

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง "การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก" ได้นำเสนอโดย แบ่งเป็น 7 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนทั่วไป
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจเศรษฐกิจ
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์แรงจูงใจในการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจเศรษฐกิจ
- ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร
- ตอนที่ 6 การวิเคราะห์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก
- ตอนที่ 7 ทดสอบสมมติฐาน

#### ตอนที่ 1

#### การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สาขาที่จบ รายได้ต่อเดือน ตำแหน่ง การเป็นเจ้าของธุรกิจ ประเภทธุรกิจ ขนาดของธุรกิจ จำนวนพนักงาน ปรากฏผลดังนี้

##### 1.1 เพศ

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 206 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย คือเพศหญิง ร้อยละ 51.0 เพศชายร้อยละ 49.0

## 1.2 อายุ

กลุ่มใหญ่ที่สุดมีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 34.4 รองลงมาคืออายุระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 32.5 อายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 24.8 และอายุระหว่าง 50-60 ปี ร้อยละ 3.4 ตามลำดับ อายุต่ำกว่า 20 ปีและมากกว่า 60 ปี มีเท่ากันคือร้อยละ 1.0

## 1.3 สถานภาพสมรส

ส่วนใหญ่แต่งงานและยังอยู่ด้วยกันร้อยละ 52.4 เป็นโสดร้อยละ 43.2 และเป็นหม้ายหรือแยกกันอยู่ หรือหย่าร้อยละ 4.4

## 1.4 ระดับการศึกษา

ผู้ประกอบการกิจการส่งออกมากกว่าครึ่ง คือร้อยละ 54.4 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรีร้อยละ 22.8 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.) ร้อยละ 9.7 มัธยมศึกษาตอนปลายหรืออาชีวศึกษา (ปวป. ปวท.) ร้อยละ 8.7 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 1.9 และประถมศึกษาร้อยละ 1.0

## 1.5 สาขาที่จบการศึกษา

ผู้ประกอบการกิจการส่งออกส่วนใหญ่จบการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ หรือเศรษฐกิจโดยตรงร้อยละ 57.8 และไม่เกี่ยวข้องกับการศึกษาหรือเศรษฐกิจร้อยละ 42.2

## 1.6 รายได้ต่อเดือน (ทั้งเงินเดือนและรายได้อื่น)

ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการกิจการส่งออกมีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาร้อยละ 19.4 มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 16.0 มีรายได้ระหว่าง 50,001-100,000 บาท ร้อยละ 13.6 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และร้อยละ 11.2 มากกว่า 100,000 บาท

## 1.7 ตำแหน่ง

ผู้ประกอบการกิจการส่งออกส่วนใหญ่ที่ทำการวิจัย ดำรงตำแหน่งอยู่ในระดับผู้บริหารระดับสูงร้อยละ 37.9 ผู้บริหารระดับกลางร้อยละ 30.1 และระดับอื่น ๆ อีกร้อยละ 25.2

## 1.8 การเป็นเจ้าของธุรกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีหุ้นส่วนในบริษัทมีร้อยละ 50.0 ส่วนที่เป็นเจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนใหญ่ ร้อยละ 28.2 และหุ้นส่วนธรรมดา ร้อยละ 20.4

### 1.9 ประเภทธุรกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกสิ่งทอร้อยละ 29.1 ส่งออกอาหารร้อยละ 22.3 เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนร้อยละ 9.7 ยัฒมณีและเครื่องประดับร้อยละ 9.7 รองเท้าร้อยละ 4.4 วัสดุก่อสร้างร้อยละ 1.9 ของใช้และเครื่องตกแต่งในบ้านร้อยละ 7.8 เครื่องเรือนและชิ้นส่วนร้อยละ 4.4 ผลิตภัณฑ์พลาสติกร้อยละ 6.8 และอื่น ๆ ร้อยละ 3.9 ซึ่งได้แก่ บริษัทส่งออกตุ๊กตาขนสัตว์ พัพสำหรับแต่งหน้า เคมีภัณฑ์ เกษตรอุตสาหกรรม เคมีเกษตร ของเล่น ทำด้วยไม้ และเครื่องสำอาง

### 1.10 ขนาดของธุรกิจ

บริษัทส่งออกดังกล่าวข้างต้นมากกว่าครึ่ง คือ ร้อยละ 55.3 มีขนาดของธุรกิจซึ่งมีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท รองลงมาร้อยละ 20.9 มีทุนจดทะเบียน 10-30 ล้านบาท ร้อยละ 2.9 มีทุนจดทะเบียน 31-50 ล้านบาท ร้อยละ 6.8 มีทุนจดทะเบียน 51-100 ล้านบาท และร้อยละ 10.7 มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาทขึ้นไป

### 1.11 จำนวนพนักงาน

บริษัทส่งออกที่มีพนักงานต่ำกว่า 50 คน มีร้อยละ 33.0 ระหว่าง 51-100 คน มีร้อยละ 16.0 ระหว่าง 101-300 คนมีร้อยละ 24.3 ระหว่าง 301-500 คนมีร้อยละ 8.3 ระหว่าง 501-1,000 คนมีร้อยละ 7.8 ระหว่าง 1,000 คนขึ้นไปร้อยละ 9.2 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N = 206)	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	101	49.0
หญิง	105	51.0

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N = 206)	ร้อยละ
<u>อายุ</u>		
ต่ำกว่า 20 ปี	2	1.0
20 - 29 ปี	67	32.5
30 - 39 ปี	77	37.4
40 - 49 ปี	51	24.8
50 - 60 ปี	7	3.4
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	2	1.0
<u>สถานภาพสมรส</u>		
โสด	89	43.2
แต่งงานแล้วอยู่ด้วยกัน	108	52.4
หม้าย/แยกกันอยู่/หย่า	9	4.4
<u>ระดับการศึกษาสูงสุด</u>		
ประถมศึกษา	2	1.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	1.9
มัธยมศึกษาตอนปลายหรืออาชีวศึกษา (ปวช.ปวท.)	18	8.7
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า (ปวส.)	20	9.7
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	112	54.4
สูงกว่าปริญญาตรี	47	22.8
อื่น ๆ	3	1.5

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N = 206)	ร้อยละ
<u>สาขาที่จบการศึกษา</u>		
เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยตรง	119	57.8
ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และเศรษฐกิจ	87	42.2
<u>รายได้ต่อเดือนของตัวเอง</u> (ทั้งเงินเดือนและรายได้อื่น ๆ)		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	28	13.6
10,000 - 30,000 บาท	82	39.8
30,001 - 50,000 บาท	40	19.4
50,001 - 100,000 บาท	33	16.0
มากกว่า 100,000 บาท	23	11.2
<u>ตำแหน่งการบริหาร</u>		
ผู้บริหารระดับสูง	78	37.9
ผู้บริหารระดับกลาง	62	30.1
อื่น ๆ	52	25.2
ไม่ตอบ	14	6.8
<u>การเป็นเจ้าของธุรกิจ</u>		
เจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนใหญ่	58	28.2
หุ้นส่วนธรรมดา	42	20.4
ไม่มีหุ้นส่วนเลย	103	50.0
ไม่ตอบ	3	1.5

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N = 206)	ร้อยละ
<u>ประเภทธุรกิจ</u>		
สิ่งทอ	60	29.1
อาหาร	46	22.3
เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องอิเล็กทรอนิกส์	20	9.7
อัญมณี และเครื่องประดับ	20	9.7
รองเท้า	9	4.4
วัสดุก่อสร้าง	4	1.9
ของใช้ และเครื่องตกแต่งในบ้าน	16	7.8
เครื่องเรือน และชิ้นส่วน	9	4.4
ผลิตภัณฑ์พลาสติก	14	6.8
อื่น ๆ	8	3.9
<u>ขนาดของธุรกิจ</u>		
มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท	114	55.3
มีทุนจดทะเบียน 10 - 30 ล้านบาท	43	20.9
มีทุนจดทะเบียน 31 - 50 ล้านบาท	6	2.9
มีทุนจดทะเบียน 51 - 100 ล้านบาท	14	6.8
มีทุนจดทะเบียน 100 ล้านบาทขึ้นไป	22	10.7
ไม่ตอบ	7	3.4

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (N = 206)	ร้อยละ
<u>จำนวนพนักงาน</u>		
ต่ำกว่า 50 คน	68	33.0
51 - 100 คน	33	16.0
101 - 300 คน	50	24.3
301 - 500 คน	17	8.3
501 - 1,000 คน	16	7.8
1,000 คนขึ้นไป	19	9.2
ไม่ตอบ	3	1.5

## ตอนที่ 2

### พฤติกรรมของการเปิดรับสื่อมวลชนทั่วไป

#### 2.1 จำแนกระดับความถี่ในการเปิดรับตามประเภทของสื่อต่าง ๆ ดังนี้

หนังสือพิมพ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 206 คน พบว่ามีจำนวนผู้เปิดรับข่าวสารธุรกิจหรือเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ทุกวัน ร้อยละ 79.1 สัปดาห์ละ 4-6 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 สัปดาห์ละ 1-3 วัน ร้อยละ 7.3 น้อยกว่าสัปดาห์ละวัน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 0.5

นิตยสาร/วารสาร พบว่ามีผู้เปิดรับข่าวสารธุรกิจหรือเศรษฐกิจจากนิตยสาร/วารสารทุกวัน ร้อยละ 9.2 สัปดาห์ละ 4-6 วัน ร้อยละ 23.2 สัปดาห์ละ 1-3 วัน ร้อยละ 30.1 น้อยกว่าสัปดาห์ละวัน ร้อยละ 23.3 ไม่เคยเปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 4.9

วิทยุ พบว่ามีผู้เปิดรับข่าวสารธุรกิจหรือเศรษฐกิจจากวิทยุทุกวัน ร้อยละ 45.1 สัปดาห์ละ 4-6 วัน ร้อยละ 11.2 สัปดาห์ละ 1-3 วัน ร้อยละ 12.1 น้อยกว่าสัปดาห์ละวัน ร้อยละ 10.7 ไม่เคยเปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 3.9

โทรทัศน์ พบว่ามีผู้เปิดรับข่าวสารธุรกิจหรือเศรษฐกิจจากโทรทัศน์ทุกวัน ร้อยละ 66.0 สัปดาห์ละ 4-6 วัน ร้อยละ 11.2 สัปดาห์ละ 1-3 วัน ร้อยละ 10.7 น้อยกว่าสัปดาห์ละวัน ร้อยละ 2.4 ไม่เคยเปิดรับเลย ร้อยละ 3.9

เคเบิลทีวี มีผู้เปิดรับข่าวสารธุรกิจหรือเศรษฐกิจจากเคเบิลทีวีทุกวัน ร้อยละ 19.4 สัปดาห์ละ 4-6 วัน ร้อยละ 11.2 สัปดาห์ละ 1-3 วัน ร้อยละ 10.7 น้อยกว่าสัปดาห์ละวัน ร้อยละ 2.4 ไม่เคยเปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 3.9

เปรียบเทียบระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนทั่วไปทุกวัน ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่งออกเปิดรับข่าวสารธุรกิจหรือเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ เคเบิลทีวี และนิตยสาร/วารสาร

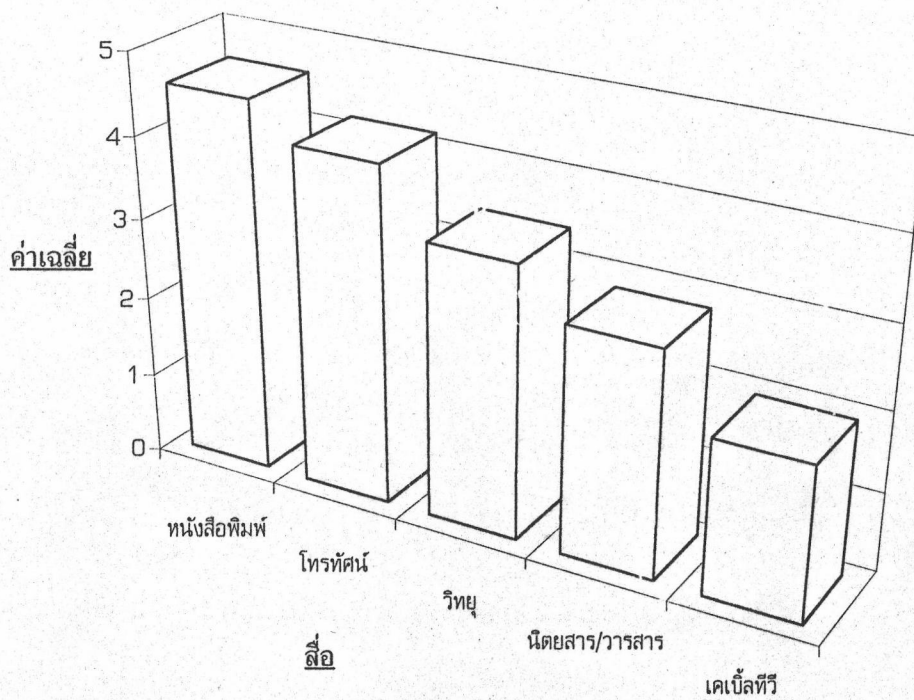


และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารธุรกิจ เศรษฐกิจ พบว่าผู้ประกอบการ  
ส่งออกเปิดรับจากหนังสือพิมพ์บ่อยที่สุด รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร  
และเคเบิลทีวี ดังแสดงในตารางที่ 2 และภาพที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการเปิดรับข่าวสารธุรกิจหรือเศรษฐกิจจากสื่อมวลชน  
ทั่วไป

ระดับความถี่ ในการเปิดรับ	ทุกวัน	4-6 วัน ต่อสัปดาห์	1-3 วัน ต่อสัปดาห์	น้อยกว่า สัปดาห์ละวัน	ไม่เคย เปิดรับเลย	ไม่ตอบ	รวม
	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)
- หนังสือพิมพ์	163 (79.1)	20 (9.7)	15 (7.3)	2 (1.0)	1 (0.5)	5 (2.4)	206 (100)
- นิตยสาร/วารสาร	19 (9.2)	48 (23.3)	62 (30.1)	48 (23.3)	10 (4.9)	19 (9.2)	206 (100)
- วิทยุ	93 (45.1)	23 (11.2)	25 (12.1)	22 (10.7)	20 (9.7)	23 (11.2)	206 (100)
- โทรทัศน์	136 (66.0)	23 (11.2)	22 (10.7)	5 (2.4)	8 (3.7)	12 (5.8)	206 (100)
- เคเบิลทีวี	40 (19.4)	8 (3.9)	24 (11.7)	9 (4.4)	79 (38.3)	46 (22.3)	206 (100)

ภาพที่ 2 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบการส่งออก  
เปรียบเทียบระหว่างสื่อต่าง ๆ



หนังสือพิมพ์ 4.59

โทรทัศน์ 4.16

วิทยุ 3.38

นิตยสาร/วารสาร 2.81

เคเบิลทีวี 1.95

## 2.2 จำแนกตามเนื้อหา และปริมาณที่เปิดรับจากสื่อทั่วไป

หนังสือพิมพ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 206 คน มีผู้สนใจอ่านข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ข่าวการเมือง สังคมทั่วไป ต่างประเทศ สังคม บุคคล บันเทิง กีฬา และข่าวอื่น ๆ (มุขภาษา ออกแบบและตกแต่ง บ้านและสวน วิชาการ โฆษณา เพลง ข้อมูลด้านการจราจร ภาพยนตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม สุขภาพ เกร็ดความรู้ต่าง ๆ ทัศนะ ความรู้รอบตัว ท่องเที่ยว สารคดี) ตามลำดับ

นิตยสาร/วารสาร มีผู้สนใจอ่านข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ข่าวสังคมทั่วไป การเมือง ต่างประเทศ สังคมบุคคล บันเทิง ข่าวอื่น ๆ (มุขภาษา ออกแบบและตกแต่งบ้านและสวน วิชาการ โฆษณา เพลง ข้อมูลด้านการจราจร ภาพยนตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม สุขภาพ เกร็ดความรู้ต่าง ๆ ทัศนะ ความรู้รอบตัว ท่องเที่ยว สารคดี) และข่าวกีฬา ตามลำดับ

วิทยุ มีผู้สนใจฟังข่าวการเมืองมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจ สังคมทั่วไป บันเทิง ต่างประเทศ สังคมบุคคล กีฬาและข่าวอื่น ๆ ตามลำดับ

โทรทัศน์ มีผู้สนใจเปิดรับข่าวการเมืองมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ข่าวธุรกิจ และเศรษฐกิจ สังคมทั่วไป ต่างประเทศ บันเทิง กีฬา สังคมบุคคล และข่าวอื่น ๆ ตามลำดับ

เคเบิลทีวี มีผู้สนใจเปิดรับข่าวต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ข่าวธุรกิจ และเศรษฐกิจ บันเทิง สังคมทั่วไป การเมือง กีฬา สังคมบุคคล และข่าวอื่น ๆ ตามลำดับ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า จากสื่อมวลชนทั่วไปประเภท หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร/วารสารมีผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก สนใจอ่านข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจมากเป็นอันดับ 1

จาก วิทยุ และโทรทัศน์ มีผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก สนใจเปิดรับข่าวการเมืองมากเป็นอันดับ 1

ส่วนจากเคเบิลทีวี ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกสนใจเปิดรับข่าวต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 ดังแสดงในตาราง 3

ตารางที่ 3 แสดงอันดับของความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือเนื้อหาในสื่อมวลชนทั่วไป

ประเภทเนื้อหา	อันดับความสนใจของผู้อ่าน				
	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร/ วารสาร	วิทยุ	โทรทัศน์	เคเบิลทีวี
การเมือง	2	3	1	1	5
ธุรกิจและเศรษฐกิจ	1	1	2	2	2
เหตุการณ์ในสังคมทั่วไป	3	2	3	3	4
สังคมบุคคล	5	5	6	7	7
ต่างประเทศ	4	4	5	4	1
กีฬา	7	8	7	6	6
บันเทิง	6	6	4	5	3
อื่น ๆ	8	7	8	8	8

### ตอนที่ 3

#### การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ

##### 3.1 หนังสือพิมพ์แนวทั่วไปประเภทรายวันที่มีหน้าธุรกิจและเศรษฐกิจ

ผลการวิจัยความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ทั่วไปประเภทรายวันที่มีหน้าธุรกิจและเศรษฐกิจ พบว่าหนังสือพิมพ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกอ่านประจำทุกวันมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ บางกอกโพสต์ หนังสือพิมพ์มติชน เดอะเนชั่น แนวหน้า บ้านเมือง ส่วนหนังสือพิมพ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกอ่านประจำทุกวันน้อยที่สุด คือ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ และหนังสือพิมพ์รายวันอื่น ๆ ได้แก่ เดลิเมล์เรอร์ วัฏจักร สยามโพสต์ สยามกีฬา ข่าวสด

หนังสือพิมพ์ทั่วไปประเภทรายวันที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกอ่าน 4-6 วัน/สัปดาห์ มากที่สุดคือ ไทยรัฐ รองลงมาได้แก่ เดลินิวส์ มติชน บางกอกโพสต์ เดอะเนชั่น แนวหน้า สยามรัฐ บ้านเมือง และอื่น ๆ

หนังสือพิมพ์ทั่วไปประเภทรายวันที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกอ่าน 1-3 วัน/สัปดาห์ มากที่สุดคือ เดลินิวส์ รองลงมาได้แก่ เดอะเนชั่น บางกอกโพสต์ไทยรัฐมติชน บ้านเมือง สยามรัฐ และแนวหน้า

หนังสือพิมพ์ทั่วไปประเภทรายวันที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกอ่านน้อยกว่าสัปดาห์ละวันมากที่สุดคือ บางกอกโพสต์ รองลงมาได้แก่ เดอะเนชั่น สยามรัฐ มติชน แนวหน้า บ้านเมือง ไทยรัฐ และเดลินิวส์

หนังสือพิมพ์ทั่วไปประเภทรายวันที่ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกไม่เคยอ่านเลยมากที่สุด คือ บ้านเมือง รองลงมาได้แก่ แนวหน้า สยามรัฐ มติชน เดอะเนชั่น เดลินิวส์ บางกอกโพสต์ และไทยรัฐ

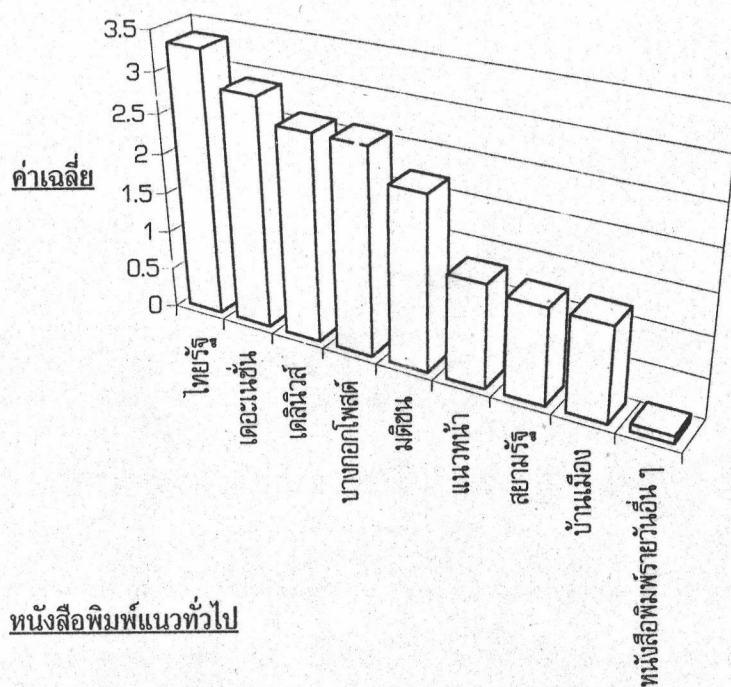
เปรียบเทียบระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ทั่วไปทุกวัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐบ่อยที่สุด รองลงมาได้แก่ เดลินิวส์ บางกอกโพสต์ มติชน เดอะเนชั่น แนวหน้า บ้านเมือง และสยามรัฐ และหนังสือพิมพ์รายวันอื่น ๆ ได้แก่ เดลิเมล์เรอร์ วัฏจักร สยามโพสต์ สยามกีฬา ข่าวสด และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป ผลการวิจัย

พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เดอะเนชั่น เดลินิวส์ บางกอกโพสต์ มติชน แนวหน้า สยามรัฐ บ้านเมือง และหนังสือพิมพ์รายวันอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4 และในภาพที่ 3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจ จากหนังสือพิมพ์ แนวทั่วไป

หนังสือพิมพ์ ทั่วไปประเภทรายวัน	ความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับ	อ่านประจำ ทุกวัน	4-6 วัน ต่อสัปดาห์	1-3 วัน ต่อสัปดาห์	น้อยกว่า สัปดาห์ละวัน	ไม่เคย อ่านเลย	ไม่ตอบ คำถาม	รวม N = 206
		จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	%
บางกอกโพสต์		48 (23.3)	17 (8.3)	31 (15.0)	48 (23.3)	34 (16.5)	28 (13.6)	100
เดอะเนชั่น		30 (14.6)	10 (4.9)	32 (15.5)	47 (22.8)	50 (24.3)	37 (18.0)	100
ไทยรัฐ		82 (39.8)	29 (14.1)	30 (14.6)	28 (13.6)	14 (6.8)	23 (11.2)	100
เดลินิวส์		51 (24.8)	22 (10.7)	33 (16.0)	28 (13.6)	36 (17.5)	36 (17.5)	100
มติชน		35 (17.0)	20 (9.7)	26 (12.6)	33 (16.0)	51 (24.8)	41 (19.9)	100
บ้านเมือง		5 (2.4)	6 (2.9)	13 (6.3)	30 (14.6)	95 (46.1)	57 (27.7)	100
แนวหน้า		6 (2.9)	8 (3.9)	9 (4.4)	32 (15.5)	94 (45.6)	57 (27.7)	100
สยามรัฐ		3 (1.5)	7 (3.4)	12 (5.8)	41 (19.9)	84 (40.8)	59 (28.6)	100
หนังสือพิมพ์รายวันอื่น ๆ		3 (1.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	202 (98.0)	100

ภาพที่ 3 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์แนวทั่วไป



ไทยรัฐ	3.33
เดอะเนชั่น	2.89
เดลินิวส์	2.59
บางกอกโพสต์	2.58
มติชน	2.18
แนวหน้า	1.28
สยามรัฐ	1.19
บ้านเมือง	1.18
หนังสือพิมพ์รายวันอื่น ๆ	0.09

### 3.2 หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์

ผลการวิจัยความบ่อยครั้งในการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ ประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์ พบว่าหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก อ่านประจำมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน รองลงมาได้แก่ กรุงเทพธุรกิจรายวัน ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการรายสัปดาห์ ข่าวพาณิชย์ กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ วัฏจักรรายวัน เส้นทางเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านประจำน้อยที่สุด คือ หนังสือพิมพ์พื้นฐาน

หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านเกือบประจำมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ รองลงมาได้แก่ ประชาชาติธุรกิจ กรุงเทพธุรกิจรายวัน ผู้จัดการรายวัน ผู้จัดการรายสัปดาห์ กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ ข่าวพาณิชย์ วัฏจักรรายวัน หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจอื่น ๆ และหนังสือพิมพ์พื้นฐาน

หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านเป็นบางครั้งมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ รองลงมาได้แก่ ประชาชาติธุรกิจ ผู้จัดการรายวัน กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ ข่าวพาณิชย์ วัฏจักรรายวัน พื้นฐาน และหนังสือพิมพ์พื้นฐาน

หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านน้อยครั้งมากมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) รองลงมาได้แก่ วัฏจักรรายวัน เส้นทางเศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจรายวัน คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ ข่าวพาณิชย์ ผู้จัดการรายสัปดาห์ และหนังสือพิมพ์พื้นฐาน

หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกไม่เคยอ่านเลยมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์พื้นฐาน รองลงมาได้แก่ วัฏจักรรายวัน เส้นทางเศรษฐกิจ คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ ข่าวพาณิชย์ กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) ผู้จัดการรายสัปดาห์ กรุงเทพธุรกิจรายวัน ผู้จัดการรายวัน ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ

เปรียบเทียบระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ ประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์ที่อ่านประจำ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก





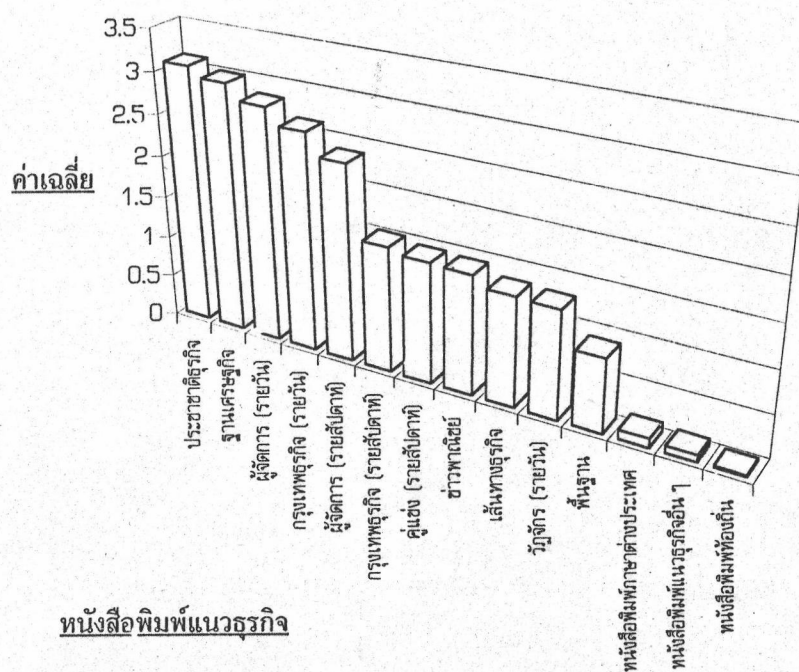
เปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันบ่อยที่สุด รองลงมาได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ รายวัน ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการรายสัปดาห์ ชาวพาณิชย์ กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ วัฏจักรรายวัน เส้นทางเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกับหนังสือพิมพ์พื้นฐาน และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ฐานเศรษฐกิจ ผู้จัดการรายวัน กรุงเทพธุรกิจรายวัน ผู้จัดการรายสัปดาห์ กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์) คู่แข่งรายสัปดาห์ ชาวพาณิชย์ เส้นทางธุรกิจ วัฏจักรรายวัน พื้นฐาน หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจอื่น ๆ และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ดังในตารางที่ 5 และในภาพที่ 4

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์

หนังสือพิมพ์ธุรกิจ	ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ							รวม N = 206 %
	อ่านประจำ	เกือบประจำ	เป็นบางครั้ง	น้อยครั้งมาก	ไม่เคยอ่านเลย	ไม่ตอบคำถาม		
	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)		%
กรุงเทพธุรกิจรายวัน	55 (26.7)	22 (10.7)	30 (14.6)	25 (12.1)	23 (17.0)	39 (18.9)		100
ผู้จัดการรายวัน	57 (27.7)	22 (10.7)	46 (22.3)	19 (9.2)	28 (13.6)	34 (16.5)		100
วิaggiกรรายวัน	5 (2.4)	6 (2.9)	29 (14.1)	26 (12.6)	77 (37.4)	63 (30.6)		100
กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์ (เดอะเนชั่นสุดสัปดาห์)	13 (6.3)	12 (5.8)	37 (18.0)	27 (13.1)	55 (26.7)	62 (30.1)		100
ประชาชาติธุรกิจ	53 (25.7)	37 (18.0)	62 (30.1)	12 (5.8)	17 (8.3)	25 (12.1)		100
ฐานเศรษฐกิจ	42 (20.4)	41 (19.9)	64 (31.1)	15 (7.3)	19 (9.2)	25 (12.1)		100
เส้นทางเศรษฐกิจ	4 (1.9)	6 (2.9)	32 (15.5)	26 (12.6)	77 (37.4)	61 (29.6)		100
ผู้จัดการรายสัปดาห์	40 (19.4)	17 (8.3)	44 (21.4)	22 (10.7)	42 (20.4)	41 (19.9)		100
พื้นฐาน	2 (1.0)	1 (0.5)	10 (4.9)	12 (5.8)	115 (55.8)	66 (32.0)		100
คู่แข่งรายสัปดาห์	8 (3.9)	7 (3.4)	37 (18.0)	24 (11.7)	70 (34.0)	60 (29.1)		100
ข่าวพาณิชย์	25 (12.1)	7 (3.4)	35 (17.0)	24 (11.7)	62 (30.1)	53 (25.7)		100
หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ อื่น ๆ	2 (1.0)	1 (0.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.00)	202 (98.1)		100
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	1 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.00)	205 (99.5)		100
หนังสือพิมพ์ ภาษาต่างประเทศ	3 (1.5)	2 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.00)	201 (97.6)		100

ภาพที่ 4 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ ประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์



ประชาชาติธุรกิจ	3.10
ฐานเศรษฐกิจ	2.98
ผู้จัดการรายวัน	2.80
กรุงเทพธุรกิจรายวัน	2.61
ผู้จัดการรายสัปดาห์	2.35
กรุงเทพธุรกิจรายสัปดาห์	1.50
คู่แข่งรายสัปดาห์	1.44
ข่าวพาณิชย	1.42
เส้นทางธุรกิจ	1.30
วิจักรรายวัน	1.28
พื้นฐาน	0.88
หนังสือพิมพ์ภาษาต่างประเทศ	0.11
หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจอื่น ๆ	0.08
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	0.02

### 3.3 นิตยสาร/วารสาร แนวธุรกิจเศรษฐกิจทั้งรายสัปดาห์และรายเดือน

ผลการวิจัยความบ่อยครั้งในการเปิดรับนิตยสารแนวธุรกิจ และเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก พบว่านิตยสารธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านประจำมากที่สุดคือ นิตยสารผู้ส่งออก รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการ (รายเดือน) คู่แข่ง (รายเดือน) การเงินธนาคาร นิตยสารแนวธุรกิจอื่น ๆ อีคอนนิวส์ คลังสมอง ดอกเบี้ย (รายเดือน) มีเดีย ดอกเบี้ย (รายสัปดาห์) นิตยสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านประจำน้อยที่สุด คือ นิตยสารโมเดิร์นออฟฟิศ

นิตยสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านเกือบประจำมากที่สุดคือ นิตยสารผู้ส่งออก รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการ(รายเดือน) คู่แข่ง(รายเดือน) การเงินธนาคาร คลังสมอง มีเดีย ดอกเบี้ย (รายเดือน) ดอกเบี้ย (รายสัปดาห์) อีคอนนิวส์ และโมเดิร์นออฟฟิศ

นิตยสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านเป็นบางครั้งมากที่สุดคือ นิตยสารผู้ส่งออก รองลงมาได้แก่ การเงินธนาคาร คู่แข่ง (รายเดือน) ผู้จัดการ(รายเดือน) ดอกเบี้ย (รายเดือน) ดอกเบี้ย (รายสัปดาห์) คลังสมอง มีเดีย โมเดิร์นออฟฟิศ และนิตยสารอีคอนนิวส์

นิตยสารแนวธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านน้อยครั้งมากที่สุดได้แก่ นิตยสารการเงินธนาคาร คู่แข่ง (รายเดือน) มีเดีย รองลงมาได้แก่ คลังสมอง ดอกเบี้ย (รายเดือน) ผู้จัดการ (รายเดือน) ดอกเบี้ย (รายสัปดาห์) นิตยสารผู้ส่งออก อีคอนนิวส์และโมเดิร์นออฟฟิศ

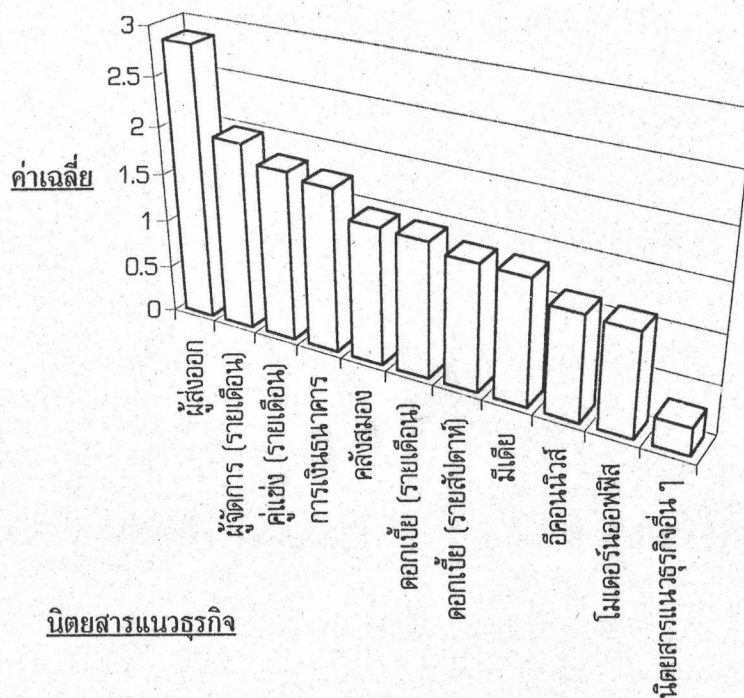
เปรียบเทียบระดับความถี่ในการเปิดรับนิตยสาร/ วารสาร แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ทั้งรายสัปดาห์และรายเดือนที่อ่านประจำ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านนิตยสารผู้ส่งออก บ่อยที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการรายเดือน คู่แข่งรายเดือน การเงินธนาคาร นิตยสารแนวธุรกิจอื่น ๆ อีคอนนิวส์ คลังสมอง ดอกเบี้ย (รายเดือน) มีเดีย ดอกเบี้ย (รายสัปดาห์) และโมเดิร์นออฟฟิศ

และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในการเปิดรับนิตยสาร วารสาร แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ทั้งรายสัปดาห์และรายเดือน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกอ่านนิตยสารผู้ส่งออกมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้จัดการ (รายเดือน) คู่แข่ง (รายเดือน) การเงินธนาคาร คลังสมอง ดอกเบี้ย (รายเดือน) ดอกเบี้ย (รายสัปดาห์) มีเดีย อีคอนนิวส์ โมเดิร์นออฟฟิศ และนิตยสารแนวธุรกิจอื่น ๆ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากนิตยสารแนวธุรกิจ

หนังสือแนวธุรกิจ	ความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับ	อ่าน ประจำ	เกือบ ประจำ	เป็น บางครั้ง	น้อย ครั้งมาก	ไม่เคย อ่านเลย	ไม่ตอบ คำถาม	รวม N = 206
		จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	จำนวน (%)	%
ดอกเบี๋ย (รายสัปดาห์)		4 (1.9)	6 (2.9)	37 (18.0)	19 (9.2)	82 (39.8)	58 (28.2)	100
ดอกเบี๋ย (รายเดือน)		5 (2.4)	7 (3.4)	39 (18.9)	23 (11.2)	77 (37.4)	55 (26.7)	100
การเงินธนาคาร		9 (4.4)	9 (4.4)	55 (26.7)	27 (13.1)	55 (26.7)	51 (24.8)	100
คู่แข่ง (รายเดือน)		11 (5.3)	11 (5.3)	55 (26.7)	27 (13.1)	49 (23.8)	53 (25.7)	100
คลังสมอง		6 (2.9)	9 (4.4)	36 (17.5)	25 (12.1)	72 (35.0)	58 (28.2)	100
มีเดีย		5 (2.4)	8 (3.9)	28 (13.6)	27 (13.1)	76 (36.9)	62 (32.1)	100
ผู้ส่งออก		56 (27.2)	28 (13.6)	47 (22.8)	15 (7.3)	25 (12.1)	35 (17.0)	100
ผู้จัดการ (รายเดือน)		19 (9.2)	19 (9.2)	46 (22.3)	22 (10.7)	53 (25.7)	47 (22.8)	100
อีคอนนิวส์		7 (3.4)	3 (1.5)	14 (6.8)	15 (7.3)	107 (51.9)	60 (29.1)	100
โมเดิร์นออฟฟิศ		1 (0.5)	3 (1.5)	24 (11.7)	15 (7.3)	101 (49.0)	62 (30.1)	100
นิตยสารแนวธุรกิจอื่น ๆ		9 (4.3)	2 (1.0)	1 (0.5)	1 (0.5)	0 (0.0)	193 (93.7)	100

ภาพที่ 5 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจจากนิตยสารแนวธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจส่งออก



ผู้ส่งออก	2.85
ผู้จัดการ (รายเดือน)	1.97
คู่แข่ง (รายเดือน)	1.78
การเงินธนาคาร	1.72
คลังสมอง	1.44
ดอกเบี๋ย (รายเดือน)	1.42
ดอกเบี๋ย (รายสัปดาห์)	1.33
มีเดีย	1.32
อีคอนนิวส์	1.10
โมเดิร์นออฟฟิศ	1.07
นิตยสารแนวธุรกิจอื่น ๆ	0.28

### 3.4 ความสนใจอ่าน หรือติดตามเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจและเศรษฐกิจ

จากการวิจัยพบว่า ประเภทเนื้อหาที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับมากที่สุด คือ ธุรกิจส่งออกและธุรกิจนำเข้า ซึ่งใกล้เคียงกับเนื้อหาประเภทภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศ รองลงมาได้แก่ เนื้อหาด้านธุรกิจและเศรษฐกิจในระดับต่างประเทศ เนื้อหาด้านการตลาดหรือการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

ส่วนเนื้อหาประเภทหลักและเทคนิคการบริหาร ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกให้ความสนใจอ่านหรือติดตามเนื้อหาใกล้เคียงกับภาวะสินค้ารองลงมา คือ เนื้อหาภาวะการลงทุน และให้ความสนใจเปิดรับข่าวกฎหมาย การค้า ภาษี ใกล้เคียงกับข่าวการเงิน การธนาคาร และข่าวอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ ข่าวสิ่งแวดล้อมและการแก้ไขปัญหา, สภาพภูมิอากาศ, การเมืองต่างประเทศ ให้ความสนใจข่าวแรงงานใกล้เคียงกับข่าวธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ ให้ความสนใจข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคลหรือสมาคมธุรกิจใกล้เคียงกับข่าวธุรกิจบ้าน ที่ดิน ก่อสร้าง รองลงมาได้แก่ ข่าวธุรกิจคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีและการสื่อสาร ธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว ให้ความสนใจข่าวการน้ำมัน การพลังงาน ใกล้เคียงกับธุรกิจบ้าน และข่าวธุรกิจเกษตรใกล้เคียงกับข่าวธุรกิจการคมนาคมขนส่ง

ผลการวิจัยในส่วนนี้ได้จัดลำดับความสนใจในการอ่านหรือติดตามเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจและเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก โดยเรียงความสนใจจากมากไปหาน้อยดังในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยของความสนใจอ่านหรือการติดตามเนื้อหา เกี่ยวกับธุรกิจและเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก

ประเภทเนื้อหา	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )
ธุรกิจส่งออก และธุรกิจนำเข้า	4.153
ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ	4.114
ธุรกิจและเศรษฐกิจในระดับต่างประเทศ	3.711
การตลาด หรือการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์	3.634
หลักและเทคนิคการบริหาร	3.557
ภาวะราคาสินค้า	3.555
ภาวะการลงทุน	3.444
กฎหมาย การค้า ภาษี	3.387
การเงิน การธนาคาร	3.333
ข่าวอื่น ๆ (สิ่งแวดล้อมและการแก้ไขปัญหา, สภาพภูมิอากาศ, การเมืองต่างประเทศ)	3.333
แรงงาน	3.290
ธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ	3.242
ข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคล หรือสมาคมธุรกิจ	2.973
ธุรกิจบ้าน ที่ดิน ก่อสร้าง	2.951
ธุรกิจคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยี และการสื่อสาร	2.872
ธุรกิจโรงแรม การท่องเที่ยว	2.789
การน้ำมัน การพลังงาน	2.676
ธุรกิจหุ้น	2.656
ธุรกิจการเกษตร	2.562
ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง	2.551

\* ค่าเฉลี่ยน้ำหนักสูงสุด 5 และต่ำสุด 1



### 3.5 สิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ (หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร) ที่ผู้ประกอบการส่งออก คิดว่าน่าสนใจ และเป็นประโยชน์ กับเขามากที่สุด

จากผลการวิจัยพบว่า สิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ (หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร) ที่ผู้ประกอบการส่งออก สนใจ และเห็นว่าเป็นประโยชน์มากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่

- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1. หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ | มีผู้ระบุ 47 คน หรือร้อยละ 22.8 |
| 2. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ     | มีผู้ระบุ 45 คน หรือร้อยละ 21.9 |
| 3. นิตยสารผู้ส่งออก            | มีผู้ระบุ 37 คน หรือร้อยละ 18.0 |
| 4. หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์     | มีผู้ระบุ 32 คน หรือร้อยละ 15.5 |
| 5. นิตยสารคู่แข่ง (รายเดือน)   | มีผู้ระบุ 19 คน หรือร้อยละ 9.2  |

เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่งออกเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เนื่องจากมีข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจครอบคลุมทุกประเภท เนื้อหาจัดเป็นหมวดหมู่และรูปเล่มดีให้ข้อมูลชัดเจน น่าเชื่อถือ นำไปใช้ในธุรกิจและการบริหารงานได้ และมีทีมข่าวเศรษฐกิจดีเสนอข่าวไม่โจมตี

เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่งออกเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ เนื่องจากมีข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจครอบคลุมกว้างขวาง ให้ข้อมูลการตลาด การค้าชัดเจนสมบูรณ์ น่าเชื่อถือ เป็นหมวดหมู่ รูปเล่มดี และมีคอลัมน์ต่างประเทศและเศรษฐกิจดี ทันเหตุการณ์ นำไปใช้งานได้

เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่งออกเลือกอ่านนิตยสารผู้ส่งออก เนื่องจากทำให้ทราบความเคลื่อนไหวของธุรกิจส่งออก ทั้งในและต่างประเทศ ได้ข้อมูลเฉพาะตรงกับที่ต้องการ ข้อมูลชัดเจน ทันเหตุการณ์ และสามารถนำเนื้อหาเรื่องราวไปใช้ในการทำงานได้

เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่งออกเลือกอ่านหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เนื่องจาก ทำให้ทราบข่าวเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ ให้ข้อมูลพร้อมบทวิจารณ์ วิเคราะห์ดี เป็นกลาง มีข่าวอาชญากรรม ข่าวกีฬาดี และได้ฝึกภาษาอังกฤษทำให้ทันโลก ทันเหตุการณ์

เหตุผลที่ผู้ประกอบการส่งออกเลือกอ่านนิตยสารคู่แข่ง เนื่องจากทำให้ทราบความเคลื่อนไหวของตลาด วิเคราะห์ เจาะลึก จัดหมวดหมู่ รูปเล่มดี และข่าวน่าเชื่อถือ นำไปใช้ในการบริหารงานได้

#### ตอนที่ 4

### เหตุผลจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ

ได้จัดกลุ่มแรงจูงใจออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ ด้านการติดตามข่าวสาร ด้านการรับรู้ข้อมูล ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านการรับทราบความคิดเห็น ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านประโยชน์ต่อตนเอง และด้านความบันเทิง

ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่จูงใจผู้ประกอบการส่งออกในการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจมากที่สุด คือ ด้านรับทราบความคิดเห็น รองลงมาได้แก่ ด้านการติดตามข่าวสาร ด้านการรับรู้ข้อมูล ด้านการแสวงหาความรู้ ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน และด้านประโยชน์ต่อตนเองอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัยในส่วนนี้ ได้จัดลำดับเหตุจูงใจในการติดตามข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ประกอบการส่งออก โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยของเหตุผลจูงใจในการติดตามข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ประกอบธุรกิจ  
การส่งออก

เหตุจูงใจ	$\bar{x}$ *
- เพื่อทราบความคิดเห็นหรือข้อวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องหรือกรณีต่าง ๆ	4.500
- เพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ และเศรษฐกิจ	4.382
- เพื่อทราบข้อมูลทางธุรกิจและเศรษฐกิจ	4.274
- เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ	4.081
- เพื่อให้เป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์	3.863
- เพื่อสนองความสนใจของตนเองต่อหัวข้อ/ เรื่องบางเรื่องที่มีอยู่ใน สิ่งพิมพ์	3.802
- เพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจด้านธุรกิจ และเศรษฐกิจ	3.641
- เพื่อให้มีข้อเท็จจริงที่จะเป็นประโยชน์ในการสนทนา หรือถกเถียงปัญหา กับบุคคลอื่น	3.415
- เพราะมีนิสัยชอบการอ่านหนังสือ	3.366
- เพื่อจะได้รู้จักบุคคลอื่นหรือทราบข่าวจากบุคคลอื่น	2.989
- ทำให้รู้สึกว่าได้มีส่วนร่วมหรืออยู่ร่วมในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นตามที่ สื่อมวลชนรายงาน	2.895
- เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ สร้างความบันเทิง ความสนุกสนานหรือ ความตื่นเต้น	2.649
- เพื่อคลายเครียด หรือเป็นการหลีกเลี่ยงจากความจำเจ จากหน้าที่การ งานซ้ำคร่ำซ้ำคราว	2.571
- เพื่อเป็นการฆ่าเวลาในยามว่าง	2.366

\* ค่าเฉลี่ยน้ำหนักสูงสุด 5 และต่ำสุด 1

## ตอนที่ 5

### การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร

ได้จัดกลุ่มการใช้ประโยชน์จากข่าวสารออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ ด้านข่าวสาร ด้านข้อมูล ด้านความรู้ ด้านความคิดเห็น ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านประโยชน์ต่อตนเอง และด้านความบันเทิง

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ได้นำข่าวสารไปใช้ด้านประโยชน์ด้านอื่น ๆ คือ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านความรู้ ด้านข้อมูล ด้านประโยชน์ต่อการบริหารงาน ด้านข่าวสาร ด้านความคิดเห็น ด้านประโยชน์ต่อตนเอง และด้านความบันเทิงอยู่ในอันดับสุดท้าย

ผลการวิจัยในส่วนนี้ได้เรียงลำดับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก โดยเรียงจากการนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร ด้านธุรกิจ-เศรษฐกิจ  
ของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก เรียงลำดับจากการนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดไปหา  
น้อยที่สุด

การใช้ประโยชน์	$\bar{x}$ *
- อื่น ๆ คือเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล	5.000
- ใช้พัฒนาความรู้ความเข้าใจด้านธุรกิจการค้า	3.950
- ใช้พัฒนาความรู้และการปฏิบัติด้านการบริหารงานทั่วไป	3.825
- ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านการตลาด	3.673
- ใช้สนทนาอภิปรายกับบุคคลอื่น	3.551
- ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพสินค้า หรือการผลิต	3.545
- ใช้เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของตนเองกับบุคคลอื่น	3.541
- ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อการลงทุน หรือขยายกิจการ	3.343
- ใช้สนองความต้องการเฉพาะของตนเอง	3.082
- เพื่อเป็นการพักผ่อน หรือคลายเครียด	2.602

\* ค่าเฉลี่ยน้ำหนักสูงสุด 5 และต่ำสุด 1

## ตอนที่ 6

### การสนองความพึงพอใจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก

ผลการวิจัยพบว่า ด้านข่าวสารเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งใกล้เคียงกับจากหนังสือพิมพ์ รองลงมาจากนิตยสาร/วารสาร เคเบิลทีวี ส่วนจากวิทยุน้อยที่สุด

- ด้านข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากนิตยสาร/วารสารมากที่สุด ซึ่งใกล้เคียงกับจากหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ รองลงมาจากเคเบิลทีวี ส่วนจากวิทยุน้อยที่สุด

- ด้านความรู้ ทักษะที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากโทรทัศน์มากที่สุด ซึ่งใกล้เคียงกับจากนิตยสาร/วารสาร รองลงมาจากหนังสือพิมพ์ เคเบิลทีวี ส่วนจากวิทยุน้อยที่สุด

- ด้านข้อคิดเห็นหรือข้อวิพากษ์วิจารณ์ที่ได้รับ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด ซึ่งใกล้เคียงกับจากนิตยสาร/วารสาร รองลงมาจากโทรทัศน์ ส่วนจากวิทยุน้อยที่สุด ใกล้เคียงกับจากเคเบิลทีวี

- ประโยชน์ต่อการดำเนินงาน ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด ซึ่งใกล้เคียงกับจากนิตยสาร/วารสาร รองลงมาจากโทรทัศน์ ส่วนจากวิทยุน้อยที่สุด ซึ่งใกล้เคียงกับจากเคเบิลทีวี

- ประโยชน์ต่อตนเอง ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากนิตยสาร/วารสารมากที่สุด รองลงมาจากหนังสือพิมพ์ ซึ่งใกล้เคียงกับโทรทัศน์ เคเบิลทีวี ส่วนจากวิทยุน้อยที่สุด

- ด้านความบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกพึงพอใจจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาจากนิตยสาร/วารสาร จากเคเบิลทีวี ซึ่งใกล้เคียงกับจากวิทยุ ส่วนจากหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด

ผลการวิจัยในส่วนนี้ได้จัดลำดับสื่อต่าง ๆ ที่สนองความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก เรียงลำดับจากสื่อที่สนองความพึงพอใจมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จากข่าวสารในสื่อแต่ละประเภท

ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จากข่าวสารในสื่อแต่ละประเภท	สื่อ	$\bar{X}$ *	อันดับ
ด้านข่าวสารเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่ได้รับ	โทรทัศน์	3.280	1
	หนังสือพิมพ์	3.261	2
	นิตยสาร/ วารสาร	3.062	3
	เคเบิลทีวี	2.908	4
	วิทยุ	2.882	5
ด้านข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ได้รับ	นิตยสาร/ วารสาร	3.280	1
	หนังสือพิมพ์	3.206	2
	โทรทัศน์	3.200	3
	เคเบิลทีวี	2.858	4
	วิทยุ	2.790	5
ด้านความรู้ ทักษะที่ได้รับ	โทรทัศน์	3.260	1
	นิตยสาร/ วารสาร	3.232	2
	หนังสือพิมพ์	3.112	3
	เคเบิลทีวี	2.883	4
	วิทยุ	2.771	5
ด้านข้อคิดเห็นหรือ ข้อวิพากษ์วิจารณ์ที่ได้รับ	หนังสือพิมพ์	3.251	1
	นิตยสาร/ วารสาร	3.236	2
	โทรทัศน์	3.119	3
	เคเบิลทีวี	2.772	4
	วิทยุ	2.768	5

ตารางที่ 10 (ต่อ) ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จากข่าวสารในสื่อแต่ละประเภท

ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จากข่าวสารในสื่อแต่ละประเภท	สื่อ	$\bar{X}$ *	อันดับ
ประโยชน์ต่อการดำเนินงาน	หนังสือพิมพ์	3.230	1
	นิตยสาร/ วารสาร	3.203	2
	โทรทัศน์	3.117	3
	เคเบิลทีวี	2.831	4
	วิทยุ	2.800	5
ประโยชน์ต่อตนเอง	นิตยสาร/ วารสาร	3.247	1
	หนังสือพิมพ์	3.149	2
	โทรทัศน์	3.161	3
	เคเบิลทีวี	2.831	4
	วิทยุ	2.796	5
ด้านความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ	โทรทัศน์	3.348	1
	นิตยสาร/ วารสาร	3.290	2
	เคเบิลทีวี	2.937	3
	วิทยุ	2.910	4
	หนังสือพิมพ์	2.871	5

\* ค่าเฉลี่ยน้ำหนักสูงสุด 5 และต่ำสุด 1



## ตอนที่ 7

### การทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานจะคัดเลือกเฉพาะข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์เท่านั้น ดังนั้นจำนวน (N) ของหน่วยข้อมูลในการทดสอบแต่ละสมมติฐานอาจไม่เท่ากัน

#### สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันไปด้วย

- 1.1 เพศกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 1.2 อายุกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 1.3 ระดับการศึกษา กับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 1.4 สาขาที่จบ กับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 1.5 รายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 1.6 ตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 1.7 การเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 1.8 ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

### 1.1 เพศกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (T-Test) ระหว่างเพศกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า เพศชายและเพศหญิงเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ดังในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างเพศกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

เพศ	N (จำนวน)	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ)	S.D.	t
ชาย	100	3.00	1.02	1.05
หญิง	103	2.85	1.00	

$P > 0.05$

### 1.2 อายุกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างอายุกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า อายุของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้การเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

อายุ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
20-29 ปี	67	2.58	0.98	
30-39 ปี	77	3.00	0.97	
40 ปีขึ้นไป	59	3.21	0.99	
<b>รวม</b>	<b>203</b>	<b>2.92</b>	<b>1.01</b>	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	13.21	6.61	6.85**
ภายในกลุ่ม	200	192.89	0.96	
<b>รวม</b>	<b>202</b>	<b>206.10</b>		

\*\* P  $\leq$  0.01

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีของ Scheffe' แล้วพบว่า จากการแบ่งช่วงอายุผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกเป็น 3 กลุ่ม มีกลุ่มที่แตกต่างกันคือ กลุ่มอายุ 20-29 ปี กับกลุ่มอายุ 30-39 ปีและกลุ่มอายุ 20-29 ปีกับกลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป เปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ดังในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน

ค่าเฉลี่ย กลุ่ม	1 ( $\bar{X} = 2.58$ )	2 ( $\bar{X} = 3.00$ )	3 ( $\bar{X} = 3.21$ )
1 ( $\bar{X} = 2.58$ )	-	0.42*	0.63*
2 ( $\bar{X} = 3.00$ )	-	-	0.21
3 ( $\bar{X} = 3.21$ )	-	-	-

### 1.3 ระดับการศึกษากับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างระดับการศึกษา กับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจ การส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับปริมาณ การเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	42	3.00	1.07	
ปริญญาตรี	111	2.77	1.02	
สูงกว่าปริญญาตรี	50	3.20	0.89	
รวม	203	2.92	1.01	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	6.90	3.45	3.47*
ภายในกลุ่ม	200	199.20	1.00	
รวม	202	206.10		

$P \leq 0.05$

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งช่วงการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเป็น 3 กลุ่ม มีกลุ่มที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีกับกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี เปิดรับหนังสือพิมพ์ แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มการศึกษาระดับอื่น เปิดรับไม่แตกต่างกัน ดังในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน

ค่าเฉลี่ย กลุ่ม	1 ( $\bar{X} = 3.00$ )	2 ( $\bar{X} = 2.77$ )	3 ( $\bar{X} = 3.20$ )
1 ( $\bar{X} = 3.00$ )	-	-	0.20
2 ( $\bar{X} = 2.77$ )	0.23	-	0.43*
3 ( $\bar{X} = 3.20$ )	-	-	-

#### 1.4 สาขาที่จบกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (T-Test) ระหว่างสาขาที่จบกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่จบการศึกษาเกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรง กับไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรง เปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน ดังในตารางที่ 16

ตารางที่ 16 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างสาขาที่จบการศึกษากับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

สาขาที่จบการศึกษา	N (จำนวน)	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ)	S.D.	t
- เกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรง	117	2.97	1.04	0.85
- ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรง	86	2.85	0.97	

$P > 0.05$

### 1.5 รายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน เปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างรายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
10,000-30,000	107	2.77	0.98	
30,001-50,000	40	3.25	1.07	
50,001 ขึ้นไป	56	2.98	0.97	
รวม	203	2.92	1.01	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	7.00	3.50	3.51*
ภายในกลุ่ม	200	199.10	1.00	
รวม	202	206.10		

\*  $P < 0.05$



เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé แล้วพบว่า จากการแบ่งช่วงรายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเป็น 3 กลุ่ม มีกลุ่มที่แตกต่างกันคือ กลุ่มรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาท กับกลุ่มรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท เปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มรายได้อื่น ๆ เปิดรับไม่แตกต่างกัน ดังในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ภายหลังจากทดสอบความแปรปรวน

ค่าเฉลี่ย กลุ่ม	1 ( $\bar{X} = 2.77$ )	2 ( $\bar{X} = 3.25$ )	3 ( $\bar{X} = 2.98$ )
1 ( $\bar{X} = 2.77$ )	-	0.48*	0.21
2 ( $\bar{X} = 3.25$ )	-	-	-
3 ( $\bar{X} = 2.98$ )	-	0.27	-

### 1.6 ตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่าตำแหน่งการบริหารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างตำแหน่งการบริหารกับการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

ตำแหน่งการบริหาร	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
กรรมการผู้จัดการ	77	304	0.12	
ผู้จัดการแผนก	62	295	0.12	
ตำแหน่งอื่นๆ	50	264	0.13	
<b>รวม</b>	<b>203</b>	<b>291</b>	<b>0.07</b>	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	5.10	2.55	2.54
ภายในกลุ่ม	186	186.58	1.00	
<b>รวม</b>	<b>188</b>	<b>191.68</b>		

P > 0.05

### 1.7 การเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างการเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างใด ดังในตารางที่ 20

*ตารางที่ 20* การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างการเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

การเป็นเจ้าของธุรกิจ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
เจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนใหญ่	58	3.06	1.15	
หุ้นส่วนธรรมดา	41	2.92	0.94	
ไม่มีหุ้นเลย	101	2.82	0.94	
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>2.91</b>	<b>1.01</b>	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	2.26	1.13	1.12
ภายในกลุ่ม	197	199.25	1.01	
<b>รวม</b>	<b>199</b>	<b>201.51</b>		

P > 0.05

### 1.8 ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดที่แตกต่างกันของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

ขนาดของหน่วยธุรกิจ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท	111	289	1.08	
10-50 ล้านบาท	49	290	0.99	
51 ล้านบาทขึ้นไป	36	300	0.82	
<b>รวม</b>	196	291	1.01	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	0.36	0.18	0.18
ภายในกลุ่ม	193	197.82	1.03	
<b>รวม</b>	195	198.18		

P > 0.05

ตารางที่ 22 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันไปด้วย

สมมติฐาน	t	F-Ratio
1.1 เพศกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ	1.05	
1.2 อายุกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		6.85**
1.3 ระดับการศึกษากับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		3.47*
1.4 สาขาที่จบกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ	0.65	
1.5 รายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		3.51*
1.6 ตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		2.54
1.7 การเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		1.12
1.8 ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		0.18

\*\* P < 0.01

\* P < 0.05

สรุปผลการทดสอบในตารางที่ 22 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ เพศ สาขาที่จบ ตำแหน่งการบริหาร การเป็นเจ้าของธุรกิจและขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งเป็นการยอมรับเพียงบางส่วนของสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับ  
นิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันไปด้วย

- 2.1 เพศกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 2.2 อายุกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 2.3 ระดับการศึกษา กับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 2.4 สาขาที่จบ กับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 2.5 รายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 2.6 ตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 2.7 การเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ
- 2.8 ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-

เศรษฐกิจ

### 2.1 เพศกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (T-Test) กับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า เพศชายและเพศหญิงเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ไม่แตกต่างกัน ดังในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างเพศกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

เพศ	N (จำนวน)	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ)	S.D.	t
ชาย	91	244	1.05	0.13
หญิง	93	242	1.03	

$P > 0.05$

## 2.2 อายุกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ช่วงอายุของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

อายุ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
20-29 ปี	62	222	0.95	
30-39 ปี	70	249	1.03	
40 ปีขึ้นไป	52	261	1.11	
รวม	184	243	1.04	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	4.83	2.41	2.28
ภายในกลุ่ม	181	191.47	1.06	
รวม	183	196.30		

$P > 0.05$



### 2.3 ระดับการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างระดับการศึกษา กับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษา กับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	36	268	1.10	
ปริญญาตรี	102	225	0.99	
สูงกว่าปริญญาตรี	46	266	1.01	
รวม	184	243	1.04	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	8.02	4.01	3.86*
ภายในกลุ่ม	181	188.28	1.04	
รวม	183	196.30		

\*  $P \leq 0.05$



อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการทดสอบหากลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีการของ Scheffe' แล้วพบว่า ไม่มีคู่ใดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 2.4 สาขาที่จบการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (T-Test) ระหว่างสาขาที่จบการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่จบการศึกษาเกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรง กับไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรง เปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ไม่แตกต่างกันดังในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างสาขาที่จบการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

สาขาที่จบการศึกษา	N (จำนวน)	$\bar{X}$ (ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ)	S.D.	t
เกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรง	108	2.49	1.09	0.82
ไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยตรง	76	2.36	0.96	

$P > 0.05$

### 2.5 รายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน เปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างรายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
10,000-30,000	๙๖	234	0.94	
30,001-50,000	37	282	1.19	
50,001 ขึ้นไป	๕๑	233	1.05	
<b>รวม</b>	184	243	1.04	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	6.97	3.49	3.33*
ภายในกลุ่ม	181	189.33	1.05	
<b>รวม</b>	183	196.30		

\*  $P \leq 0.05$

อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffé แล้วพบว่า ไม่มีคู่ใดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 2.6 ตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ตำแหน่งการบริหารของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

ตำแหน่งการบริหาร	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
กรรมการผู้จัดการ	69	2.54	1.12	
ผู้จัดการแผนก	57	2.40	1.06	
ตำแหน่งอื่น ๆ	46	2.19	0.82	
<b>รวม</b>	<b>172</b>	<b>2.40</b>	<b>1.03</b>	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	3.46	1.73	1.64
ภายในกลุ่ม	169	178.46	1.05	
<b>รวม</b>	<b>171</b>	<b>181.92</b>		

P > 0.05

## 2.7 การเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างการเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่างกันของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างการเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

การเป็นเจ้าของธุรกิจ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
เจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนใหญ่	51	2.75	1.22	
หุ้นส่วนธรรมดา	37	2.25	0.92	
ไม่มีหุ้นเลย	93	2.32	0.95	
รวม	181	2.43	1.04	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	7.49	3.75	3.54*
ภายในกลุ่ม	178	188.56	1.06	
รวม	180	196.05		

\*  $P \leq 0.05$

อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกัน โดยวิธีการของ Scheffe' พบว่า ไม่มีคู่ใดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 2.8 ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ พบว่า ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดมีแตกต่างกันของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกไม่ทำให้การเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 30

ตารางที่ 30 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ

ขนาดของหน่วยธุรกิจ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	
ทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 10 ล้านบาท	97	2.42	1.09	
10-50 ล้านบาท	47	2.54	1.01	
51 ล้านบาทขึ้นไป	35	2.31	0.84	
รวม	179	2.43	1.03	
แหล่งตัวแปร	df	SS	MS	F-Ratio
ระหว่างกลุ่ม	2	1.05	0.53	0.50
ภายในกลุ่ม	176	186.00	1.06	
รวม	178	187.05		

P > 0.05

ตารางที่ 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ แตกต่างกันไปด้วย

สมมติฐาน	t	F-Ratio
1.1 เพศกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ	0.13	
1.2 อายุกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		2.28
1.3 ระดับการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		3.86*
1.4 สาขาที่จบกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ	0.82	
1.5 รายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		3.33*
1.6 ตำแหน่งการบริหากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		1.64
1.7 การเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		3.54*
1.8 ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ		0.50

\*  $P \leq 0.05$

สรุปผลการทดสอบในตารางที่ 31 แสดงว่า ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน การเป็นเจ้าของธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกที่แตกต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ แตกต่างกันไปด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่นๆ ได้แก่ เพศ อายุ สาขาที่จบ ตำแหน่งการบริหาร ขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้การเปิดรับนิตยสาร/วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ แตกต่างกันไป ซึ่งเป็นการยอมรับเพียงบางส่วนของสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจ  
การส่งออกมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์แต่ละด้านต่อ  
ข่าวสารที่ได้รับ

- 3.1 แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการติดตามข่าวสาร
- 3.2 แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการรับรู้ข้อมูล
- 3.3 แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการแสวงหาความรู้
- 3.4 แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการรับทราบความคิดเห็น
- 3.5 แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน
- 3.6 แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านประโยชน์ต่อตนเอง
- 3.7 แรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านความบันเทิง

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านประโยชน์ต่อตนเองสูงที่สุดเท่ากับด้านความบันเทิง ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 30% ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้  $r = 0.55$  ขณะที่แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ด้านการติดตามข่าวสารอยู่ในระดับต่ำที่สุดซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 4% และค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้  $r = 0.19$  ดังในตารางที่ 29



ตารางที่ 29 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์	ค่าสัมประสิทธิ์ (r)
1. ด้านการติดตามข่าวสาร	0.19** (0.04)
2. ด้านการรับรู้ข้อมูล	0.34** (0.12)
3. ด้านการแสวงหาความรู้	0.40** (0.16)
4. ด้านการรับทราบความคิดเห็น	0.36** (0.13)
5. ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน	0.51** (0.26)
6. ด้านประโยชน์ต่อตนเอง	0.55** (0.30)
7. ด้านความบันเทิง	0.55** (0.30)

\*\* P < 0.01

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บเป็นค่า  $r^2$

สมมติฐานที่ 4 แรงจูงใจด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ประกอบธุรกิจ  
การส่งออกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจแต่ละด้านต่อ  
ข่าวสารที่ได้รับ

- 4.1 แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านหารติดตามข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภท
- 4.2 แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อแต่ละประเภท
- 4.3 แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อแต่ละประเภท
- 4.4 แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อแต่ละประเภท
- 4.5 แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อแต่ละประเภท
- 4.6 แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อแต่ละประเภท
- 4.7 แรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อแต่ละประเภท

4.1 ด้านการติดตามข่าวสาร

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านข่าวสารจากสื่อทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ พบว่า ค่า  $r$  ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อวิทยุ/วารสาร = 0.23 มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 5%

4.2 ด้านการรับรู้ข้อมูล

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ พบว่า ค่า  $r$  ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อวิทยุ = 0.36 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 13%

4.3 ด้านการแสวงหาความรู้

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อแต่ละประเภท พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, 0.01 เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ พบว่า ค่า  $r$  ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อวิทยุ = 0.33 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 11%

#### 4.4 ด้านการรับทราบความคิดเห็น

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05, 0.01 เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ พบว่า ค่า  $r$  ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อหนังสือพิมพ์ = 0.27 มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 7%

#### 4.5 ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์กับการบริหารงานจากสื่อทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ พบว่า ค่า  $r$  ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อทีวี = 0.30 มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 9%

#### 4.6 ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อตนเอง

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ พบว่า ค่า  $r$  ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อหนังสือพิมพ์ = 0.42 มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 18%

#### 4.7 ด้านความบันเทิง

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อแต่ละประเภทพบว่าแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร ทีวี วิหุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 เมื่อเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ พบว่า ค่า  $r$  ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อทีวี = 0.20 มีความสัมพันธ์ในระดับสูงกว่าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสารและวิหุ ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 4%

อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากเคเบิลทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**สรุป** แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเองจากหนังสือพิมพ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอยู่ในระดับสูงสุดและมีความแปรปรวนร่วมกัน 18% ขณะที่แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากเคเบิลทีวี ด้านความบันเทิงจากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร/ วารสาร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 อยู่ในระดับต่ำสุด ซึ่งมีความแปรปรวนร่วมกัน 2% ดังในตารางที่ 30

*ตารางที่ 30* ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จากสื่อแต่ละประเภท

แรงจูงใจด้านต่าง ๆ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจจากสื่อต่าง ๆ				
	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร/ วารสาร	ทีวี	วิทยุ	เคเบิลทีวี
1. ด้านการติดตามข่าวสาร	0.16* (0.03)	0.23** (0.05)	0.15* (0.02)	0.20** (0.04)	0.16* (0.03)
2. ด้านการรับรู้ข้อมูล	0.32** (0.10)	0.24** (0.06)	0.20** (0.04)	0.36** (0.13)	0.19** (0.04)
3. ด้านการแสวงหาความรู้	0.29** (0.08)	0.24** (0.06)	0.29** (0.08)	0.33** (0.11)	0.15* (0.02)
4. ด้านการรับทราบความคิดเห็น	0.27** (0.07)	0.26** (0.06)	0.23** (0.05)	0.26** (0.06)	0.14* (0.02)
5. ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน	0.27** (0.07)	0.30** (0.09)	0.30** (0.09)	0.29** (0.08)	0.18** (0.03)
6. ด้านประโยชน์ต่อตนเอง	0.42** (0.18)	0.32** (0.10)	0.28** (0.08)	0.32** (0.10)	0.16* (0.03)
7. ด้านความบันเทิง	0.14* (0.02)	0.14* (0.02)	0.20** (0.04)	0.17* (0.03)	0.08 (0.01)

\*  $P < 0.05$

\*\*  $P < 0.01$

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บเป็นค่า  $r^2$

**สมมติฐานที่ 5 การใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารของ  
ผู้ประกอบการกิจการส่งออกมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ  
แต่ละด้านต่อข่าวสารที่ได้รับ**

- 5.1 การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภท
- 5.2 การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อแต่ละประเภท
- 5.3 การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อแต่ละประเภท
- 5.4 การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อแต่ละประเภท
- 5.5 การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อแต่ละประเภท
- 5.6 การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อแต่ละประเภท
- 5.7 การใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อแต่ละประเภท

**5.1 ด้านการติดตามข่าวสาร**

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากข่าวสารกับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/ วารสาร ทีวีและวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อเคเบิลทีวีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**5.2 ด้านการรับรู้ข้อมูล**

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากข่าวสารกับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการรับรู้ข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/ วารสาร ทีวีและวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อเคเบิลทีวีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

**5.3 ด้านการแสวงหาความรู้**

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากข่าวสารกับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อแต่ละประเภท พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการแสวงหาความรู้จากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/ วารสาร ทีวี และวิทยุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.01 แต่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อเคเบิลทีวีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 5.4 ด้านการรับทราบความคิดเห็น

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการรับทราบความคิดเห็นจากสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/ วารสาร ทีวีและวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อเคเบิลทีวีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 5.5 ด้านมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/ วารสาร ทีวีและวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการติดตามข่าวสารจากสื่อเคเบิลทีวี อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 5.6 ด้านประโยชน์ต่อตนเอง

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากข่าวสารกับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า การใช้ประโยชน์ต่อตนเองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านประโยชน์ต่อตนเองจากสื่อทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

#### 5.7 ด้านความบันเทิง

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อแต่ละประเภท พบว่า การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อทุกสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

**สรุป** การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงานจากสื่อหนังสือพิมพ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอยู่ในระดับสูงสุด และมีความแปรปรวนร่วมกัน 12% ขณะที่การใช้ประโยชน์จากข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อเคเบิลทีวีอยู่ในระดับต่ำสุด และมีความแปรปรวนร่วมกัน 3%

ตารางที่ 31 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จากสื่อแต่ละประเภท

การใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจจากสื่อต่าง ๆ				
	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร/ วารสาร	ทีวี	วิทยุ	เคเบิลทีวี
1. ด้านการติดตามข่าวสาร	0.34** (0.12)	0.34** (0.12)	0.27** (0.07)	0.20** (0.04)	0.10 (0.01)
2. ด้านการรับรู้ข้อมูล	0.25** (0.06)	0.22** (0.05)	0.18** (0.03)	0.22** (0.05)	0.09 (0.01)
3. ด้านการแสวงหาความรู้	0.32** (0.10)	0.22** (0.05)	0.02** (0.04)	0.23** (0.05)	0.12 (0.01)
4. ด้านการรับทราบความคิดเห็น	0.27** (0.07)	0.26** (0.07)	0.24** (0.06)	0.24** (0.06)	0.02 (0.00)
5. ด้านการมุ่งประโยชน์ต่อการบริหารงาน	0.35** (0.12)	0.27** (0.07)	0.26** (0.07)	0.27** (0.07)	0.13 (0.02)
6. ด้านประโยชน์ต่อตนเอง	0.32** (0.10)	0.25** (0.06)	0.26** (0.07)	0.26** (0.07)	0.18** (0.03)
7. ด้านความบันเทิง	0.20** (0.04)	0.19** (0.04)	0.19** (0.04)	0.22** (0.05)	0.17* (0.03)

\*  $P < 0.05$

\*\*  $P \leq 0.01$

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บเป็นค่า  $r^2$