.190 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สำนักหอสมุด

สมมติฐานที่ 5.2 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ต่อนิตยสารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.56

ความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการติดตามอ่าน ต่อความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ

ระยะเวลาในการติดตามอ่าน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
2 ปีขึ้นไป	46	3.7210	0.51885	2.839	0.024
1-2 ปี	60	3.7056	0.38002		
6 เดือน-1ปี	133	3.7243	0.49875		
ไม่ถึง 6 เดือน	155	3.7613	0.40292		
เพิ่งเริ่มต้นติดตาม	6	4.3333	0.51640		
รวม	400	3.7446	0.45361		

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.024 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยนั่นคือผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามระยะเวลาในการติดตามอ่านเป็นรายคู่ โดยได้ทำการทดสอบว่า คู่ไหนที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันบ้าง ซึ่งจะทดสอบโดยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังนี้

ตารางที่ 4.57

การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของ
นิตยสารระหว่างผู้อ่านที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน เป็นรายคู่
โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ระยะเวลาใน การติดตาม อ่าน	2 ปีขึ้นไป (3.7210)	1-2 ปี (3.7056)	6 เดือน-1ปี (3.7243)	ไม่ถึง6 เดือน (3.7613)	เพิ่งเริ่มต้น ติดตาม (4.3333)
2 ปีขึ้นไป (3.7210)					
1-2 ปี (3.7056)	-0.0155				
6 เดือน-1ปี (3.7243)	0.0033	0.0188			
ไม่ถึง6 เดือน (3.7613)	0.0403	0.0557	0.0370		
เพิ่งเริ่มต้น ติดตาม (4.3333)	0.6123*	0.6278*	0.6090*	0.5720*	

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.57 เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารของผู้อ่านจำแนกตามระยะเวลาในการติดตามอ่านรายคู่แล้ว พบว่า มีคู่ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพิ่งเริ่มต้นติดตาม จะมีความพึงพอใจส่วนบุคคลต่อนิตยสารมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป ระหว่าง 1 -2 ปีขึ้นไป ระหว่าง 6 เดือน - 1ปี และไม่ถึง 6 เดือน

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพิ่งเริ่มต้นติดตาม เป็นกลุ่มที่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารสูงที่สุด

สมมติฐานที่ 5.3 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.58

ความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการติดตามอ่านต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหา

ระยะเวลาในการติดตามอ่าน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
2 ปีขึ้นไป	46	3.8957	0.52449	1.199	0.311
1-2 ปี	60	3.9467	0.58207		
6 เดือน-1ปี	133	3.9338	0.56554		
ไม่ถึง 6 เดือน	155	3.9729	0.53843		
เพิ่งเริ่มต้นติดตาม	6	4.4000	0.48990		
รวม	400	3.9535	0.55272		

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.311 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5.4 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.59

ความแตกต่างระหว่างเวลาในการอ่านต่อความพึงพอใจในภาพรวม

เวลาในการอ่านแต่ละ ครั้ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ประมาณ 3 ชั่วโมง	13	3.5385	0.61310	0.734	0.569
ประมาณ 2 ชั่วโมง	61	3.8361	0.60719		
ประมาณ 1 ชั่วโมง	250	3.7304	0.66184		
ประมาณ 30 นาที	69	3.7478	0.56844		
น้อยกว่า 30 นาที	7	3.8571	0.82231		
รวม	400	3.7455	0.63902		

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.569 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในภาพรวมของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5.5 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.60

ความแตกต่างระหว่างเวลาในการอ่านต่อความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ

เวลาในการอ่านแต่ละ ครั้ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ประมาณ 3 ชั่วโมง	13	3.4872	0.57115	1.666	0.157
ประมาณ 2 ชั่วโมง	61	3.7951	0.45174		
ประมาณ 1 ชั่วโมง	250	3.7633	0.41782		
ประมาณ 30 นาที	69	3.6860	0.54423		
น้อยกว่า 30 นาที	7	3.6905	0.40172		
รวม	400	3.7446	0.45361		

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.157 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในเซกชันต่างๆ ของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5.6 ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่ใช้เวลาในการอ่านแตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วงความถี่ จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ทดสอบ : One Way ANOVA

ตารางที่ 4.61

ความแตกต่างระหว่างเวลาในการอ่านต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหา

เวลาในการอ่านแต่ละครั้ง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D	F Ratio	F Prob.
ประมาณ 3 ชั่วโมง	13	3.6769	0.40446	1.804	0.127
ประมาณ 2 ชั่วโมง	61	4.0492	0.59627		
ประมาณ 1 ชั่วโมง	250	3.9528	0.55117		
ประมาณ 30 นาที	69	3.8986	0.49184		
น้อยกว่า 30 นาที	7	4.2000	0.84853		
รวม	400	3.9535	0.55272		

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ค่า Sig (2-tailed) = 0.127 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยนั่นคือ ผู้อ่านนิตยสารเอสเอ็มอีไทยแลนด์ที่มีระยะเวลาในการติดตามอ่านแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสารไม่แตกต่างกัน