

การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
จากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์
ของ
ศิริกุล ชัยนงน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ธันวาคม 2558

การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
จากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ธันวาคม 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ
จากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร



บทคัดย่อ
ของ
ศิริกุล ชัยนังาน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ธันวาคม 2558

ศิริกุล ขยันทาน. (2558). การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป

ผลการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ M2F ด้านการแสวงหาข้อมูล และด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ด้านการเปิดรับข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อการรับรู้ และเพื่อความหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง

NEWS CONSUMPTION AND OBJECTIVES ON NEWS CONSUMPTION INFLUENCING
ON WORKING-AGED CONSUMERS' SATISFACTION ON NEWSPAPER M2F
IN BANGKOK METROPOLIS



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration in Management
At Srinakharinwirot University
December 2015

Sirikul Khayunngan. (2015). *News Consumption And Objectives on News Consumption Influencing on Working-aged Consumers' Satisfaction on Newspaper M2F in Bangkok Metropolis*. Master's Project, M.B.A. (Management). Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Assoc Prof. Nak Gulid, Ph.D.

The current perception of the world through digital media or via mobile smart phones at no cost impacts on media such as newspapers. Market competition in the free media sector has increased steadily, leading to a competitive market to be of interest to readers or consumers who do not want to pay for news.

The objective of this research was to study news consumption and the reason for reading news in working-aged consumers who receive the newspaper M2F in Bangkok.

The sample size of this research was 400 consumers who had read the M2F newspaper in Bangkok. Statistics for analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way analysis of variance and Pearson product moment correlation coefficient.

The majority of the sample was female aged between 30-39 years, single, graduated with bachelor's degree, were private company employees and had monthly income of more than 25,000 baht.

The hypotheses tested that overall satisfaction with news consumption from M2F newspaper correlated with news consumption, in the dimensions of information seeking and experience receptivity in a positive direction to a moderate level while information receptivity is in a positive direction at a relatively low level. Overall satisfaction on objectives from news consumption on M2F newspaper is correlated with objectives of news consumption in the dimensions of cognition and diversion in a positive direction at a relatively low level while social utility is in a positive direction at a moderate level.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มี
อิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขต
กรุงเทพมหานคร ของ ศิริกุล ชัยนงาน ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสรณ์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสรณ์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิสรณ์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.อัจฉริยา ศักดิ์นรงค์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์)

วันที่ เดือน พ.ศ. 2558



งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย
จาก

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่า ยิ่งนับตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ในการให้คำปรึกษา คำแนะนำที่มีคุณค่า ช่วยเหลือและตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา และ อาจารย์ ดร.อัจฉริยา ศักดิ์ณรงค์ ที่กรุณาเป็นกรรมการเพิ่มเติมในการสอบสารนิพนธ์ ให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์และกรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือวิจัย อีกทั้งยังให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความเมตตาเสมอมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและคณาจารย์วิทยาการภายนอกทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อีกทั้งให้ความเมตตาและประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัยตลอดจนเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุนอุดหนุนการวิจัยจากโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒและผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกคนในครอบครัวที่ได้คอยห่วงใย คอยช่วยเหลือทุก ๆ ด้าน และสนับสนุนในการศึกษาจนประสบความสำเร็จในวันนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณรุ่นพี่ X-MBA13 ที่ให้ความรู้และคำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ เพื่อนิสิต X-MBA14 ที่คอยช่วยเหลือให้กำลังใจในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา บรรพบุรุษ ญาติพี่น้อง บุรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

ศิริกุล ขยันทาน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	3
การสุ่มตัวอย่าง.....	4
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์	11
ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล	13
แนวคิดเกี่ยวกับวัยทำงาน	13
แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชน.....	14
ทฤษฎีการเปิดรับสาร.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร.....	22
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์.....	25
ความหมายของความพึงพอใจ.....	25
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	28
ประวัติหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F (Monday to Friday)	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	43
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	43
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
	ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	55
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	56
	การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	56
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
	การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ.....	58
	การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน.....	58
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	99
5	สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	103
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	103
	ความสำคัญของการวิจัย.....	103
	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	104
	สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	106
	อภิปรายผล.....	117
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	124
	ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	126

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	127
ภาคผนวก.....	132
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	133
ภาคผนวก ข หนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ.....	139
ภาคผนวก ค รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....	141
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	143



บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงรายชื่อจุดแจกที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง.....	44
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน.....	65
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนรวมชั้นใหม่.....	67
4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปิดรับข่าวสารจากการ อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร	69
5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นข่าวสารจากการอ่าน หนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.....	71
6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อความพึงพอใจ โดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร.....	73
7 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามเพศ.....	74
8 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามเพศ.....	75
9 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ.....	76
10 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ.....	77
11 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ.....	78
12 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่าน หนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบ Dunnett's T3.....	78
13 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่าน หนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบ Dunnett's T3.....	79

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	80
15 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	81
16 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	81
17 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
18 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
19 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามอาชีพ.....	85
20 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจก ฟรี M2F จำแนกตามอาชีพ.....	85
21 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	87
22 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	88
23 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	88
24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจ โดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่ คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.....	90
25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจ โดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	91

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจ โดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ผู้บริโภควัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร.....	92
27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่อรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.....	95
28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่อรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คำนึงค่ากับเวลาและผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.....	96
29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่อรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจ โดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร.....	98
30	ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	100

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	9
2 กระบวนการเลือกสรรการรับข้อมูล.....	22
3 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์.....	27
4 แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	31



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการรับรู้ข่าวสารผ่านทางโลกออนไลน์ สื่อดิจิทัล หรือผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ซึ่งถือว่าไม่มีต้นทุนในการรับรู้ ได้ส่งผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ การเกิดขึ้นของหนังสือพิมพ์ M2F (Monday to Friday) หนังสือพิมพ์แจกฟรีทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ขนาดแท็บลอยด์หรือ Compact Size (17x11 นิ้ว) ฉบับแรกของไทยที่ผู้อ่านพกพาสะดวก แจกฟรีตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน และออฟฟิซนั้บร้อยแห่ง รวมถึงคิวรถตู้ และทางด่วนครอบคลุมพื้นที่หลักๆ ในกรุงเทพมหานคร ถือเป็นกาเพิ่มช่องทางซึ่งไม่มีต้นทุนในการรับรู้ อีกช่องทางหนึ่ง แต่ยังคงสภาพของหนังสือพิมพ์ซึ่งสามารถตอบสนองวิถีชีวิตที่เร่งรีบของคนในสังคมเมือง และพฤติกรรมการอ่านของผู้บริโภควัยทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งไม่ได้ต้องการเนื้อหาในเชิงลึกที่ไม่มีความเชื่อมโยงกับชีวิตประจำวัน แต่ต้องการรับรู้ข่าวสารที่ทันเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม สามารถหยิบยกประเด็นมาแลกเปลี่ยนปฏิสัมพันธ์กันทั้งในด้านเนื้อหาสาระ ข่าวสาร ความบันเทิง ประเด็น How to ต่างๆ การใช้จ่ายเงิน การลงทุน แฟชั่น รวมถึงข่าวสารกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ซึ่งหนังสือพิมพ์ M2F สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้

ด้วยยอดพิมพ์สูงสุดในกรุงเทพมหานคร 400,000 ฉบับต่อวัน ซึ่งได้รับการรับรองจากบริษัท HK ABC จากฮ่องกงยืนยันว่ามีวิธีการตรวจสอบอย่างละเอียดว่า M2F ได้ทำการตีพิมพ์ตรงกับจำนวนและแจกถึงมือผู้อ่านเต็มจำนวนแน่นอน ซึ่งต้องมีต้นทุนในการดำเนินการ ได้แก่ กองบรรณาธิการ เงินเดือนพนักงาน ค่าลงกระดาษ ระบบการกระจายตัวหนังสือพิมพ์ และต้องแบกรับความเสี่ยงหากค่าโฆษณาจากผู้สนับสนุนไม่ได้ตามเป้าที่ต้องการ

เป็นที่น่าสนใจว่าเม็ดเงินค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์ปี 2556 สรุปตัวเลขการซื้อขายโฆษณาทางหนังสือพิมพ์โดยบริษัท นิลเส็นประเทศไทย จำกัด พบว่ามีมูลค่า 15,258 ล้านบาท เติบโต 0.49% (กรุงเทพธุรกิจ. 2557: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2557)

การแข่งขันในตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแจกฟรี (Free Copy) ที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การแข่งขันทางการตลาดเพื่อให้เป็นที่สนใจของผู้อ่าน หรือผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสียค่าใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร โดยเนื้อหาส่วนใหญ่ที่อยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีมักมีความแปลกและแตกต่างจากหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารทั่วไปตามท้องตลาด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้อ่านที่ตนเองต้องการ การเกิดขึ้นของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแจกฟรี (Free Copy) นำไปสู่การลงทุน

ในพื้นที่สื่อและการเข้ามามีบทบาทในหน้าสื่อของกลุ่มนายทุนโฆษณาหรือกลุ่มผู้สนับสนุน (Sponsor) เพื่อเป็นการตอบโจทยตลาดโฆษณาที่ต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มผู้อ่าน (พัทธนันท์ เกศทิน. 2557: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2557)

โดยการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์ วัดทัศนคติของผู้บริโภค โดยทัศนคติแสดงให้เห็นถึงทิศทางความรู้สึกต่อผลิตภัณฑ์ว่าผู้บริโภคพึงพอใจหรือไม่ หากผู้บริโภคมีความรู้สึกไม่พึงพอใจ บริษัทจะทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ผู้บริโภคพึงพอใจ หากผู้บริโภคพึงพอใจอยู่แล้ว ทำอย่างไรจึงจะรักษาฐานผู้บริโภคไว้ได้

จากที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยเห็นความสำคัญและมุ่งความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะกรุงเทพมหานครมีความหลากหลายของกลุ่มคนที่อพยพเข้ามาประกอบอาชีพ ซึ่งผลของการวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการนำไปพัฒนาและปรับปรุงทิศทางการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภค สร้างความประทับใจและความจงรักภักดี ซึ่งจะก่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ในด้านการแสวงหาข้อมูลด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์
3. เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์ดังนี้

1. เพื่อเป็นข้อมูลในการแข่งขันทางการตลาดในด้านการนำเสนอสื่อสำหรับผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคพึงพอใจ
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ มากำหนดแนวทางในการวางแผนปรับกลยุทธ์ในด้านการรักษารฐานผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยมีการตีพิมพ์ จำนวน 400,000 ฉบับ (ข้อมูลจำนวนตีพิมพ์จริงต่อวัน รับรองโดย บริษัท HK ABC)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำนวน 400,000 ฉบับ (ข้อมูลจำนวนตีพิมพ์จริงต่อวัน รับรองโดยบริษัท HK ABC) ซึ่งการหากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดโดยคำนวณจากสูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 727)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร = 400,000 คน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 หรือ 0.05 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ระดับ 95%)

แทนค่าดังนี้

$$n = \frac{400,000}{1 + 400,000(0.05)^2}$$

$$n = 399.60$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 399.60 คน

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 400 คน

2. การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลาก เพื่อเลือกตัวอย่างภายในกลุ่มตัวอย่างจุดที่แจกหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ทั้งหมด 19 สาย จาก 147 จุดแจก โดยจับฉลากรายชื่อแบบไม่ใส่คืน ได้ตัวอย่างทั้งหมด 19 จุด

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) คำนวณจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 คน โดยเลือกจากผู้บริโภคในจุดตัวอย่างที่สุ่มได้จากขั้นตอนที่ 1 จุดละประมาณ 21-22 คน เพื่อให้ตรงกับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจุด} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนจุดที่สุ่มได้}} \\ &= \frac{400}{19} \\ &= \text{ประมาณ 21-22 คน ในแต่ละจุด} \end{aligned}$$

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลตามจุดที่กำหนดจากผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ

1. ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variables) มี 3 ตัวแปร แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 อายุ 20-29 ปี

1.1.2.2 อายุ 30-39 ปี

1.1.2.3 อายุ 40-49 ปี

1.1.2.4 อายุ 50-59 ปี

1.1.2.5 ตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป

1.1.3 สถานภาพสมรส

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

1.1.3.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

1.1.4 ระดับการศึกษา

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.5 อาชีพ

1.1.5.1 รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

1.1.5.2 ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท

1.1.5.3 ผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ

1.1.5.4 อื่นๆ (โปรดระบุ)

1.1.6 รายได้ต่อเดือน

1.1.6.1 5,000-9,999 บาท

1.1.6.2 10,000-14,999 บาท

1.1.6.3 15,000-19,999 บาท

1.1.6.4 20,000-24,999 บาท

1.1.6.5 25,000 บาท ขึ้นไป

1.2 การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่

1.2.1 ด้านการแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)

1.2.2 ด้านการเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity)

1.2.3 ด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity)

1.3 วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่

1.3.1 เพื่อการรับรู้ (Cognition)

1.3.2 เพื่อความหลากหลาย (Diversification)

1.3.3 เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility)

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี MF2 ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ได้แก่

1.1 ด้านการแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) หมายถึง การค้นหาข่าวสารที่ผู้บริโภคต้องการ โดยแนวโน้มที่จะค้นหาข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว ข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตน แต่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ (Wilbur Schramm, 1973, p.65)

1.2 ด้านการเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) หมายถึง การที่ข้อมูลหลากหลายผ่านเข้ามาสู่ผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่รับข่าวสารที่ผ่านเข้ามาทั้งหมด หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ จะเลือกรับเฉพาะบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน

1.3 ด้านการเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) หมายถึง การที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

2. วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน ซึ่งได้แก่

2.1 เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้

2.2 เพื่อความหลากหลาย (Diversion) หมายถึง การที่ผู้บริโภคเปิดรับข่าวสารเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนานรวมทั้งการพักผ่อน

2.3 เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การที่ผู้บริโภคต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย

3. หนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F หมายถึง หนังสือพิมพ์แจกฟรีทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์

4. ความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกหรือความรู้สึกพอใจหลังจากที่ได้อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แล้ว

5. ผู้บริโภควัยทำงาน หมายถึง ผู้ที่อ่านหรือเคยอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ทั้งชายและหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปจนถึง 60 ปี และมีรายได้ประจำจากการทำงาน

6. **ลักษณะส่วนบุคคล** หมายถึง ความแตกต่างกันของแต่ละบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน

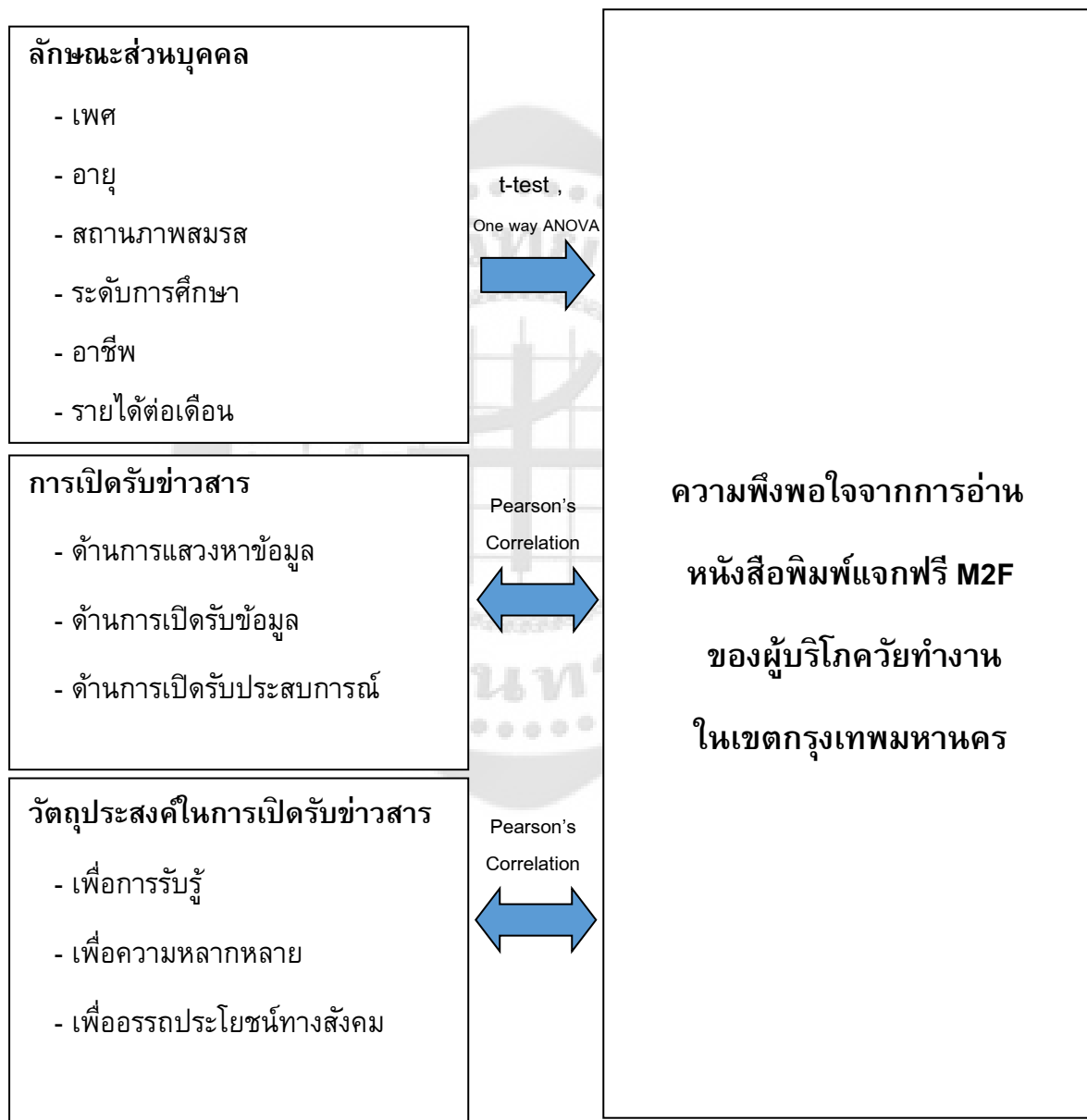


กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F
3. วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ผลงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชน
3. ทฤษฎีการเปิดรับสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์
6. ประวัติหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F (Monday to Friday)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป โดยความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529: 312-316) ได้พิจารณาผู้บริโภคเป็นเสมือนผู้รับสาร โดยความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการรับและวิเคราะห์สาร ลักษณะประชากรศาสตร์ดังกล่าวคือ

1. เพศ (Sex) มีงานวิจัยที่พิสูจน์ว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชายและเพศหญิงที่แตกต่างกันส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงแตกต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับการชม

2. อายุ (Age) การจะสอนผู้ที่มีอายุต่างกันให้เชื่อฟังหรือเปลี่ยนทัศนคติหรือเปลี่ยนพฤติกรรมนั้นมีความยากง่ายต่างกัน ยิ่งมีอายุมากกว่าการที่จะสอนให้เชื่อฟัง ให้เปลี่ยนทัศนคติ และเปลี่ยนพฤติกรรมก็ยิ่งยากขึ้น (อิทธิพล สุชัยยะ. 2549: 8; อ้างอิงจาก Maple; Janis: & Rife. 1980) ได้ทำการวิจัยและให้ผลสรุปว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้น อายุยังมีความสัมพันธ์ต่อข่าวสารและสื่ออีกด้วย เช่น ภาษาที่ใช้ในวัยต่างกันก็ยังมี ความต่างกัน โดยจะพบว่าภาษาใหม่ๆ แปลกๆ จะพบในคนหนุ่มสาวสูงกว่าผู้สูงอายุ เป็นต้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมาก ที่มีผลต่อพฤติกรรมของการสื่อสารของผู้รับสาร ดังงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้นทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป เช่นบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสาร ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ และมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มาก

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล โดยมีรายงานหลายเรื่องที่ยืนยันแล้วว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของคน

คีรีวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 41) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ลักษณะงานประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรจะช่วยให้ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน

โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่อายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

พีระ จิระโสภณ (2539: 645-646; อ้างอิงจาก Defleur. 1996) “ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร” (Theories of Mass Communication) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารเห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันทีแต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารของแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)

เดอเฟอว์ (Defleur. 1996) ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยมและความเชื่อ ทำให้คนสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล มีดังนี้

1. มนุษย์มีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างกันทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกชุปเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันออกไป
4. การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไขที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวมา ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดนี้มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้น มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับวัยทำงาน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (มกราคม 2548) ได้กล่าวว่า วัยทำงาน หมายถึง กลุ่มคนเพศชายหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จนถึง 50 ปีโดยประมาณและมีรายได้ประจำจากการทำงาน หรือสามารถเรียกง่าย ๆ ว่าวัยสร้างฐานะ โดยกลุ่มวัยทำงานนี้มีความต้องการในการใช้จ่ายเงินมากกว่ากลุ่มวัยเด็กและวัยสูงอายุ และวัยทำงานสามารถแบ่งออกได้เป็นกลุ่มย่อย ดังนี้

กลุ่มวัยทำงานตอนต้น คือ กลุ่มวัยเริ่มทำงาน มีอายุตั้งแต่ 20-30 ปี กลุ่มนี้จะเป็นวัยที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา และเปลี่ยนมาใช้ชีวิตการทำงาน เพิ่งเริ่มทำงานและเริ่มมีรายได้เป็นของตนเอง มีความกล้าได้กล้าเสียและมักจะพบอะไรใหม่ๆ ในชีวิตการทำงานอยู่เสมอ เวลาทำงานเป็นชิ้นเป็นอัน หรือประสบความสำเร็จในงานที่รับผิดชอบก็จะภูมิใจและมีพลังที่จะทำงานต่อไป รักความก้าวหน้าในหน้าที่การงานและวัยนี้อาจมีปัญหาด้านการเงิน หากวางแผนการใช้เงินไม่ดี อาจก่อหนี้ได้สูง เพราะมีรายรับไม่เพียงพอกับรายจ่าย และความผันของคณกลุ่มนี้มี 2 อย่างใหญ่ๆ คือ ต้องการแต่งงานและมีรถยนต์ขับไปทำงาน

กลุ่มวัยทำงานตอนกลาง คือ กลุ่มคนที่อายุประมาณ 31-40 ปี กลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะทุ่มเทชีวิตและเวลาให้กับการทำงานเพื่อหวังความก้าวหน้า มีตำแหน่งหน้าที่การงานในบริษัทหรือได้เลื่อนตำแหน่งในระดับสูงขึ้น มีรายได้ต่อเดือนสูงขึ้น มีความต้องการซื้อของที่มีคุณภาพและราคาสูงขึ้นและคำนึงถึงการสร้างฐานะมาก มีการซื้อหรือผ่อนบ้านและรถยนต์ มักจะแต่งงานแล้วเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น คนกลุ่มนี้ย่อมมีความต้องการเก็บออมหรือลงทุนเพื่อให้มีเงินเพียงพอที่จะใช้จ่ายในอนาคต

กลุ่มวัยทำงานตอนปลาย คือ กลุ่มที่อายุประมาณ 41-50 ปี กลุ่มนี้จะมีประสบการณ์ในการทำงานสูงมากและมีตำแหน่งหน้าที่การงานในระดับสูงขึ้น หรือมีกิจการเป็นของตนเอง มีรายได้ต่อเดือนมากขึ้น และเริ่มที่จะหันมาดูแลตัวเอง ใส่ใจในสุขภาพ เริ่มประหยัดและอดออมไว้ใช้ยามชรา อยากไปเที่ยวพักผ่อนและหาความสุขให้ตนเอง

จากแนวคิดเกี่ยวกับวัยทำงานที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่าวัยทำงานเป็นวัยที่ต้องรับผิดชอบในเรื่องหน้าที่การงาน ทำงานเพื่อหารายได้ให้เพียงพอกับรายจ่ายที่เกิดขึ้น และเมื่อมีรายได้มากขึ้นก็มีความต้องการและอำนาจซื้อสูงขึ้นตามไปด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชน

การพิจารณาบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน เมื่อจัดกลุ่มของความคิดจะพบว่ามีแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่สำคัญใน 3 บทบาทหน้าที่ด้วยกัน ได้แก่

1. การทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์

ในแนวคิดนี้สื่อมวลชนจึงถูกตั้งความคาดหวังว่าจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมที่ช่วยสร้างสรรค์และธำรงรักษาเสถียรภาพของสังคมให้เกิดความสมดุลและเกิดการรวมตัวกันเข้าของทุกส่วน เพื่อทำให้ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคมคงอยู่ต่อไป

ดังนั้นสื่อมวลชนจึงพยายามที่จะสนองต่อความต้องการของสมาชิกในสังคม ทั้งที่เป็นรายบุคคลและที่เป็นกลุ่มก้อนอย่างสม่ำเสมอ ผลก็คือสื่อมวลชนได้ทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยไม่ได้ตั้งใจ ในแง่ที่สามารถรวมสมาชิกทั้งหมดเข้าไว้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สื่อมวลชนจึงมี

ภารกิจหลักในการผดุงรักษาสังคมมากกว่าที่จะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสมมติฐานที่ว่า สื่อมวลชนมีพลังและมีอิทธิพลสูงในการทำงานรวมถึงกำหนดทิศทางของสังคมเป็นอย่างมาก

เพื่อให้สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ที่สำคัญที่สุดตามความคาดหวังของแนวคิดนี้ในการเชื่อมโยงระบบย่อยต่างๆ ในสังคมให้เกิดการรวมตัวกัน จึงได้มีการตั้งความคาดหวังต่อบทบาทหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชน (Media Functions Basic) ไว้ 5 ประการด้วยกัน ดังนี้

1. การทำหน้าที่รายงานและสอดส่องสังคม (Surveillance) ได้แก่
 - การทำหน้าที่ในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และเงื่อนไขในสังคมรวมถึงสถานการณ์ของโลก
 - การทำหน้าที่ในการบ่งชี้ถึงความสัมพันธ์ของอำนาจ
 - การทำหน้าที่เผยแพร่หรือส่งเสริมนวัตกรรม รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและการพัฒนาเพื่อความก้าวหน้า
 - การทำหน้าที่เป็นสุนัขเฝ้าบ้าน (Watch Dog)
2. การทำหน้าที่เชื่อมโยงตีความเหตุการณ์ต่างๆ ในสังคม (Correlation) ได้แก่
 - การทำหน้าที่ให้คำอธิบาย แปลความหมาย รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะและคำวิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร
 - การทำหน้าที่ให้การสนับสนุนต่อองค์กรต่างๆ ในสังคมและปทัสถานที่มีอยู่เกี่ยวข้องกับสังคม
 - การทำหน้าที่อบรมบ่มนิสัยทางสังคม
 - การทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมต่างๆ ในสังคม
 - การทำหน้าที่สร้างความสมานฉันท์และสร้างประชาชาติ
 - การทำหน้าที่กำหนดระดับความสำคัญและระบุสถานการณ์ที่แตกต่างกัน
3. การทำหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้แก่สังคม เป็นนักการศึกษาให้การศึกษา กับสังคม (Transmission) ได้แก่
 - การทำหน้าที่นำเสนอวัฒนธรรมหลักที่มีอิทธิพลต่อสังคมและตระหนักยอมรับถึงวัฒนธรรมย่อยๆ ที่เกิดขึ้นในส่วนต่างๆ รวมถึงการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ๆ ในสังคม
 - การทำหน้าที่ผดุงรักษาและส่งเสริมค่านิยมที่ดีๆ ในสังคม
4. การทำหน้าที่ให้ความบันเทิงแก่สังคม (Entertainment) ได้แก่
 - การทำหน้าที่ให้ความสนุกสนาน บันเทิง และเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ
 - การทำหน้าที่ลดความตึงเครียดในสังคม
5. การทำหน้าที่ระดมพลังการเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคม (Mobilization) ได้แก่
 - การทำหน้าที่รณรงค์เพื่อวัตถุประสงค์ทางสังคม ภายในขอบเขตทางการเมือง สงคราม การพัฒนาเศรษฐกิจ การทำงาน และในบางครั้งเป็นเรื่องทางศาสนา

2. การทำหน้าที่เป็นผู้ให้ความหมาย

มองว่า สิ่งต่างๆ ในโลกนี้ไม่ได้มีความหมายอยู่โดยตัวของมันเอง แต่ถูกกำหนดให้มีความหมายขึ้น เช่น ความยาวหรือสั้น ไม่ได้มีความหมายโดยตัวของมันเอง จะมีความหมายก็ต่อเมื่อเรานำสิ่งนั้นไปเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น ดังนั้นวัตถุบางอย่างอาจยาวก็ได้สั้นก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าเราเอามันไปเปรียบเทียบกับอะไร ความยาวหรือสั้นจึงไม่ได้มีความหมายอยู่ในตัวของมันเอง

3. การทำหน้าที่เป็นผู้ตอบสนองต่อสังคม

แนวคิดนี้อยู่ในกลุ่มทฤษฎีที่มองผู้ใช้สื่อเป็นสำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory) แนวคิดนี้จะให้ความสนใจเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อมวลชนในการให้บริการแก่ผู้ใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวทางที่เชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสาระอะไรจะสนองความพึงพอใจของตนเองได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะเป็นผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ผู้รับสาร คือ ตัวจักรในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก ซึ่งตั้งอยู่บนสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจ
2. ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อเหล่านั้นจะสนองความต้องการ ความสนใจ และมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใดๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชิน

บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ก็เหมือนกับหน้าที่โดยทั่วไปของสื่อมวลชน ซึ่งหลักๆ แล้วต้องมีบทบาทหน้าที่ในการให้ข่าวสาร ให้การศึกษา ให้ความแสดงความคิดเห็นและให้ความบันเทิง

ปีทมา หล่อวิจิตร. (2539) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชนในแนวคิดของ Lasswell ดังนี้

1. สื่อมวลชน “เป็นผู้เฝ้าระวังและตรวจสอบสังคมและการเมือง” คือการสอดส่องและติดตาม เก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมมารายงานให้สมาชิกในสังคมได้ทราบ การเฝ้าระวังสังคมนั้น ก็ตรงกับหน้าที่ของการ “แจ้งให้ทราบข่าวสาร” (to inform) กล่าวคือ สื่อมวลชนคอยดูว่ามีเหตุการณ์หรือเรื่องราวอะไรเกิดขึ้น สังคมที่ผู้รับความรู้ สื่อมวลชนก็เลือกมานำเสนอ มีการกลั่นกรองข่าวสารตามองค์ประกอบของข่าวมานำเสนอ

2. สื่อมวลชน “ประสานสัมพันธ์ส่วนต่างๆ ของสังคมให้อยู่รวมกันได้” หมายถึงหน้าที่ในการติดตาม ศึกษาเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างถี่ถ้วน แล้วนำมาชี้แจง

เพื่อช่วยทำให้คนกลุ่มต่างๆ ในสังคมที่แตกต่างกันเข้าใจกัน อยู่ร่วมกันในสังคมเดียวกันได้ด้วย ความสงบเรียบร้อย

3. สื่อมวลชน “ถ่ายทอดมรดกทางสังคม” หมายถึง หน้าที่ในการเผยแพร่ถ่ายทอดหรือ สืบทอดความรู้ ค่านิยม ทัศนคติ และบรรทัดฐานของสังคมจากยุคหนึ่งไปสู่อีกยุคหนึ่ง เพื่อให้ วิทยาการ ศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีของสังคมนั้นๆ คงอยู่ตลอดไป ซึ่งหน้าที่นี้ตรงกับ หน้าที่ “การให้การศึกษา”

อานนท์ อาภาภิรม. (มปป.) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนตามแนวคิดของ Mcquail คือ

1. การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เป็นการทำหน้าที่ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่าง ตรงไปตรงมา ปราศจากอคติของสื่อมวลชน จะเห็นได้ในรายการข่าว

- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสังคมและโลก
- ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจต่างๆ คือมีการอธิบายเชิงลึกและเชิงกว้างให้เข้าใจ

ข่าวสารเรื่องนั้นได้อย่างชัดเจนรอบด้าน เพื่อเข้าใจที่มาที่ไปของเรื่องราว

- ส่งเสริมความคิดใหม่ๆ การปรับตัว
- นำไปสู่ความเจริญทางสังคม

2. การทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์ (Correlation) เป็นการทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์ให้กับ สถาบันต่างๆ ในสังคม รวมไปถึงประสานสัมพันธ์ให้กับคนต่างๆ ในสังคม ให้สังคมมีความ สัมพันธ์

- อธิบาย ดีความและให้ข้อคิดเกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์ที่นำเสนอ
- สนับสนุนสถาบันหลักและบรรทัดฐาน
- ประสานเชื่อมโยงกลุ่มคนต่างๆ
- กำหนดวาระทางสังคม
- สร้างฉันทามติในสังคม

3. การทำหน้าที่สืบต่อวัฒนธรรม (Continuity) เป็นการทำหน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมให้คง อยู่ต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น

- ถ่ายทอดวัฒนธรรมกระแสหลักของสังคม
- เสริมสร้างค่านิยมพื้นฐานของสังคม

4. การทำหน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment) เป็นการทำหน้าที่ในการให้ความบันเทิง ใจแก่ผู้รับสาร เพื่อลดความตึงเครียดจากหน้าที่การงานหรือชีวิตประจำวัน

5. การระดมสรรพกำลัง (Mobilization) เป็นการทำหน้าที่ระดมกำลังของผู้รับสาร ที่ทำโดย สื่อมวลชน เป็นการรณรงค์ให้เกิดความเคลื่อนไหวในสังคมหรือเมื่อสังคมเกิดภาวะวิกฤติและ ต้องการความร่วมมือร่วมใจกัน ก็จะทำให้บทบาทหน้าที่ประการนี้ของสื่อมวลชนอย่างชัดเจน

จากแนวคิดดังกล่าว ทำให้ทราบว่าสื่อมวลชนมีหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์ สื่อมวลชนจึงถูกตั้ง ความคาดหวังจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมที่ช่วยสร้างสรรค์และธำรงรักษาเสถียรภาพของสังคมให้

เกิดความสมดุลและเกิดการรวมตัวกันเข้าของทุกส่วน เพื่อให้ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคมคงอยู่ต่อไป การทำหน้าที่รายงานและสอดส่องสังคม (Surveillance) ได้แก่ การทำหน้าที่ในการให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และเงื่อนไขในสังคม รวมถึงสถานการณ์ของโลก การทำหน้าที่เป็นสุนัขเฝ้าบ้าน (Watch Dog) การทำหน้าที่อบรมปมนิสัยทางสังคม การทำหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้แก่สังคม และการทำหน้าที่ให้ความบันเทิงแก่สังคม (Entertainment) อีกทั้งยังรวมถึงการทำหน้าที่เป็นผู้ให้ความหมายและการทำหน้าที่เป็นผู้ตอบสนองต่อสังคม รวมถึงเป็นผู้เฝ้าระวังและตรวจสอบสังคมและการเมือง ประสานสัมพันธ์ส่วนต่างๆ ของสังคมให้อยู่รวมกันได้ ถ่ายทอดมรดกทางสังคม การทำหน้าที่สืบต่อวัฒนธรรม (Continuity) เป็นการทำหน้าที่สืบต่อวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปจากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดเรื่องหน้าที่ของสื่อมวลชนมาวิเคราะห์และเชื่อมโยงกับการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ในประเด็นที่ว่าได้ใช้แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนในหัวข้อใดบ้างในการจัดทำหนังสือพิมพ์เพื่อนำเสนอแก่ผู้บริโภค

3. ทฤษฎีการเปิดรับสาร

แชมมวล เบคเกอร์ (อ้างอิงจาก ปรมะ สตะเวทิน, 2533, หน้า 38) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องต่างๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความสนใจเอาใจใส่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

วัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับสารหรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้นอาจจำแนกได้ 4 ประการ คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 40-44)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความร่าเริง ตื่นเต้น สนุกสนานรวมทั้งการพักผ่อน

3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย

4. การผละสังคัม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่อ นั้น เมอร์ริลและโลเวนสไตน์ (อ้างอิงจาก ปรมะ สตะเวทิน. 2533: หน้า 40) ได้สรุปไว้ว่า เกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ตามลำพังได้ ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่นและแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำในบางครั้ง

2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าจะสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

3. ประโยชน์ใช้สอย มนุษย์เป็นผู้ที่เห็นแก่ตัว จะแสวงหาและเลือกรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งในแง่การเสริมบารมี การช่วยให้สะดวกสบายหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward) ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติหรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชน

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนต่างๆ ไป ไม่สามารถตอบสนองความต้องการ คือ ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจ ความกลัว ความหวัง ฯลฯ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับและการเลือกเปิดรับสื่อลักษณะดังกล่าวจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ เป็นต้น

Defleur. (1966; อ้างอิงจาก ปรมะ สตะเวทิน. 2533. หน้า 178-181) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างเกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน ทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟออร์เกี่ยวกับเรื่องนี้มีดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory)

เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกัน เช่น ทักษะสติ ค่านิยมและความเชื่อ ทำให้คนสนใจในการเปิดรับข่าวสาร หรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล มีดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบส่วนบุคคล

- ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้ มนุษย์ซึ่งถูกชุปเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันออกไป

- การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อที่รวมกันเป็นลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

- ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

Schramm. (1973: 120; อ้างอิงจาก พีระ จิระโสภณ. 2541. หน้า 256) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกเปิดรับข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการประเมินถึงปัจจัยในการใช้ความพยายามว่าควรใช้น้อยที่สุด (Least effort) และได้รับผลตอบแทนที่ได้รับว่ามากที่สุด (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสาร หรือผู้รับสารจะเลือกข่าวสารที่ต้องการมากน้อยเพียงใด ย่อมจะเป็นสัดส่วนกับความพยายาม (หรือแรงจูงใจรูปแบบอื่น) ที่จะใช้ไปเพื่อให้ได้รับข่าวสารนั้นๆ

Schramm. (1973: 121-122; อ้างอิงจาก พีระ จิระโสภณ. 2541. หน้า 267-273) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์

เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุประสงค์ของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร

เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวสารอีกตัว จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3. ภูมิหลังแตกต่างกัน

ทำให้ความสนใจต่างกัน ธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ตนไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่าง หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุประสงค์ของหรือเรื่องราวต่างๆ

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม

เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคลและตัวชี้พฤติกรรมเป็นกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของคนมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล ผู้ที่มีสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ประสาทสัมผัสทุกอย่างจะทำงานได้อย่างปกติและอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกายและประสาทสัมผัส

6. บุคลิกภาพ

ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์

สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทักษะคิด

จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้รับด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีต่อผู้รับสาร

McCombs and Becker. (1979: 134-135; อ้างอิงจาก ประมะ สตะเวทิน. 2533. หน้า 145) ยังได้กล่าวไว้ว่า คนเราเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เนื่องจาก

1. เห็นว่าเนื้อหาสารนั้นมีประโยชน์ต่อตนเอง

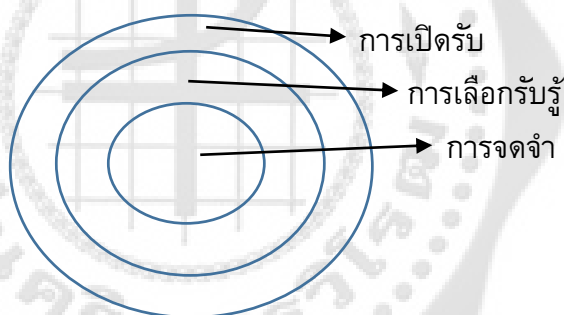
2. ความสนใจในหัวข้อหรือเนื้อหาสารนั้นๆ หรือความสำคัญของหัวข้อนั้นๆ ต่อตนเอง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยด้านโฆษณา ได้ให้การศึกษาในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Levels of Media Consumption) และความชอบในตัวสื่อ (Media Preference) เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่จะวัดในส่วนของ “ความถี่” (Frequency) และความตั้งใจ (Recency) ซึ่ง “ความถี่” จะหมายถึงว่าผู้รับสารใช้สื่อบ่อยแค่ไหน ส่วน “ความตั้งใจ” จะหมายถึงว่าผู้รับสารได้ทำอะไร

จากทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ของ แซมมวล เบคเกอร์ ที่ได้กล่าวไว้ว่าการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เช่น การแสวงหาข้อมูล การเปิดรับข้อมูล และการเปิดรับประสบการณ์ ส่วนปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การเปิดรับสารของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไปคือ มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารหรือผู้บริโภคที่อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยปัจจัยที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การเปิดรับสารของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไปคือ ความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น ประสบการณ์ การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้ความสนใจต่างกัน การศึกษาและสภาพแวดล้อม ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของคน บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารอาจทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้อีกทั้งทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมที่มีต่อเมื่อผู้รับสารเห็นว่าเนื้อหาสารนั้นมีประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีนี้มาใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับผู้รับสารในแต่ละระดับว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ข่าวสารจะทำให้มนุษย์มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ทันท่อเหตุการณ์ นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มนุษย์ใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในภาวะที่ไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ความต้องการข่าวสารก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น ข่าวสารมีที่มาจากหลายแหล่งด้วยกัน ขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์เลือกที่จะรับข่าวสารเรื่องนั้นๆ จากแหล่งใด (เจนิสตาร์ รักษ์สิริโสภา. 2553: 24)

แอตคิน (อ้างอิงจาก พีระ จิระโสภณ. 2541: 637) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัย ทันท่อเหตุการณ์กว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย ในการรับรู้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ขั้นตอน ภาพประกอบ 2 และรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบ 2 กระบวนการเลือกสรรการรับรู้ข่าวสาร

ที่มา: พีระ จิระโสภณ. (2541). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. หน้า 637.

1. การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งโดยบุคคลมักแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้นจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ดังที่ เฟสติงเจอร์กล่าวไว้ในทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance)

2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้วจะตีความหมายตามความเข้าใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย สภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนในขณะนั้น เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการและทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า บุคคลต่างๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่างกันไป ได้แก่ ความเหงา ทั้งนี้เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม และต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น ความอยากรู้ อยากเห็น เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณใน ความต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประโยชน์ใช้สอย โดยได้รับรู้ ข่าวสาร เพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจจะได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

ธนวดี บุญลือ. (2541: 480; อ้างอิงจาก Klapper. 1967. The Effect of Mass Communication. p.49) สรุปว่า โดยทั่วไปแล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับเนื้อหาที่สอดคล้องกับ ทักษะคติและความสนใจที่มีอยู่ และจะหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทักษะคติกับความสนใจของตน เช่นเดียวกับไรท์ ที่กล่าวว่า คนจะเลือกรับสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาที่เขาคิดว่าน่าสนใจที่สุดและจะ พึงสนใจเมื่อสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเห็นเดิมของตนที่มีอยู่

นอกจากนั้นแอตคิน (เสรี วงษ์มณฑา. 2541: 639; อ้างอิงจาก Atkin. 1973. Anticipated Communication and Mass Media International, unpagged) กล่าวว่าบุคคลจะเลือกรับข่าวสาร จากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน (Reward Value) กับ การลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือ ผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น แอตคินยังได้ชี้ให้เห็นอีกด้วยว่า การแสวงหาข่าวสารหรือ ความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิง

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองไม่เห็นความสอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับ ระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) และโดยเฉพาะถ้าเป็นสิ่งที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ ความแน่ใจสูง

2. การมองไม่เห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคล ขณะนั้น บนความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของ ปัจเจกบุคคลขณะนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

อย่างไรก็ตามในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นยังมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการ เปิดรับสื่อมวลชน คือ (พีระ จีโรโสภณ. 2541: 637)

เลือกเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาและรายได้ ซึ่งผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับสาร จะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น คือ การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ การเลือกจดจำ โดยทั่วไปแล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับเนื้อหาที่สอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่มีอยู่ และจะหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติกับความสนใจของตน คนจะเลือกรับสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาที่เขาคิดว่าน่าสนใจที่สุดและจะพึงสนใจเมื่อสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเห็นเดิมของตนที่มีอยู่ บุคคลจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนกับการลงทุนลงแรง และพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น อย่างไรก็ตามในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นยังมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสื่อมวลชน ปัจจัยด้านบุคลิกภาพส่วนบุคคล จากที่กล่าวมาแล้วในกระบวนการเลือกรับข่าวสารต่างๆ ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ คือ ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน การประเมินสาระประโยชน์ข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของตน ภูมิหลังที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีความสนใจต่างกัน การศึกษาและสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับทางข่าวสารต่างกัน บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ พฤติกรรมของผู้รับสารรวมถึงทัศนคติ และเห็นว่าเนื้อหาสารนั้นมีประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้นผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการเลือกรับข่าวสารมาวิเคราะห์กับระดับทางสังคมของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

5. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของความพึงพอใจได้เป็นสังเขป ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525: 557) ให้ความหมายของคำว่า พอใจว่าหมายถึง สมใจ ชอบ เหมาะ

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2544: 19) “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ความหมายโดยทั่วไปคือ “ระดับความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

ความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ “Consumer satisfaction” ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามเป็น 2 นัย คือ

1. ยึดสถานการณ์ การซื้อเป็นหลัก “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อ”

2. ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง”

สำหรับความหมายที่พบใช้อย่างแพร่หลาย โอลิเวอร์ (Oliver) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึงภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ” ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก ที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีกว่าความคาดหวังของลูกค้า” “ความไม่พอใจ” หมายถึง ภาวะการที่แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 45) ความพึงพอใจ เป็นระดับของความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์ของคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added)

Morse (1958: 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์ในการซื้อหรือใช้บริการที่รับตรงกับสิ่งที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่คาดหวัง เป็นภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก

Maslow (2000: 80-81) เป็นนักจิตวิทยา ได้สร้างทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์ได้กล่าวไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงตามความสำคัญจากความต้องการต่ำสุดไปจนถึงความต้องการของมนุษย์สูงสุด โดยบุคคลจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับ

ต่ำกว่า ก่อนที่ความต้องการระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองจนเกิดความพอใจขึ้นมา ความต้องการใหม่และระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น และบุคคลจะถูกจูงใจให้ทำการตอบสนอง เมื่อความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการใหม่จะเกิดขึ้น ถ้าความต้องการระดับล่างที่ได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้ว เกิดกลับมาไม่พอใจอีกครั้งบุคคลก็จะหันมาตอบสนองความต้องการในระดับดังกล่าวอีก ซึ่งได้ลำดับความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำไประดับสูงได้ 5 ชั้น (Hierarchy of Needs) ดังนี้

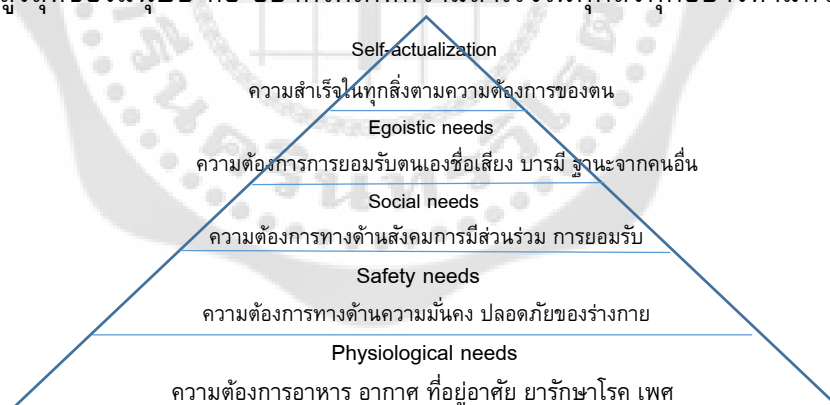
ระดับที่ 1 Physiological needs ความต้องการพื้นฐานเพื่อการอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการ อาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

ระดับที่ 2 Safety needs ความต้องการทางด้านความมั่นคงและปลอดภัย ส่วนมากเกี่ยวกับความปลอดภัยของร่างกาย

ระดับที่ 3 Social needs ความต้องการทางด้านสังคม เป็นความต้องการด้านความรัก ความพอใจ การมีส่วนร่วมและการยอมรับ

ระดับที่ 4 Egoistic needs ความต้องการที่สะท้อนให้เห็นความต้องการของบุคคลเกี่ยวกับการยอมรับตนเองและความต้องการชื่อเสียง เกียรติศักดิ์ บารมี ฐานะ เป็นที่ยอมรับนับถือจากคนอื่น

ระดับที่ 5 Self-actualization ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ คือ อยากให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความต้องการของตน



ภาพประกอบ 3 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)

ที่มา: มาสโลว์ (Maslow. 2000: 80-81)

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory)

เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร แคทซ์ บลัมเบอร์ และกูริวิทซ์ (แสงรพี ภัทรกิจกุล ธร. 2543: 38; อ้างอิงจาก Katz; Blumber and Gurevitch. 1974. The Used of Mass Communication. Unpaged) โดยเห็นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทสื่อและเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการ (Needs) ของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อนั้น ผู้รับสารจะดูในแง่ที่ว่าตนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น ยังต้องการการตอบสนองประโยชน์และความพึงพอใจของตนอีกด้วย

การศึกษาในแนวการใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเน้นความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาทฤษฎีนี้จึงเน้นความต้องการและสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ อธิบายว่า ในการสื่อสารแต่ละครั้งจำเป็นอย่างยิ่งที่ควรเตรียมสารและเตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่ตั้งไว้ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ในการให้ข่าวสาร เพื่อให้ความรู้หรือการศึกษา เพื่อชักจูงหรือให้ความบันเทิง ดังนั้น เพื่อสามารถเตรียมสารและสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการวิเคราะห์ผู้รับสาร

กลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสารได้แก่ แคทซ์ บลัมเบอร์ และกูริวิทซ์ (พีระ จิระโสภณ. 2541: 634-635; อ้างอิงจาก Katz; Blumber and Gurevitch. 1973. Utilization of Mass Communication. unpagged)

1. ความต้องการของผู้รับสารโดยทั่วไปแล้วของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบไปด้วย

- 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยมของตน
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร

2.1 อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมบุคคลที่อายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อเปลี่ยนไปเมื่อตนมีอายุมากขึ้น

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อนและมองโลกในแง่ดี มากกว่าคนที่มีอายุมาก สำหรับคนที่มีอายุมากมักอนุรักษ์นิยมถือการปฏิบัติระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องมาจากคนที่มีอายุมากมักมีประสบการณ์ชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคปัญหาต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย นอกจากนั้นโดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป มีความสนใจในข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นอายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้นักบุคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนโยน หรือเจ้าอารมณ์ถูกชักจูงได้ง่ายและหยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง

2.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2.4 การศึกษา เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง สามารถเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านั้น ดังนั้นผู้ส่งสารจึงตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำและบริการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์ ในขณะที่ตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่าดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่างๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

เสรี วงษ์มณฑา. (2545: 6) ได้ทำการศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจมีข้อสรุปที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ดังนี้

1. มนุษย์สนใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดูหรือฟัง มนุษย์มีการเลือกและการหลบหนีข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมาย (Goal-Directed)
3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ กัน

การวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเริ่มขึ้นจาก เฮร์ซอก (รัฐฎา ขวัญดี. 2544: 38; อ้างอิงจาก Herzog, 1944. What do we really know about daytime serial listeners. unpagged) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านรับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ขณะเดียวกันการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารเริ่มส่อเค้าให้เห็นว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้ การค้นพบครั้งนี้เป็นแนวทางให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น แต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่าผู้รับเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของความต้องการของตน ทำให้เกิดการวางแนวคิดใหม่ ซึ่งถือว่าการสื่อสารนั้น ผู้รับสารคือตัวจักรสำคัญในการตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลักและได้รับการสนับสนุนเป็นจริงเป็นจังจากการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

ต่อมา แคทซ์ บลัมเบอร์และกูริวิทซ์ (พีระ จิระโสภณ. 2541: 635; อ้างอิงจาก Katz, Lumber and Gurevitch. 1973. Utilization of Mass Communication. unpagged) ได้ศึกษาทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลที่เก็บจากผู้ใช้อ่าน งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการสำรวจขั้นพื้นฐานและความพยายามที่ประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใดๆ เนื่องจากเป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่มีการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจและเป็นต้นแบบของงานวิจัยในแนวนี้นี้ แคทซ์และคนอื่นๆ ได้สร้างมาตรวัด

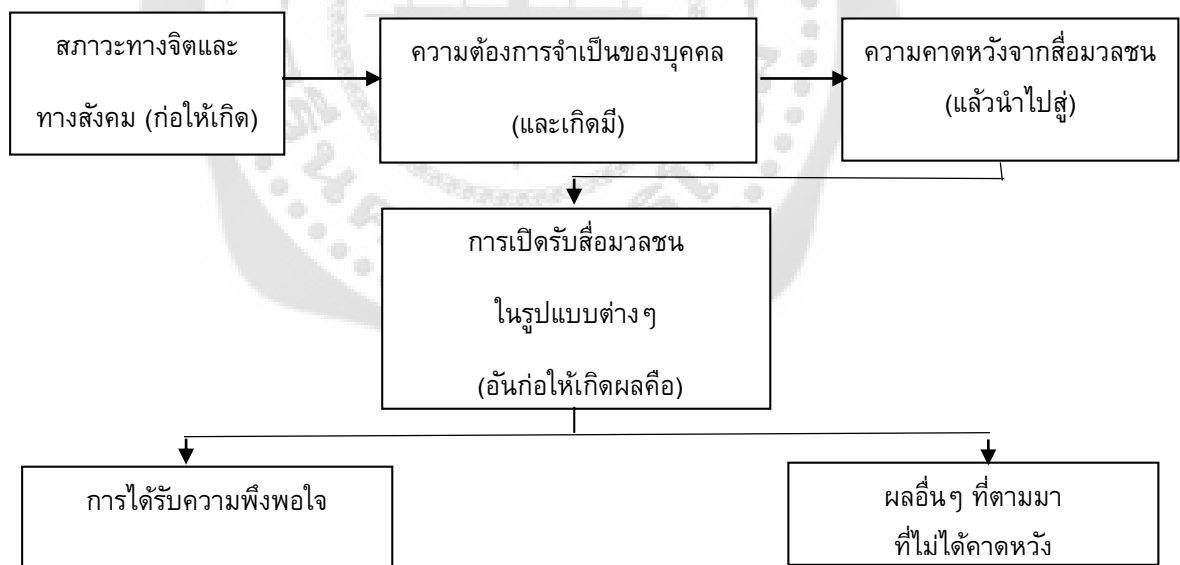
ความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ องค์ประกอบทั้ง 3 ดังกล่าว ได้แก่

1. รูปแบบ (Mode) คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น ต้องการให้ลดน้อยลง ต้องการให้ได้มา

2. การติดต่อ (Connection) คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้ การติดต่อเพื่อความสนใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. สิ่งอ้างอิง (Reference) คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่ ตนเอง ครอบครัว เพื่อนฝูง สังคม รัฐบาล ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมโลก สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้งสามส่วนที่กล่าวนี้ แคทซ์ได้สร้างข้อความสนองความต้องการของบุคคลขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่างๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจได้โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจได้ดังภาพประกอบ 4 (พีระ จิระโสภณ. 2541: 635)



ภาพประกอบ 4 แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ที่มา: พีระ จิระโสภณ. (2541). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. หน้า 635.

แบบจำลองที่แคทซ์และคนอื่นๆ สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ ดังนี้ คือ สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกัน และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันออกไปด้วย คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้อาจยกเป็นตัวอย่างให้เห็นในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ความต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัยเพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นและมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากโทรทัศน์ ฟังข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ คือ เป็นผู้รอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกวันนี้ อาจมีผลอื่นๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

นอกจากนี้ แมคคอมส์และแบคเคอร์ (รัฐฎา ขวัญดี. 2544: 245-46; อ้างอิงจาก McCombs and Backer. 1979. The Television Audience, A Revised Perceived in Sociology of Mass Communication. pp.51-52) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อเพื่อความพอใจและความต้องการว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อความ ต้องการ ดังนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรเรียนรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ความต้องการการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. ความต้องการเสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

คิฟแพ็ค และเมอร์เรย์ (แสงรพี ภัทรกิจกุลธร. 2543: 34; อ้างอิงจาก Kippax and Murray. 1980. Using the Mass Media Gratification and Perceived Utility. pp.355-359)

ได้เพิ่มเติมเรื่องการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและนำความคิดเห็นของแคทซ์ไปศึกษาด้วยจุดประสงค์ของการศึกษา คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจและการใช้สื่อมวลชนกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคืออายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยคืออายุตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่งเพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยใช้ข้อมูลต่างๆ ที่สนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุและภาพยนตร์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีเป้าหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของคิฟแพ็คและเมอร์เรย์สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย นอกจากนี้ เวเนอร์ (Wenner. 1985. pp.171-193) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation Gratifications) เพื่อการอ้างอิงเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสารหรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

2. เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่นการนำเสนอข้อมูลไปใช้ในการสนทนาหรือใช้ข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratifications) หรืออ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4. กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์เพื่อปกป้องตนเอง (Para-Orientation Gratifications) เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งไม่พึงพอใจอย่างอื่น

จากทฤษฎีดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อของบุคคลเป็นไปเพื่อประโยชน์ เน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อ และเน้นเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการ (Needs) ของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเองเป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อนั้นผู้รับสารจะดูในแง่ที่ว่า ตนต้องการอะไร จากสื่อสารประเภทไหนและสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร โดยทั่วไปแล้วการเปิดรับของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมของตน ต้องการประสบการณ์ใหม่ ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร โดยมีความแตกต่างของผู้รับสาร เช่น อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม ดังนั้นอายุจึงเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่แตกต่างกัน การศึกษาความตั้งใจและประสบการณ์ ความคาดหวังและความพึงพอใจ การรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วยการใช้สื่อมวลชนกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษาเป็นดังนี้ ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้อ้อย่างมีเป้าหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย นอกจากนี้ การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) ได้แบ่งความพึงพอใจ เช่น การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์เพื่อปกป้องตนเอง นอกจากนี้ยังสามารถแบ่ง

วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร ได้ดังนี้ เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ เพื่อการตัดสินใจ เพื่อการพูดคุยสนทนา และเพื่อความบันเทิง ซึ่งผู้วิจัยได้นำทฤษฎีความพึงพอใจและ วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารมาวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจที่มีจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F ของผู้อ่านแต่ละระดับว่ามากน้อยเพียงใด และศึกษาถึงวัตถุประสงค์ในการเปิดรับ ข่าวสารว่าผู้อ่านนำไปใช้ในประเด็นใดบ้าง

6. ประวัติหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F (Monday to Friday)

บริษัท โปสท์ พับลิชซิง จำกัด (มหาชน) เป็นผู้พิมพ์และจำหน่ายหนังสือพิมพ์บางกอก โปสท์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ หนังสือพิมพ์โพสท์ทูเดย์ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ ธุรกิจรายวันภาษาไทย สตีวเดนท์ วีคลี่ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษรายสัปดาห์นำเสนอ ความบันเทิงและบทความที่น่าสนใจช่วยเพิ่มทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียน นิสิต นักศึกษา และผู้อ่านทั่วไป และ M2F หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย แจกจ่ายโดยตรงแก่ คนทำงานในกรุงเทพมหานคร

บริษัท โปสท์ พับลิชซิง ได้เปิดตัวหนังสือพิมพ์ M2F เมื่อวันอังคารที่ 11 ตุลาคม 2554 ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยแจกฟรี หนังสือพิมพ์ M2F มียอดพิมพ์จำนวน 400,000 ฉบับ ต่อวันและแจกจ่ายไปยังจุดแจกประมาณ 200 จุดใจกลางกรุงเทพมหานคร รวมถึงสถานี รถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดิน ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เพื่อเป็นการขยายฐานและการเข้าถึงสื่อของ กลุ่มโฆษณาและผู้อ่านรายใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง การขยายตัวอย่างรวดเร็วของประชากร วัยทำงานในเขตเมืองของกรุงเทพมหานคร ประสานกับการเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ที่รวดเร็วและ ซับซ้อนยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มประชากรนี้เป็นเป้าหมายหลักสำหรับการโฆษณาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ กลุ่มคนทำงานจำนวน 2.5 ล้านคนนี้คุ้นเคยกับการรับข่าวสาร ฟรีทางออนไลน์ และไม่ใช่อ่านหนังสือพิมพ์อ่านเป็นประจำ

หนังสือพิมพ์ M2F มีขนาดกะทัดรัด ออกทุกวันจันทร์ถึงวันศุกร์ 5 วันต่อสัปดาห์ ยกเว้น วันหยุดนักขัตฤกษ์ วาง ณ จุดแจกจ่ายกว่า 200 จุดทั่วกรุงเทพมหานครชั้นใน จุดแจกจ่าย หลักๆ ได้แก่ สถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสและสถานีรถไฟใต้ดินเอ็มอาร์ที อาคารสำนักงานใหญ่ๆ จุดต่อรถขนส่งมวลชน ชิปปิ้งมอลล์และสถานที่อื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่มประชากร กลุ่มเป้าหมาย ด้วยยอดพิมพ์ที่ได้รับการรับรองจำนวน 400,000 ฉบับต่อวัน หนังสือพิมพ์ M2F จึงเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร โดยมีจำนวนหน้า 24 หน้า เพื่อให้ ผู้อ่านได้รับข่าวสารทันเหตุการณ์ กระชับและรวดเร็ว ซึ่งประกอบด้วยเรื่องน่ารู้ ข่าวต่างประเทศ ข่าวทั่วไป บันเทิง กีฬา การเมือง เศรษฐกิจ ที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับชีวิตของคนทำงาน ในเมืองผู้ทันสมัย หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ยังมีส่วนปลุกย่อยเกี่ยวกับการทำงานและไลฟ์สไตล์ ซึ่งให้ข้อมูลที่จำเป็นครอบคลุมเรื่องกิน-ดื่ม การท่องเที่ยว ชีวิตในที่ทำงาน งานอาชีพและแฟชั่น

ยิ่งกว่านั้นผู้ที่อ่านเป็นประจำทุกวันยังสามารถอัปเดตข่าวทันใจจากเวดจ์บนแท็บทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นับตั้งแต่หนังสือพิมพ์ M2F ออกสู่ตลาดได้กลายเป็นแบรนด์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วหนึ่งในแง่ของการตระหนักถึงการอุปโภคและการบริโภคในกรุงเทพมหานคร ได้รับการตอบรับต่อกิจกรรมและข่าวสารทางการตลาดอย่างสูงและสร้างผลการดำเนินงานที่ดีได้รวดเร็ว ทั้งในแง่จำนวนผู้อ่าน เนื้อหาสาระ ความพึงพอใจและการตอบรับของผู้อ่านจากการโฆษณาและส่งเสริมการขาย

หนังสือพิมพ์ได้จัดให้มีการตรวจสอบยอดพิมพ์และแจกหนังสือพิมพ์โดยสถาบัน Hong Kong Audit Bureau of Circulation (HK ABC) เพื่อรับรองจำนวนพิมพ์และแจกจ่าย ซึ่งมีจำนวน 400,000 ฉบับต่อวัน โดยใช้หลักเกณฑ์การตรวจสอบหนังสือพิมพ์ประเภทแจกจ่ายฟรี ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และผลการตรวจสอบครั้งแรกประมาณเดือนพฤษภาคม 2555 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับการประกาศผลการสำรวจผู้อ่านของเนลสัน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในการขายโฆษณา ดิสเพลย์ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าโฆษณาที่ไม่ได้ลงโฆษณากับหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์ เช่น กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มประเภทไม่มีแอลกอฮอล์ สินค้าอุปโภค ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจการค้าขนาดใหญ่ ธุรกิจแฟชั่น ธุรกิจรถยนต์ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และคอนโดมิเนียม ตามเส้นทางรถไฟฟ้า ธนาคารและบริการทางการเงินต่างๆ

จากการที่หนังสือพิมพ์ M2F เป็นที่ยอมรับอย่างรวดเร็วในกลุ่มของคนทำงานในกรุงเทพมหานคร บริษัทได้ปรับปรุงระบบหางานทางเว็บไซต์โดยเปิดรับลงโฆษณาหางานในหน้า M2FJob ร่วมกับเว็บไซต์ M2FJob.com ในปี 2555 ซึ่งทั้งผู้ต้องการสมัครงานและบริษัทที่ต้องการจ้างงานได้รับประโยชน์อย่างสูงจากการลงประกาศโฆษณาในหนังสือพิมพ์ M2F รวมถึงการลงเผยแพร่ในเว็บไซต์ M2FJob.com ประกอบกัน

นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ M2F ยังมีการจัดงาน M2F Smart Vote สำหรับพนักงานในบริษัทต่างๆ ได้ร่วมสนุกและงาน M2F Songkran Festival เพื่อความสนุกสนานของครอบครัว กิจกรรมพิเศษทั้งหมดได้รับความสำเร็จ เพิ่มรายได้ให้บริษัทและช่วยสร้างสายสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งระหว่างผู้อ่านและผู้โฆษณา

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวมผลงานวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวคิดในการศึกษา ดังต่อไปนี้

งานวิจัยในประเทศ

ธนกฤต โตรักตระกูลและดร.พีรพงษ์ พุศิริ (2555: 134-138) ได้วิจัยเรื่อง “กระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้นสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างและไม่แตกต่างกันในสัดส่วนที่เท่ากันหรือประเภทละ 3 ด้าน พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า ประเภทวัสดุตีพิมพ์ที่รับรู้ข้อมูลข่าวสาร เหตุผลในการอ่านข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ประเภทข่าวในหนังสือพิมพ์ที่ชอบ ยี่ห้อหนังสือพิมพ์ ระยะเวลาที่ใช้อ่านหนังสือพิมพ์ต่อครั้ง ระยะเวลาโดยรวมที่ใช้อ่านหนังสือพิมพ์ต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้อ่านหนังสือพิมพ์ สถานที่ที่ใช้อ่านหนังสือพิมพ์ จำนวนบุคคลที่ร่วมอ่านหนังสือพิมพ์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ แหล่งที่ซื้อหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ทุกด้านแตกต่างกัน ปัจจัยด้านตัวสื่อหนังสือพิมพ์แจกฟรี มีความสัมพันธ์กับกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า องค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ ประเภทของหนังสือพิมพ์ ปัจจัยด้านการแจกจ่ายที่ครอบคลุมและทั่วถึงและปัจจัยด้านตัวสื่อหนังสือพิมพ์แจกฟรี มีความสัมพันธ์กับกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พัทธนันท์ เกศทิน (2557: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2557) ได้วิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F” พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของคนเมืองทั้งหมด แสดงความเห็นไปในทิศทางเดียวกันในเชิงบวกเกี่ยวกับรูปลักษณ์ที่ย่อส่วนลงจากขนาดหนังสือพิมพ์ทั่วไป การนำเสนอเนื้อหาที่กระชับของหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F กลับมีความน่าสนใจว่าหนังสือพิมพ์หัวสีฉบับใหญ่ๆ ที่มีปริมาณมาก พฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดจากการศึกษา พบว่ากลุ่มผู้รับสารไม่ได้ใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์เพื่อต้องการรายละเอียดเชิงลึกของเหตุการณ์อย่างในอดีต แต่มีการบริโภคข่าวสารเพียงเพื่อต้องการทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ให้ความบันเทิงและขยายขอบเขตสังคม ปัจจุบันหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ให้ความสำคัญกับการใช้พื้นที่โฆษณาในสัดส่วนที่มากกว่าการให้ความสำคัญกับเนื้อหา

แต่ความพึงพอใจโดยรวมต่อรูปลักษณะซึ่งรวมถึงขนาด การใช้สีหรือตัวอักษรในการนำเสนอ นั้นมีความเหมาะสมแล้ว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างยังให้ความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อการพัฒนาหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ในอนาคตเพื่อตอบสนองความต้องการของตน อาทิ การลดโฆษณา ลง การนำเสนอเนื้อหาที่เจาะลึกละเอียดมากขึ้น การเลือกนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่าง แปลกใหม่ กว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไปในท้องตลาด การนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวกับเรื่องใกล้ตัวคนเมืองเพิ่มขึ้น เพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงหรือการเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เพื่อช่วยเหลือสังคม เป็นต้น

พรนัย พันธูพิณี และ อริชัย อรรถอุดม (2557: 8-10) ได้วิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชากร ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า พฤติกรรม การเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ของประชากร ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสรุปได้ว่า พฤติกรรม การเปิดรับนิตยสารแจกฟรีและ นิตยสารทั่วไปมีลักษณะใกล้เคียงกันทั้งลักษณะการอ่าน เวลาในการอ่าน การติดตามอ่าน หรือ เหตุผลในการเลือกอ่านนิตยสาร เป็นต้น ทั้งนี้ ในปัจจุบันนิตยสารแจกฟรีมีการพัฒนาทั้งรูปแบบ การจัดเล่ม ตัวอักษร สี การออกแบบ รวมทั้งเนื้อหาไม่แตกต่างกับนิตยสารทั่วไปนัก แต่ก็ยังมี พฤติกรรม การเปิดอ่านที่แตกต่างกันในส่วนของเวลาที่ใช้อ่านนิตยสาร เนื่องจากนิตยสารแจกฟรี มีจำนวนหน้าที้น้อยกว่านิตยสารทั่วไปมาก ดังนั้น ผู้อ่านจึงใช้เวลาไม่นานในการอ่านและ สามารถอ่านได้ทุกสถานที่ การใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสรุปได้ว่า การใช้ประโยชน์ในการอ่านนิตยสารแจกฟรีและ นิตยสารทั่วไปมีการใช้ประโยชน์เหมือนกัน เพียงแต่นิตยสารทั่วไปเป็นนิตยสารที่มีการนำเสนอ เนื้อหาเฉพาะกลุ่ม เช่น นิตยสารสำหรับผู้หญิงก็จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความสวย ความงาม แฟชั่น เป็นต้น ในขณะที่นิตยสารแนวสุขภาพอนามัยจะให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ การดูแลป้องกันตนเอง เป็นต้น นอกจากนี้ นิตยสารทั่วไปยังนำเสนอเนื้อหาแบ่งตามกลุ่มผู้อ่าน จึงทำให้ผู้อ่านนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารแต่ละฉบับนำไปใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป ในขณะที่นิตยสารแจกฟรีทำขึ้นเพื่อตอบสนองกลุ่มคนส่วนมากในสังคม คือ กลุ่มคนทำงานและ ตอบสนองกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบของคนเมืองที่ไม่ค่อยมีเวลาอ่านเรื่องยาว ๆ หลาย ๆ เรื่อง จึงเน้น เป็นนิตยสารที่มีรูปภาพสวยงาม สะดุดตา เนื้อหาน้อย แต่พิมพ์บ่อย เนื้อหาในนิตยสารแจกฟรี ไม่ต่างกับนิตยสารทั่วไป คือ มีทั้งเรื่องของผู้ชาย ผู้หญิง เรื่องของคนวัยทำงาน การท่องเที่ยว อาหาร การดูแลสุขภาพ รวมทั้งการ์ตูน เป็นต้น ดังนั้น ผู้อ่านนิตยสารแจกฟรีก็สามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้เช่นเดียวกับผู้อ่านนิตยสารทั่วไป คือ ใช้อ่านเพื่อผ่อนคลายความเครียด ฆ่าเวลา อ่านเพื่อให้ได้ความรู้ เป็นต้น ความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชากรใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นิตยสาร a day BULLETIN มีเนื้อหาที่ครอบคลุม วิธีการดำเนินชีวิตของคนกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง ตั้งแต่เรื่องภายในบ้าน จนถึงเรื่องภายในที่ทำงาน ดังนั้น ผู้อ่านนิตยสาร a day BULLETIN จึงสามารถนำข้อมูลไป

ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเอง ทำให้ผู้อ่านมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการอ่านนิตยสาร a day BULLETIN อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ นิตยสารแจกฟรีเป็นนิตยสารที่ส่งตรงถึงผู้อ่านโดยที่ผู้อ่านไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ดังนั้น ผู้อ่านจึงสามารถเปิดรับข้อมูลได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ จึงทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีไม่แตกต่างจากนิตยสารทั่วไป

สุนทรรัตน์ ปานรัตน์ (2557: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรี (FREE COPY)” พบว่า ผู้อ่านนิตยสารแจกฟรีเป็นเพศหญิงร้อยละ 66.50 เพศชายร้อยละ 33.50 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี และกว่าครึ่งมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยรวมต่ำกว่า 3,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นโสด และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ผู้อ่านนิยมอ่านนิตยสารคอมพิวเตอร์โดย มักอ่านขณะอยู่ในร้านอาหาร (ร้อยละ 71.50) ใช้เวลาในการอ่านต่อครั้งน้อยกว่า 30 นาที และอ่านเฉพาะบางคอลัมน์เท่านั้น (ร้อยละ 82.50) โดยคอลัมน์แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากที่สุด ทั้งนี้ราว 7 ใน 10 คน ไม่เก็บนิตยสารแจกฟรีไว้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีระดับมากในภาพรวมคือ ด้านการเปลี่ยนแปลง/พัฒนากระบวนการผลิตได้แก่ การปรับเนื้อหาให้มีความเข้มข้นมากขึ้น ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้แก่ ภาพถ่ายที่ชัดเจน ด้านความมีเอกลักษณ์ ได้แก่ เนื้อหาดึงดูดใจ ด้านความสร้างสรรค์ ได้แก่ นำเสนอเรื่องจริง ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ภาพลักษณ์แสดงออกถึงความเป็นไทย ด้านความสะดวกสบาย ได้แก่ หาหียบได้ง่าย และด้านการสื่อสารกับผู้อ่านได้แก่ เนื้อหาสื่อสารได้ชัดเจน ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ได้แก่ หาหียบได้ง่าย ภาพถ่ายชัดเจน และเนื้อหาดึงดูดใจ นำอ่าน ส่วนปัจจัยที่อิทธิพลน้อย 3 อันดับสุดท้ายได้แก่ ติดต่อนิตยสารได้ง่าย ความคิดเห็นได้รับการตอบรับจากบรรณาธิการ และมีการใช้ภาษาท้องถิ่นที่เข้าใจง่ายตามลำดับ ภาพรวมการใช้ประโยชน์นิตยสารแจกฟรีของผู้อ่าน ได้แก่ เพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน เพื่อหาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อแนะนำร้านค้าใหม่ ๆ ให้กับคนรู้จัก และเพื่อครอบครองนิตยสารไว้อ่านเพิ่มพูนความรู้ตนเอง นอกจากนี้ผู้อ่านยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนิตยสารแจกฟรีในด้านรูปเล่มว่าควรมีขนาด A4 หนาประมาณ 80 หน้า แบบหน้าปกควรเปลี่ยนไปทุกฉบับ พิมพ์สีแบบ 2 ภาษา (ไทย-อังกฤษ) ทุกหน้า ปกหน้า-หลังควรเป็นกระดาษอาร์ตการ์ด ส่วนกระดาษเนื้อด้านในควรเป็นกระดาษปรู๊ฟ ทั้งนี้เนื้อหาและการนำเสนอควรทันสมัยและเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของวงการแฟชั่น สุขภาพและความงาม

จินดารา อุดมสิน (2551: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้อ่านบทวิเคราะห์การเมืองของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและข่าวสด” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า เพศ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้มีพฤติกรรมการอ่านแตกต่างกัน

เพศและอาชีพที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากบทวิเคราะห์ต่างกัน และเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบทบาทของหนังสือพิมพ์ด้านการเมืองแตกต่างกัน และผลการวิจัยยังพบว่าพฤติกรรมการอ่านไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากบทวิเคราะห์

จุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปรกรณ์ (2551: 136; 2551: 148) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้นิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มาอ่านโดยอ่านในสถานที่ที่มีนิตยสารวางแจกอยู่ ไม่ได้หยิบนำติดตัวไป โดยได้จากร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือบาร์ รองลงมาคือจากโรงแรมหรือที่พัก มีความถี่ในการเปิดรับ 2-3 ครั้ง รองลงมา คือ มากกว่า 5 ครั้ง ยี่ห้อนิตยสารที่เปิดรับส่วนใหญ่ คือ Citylife รองลงมา คือ ยี่ห้อ Art & Culture ส่วนยี่ห้อนิตยสารที่ชื่นชอบที่สุด คือ Citylife รองลงมา คือ ยี่ห้อ Art & Culture เหตุผลที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ คือนิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ รองลงมาคือ อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความเพลิดเพลิน วัตถุประสงค์ในการเปิดรับนิตยสาร คือ ต้องการความบันเทิง เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย และมีวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับ คือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับ คือ ตัวเอง ช่วงเวลาที่เปิดรับ คือ เมื่อต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ระยะเวลาที่เปิดรับอยู่ในช่วง 11-30 นาที และมีลักษณะการเปิดรับโดยอ่านทั้งเรื่องเฉพาะเรื่องที่สนใจ ส่วนใหญ่เปิดรับเนื้อหาข่าวสารกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาด้านความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ในปัจจัยด้านคุณลักษณะของนิตยสาร ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุด คือ การหาอ่านได้ง่ายหรือความสะดวกในการได้มา และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงใหม่ต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์หรือความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสื่อได้

งานวิจัยต่างประเทศ

โรบิน, คลินและทิชเชนเนอร์. (แสงรพี ภัทรกิจกุลธร. 2543: 33; อ้างอิงจาก Robinson, Kline and Tichenor. 1972. Mass Communication and information. unpagged) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “สื่อสารมวลชนกับการใช้ข้อมูลจากสื่อ” พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันไป คือ กลุ่มที่มีความรู้สูง เป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านข้อมูลสารคดี และจะเพิ่มพูนความรู้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิด และทฤษฎีทางด้านประชากรศาสตร์ของพรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529: 312-316) และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 41) รวมไปถึงพีระจิระโสภณ (2539: 645-646; อ้างอิงจาก Defleur. 1996) ได้วิจัยศึกษาเรื่องทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบว่าด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้น มีผลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ทฤษฎีการเปิดรับสาร ได้นำแนวคิดของแซมมวล เบคเกอร์ (อ้างอิงจาก ปรมะ สตะเวทิน. 2533: 38) แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ การแสวงหาข้อมูล การเปิดรับข้อมูล และการเปิดรับประสบการณ์ ส่วนวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารของสุรพงษ์ โสชนะเสถียร (2533: 40-44) นั้นจำแนกได้ 4 ประการ คือ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลาย เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม และการผละสังคม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา 3 ด้าน คือ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม เพราะทั้ง 3 ด้าน เป็นด้านที่สื่อถึงความหมายของวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารของหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ได้อย่างครอบคลุม

ความพึงพอใจจากการอ่าน ผู้วิจัยนำมาจากแนวคิดของเวนเนอร์ (Wenner. 1985: 171-193) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม การใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล และการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์เพื่อปกป้องตนเอง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีมาทำการศึกษาว่าการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ ธนกฤต โตรักตระกูลและดร.พีรพงษ์ พุศิริ (2555: 134-138) ซึ่งวิจัยเรื่อง “กระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน” จันดารา อุดมสิน (2551: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558) ได้วิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้อ่านบทวิเคราะห์การเมืองของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและข่าวสด” พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากบทวิเคราะห์ต่างกัน โรบิน, คลีน

และทิชเชนเนอร์. (แสงรพี ภัทรกิจกุลธร. 2543: 33; อ้างอิงจาก Robinson, Kline and Tichenor. 1972. Mass Communication and information. unpagged) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “สื่อสารมวลชนกับการใช้ข้อมูลจากสื่อ” พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันไป มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบว่าลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ พัชรินทร์ เกศทิน (2557: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2557) ซึ่งวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F” พบว่า ความพึงพอใจต่อรูปลักษณ์หนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีความเหมาะสมแล้ว พรนับพัน ชูพินิจ และ อริชัย อรรถอุดม (2557: 8-10) ได้วิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีและนิตยสารทั่วไปมีลักษณะใกล้เคียงกัน นิตยสารแจกฟรีสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เช่นเดียวกับนิตยสารทั่วไป สุมณรัตน์ ปานรัตน์ (2557: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรี (FREE COPY)” พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีระดับมากคือด้านการตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน จุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ (2551: 148) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงใหม่ต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์หรือความต้องการของแต่ละบุคคลนั้นทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสื่อได้ มาใช้เป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบว่าพฤติกรรมการอ่านและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยทั้งหมดข้างต้นมาศึกษาเพิ่มเติมถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งจะทำให้สามารถตอบคำถามว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ได้อย่างไร และยังใช้เป็นแนวทางในการกำหนดชื่อเรื่อง กรอบแนวคิด การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยมาใช้ประกอบการเรียงความภูมิหลังและนำตัวอย่างแบบสอบถามของงานวิจัยเหล่านั้นมาเป็นแนวทางประกอบการสร้างเครื่องมือ แบบสอบถาม ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการนำไปวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำนวน 400,000 ฉบับ (ข้อมูลจำนวนตีพิมพ์จริงต่อวัน รับรองโดย บริษัท HK ABC)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำนวน 400,000 ฉบับ (ข้อมูลจำนวนตีพิมพ์จริงต่อวัน รับรองโดยบริษัท HK ABC) ซึ่งการหากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดโดยคำนวณจากสูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 727)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดประชากร = 400,000 คน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 หรือ 0.05 เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นที่ระดับ 95%)

แทนค่าดังนี้

$$n = \frac{400,000}{1 + 400,000(0.05)^2}$$

$$n = 399.60$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 399.60 คน

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 400 คน

ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลาก เพื่อเลือกตัวอย่างภายในกลุ่มตัวอย่างจุดที่แจกหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ทั้งหมด 19 สาย จาก 147 จุดแจก โดยจับฉลากรายชื่อแบบไม่ใส่คืน ได้ตัวอย่างทั้งหมด 19 จุด

ตาราง 1 แสดงรายชื่อจุดแจกที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
ที่มา <http://onlinemedia.idea2mobile.com> (ออนไลน์)

สาย	จุดแจก	จุดที่จับฉลากได้
R1 สุขุมวิท-อโศก	1. BTSแบร์ริง (ด้านล่าง) 2. สีแยกบางนา 3. BTSอ่อนนุช 4. BTSทองหล่อ 5. BTSพร้อมพงษ์ 6. ปากซอยสุขุมวิท 33	3.BTSอ่อนนุช
R2 สุขุมวิท-อโศก2	1. Exchange Tower 2. BTSอโศก 3. อาคารไทม์สแควร์ 4. ธนาคารกรุงไทย 5. เฟลินิจิตเซ็นเตอร์ 6. All Seasons 7. ตลาดคลองเตย	2. BTSอโศก
R3 สุขุมวิท-เฟลินิจิต	1. BTSเฟลินิจิต 2. ต้นสนทาวเวอร์ 3. โซโก้ 4. BTSสยาม 5. เซ็นทรัล เวิร์ล 6. ตรงข้ามเมโทรประตูน้ำ	4. BTSสยาม
R4 อโศก-สุขุมวิท	1. ชาญอิสระ ทาวเวอร์ 2	10. เลค รัชดา

	<ol style="list-style-type: none"> 2. ไทยซัมมิท ทาวเวอร์ 3. มศว ประสานมิตร 4. BB 5. GMM 6. พีเอส ทาวเวอร์ 7. ซิโนไทย ทาวเวอร์ 8. อาคารซีดีแบงก์ อโศก 9. ซีทีไอ ทาวเวอร์ 10. เลค รัชดา 	
R5 เพชรบุรี-พระรามเก้า	<ol style="list-style-type: none"> 1. ท่าเรือคลองตัน 2. ยูเอ็ม ทาวเวอร์ 3. รามคำแหง 4. อาคารวรสมบัติ 5. วังวานิชย์ 6. เยาว์ 7. ดีการ์เอส 8. ไทยประกันชีวิต 9. MRTเพชรบุรี 	3. รามคำแหง
R6 สนามหลวง-ท่าเรือ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ท่าเรือท่าเตียน 2. ท่าเรือท่าช้าง 3. เซิงสะพานปิ่นเกล้าฝั่งซ้าย 4. ตลาดพงษ์ทรัพย์ 5. พาต้าปิ่นเกล้า 6. รพ.ศิริราช 7. ท่าเรือศิริราช 8. ตลาดบางขุนศรี 	6. รพ.ศิริราช
R7 ถนนรัชดา-ห้วยขวาง	<ol style="list-style-type: none"> 1. บางกะปิ 2. โอลิมเปีย ทาวเวอร์ 3. ดีก ไลฟ์ รัชดา 20 4. เมืองไทยภัทร 5. เลอคองคอร์ด 6. ฟอรัม รัชดา ซอย 10 7. ทู ทาวเวอร์ 8. อาคารชานาญเพ็ญชาติ 	5. เลอคองคอร์ด
R8 พหลโยธิน	<ol style="list-style-type: none"> 1. เอเวอร์กรีน 2. พญาไท พลาซ่า 3. อาคารซีพี 3 4. อาคาร SM Tower 	4. อาคาร SM Tower

	<ul style="list-style-type: none"> 5. EXIM Bank 6. อาคารปิยะวรรณ 7. อาคารชินวัตร 2 8. BTSจตุจักร 9. การบินไทยวิภาวดี 	
R9 อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	<ul style="list-style-type: none"> 1. เซิงสะพานลอยริมคลองฝั่งก้วยเตี่ยวเรือ 2. เซิงสะพานลอยแพชั่นมอลล์ 3. เซิงสะพานลอยเซ็นเตอร์วัน 4. เซิงสะพานลอยห้างเซ็นจูรี่ 5. เซิงสะพานลอยหน้า รพ.ราชวิถี 6. เซิงสะพานลอย ท็อปราชวิถี 7. อนุสาวรีย์ อู่รถตู้ทางขึ้นทางด่วน 8. BTSอนุสาวรีย์ 9. สิริภิญโญ 10. อาคาร KSL 11. อาคารมหานครยิปซั่ม พญาไท 	8. BTSอนุสาวรีย์
R10 วิภาวดี 1	<ul style="list-style-type: none"> 1. อาคารเล่าเป็งจ้งวัน 2. อาคารชั้นทาวเวอร์ 3. ปตท. 4. กระทรวงพลังงาน 5. บริษัทตรีเพชรอีซูซุ 6. โรงแรมโซฟิเทล 7. หน้าบริษัท SCG บางซื่อ 8. MRTบางซื่อ 	7. หน้าบริษัท SCG บางซื่อ
R11 วิภาวดี 2	<ul style="list-style-type: none"> 1. ดึกข้าง 2. SCB I 3. SCB II สะพานลอย 4. ธนาคาร TMB สวนจตุจักร 5. MRTจตุจักร 6. อาคารชินวัตร 1 7. S.M.E. 8. IBM 	6. อาคารชินวัตร 1
R12R สาทรเหนือ	<ul style="list-style-type: none"> 1. ดับเบิลเอทาวเวอร์ 2. สาทรนคร 3. BTSช่องนนทรี 4. สาทรธานี 5. อาคาร AIA 6. ศูนย์อาหารข้างธนาคารทีสโก้ 	5. อาคาร AIA

	<ul style="list-style-type: none"> 7. Q House คอนแวนต์ 8. BTSสุรศักดิ์ 	
R13R สาทรใต้	<ul style="list-style-type: none"> 1. บางกอกซิติ้ 2. เอ็มไพร์ ทาวเวอร์ 3. โรงพยาบาลเซ็นหลุยส์ 4. BTSวงเวียนใหญ่ 5. สถานีรถไฟวงเวียนใหญ่ 6. ไทยศรี 7. สิ้นสาทร 8. ทำน้ำคลองสาน 	4. BTSวงเวียนใหญ่
R14 สีลม-บางรัก 1	<ul style="list-style-type: none"> 1. ตลาดรุ่งเจริญ 2. อู่รถตู้ใต้ทางด่วนพระราม 3 3. TPI 4. ITF ทาวเวอร์ 5. รพ.กรุงเทพคริสเตียน 6. อาคารธนิยะ 7. Wall street 8. ทำน้ำสี่พระยา 	4. ITF ทาวเวอร์
R15 สีลม-บางรัก 2	<ul style="list-style-type: none"> 1. MRTสีลม 2. เซ็นทรัลสีลมคอมเพล็กซ์ 3. BTSศาลาแดง 4. ลิเบอร์ตี้สแควร์ 5. ยูไนเต็ต 6. ธนาคารกรุงเทพ สีลม 7. วัดแขก (บริเวณตลาด) 8. ทำน้ำสาทร 9. BTSตากสิน 	4. ลิเบอร์ตี้สแควร์
R16 พระรามที่4	<ul style="list-style-type: none"> 1. อาคารมาลีนนท์ 2. บอสทาวเวอร์ 3. กรีนทาวเวอร์ 4. อาคารศิริรัตน์ 5. อาคารมโนรมย์ 6. ลุมพินี ทาวเวอร์ (บ่อนไก่) 7. MRTลุมพินี 8. อาคารอ้อจ้อเฮลียง 9. อับดุลราฮิม เฟลส 10. รามาแลนด์ 11. MRTสามย่าน หน้าวัดหัวลำโพง 	11. MRTสามย่าน หน้าวัดหัวลำโพง

R17 พระราม 3-อโศก	1. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สำนักงานใหญ่ 2. SV ชิตี 3. MRTสุขุมวิท 4. เสริมมิตรทาวเวอร์ 5. อโศก ทาวเวอร์ 6. อาคาร รัชภาค 7. อาคาร 253	4. เสริมมิตรทาวเวอร์
RR1 อโศก-เมืองไทยภัทร	1. อโศก 2. เมืองไทยภัทร	2. เมืองไทยภัทร
RR2 เฟลินจิต สยามสแควร์ สีลม	1. เฟลินจิต 2. สยามสแควร์ 3. สีลม-สีลมคอมเพล็กซ์ 4. สีลม-ชอยละลายทรัพย์	3. สีลม-สีลมคอมเพล็กซ์

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) คำนวณจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 คน โดยเลือกจากผู้บริโภคในจุดตัวอย่างที่สุ่มได้จากขั้นตอนที่ 1 จุดละประมาณ 21-22 คน เพื่อให้ตรงกับขนาดกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

$$\begin{aligned}
 \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจุด} &= \frac{\text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}}{\text{จำนวนจุดที่สุ่มได้}} \\
 &= \frac{400}{19} \\
 &= \text{ประมาณ 21-22 คน ในแต่ละจุด}
 \end{aligned}$$

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลตามจุดที่กำหนดจากผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนครบ 400 ตัวอย่าง

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม(Questionare) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close ended Questions) มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous question) (ข้อ 1) และหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) (ข้อ 2-6) โดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว มีจำนวนรวม 5 ข้อ โดยคำถามแต่ละข้อแสดงประเภทของข้อมูลได้ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. เพศชาย
2. เพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยการกำหนดช่วงอายุ คำนวณดังนี้

$$\text{ช่วงอายุ} = \frac{70 - 20}{5} = 10 \text{ (อ้างอิงจากงานวิจัยของอุดม เนตรรัตนากุล 2551: 36)}$$

1. อายุ 20-29 ปี
2. อายุ 30-39 ปี
3. อายุ 40-49 ปี
4. อายุ 50-59 ปี
5. ตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพการสมรส เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. โสด
2. สมรส / อยู่ด้วยกัน
3. หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 อาชีพ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

1. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
2. ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท
3. ผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อที่ 6 รายได้ต่อเดือน เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยการกำหนดช่วงรายได้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538: 8-11) คำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{30,000 - 5,000}{5} = 5,000 \text{ (อ้างอิงจากงานวิจัยของอุดม เนตรรัตนากุล 2551: 37)} \end{aligned}$$

1. 5,000-9,999 บาท
2. 10,000-14,999 บาท
3. 15,000-19,999 บาท
4. 20,000-24,999 บาท
5. 25,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ในด้านต่างๆ 3 ด้านดังนี้ คือ ด้านการแสวงหาข้อมูล 4 ข้อ ด้านการเปิดรับข้อมูล 3 ข้อ และด้านการเปิดรับประสบการณ์ 4 ข้อ รวมจำนวนทั้งสิ้น 11 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุณนาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากสูตรข้างต้นสามารถสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีการเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร ในด้านต่างๆ 3 ด้านดังนี้ คือ เพื่อการรับรู้ 3 ข้อ เพื่อความหลากหลาย 3 ข้อ และเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม 4 ข้อ รวมจำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาค (Interval scale) โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนนดังนี้

คะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากสูตรข้างต้นสามารถสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโศกวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามที่เป็นมาตราวัดแบบ Semantic Differential Scale จำนวน 3 ข้อ ซึ่งเป็นมาตราส่วนที่ใช้หลักความแตกต่างทางด้านความหมาย เพื่อให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยผู้ตอบแสดงความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับด้วยกัน ซึ่งคำถามที่ผู้ตอบจะต้องตอบ จะมีคำตอบกำหนดเอาไว้ให้ในแต่ละช่องของระดับคะแนนสูงสุด-ต่ำสุด ผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับตัวเลข (1,2,3,4,5) ให้ตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด มี 3 ข้อดังนี้

ข้อที่ 1. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

สูงกว่าที่คาดหวังอย่างมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ต่ำกว่าที่คาดหวังอย่างมาก

5 4 3 2 1

โดยแต่ละระดับของคะแนนมีความหมายดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจโดยรวมเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
5	สูงกว่าที่คาดหวังอย่างมาก
4	สูงกว่าที่คาดหวัง
3	ปานกลาง
2	ต่ำกว่าที่คาดหวัง
1	ต่ำกว่าที่คาดหวังอย่างมาก

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (มัลลิกา บุญาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากสูตรข้างต้นสามารถสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่าที่คาดหวังอย่างมาก

3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจโดยรวมสูงกว่าที่คาดหวัง
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจโดยรวมปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจโดยรวมต่ำกว่าที่คาดหวัง
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจโดยรวมต่ำกว่าที่คาดหวังอย่างมาก

ข้อที่ 2. ท่านคิดว่าการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่

คุ่มค่าอย่างมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่คุ่มค่าอย่างมาก

5 4 3 2 1

โดยแต่ละระดับของคะแนนมีความหมายดังนี้

คะแนน	ระดับความคุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ
5	คุ่มค่าอย่างมาก
4	คุ่มค่า
3	คุ่มค่าปานกลาง
2	ไม่คุ่มค่า
1	ไม่คุ่มค่าอย่างมาก

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น
ดังนี้ (มัลลิกา บุณาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากสูตรข้างต้นสามารถสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความคุ่มค่าอย่างมาก
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความคุ่มค่า
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความคุ่มค่าปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่มีความคุ่มค่า
1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่มีความคุ่มค่าอย่างมาก

ข้อที่ 3. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

พึงพอใจอย่างมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่พึงพอใจอย่างมาก

5 4 3 2 1

โดยแต่ละระดับของคะแนนมีความหมายดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจโดยรวม
5	พึงพอใจอย่างมาก
4	พึงพอใจ
3	พึงพอใจปานกลาง
2	ไม่พึงพอใจ
1	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น
ดังนี้ (มัลลิกา บุนนาค. 2537: 29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากสูตรข้างต้นสามารถสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจอย่างมาก
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจ
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ไม่พึงพอใจ
1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่พึงพอใจอย่างมาก

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ สอบถามผู้เชี่ยวชาญและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามซึ่งเกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีM2F โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเสนอแนะเพื่อนำมาแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขในข้อ 3 เสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

5. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจอีกครั้งก่อนนำไปทดลองใช้ (Try out)

6. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือ โดยทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ชุด เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา α -Coefficient ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่ามีระดับความเชื่อมั่นสูง ได้ค่าความเชื่อมั่นดังต่อไปนี้

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูล และด้านการเปิดรับประสบการณ์

Topic	Cronbach's Alpha
ด้านการแสวงหาข้อมูล	0.818
ด้านการเปิดรับข้อมูล	0.734
ด้านการเปิดรับประสบการณ์	0.715

แบบสอบถามในส่วนที่ 3 วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร 3 ด้าน ได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลาย และเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม

Topic	Cronbach's Alpha
เพื่อการรับรู้	0.700
เพื่อความหลากหลาย	0.760
เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม	0.743

7.ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้งแล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อ่านหรือเคยอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยในอดีต การรวบรวมจากเอกสารวิชาการต่าง ๆ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1.การจัดทำข้อมูล

1.1 หลังจากเก็บข้อมูลและแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

1.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS For Windows (Statistic Package for Social Science) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงอนุมานตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้สถิติ ดังนี้

2.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

2.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร และส่วนที่ 3 วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร

2.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร และส่วนที่ 3 วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้สถิติดังนี้

2.2.1 ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านเพศ

2.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน)

2.2.3 การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ มีสูตรดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่ม} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}}$$

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{X}) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 49)

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
$(\sum X)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 35)

$$\text{Cronbach's } \alpha = \frac{k \text{ covariance} / \text{variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance} / \text{variance}}$$

เมื่อ α แทน ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
k แทน จำนวนคำถาม

$\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม
variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ประกอบด้วย

3.1 สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 108) ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้านเพศ ในการทดสอบ t-test หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Equal Variances not assumed โดยจะทำการทดสอบค่าแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Lavene test

3.1.1 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน ($S^2_1 = S^2_2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{Sp \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

- เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$
 S_p แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม
 n_i แทน ขนาดตัวอย่างของกลุ่มที่ 1
 S_i^2 แทน ค่าแปรปรวนของตัวอย่างกลุ่มที่ i ; $i = 1, 2$

3.1.2 กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ($S_1^2 \neq S_2^2$)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีชั้นแห่งความเป็นอิสระ = V

$$V = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	\bar{X}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1
	\bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนในกลุ่มที่ 2
	n_1	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	V	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

3.2 สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) แบบทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป(อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 293) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ในด้าน อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3.2.1 ใช้ค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน (อ้างอิงจากกัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 293) มีสูตรดังนี้

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	$MS_{(W)}$	แทน	ค่าประมาณของค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

โดยมีองศาอิสระ (Degree of Freedom หรือ d.f.) ดังนี้

$$df = n-1$$

$$df (B) = p-1$$

$$df (W) = n-p$$

เมื่อ n แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

P แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อทดสอบดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้ผลการทดสอบการเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2545: 161)

$$\text{ใช้สูตร LSD} = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

ในกรณีที่	t	=	$n_i \neq n_j$
เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ
	$t_{1-\alpha/2; n-k}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระ ภายในกลุ่ม
	MSE	แทน	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากการวิเคราะห์ ความแปรปรวน
	n_i	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลของกลุ่ม i
	n_j	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

3.2.2 ใช้ค่า Brown-Forsythe (β) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (Hartung. 2001: 300) มีสูตรดังนี้

$$\beta = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

โดยค่า $MS_{(W)} = \sum_{i=1}^k \left[1 - \frac{n_j}{N} \right] S_i^2$

เมื่อ	β	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-Forsythe
	$MS_{(B)}$	แทน	ค่าประมาณของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม Mean Square Between Groups)
	$MS_{(W)}$	แทน	ค่าประมาณของค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม Mean Square Within Group) สำหรับ Brown-Forsythe
	K	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง

n_i แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

N แทน ขนาดของประชากร

S_1^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

กรณีผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกศสิงห์. 2543: 116) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_i - \bar{X}_j}{MS_{(w)} \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$MS_{(w)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Group) สำหรับ Brown-Forsythe

\bar{X}_i แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i

\bar{X}_j แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j

n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ j

3.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (อ้างอิงจาก กัลยา วานิชย์บัญชา 2544: 311-312) เพื่อใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระกัน มีสูตรดังนี้

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum x$	แทน	ผลรวมคะแนน X
	$\sum y$	แทน	ผลรวมคะแนน Y
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum xy$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนนชุด X และชุด Y
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ ความหมายของค่า r (อ้างอิงจาก กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544: 437) คือ

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม
2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้า X ลด Y จะลดลงด้วย
3. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันมาก
4. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและมีความสัมพันธ์กันมาก
5. ค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 0 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

การอ่านความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ : r (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2544: 437)

- | | |
|-------------|------------------------------|
| 0.01 – 0.20 | มีความสัมพันธ์ต่ำ |
| 0.21 – 0.40 | มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ |
| 0.41 – 0.60 | มีความสัมพันธ์กันปานกลาง |
| 0.61 – 0.80 | มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างสูง |
| 0.81 – 1.00 | มีความสัมพันธ์สูง |

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
Df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F-Distribution
F-Prop.,p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน 5 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สถิติพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 สถิติพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ดังตารางที่ 2

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	107	26.8
หญิง	293	73.2
รวม	400	100.0
อายุ		
20 – 29 ปี	156	39.0
30 – 39 ปี	163	40.8
40 – 49 ปี	62	15.5
50 – 59 ปี	17	4.2
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0
สถานภาพสมรส		
โสด	272	68.0
สมรส / อยู่ด้วยกัน	113	28.3
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	15	3.7
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	45	11.3
ปริญญาตรี	293	73.3
สูงกว่าปริญญาตรี	62	15.4
รวม	400	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพ		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	36	9.0
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	347	86.8
ผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ	10	2.5
อื่นๆ เช่น พนักงานราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / พ่อบ้าน	7	1.7
รวม	400	100.0
รายได้ต่อเดือน		
5,000 – 9,999 บาท	5	1.3
10,000 – 14,999 บาท	24	6.0
15,000 – 19,999 บาท	120	30.0
20,000 – 24,999 บาท	89	22.3
25,000 บาท ขึ้นไป	162	40.4
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สามารถสรุป ได้ดังนี้

ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ตามลำดับ

ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีอายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และมีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และ มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.8 รองลงมาคือ มีอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีอาชีพผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และมีอาชีพอื่นๆ เช่น พนักงานราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / พ่อบ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 19,999 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีรายได้ต่อเดือน 20,000 – 24,999 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 14,999 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และมีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 9,999 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือน มีความถี่ของข้อมูลกระจายตัวไม่สม่ำเสมอ และมีจำนวนความถี่น้อยเกินไป ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมกลุ่มข้อมูลใหม่เพื่อให้การกระจายตัวของข้อมูลมีความสม่ำเสมอและเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งได้กลุ่มใหม่ ดังนี้ คือ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน รวมชั้นใหม่

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
20 – 29 ปี	156	39.0
30 – 39 ปี	163	40.8
40 – 49 ปี	62	15.5
50 ปีขึ้นไป	19	4.7
รวม	400	100.0
อาชีพ		
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	36	9.0
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	347	86.8
ผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ / พนักงานราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / พ่อบ้าน	17	4.2
รวม	400	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 14,999 บาท	29	7.3
15,000 – 19,999 บาท	120	30.0
20,000 – 24,999 บาท	89	22.3
25,000 บาท ขึ้นไป	162	40.4
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สามารถสรุป ได้ดังนี้

ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และ มีอายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.8 รองลงมาคือ มีอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีอาชีพผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ / พนักงานราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / พ่อบ้าน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 19,999 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีรายได้ต่อเดือน 20,000 – 24,999 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 14,999 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	\bar{X}	S.D.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
ด้านการแสวงหาข้อมูล			
1.ท่านนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น เช่น ครอบครัว เพื่อน	3.71	.878	มาก
2.ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกับผู้อื่น เช่น กลุ่มเพื่อนที่ชอบข่าวประเภทเดียวกัน	3.79	.790	มาก
3.ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อแสดงความคิดเห็นและโต้ตอบความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสาร	3.65	.836	มาก
4.ท่านแสวงหาคำแนะนำและความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ	3.60	.852	มาก
รวม	3.69	.702	มาก
ด้านการเปิดรับข้อมูล			
5.ท่านได้รับรู้เรื่องราวข่าวสาร เช่น ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ฯลฯ	3.93	.749	มาก
6.ท่านได้รับความรู้ทั่วไป เช่น การทำงาน เทคโนโลยี สุขภาพ ความงาม	3.80	.781	มาก
7.ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง เช่น ข่าวต่างประเทศ	3.67	.826	มาก
รวม	3.80	.677	มาก
ด้านการเปิดรับประสบการณ์			
8.ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อรับความบันเทิง เฟลิตเฟลิน เช่น ข่าวภาพยนตร์, ทีวี	3.97	.797	มาก
9.การเปิดรับข่าวสารสามารถลดความตึงเครียดในชีวิตประจำวันแก่ท่านได้ เช่น บทความการท่องเที่ยว	3.88	.807	มาก
10.การเปิดรับข่าวสารทำให้ท่านเปิดเข้าสู่โลกแห่งจินตนาการ เช่น การอ่านบทยอลละคร	3.50	1.011	มาก

ตาราง 4 (ต่อ)

การเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	\bar{X}	S.D.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
ด้านการเปิดรับประสบการณ์			
11. การเปิดรับข่าวสารเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	3.86	.829	มาก
รวม	3.80	.697	มาก
รวม	3.76	.607	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ระดับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารวิทยุทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะสรุปได้ดังนี้

ด้านการแสวงหาข้อมูล พบว่า ระดับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการแสวงหาข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกับผู้อื่น เช่น กลุ่มเพื่อนที่ชอบข่าวประเภทเดียวกัน การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น เช่น ครอบครัว เพื่อน การเปิดรับข่าวสารเพื่อแสดงความคิดเห็นและโต้ตอบความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสาร และการแสวงหาคำแนะนำและความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 3.71 3.65 และ 3.60 ตามลำดับ

ด้านการเปิดรับข้อมูล พบว่า ระดับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การได้รับรู้เรื่องราวข่าวสาร เช่น ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ฯลฯ การได้รับความรู้ทั่วไป เช่น การทำงาน เทคโนโลยี สุขภาพ ความงาม และการได้เรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง เช่น ข่าวต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 3.80 และ 3.67 ตามลำดับ

ด้านการเปิดรับประสบการณ์ พบว่า ระดับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับประสบการณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารเพื่อรับความบันเทิง เพลิดเพลิน เช่น ข่าวภาพยนตร์, ทีวี การเปิดรับข่าวสารสามารถลดความตึงเครียดในชีวิตประจำวันได้ เช่น บทความการท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสารเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และการเปิดรับข่าวสารทำให้เปิดเข้าสู่โลกแห่งจินตนาการ เช่น การอ่านบทยอลละคร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 3.88 3.86 และ 3.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็นข่าวสาร
เพื่อการรับรู้			
1. ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อสนองความอยากรู้ของตนเอง	4.21	.660	มากที่สุด
2. ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อแสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง	4.23	.632	มากที่สุด
3. ท่านสามารถเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่ต้องการได้	4.28	.644	มากที่สุด
รวม	4.24	.543	มากที่สุด
เพื่อความหลากหลาย			
4. ความสดใหม่ของข่าวเป็นประเด็นที่ท่านสนใจ	4.24	.659	มากที่สุด
5. ข่าวสารทำให้ท่านได้รับความมั่นใจในตนเอง เช่น การอ่านข่าวที่สด ทันเหตุการณ์	4.12	.695	มาก
6. การอ่านหนังสือพิมพ์ถือเป็นการพักผ่อนสำหรับท่านอีกทางหนึ่ง	4.12	.699	มาก
รวม	4.16	.560	มาก
เพื่อรรถประโยชน์ทางสังคม			
7. ท่านสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการอ่านไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นรอบข้างได้	4.10	.654	มาก
8. ท่านได้ทราบและสามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การปั่นจักรยานเพื่อลดโลกร้อน	3.88	.804	มาก
9. เปิดโอกาสให้ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านโทรศัพท์ , Email เพื่อแนะนำ ดิชม	3.78	.816	มาก
10. การลงโฆษณาหางานในหน้า M2F Job ให้ประโยชน์กับผู้ที่ต้องการหางานและบริษัทจ้างงาน	3.89	.803	มาก
รวม	3.91	.619	มาก
รวม	4.09	.489	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโควยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายด้าน จะสรุปได้ดังนี้

เพื่อการรับรู้ พบว่า ระดับความคิดเห็นข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่ต้องการได้ การเปิดรับข่าวสารเพื่อแสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง และการเปิดรับข่าวสารเพื่อสนองความอยากรู้ของตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 4.23 และ 4.21 ตามลำดับ

เพื่อความหลากหลาย พบว่า ระดับความคิดเห็นข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความสดใหม่ของข่าวเป็นประเด็นที่สนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 สำหรับความคิดเห็นเรื่องข่าวสารทำให้ได้รับความมั่นใจในตนเอง เช่น การอ่านข่าวที่สด ทันเหตุการณ์ และการอ่านหนังสือพิมพ์ถือเป็นการพักผ่อนอีกทางหนึ่ง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 4.12 ตามลำดับ

เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม พบว่า ระดับความคิดเห็นข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการอ่านไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นรอบข้างได้ การลงโฆษณาทางงานในหน้า M2F Job ให้ประโยชน์กับผู้ที่ต้องการงานและบริษัทจ้างงาน ได้ทราบและสามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การปั่นจักรยานเพื่อลดโลกร้อน และเปิดโอกาสให้สามารถแสดงความคิดเห็นผ่านโทรศัพท์, Email เพื่อแนะนำ ดิชม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 3.89 3.88 และ 3.78 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโควยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	3.82	.708	พึงพอใจ
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	3.98	.713	คุ่มค่า
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	4.03	.737	พึงพอใจ

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 3.82 การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอยู่ในระดับคุ่มค่า มีค่าเฉลี่ย 3.98 และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F อยู่ในระดับพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 4.03 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) และการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig 2-tailed มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าแปรปรวนของข้อมูลเท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal Variances assumed และถ้าค่าแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากันทุกกลุ่มให้ทดสอบค่า t ด้วย Equal Variances not assumed

ตาราง 7 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	1.161	0.282
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	2.737	0.099
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	0.810	0.369

จากตาราง 7 Levene's test Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และ ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.282 0.099 และ 0.369 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่ม ไม่แตกต่างกัน จึงต้องใช้ t-test ในส่วน Equal Variances assumed ตามตาราง 8

ตาราง 8 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	เพศ	Mean	Std. deviation	t	df	Sig (2-tailed)
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ชาย	3.70	.618*	-2.129*	398	0.034
	หญิง	3.87	.733			
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ชาย	3.72	.711**	-4.475**	398	0.000
	หญิง	4.07	.691			
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ชาย	3.82	.750**	-3.494**	398	0.001
	หญิง	4.11	.718			

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 8 เมื่อพิจารณาค่า Sig. จาก t-test ในส่วน Equal Variances assumed ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้อ่านที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชายทั้ง 3 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 9 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	2.974*	3	396	0.032
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู่กับค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	1.331	3	396	0.264
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	4.794**	3	396	0.003

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 9 Laven's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรกลุ่มนี้แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จากตาราง Brown-Forsythe การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู่มาค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.264 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จากตาราง F-test

ตาราง 10 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	สถิติที่ใช้	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	Brown-Forsythe	3.721*	3	164.748	0.013
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	Brown-Forsythe	3.233*	3	153.755	0.024

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 10 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุทั้ง 2 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 และ 0.024 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้อ่านที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกันเป็นรายคู่ใดบ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ซึ่งปรากฏผลดังตาราง 12 และตาราง 13

ตาราง 11 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจโดยรวมจาก การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจก ฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและ ผลที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	2.837	3	0.946	1.872	0.134
	ภายในกลุ่ม	199.961	396	0.505		
	รวม	202.798	399			

จากตาราง 11 แสดงความแตกต่างของการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.134 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้อ่านที่มีอายุต่างกัน มีการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 12 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบ Dunnett's T3

อายุ	Mean	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		3.96	3.78	3.71	3.53
20-29 ปี	3.96	-	0.176 (0.123)	0.245 (0.216)	0.429 (0.052)
30-39 ปี	3.78		-	0.069 (0.091)	0.253 (0.459)
40-49 ปี	3.71			-	0.183 (0.872)
50 ปีขึ้นไป	3.53				-

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง จำแนกตามอายุ พบว่า ไม่มีคู่ใดพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 13 แสดงความแตกต่างกันเป็นรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบ Dunnett's T3

อายุ	Mean	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
		3.96	3.78	3.71	3.53
20-29 ปี	4.17	-	0.197 (0.064)	0.215 (0.469)	0.430 (0.072)
30-39 ปี	3.97		-	0.018 (1.000)	0.232 (0.618)
40-49 ปี	3.95			-	0.215 (0.833)
50 ปีขึ้นไป	3.74				-

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ของด้านความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอายุ พบว่า ไม่มีคู่ใดพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบกับเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 14 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจโดยรวมจากการ อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการ อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.457	2	397	0.634
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	3.318*	2	397	0.037
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการ อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	0.556	2	397	0.574

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 14 Laven's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรกลุ่มนี้แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จากตาราง Brown-Forsythe ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ทั้ง 2 ด้าน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.634 และ 0.574 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จากตาราง F-test

ตาราง 15 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	สถิติที่ใช้	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	Brown-Forsythe	2.339	2	110.162	0.101

จากตาราง 15 แสดงความแตกต่างของการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ จำแนกตามสถานภาพสมรส มีค่า Sig. เท่ากับ 0.101 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้อ่านที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 16 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ระหว่างกลุ่ม	1.554	2	0.777	1.577	0.212
	ภายในกลุ่ม	198.196	397	0.499		
	รวม	199.75	399			
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ระหว่างกลุ่ม	1.790	2	0.895	1.654	0.193
	ภายในกลุ่ม	214.788	397	0.541		
	รวม	216.578	399			

จากตาราง 16 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.212 และ 0.193 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้อ่านที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมจาก

การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 17 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	0.355	2	397	0.702
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	1.780	2	397	0.170
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	1.159	2	397	0.315

จากตาราง 17 Laven's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้ ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.702 0.170 และ 0.315 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จากตาราง F-test

ตาราง 18 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ระหว่างกลุ่ม	1.393	2	0.697	1.394	0.249
	ภายในกลุ่ม	198.357	397	0.500		
	รวม	199.750	399			
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.029	2	0.015	0.029	0.972
	ภายในกลุ่ม	202.768	397	0.511		
	รวม	202.797	399			
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ระหว่างกลุ่ม	1.005	2	0.503	0.926	0.397
	ภายในกลุ่ม	215.572	397	0.543		
	รวม	216.577	399			

จากตาราง 18 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.249 0.972 และ 0.397 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คำนวณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 19 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	1.678	2	397	0.188
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	1.366	2	397	0.256
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	0.245	2	397	0.783

จากตาราง 19 Laven's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F และ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.188 0.256 และ 0.783 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จากตาราง F-test

ตาราง 20 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ระหว่างกลุ่ม	1.049	2	0.524	1.048	0.352
	ภายในกลุ่ม	198.701	397	0.501		
	รวม	199.750	399			
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.810	2	0.405	0.796	0.452
	ภายในกลุ่ม	201.987	397	0.509		
	รวม	202.798	399			
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ระหว่างกลุ่ม	0.013	2	0.006	0.012	0.988
	ภายในกลุ่ม	216.565	397	0.546		
	รวม	216.578	399			

จากตาราง 20 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลา และผลที่ได้รับ ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.352 0.452 และ 0.988 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้อ่านที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน ให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดง ดังต่อไปนี้

โดยจะทำการตรวจสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนอย่างน้อยหนึ่งกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น

ตาราง 21 แสดงค่าความแปรปรวนความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจโดยรวมจากการ อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการ อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	3.593*	3	396	0.014
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู่คุณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	2.145	3	396	0.094
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการ อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	0.404	3	396	0.751

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 21 Laven's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้
ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่
คาดหวัง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.014 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรกลุ่มนี้
แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จาก
ตาราง Brown-Forsythe การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู่คุณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความ
พึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.094 0.751
ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรกลุ่มนี้ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และใช้ค่า Sig. จากตาราง F-test

ตาราง 22 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	สถิติที่ใช้	Statistic(a)	df1	df2	Sig.
1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	Brown-Forsythe	0.069	3	157.714	0.976

จากตาราง 22 แสดงความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.976 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังได้รับ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 23 แสดงความแตกต่างกันของความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	Mean Square	F	Sig.
2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	2.268	3	0.756	1.493	0.216
	ภายในกลุ่ม	200.530	396	0.506		
	รวม	202.798	399			
3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ระหว่างกลุ่ม	2.561	3	0.854	1.579	0.194
	ภายในกลุ่ม	214.017	396	0.540		
	รวม	216.578	399			

จากตาราง 23 แสดงความแตกต่างของการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มีค่า Sig. เท่ากับ 0.216 0.194 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ 3 ด้าน

1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

H_1 : การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1.ด้านการแสวงหาข้อมูล	0.521 **	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง
2.ด้านการเปิดรับข้อมูล	0.413 **	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง
3.ด้านการเปิดรับประสบการณ์	0.428 **	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการแสวงหาข้อมูลมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการแสวงหาข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.521 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการแสวงหาข้อมูลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านการเปิดรับข้อมูลมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1)หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเปิดรับข้อมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.413 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับข้อมูลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.428 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับประสบการณ์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตาราง 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู่คุณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู่คุณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1.ด้านการแสวงหาข้อมูล	0.420 **	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง
2.ด้านการเปิดรับข้อมูล	0.335 **	0.000	สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ
3.ด้านการเปิดรับประสบการณ์	0.360 **	0.000	สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู่คุณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการแสวงหาข้อมูลมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการแสวงหาข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู่คุณค่ากับเวลาและผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.420 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์

แจกฟรี M2F ด้านการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านการเปิดรับข้อมูลมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเปิดรับข้อมูลเพิ่มเติมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.335 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับข้อมูลเพิ่มเติม จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.360 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับประสบการณ์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ตาราง 26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1.ด้านการแสวงหาข้อมูล	0.448 **	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง
2.ด้านการเปิดรับข้อมูล	0.406 **	0.000	สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ
3.ด้านการเปิดรับประสบการณ์	0.415 **	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการแสวงหาข้อมูลมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการแสวงหาข้อมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.448 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการแสวงหาข้อมูลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ด้านการเปิดรับข้อมูลมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเปิดรับข้อมูลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.406 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับข้อมูลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

ด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.415 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับประสบการณ์เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 3 วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่อรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ 3 ด้าน

1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่อรรถประโยชน์ทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

H_1 : วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่อรรถประโยชน์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) จะใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับ ข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F	ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1.เพื่อการรับรู้	0.360**	0.000	สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ
2.เพื่อความหลากหลาย	0.348**	0.000	สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ
3.เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม	0.453**	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

เพื่อการรับรู้ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.360 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อการรับรู้ เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

เพื่อความหลากหลาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อความหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.348 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อความหลากหลาย เพิ่มขึ้น

จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.453 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารได้แก่ เพื่อการรับรู้เพื่อความหลากหลายและเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คัดค่ากับเวลาและผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับ ข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F	ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คัดค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1.เพื่อการรับรู้	0.365**	0.000	สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ
2.เพื่อความหลากหลาย	0.412**	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง
3.เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม	0.412**	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารได้แก่ เพื่อการรับรู้เพื่อความหลากหลายและเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คัดค่ากับเวลาและผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

เพื่อการรับรู้ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการรับรู้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คัดค่ากับเวลาและ

ผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.365 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อการรับรู้ เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

เพื่อความหลากหลาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อความหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.412 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อความหลากหลาย เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.412 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ตาราง 29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับ ข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี M2F	ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F		
	ค่าความสัมพันธ์(r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1.เพื่อการรับรู้	0.389**	0.000	สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ
2.เพื่อความหลากหลาย	0.402**	0.000	สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ
3.เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม	0.446**	0.000	สัมพันธ์กันปานกลาง

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

เพื่อการรับรู้ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.389 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อการรับรู้ เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

เพื่อความหลากหลาย มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อความหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.402 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อความหลากหลาย เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.446 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง



สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 30 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน		
1.1 เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
- การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	สอดคล้องกับสมมติฐาน	t-test
1.2 อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe
- การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe
1.3 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test

ตาราง 30 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
1.6 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน		
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	Brown-Forsythe
- การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test
- ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน	F-test

ตาราง 30 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติ
สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูล ด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโศกวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร		
1.ด้านการแสวงหาข้อมูล	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
2.ด้านการเปิดรับข้อมูล	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
3.ด้านการเปิดรับประสบการณ์	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
สมมติฐานที่ 3 วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลาย และเพื่อรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโศกวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร		
1.เพื่อการรับรู้	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
2.เพื่อความหลากหลาย	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation
3.เพื่อรรถประโยชน์ทางสังคม	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Pearson Product Moment Correlation

บทที่ 5

สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะส่วนบุคคล การเปิดรับข่าวสาร และวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพื่อจะทำให้ผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์ได้ทราบถึงความต้องการและแนวคิดของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และวางแผนปรับกลยุทธ์เพื่อความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคในด้านการนำเสนอสื่อสิ่งพิมพ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ในด้านการแสวงหาข้อมูลด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์
3. เพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์ดังนี้

1. เพื่อเป็นข้อมูลในการแข่งขันทางการตลาดในด้านการนำเสนอสื่อเพื่อผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคพึงพอใจ
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดแนวทางในการวางแผนปรับกลยุทธ์ในด้านการรักษาฐานผู้บริโภค

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

1.การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำนวน 400,000 ฉบับ (ข้อมูลจำนวนตีพิมพ์จริงต่อวัน รับรองโดย บริษัท HK ABC)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F จำนวน 400,000 ฉบับ (ข้อมูลจำนวนตีพิมพ์จริงต่อวัน รับรองโดยบริษัท HK ABC) ซึ่งการหากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดโดยคำนวณจากสูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 727)

2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม(Questionare) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close ended Questions) มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous question) (ข้อ 1)และหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) (ข้อ 2-6) โดยให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว มีจำนวนรวม 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ในด้านต่างๆ 3 ด้านดังนี้ คือ ด้านการแสวงหาข้อมูล 4 ข้อ ด้านการเปิดรับข้อมูล 3 ข้อ และด้านการเปิดรับประสบการณ์ 4 ข้อ รวมจำนวนทั้งสิ้น 11 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร ในด้านต่างๆ 3 ด้านดังนี้ คือ เพื่อการรับรู้ 3 ข้อ เพื่อความหลากหลาย 3 ข้อ และเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม 4 ข้อ รวมจำนวนทั้งสิ้น 10 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามที่เป็นมาตราวัดแบบ Semantic Differential Scale จำนวน 3 ข้อ ซึ่งเป็นมาตราส่วนที่ใช้หลักความแตกต่างทางด้านความหมาย

เพื่อให้สอดคล้องกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามกับผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อ่านหรือเคยอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเลือกตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยในอดีต การรวบรวมจากเอกสารวิชาการต่างๆ หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้

4.การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1.การจัดทำข้อมูล

- 1.1 หลังจากเก็บข้อมูลและแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
- 1.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS For Windows (Statistical Package for Social Science) เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงอนุมานตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.การวิเคราะห์ข้อมูล

- 2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้สถิติ ดังนี้
 - 2.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
 - 2.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร และส่วนที่ 3 วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร
 - 2.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร และส่วนที่ 3 วัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสาร
- 2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้สถิติดังนี้

2.2.1 ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (ด้านเพศ)

2.2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน)

2.2.3 การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 สถิติพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ

ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 ตามลำดับ

ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีอายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมาคือ มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 และมีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และ มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.8 รองลงมาคือ มีอาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีอาชีพผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และมีอาชีพ

อื่น ๆ เช่น พนักงานราชการ / พนักงานมหาวิทยาลัย / พ่อบ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 19,999 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 มีรายได้ต่อเดือน 20,000 – 24,999 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 14,999 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และมีรายได้ต่อเดือน 5,000 – 9,999 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้อ่านโดยรวม มีระดับการเปิดรับข่าวสารมาก

ด้านการแสวงหาข้อมูล ระดับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการแสวงหาข้อมูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับการเปิดรับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือ เปิดรับข่าวสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกับผู้อื่น เช่น กลุ่มเพื่อนที่ชอบข่าวประเภทเดียวกัน เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก รองลงมาคือ นำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารเพื่อแสดงความคิดเห็นและโต้ตอบความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสาร เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก และแสวงหาคำแนะนำและความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการเปิดรับข้อมูล ระดับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเปิดรับข้อมูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับการเปิดรับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือ ได้รับความรู้เรื่องราวข่าวสาร เช่น ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ฯลฯ เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก รองลงมาคือ ได้รับความรู้ทั่วไป เช่น การทำงาน เทคโนโลยี สุขภาพ ความงาม เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก และได้เรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง เช่น ข่าวต่างประเทศ เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก ตามลำดับ

ด้านการเปิดรับประสบการณ์ ระดับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเปิดรับประสบการณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับการเปิดรับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือ เปิดรับข่าวสารเพื่อรับความบันเทิง เพลิดเพลิน เช่น ข่าวภาพยนตร์, ทีวี เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก รองลงมาคือ การเปิดรับข่าวสารสามารถลดความตึงเครียดในชีวิตประจำวันได้ เช่น บทความการท่องเที่ยว เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก และ การเปิดรับข่าวสารทำให้เปิดเข้าสู่โลกแห่งจินตนาการ เช่น การอ่านบทยอลละคร เป็นระดับการเปิดรับข่าวสารระดับมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้อ่านโดยรวม มีระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก

เพื่อการรับรู้ ระดับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อการรับรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือ สามารถเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่ต้องการได้ เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารเพื่อแสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมากที่สุด และ เปิดรับข่าวสารเพื่อสนองความอยากรู้ของตนเอง เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมากที่สุด ตามลำดับ

เพื่อความหลากหลาย ระดับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อความหลากหลาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือ ความสดใหม่ของข่าวเป็นประเด็นที่สนใจ เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวสารทำให้ได้รับความมั่นใจในตนเอง เช่น การอ่านข่าวที่สด ทันเหตุการณ์ เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก และการอ่านหนังสือพิมพ์ถือเป็นการพักผ่อนอีกทางหนึ่ง เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก ตามลำดับ

เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม ระดับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก เมื่อพิจารณารายข้อ ลำดับแรกคือ สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการอ่านไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นรอบข้างได้ เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก รองลงมาคือ การลงโฆษณาหางานในหน้า M2F Job ให้ประโยชน์กับผู้ที่ต้องการหางานและบริษัทจ้างงาน เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก รองลงมาคือ ได้ทราบและสามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การปั่นจักรยานเพื่อลดโลกร้อน เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก และ เปิดโอกาสให้สามารถแสดงความคิดเห็นผ่านโทรศัพท์, Email เพื่อแนะนำ ดิชม เป็นระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังอยู่ในระดับพึงพอใจ การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับอยู่ในระดับคุ่มค่า และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F อยู่ในระดับพึงพอใจ

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

- 1.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
- 2.การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ
- 3.ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้อ่านที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

ผู้อ่านที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

ผู้อ่านที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

2. การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

3. ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้อ่านที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้อ่านที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้อ่านที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

2. การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ

3. ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้อ่านที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้อ่านที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้อ่านที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ 3 ข้อคือ

1. ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง
2. การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ
3. ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

เมื่อพิจารณาพบว่า ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ข้อ ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

การเปิดรับข่าวสาร ด้านการแสวงหาข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภควัยทำงานมีการเปิดรับข่าวสาร ด้านการแสวงหาข้อมูลเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

การเปิดรับข่าวสาร ด้านการเปิดรับข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ

ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริหารโภควัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร จะวิเคราะห์ข้อ ความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อการรับรู้เพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อความหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่อความหลากหลายเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับค่อนข้างต่ำ

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารโภควัยทำงานมีวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมเพิ่มขึ้น จะมีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นสำคัญอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน

ด้านเพศ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีคุ้มค้ำกับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยเพศหญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย ทั้ง 3 ด้าน เนื่องมาจาก คอลัมน์ที่นำเสนอทางหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มักเป็นคอลัมน์ที่เกี่ยวกับผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ เช่น คอลัมน์ STAR NEWS นำเสนอเกี่ยวกับดารา นักแสดง คอลัมน์ GOSSIP นำเสนอเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของดารา นักแสดงต่างประเทศที่กำลังได้รับความนิยม คอลัมน์ TV นำเสนอเกี่ยวกับบทย่อละครดังหลังข่าว คอลัมน์ STYLE และ FASHION นำเสนอเกี่ยวกับแฟชั่น คอลัมน์ SHOPPING นำเสนอเกี่ยวกับสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมรวมถึงโปรโมชั่นต่างๆ คอลัมน์ EATING OUT นำเสนอเกี่ยวกับร้านอาหารที่น่าแวะชิม คอลัมน์ SOCIAL นำเสนอแฟชั่นจากนายแบบและนางแบบ ซึ่งคอลัมน์ที่นำเสนอเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับความงาม สุขภาพ แฟชั่น และภาพข่าวมีสีสันสวยงาม ดึงดูดใจ ซึ่งสอดคล้องกับ พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529: 312-316) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะบางอย่างของเพศชายและเพศหญิงที่แตกต่างกันส่งผลให้การสื่อสารของชายและหญิงแตกต่างกัน เช่น การวิจัยเกี่ยวกับการชม สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 41) ได้กล่าวว่า ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับ พีระ จิระโสภณ . (2541: 634-635; อ้างอิงจาก Katz; Blumber and Gurevitch. 1973. Utilization of Mass Communication. unpagged) ได้กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนโยน หรือเจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงได้ง่ายและหยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง ซึ่งสอดคล้องกับ ธนกฤต โตรักตระกูลและดร.พีรพงษ์ พุศิริ (2555: 134-138) ได้วิจัยเรื่อง “กระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สอดคล้องกับ จันดารา อุดมสิน (2551: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558) ได้วิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ

ของผู้อ่านบทวิเคราะห์การเมืองของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและข่าวสด” พบว่า เพศที่แตกต่างกันทำให้มีพฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์จากบทวิเคราะห์แตกต่างกัน

ด้านอายุและด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก การที่เป็นหนังสือพิมพ์แจกฟรี ไม่ว่าจะผู้บริโภควัยทำงานที่อายุเท่าใดและระดับการศึกษาใดก็สามารถที่จะเลือกอ่านได้ตรงกับความต้องการของตน โดยมีการเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับข่าวสาร สารประโยชน์ ไม่แตกต่างกันเพราะสามารถเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่ต้องการได้ เนื้อหาของข่าวมีความกระชับ ไม่เน้นรายละเอียดของข่าวมากนัก เป็นการสรุปเนื้อหาข่าวสารสำคัญ ภายใต้พื้นที่ซึ่งย่อขนาดลงมาจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป ทำให้ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ พรนับพัน ชูพินิจ และอริชัย อรรถอุดม (2557: 97) ได้วิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุและระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ จันทนา ทองประยูร (2558: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ข่าวหนังสือพิมพ์กับการสร้างความสนใจของผู้อ่าน” ผลการวิจัยพบว่า ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดอยู่ในวัยทำงาน จึงไม่ปรากฏความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความแตกต่างในการรับรู้อารมณ์จากข่าวที่อ่าน

ด้านสถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีคุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก ไม่ว่าจะสถานภาพสมรสใด ก็สามารถที่จะเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ M2F ในคอลัมน์ที่ต้องการได้ ทำให้ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ธนภฤต โตรักตระกูลและดร.พีรพงษ์ ฟูศิริ (2555: 134-138) ได้วิจัยเรื่อง “กระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรีของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง การอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ และความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากเป็นหนังสือพิมพ์ที่แจกฟรี ไม่ต้องมีต้นทุนในการรับรู้ ผู้บริโภคจึงไม่ได้คาดหวังว่าจะต้องดีที่สุด และเนื่องจากมีรูปแบบที่เล็กขนาดแท็บเล็ต พกพาสะดวก ไม่มีข้อมูลในเชิงลึก รายละเอียดของข่าวไม่มากนัก เพียงต้องการรับรู้ข่าวสาร

ที่ทันเหตุการณ์ ใช้เวลาในการอ่านไม่มาก และผู้บริโภคสามารถเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจได้ ไม่ว่าผู้บริโภควัยทำงานอาชีพใด รายได้ต่อเดือนเท่าใด ก็สามารถที่จะอ่านหนังสือพิมพ์ M2F ตามที่ต้องการได้ จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ จันทนา ทองประยูร (2558: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ชาวหนังสือพิมพ์กับการเร้าความสนใจของผู้อ่าน” ผลการวิจัยพบว่า รายได้และอาชีพ ไม่มีผลต่อความแตกต่างในเรื่องความสนใจในข่าว แม้ว่าความแตกต่างของรายได้จะมีมาก แต่ระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดยังจัดว่าเป็นรายได้ของชนชั้นกลาง เนื่องจากปัจจุบันสังคมไทย กำลังก้าวสู่สังคมยุคข่าวสาร การใช้ชีวิตของคนในสังคมลักษณะนี้ย่อมต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวันที่ล้อมรอบด้วยสื่อหลากหลายประเภท ความทัดเทียมในการเปิดรับข่าวของคนมีมากขึ้น ทำให้การดำเนินชีวิตในกลุ่มที่มีความทัดเทียมกันด้วยประการดังกล่าว ไม่แตกต่างกัน จึงไม่ปรากฏความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และอาชีพกับความแตกต่างในการเร้าอารมณ์จากข่าวที่อ่าน ดังจะเห็นได้ว่ามีส่วนน้อยที่ผลการวิเคราะห์แสดงความแตกต่างระหว่างตัวแปรภูมิหลังเหล่านี้กับความสนใจข่าวสาร

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูล และด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจาก การเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแจกฟรี (Free Copy) และผู้บริโภคไม่ต้องใช้ความพยายามในการเข้าถึง โดยมีช่องทางการแจกจ่ายสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มคนวัยทำงาน ตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า รถไฟใต้ดิน บริเวณออฟฟิศ ต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคไม่มีต้นทุนในการรับรู้ และการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F สามารถเลือกอ่านเฉพาะที่ตนสนใจ อยากรู้ รวมไปถึงการเปิดรับข่าวสารเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ และยังสามารถนำข้อมูลจากข่าวสารที่ได้รับรู้ เช่น ข่าวสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ข่าวกีฬา การทำงาน เทคโนโลยี สุขภาพ ความงาม ข่าวต่างประเทศ ข่าวภาพยนตร์ ทีวี บทความการท่องเที่ยว มาแลกเปลี่ยนปฏิสัมพันธ์กัน จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ โดยเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารในระดับที่มากขึ้น ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจโดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ แซมมวล เบคเกอร์ (อ้างอิงจาก ปรมะ สตะเวทิน. 2533. หน้า 38) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไว้ว่า บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป เพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ รวมถึงเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ซึ่งสอดคล้องกับ พัชรนันท์ เกศทิน (2557: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2557) ได้วิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของคนเมืองทั้งหมดแสดงความเห็นไปในทิศทางเดียวกันในเชิงบวกเกี่ยวกับรูปลักษณ์ที่ย่อส่วนลงจากขนาดหนังสือพิมพ์ทั่วไป การนำเสนอเนื้อหาที่กระชับของหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F กลับมีความน่าสนใจกว่าหนังสือพิมพ์หัวสีฉบับใหญ่ๆ ที่มีปริมาณมาก

การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ด้านการเปิดรับข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องมาจากการที่เป็นหนังสือพิมพ์แจกฟรีมีขนาดแท็บเล็ตหรือ Compact Size (17X11 นิ้ว) ทำให้พื้นที่ในการนำเสนอข่าวสาร มีเนื้อหาในการนำเสนอที่หลากหลายและครอบคลุมเหตุการณ์ประจำวัน แต่ไม่ได้เน้นที่รายละเอียดของข่าวสาร และผู้บริโภคสามารถเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่ตรงกับความต้องการของตน จึงไม่ต้องใช้เวลาในการอ่านมากนัก และจากการที่เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีขนาดเหมาะสมในการพกพา สามารถอ่านได้สะดวกในหลายที่ นอกจากนี้ยังมีการหยิบยกเรื่องใกล้ตัวที่สามารถปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกคุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา. (2541: 639 อ้างอิงจาก Atkin. 1973. Anticipated Communication and Mass Media International, unpagged) ได้กล่าวว่าบุคคลจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบกับผลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น ซึ่งสอดคล้องกับ พรนับพัน ชูพินิจ และ อริชัย อรรถอุดม (2557: 8-10) ได้วิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจาก นิตยสาร a day BULLETIN ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า นิตยสารแจกฟรีมีจำนวนหน้าทีน้อยกว่านิตยสารทั่วไปมาก ดังนั้น ผู้อ่านจึงใช้เวลาไม่นานในการอ่านและสามารถอ่านได้ทุกสถานที่ ผู้อ่านนิตยสารแจกฟรีก็สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เช่นเดียวกับผู้อ่านนิตยสารทั่วไป

การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ ด้านการแสวงหาข้อมูลและด้านการเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ด้านการเปิดรับข้อมูล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องมาจาก การที่หนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เปิดตัวจากการเป็นหนังสือพิมพ์แจกฟรี โดยนับจากวันแรกที่ออกฉบับปฐมฤกษ์คือ

วันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ.2554 และยังคงให้การนำเสนออย่างต่อเนื่องนับถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลาประมาณ 4 ปี ซึ่งมีรายได้หลักจากการโฆษณาเพียงทางเดียว แต่สามารถทำให้ผู้บริโภคสามารถเปิดรับข่าวสารได้อย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F สอดคล้องกับ McCombs and Becker. (1979: 134-135 อ้างอิงจาก ประมะ สตะเวทิน. 2533. หน้า 145) ยังได้กล่าวไว้ว่า คนเราเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เนื่องจากเห็นว่าเนื้อหาสารนั้นมีประโยชน์ต่อตนเอง ความสนใจในหัวข้อหรือเนื้อหาสารนั้นๆ หรือความสำคัญของหัวข้อนั้นๆ ต่อตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ จูไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ (2551: 136) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ชื่นชอบส่วนใหญ่ คือ นิตยสารมีเนื้อหาข้อมูลน่าสนใจและเป็นประโยชน์ รองลงมาคือ อ่านแล้วรู้สึกผ่อนคลายและได้รับความบันเทิง

สมมติฐานที่ 3 วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลายและเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้และเพื่อความหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจาก ผู้บริโภคสามารถแสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตน ความสดใหม่ของข่าวจะนำเสนอในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจ การเปิดรับข่าวสารเพื่อให้ตนมีความมั่นใจในตนเอง มีความรู้ที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้มีความรู้ การได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการทำให้สังคมดีขึ้น รวมถึงสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้การนำเสนอสื่อสิ่งพิมพ์ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการลงโฆษณาทางาน ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการทางานและบริษัทจ้างงาน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533: 40-44) ได้กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับสารหรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้นอาจจำแนกได้ 4 ประการ คือ เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้ เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนานรวมทั้งการพักผ่อน เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษา

ร่วมสมัย และการผละสังคัม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง สอดคล้องกับ Schramm (1973: 121-122 อ้างอิงจาก พีระ จิระโสภณ. 2541. หน้า 267-273) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร ไว้ว่าการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงจะช่วยให้ผู้รับสาร ได้เรียนรู้ว่าข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวสารอีกด้วย สอดคล้องกับ พีระ จิระ โสภณ (2541: 634-635 อ้างอิงจาก Katz; Blumber and Gurevitch. 1973. Utilization of Mass Communication. unpagged) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึง ความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความ พึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ดังนั้นผู้ส่งสาร จึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่างๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารและสร้างความ พึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้ สอดคล้องกับ แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความ พึงพอใจ (พีระ จิระโสภณ. 2541: 635) คือ สภาวะของสังคัมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อให้เกิดความ พึงพอใจ (พีระ จิระโสภณ. 2541: 635) คือ สภาวะของสังคัมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อให้เกิด ความต้องการที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจ ได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันออกไปด้วย

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เพื่อความหลากหลายและ เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคัม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจาก การที่ผู้บริโภคสามารถแสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ต่อตน ถึงแม้จะไม่ได้รับรายละเอียดของข่าวสาร แต่การที่แต่ละคอลัมน์มีการสรุปสาระของข่าวสาร ทำให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการอ่านไม่นาน แต่สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ได้ จึงทำให้ ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ่มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ สอดคล้องกับ เมอร์ริลและโลเวนสไตน์ (อ้างอิงจาก ปรมะ สตะเวทิน 2533: หน้า 40) ได้สรุปไว้ว่า แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่อ นั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐาน คือ ความอยากรู้อยาก เห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการ อยากรู้อยากเห็น ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม ลักษณะเฉพาะของ สื่อมวลชนต่างๆ ไป ไม่สามารถตอบสนองความต้องการ คือ ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหา ลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเกิดความพึงพอใจ ความกลัว ความหวัง ฯลฯ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับและการเลือกเปิดรับสื่อลักษณะดังกล่าวจะมี

ความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับ จูไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ (2551: 148) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดเชียงใหม่ต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์หรือความต้องการของแต่ละบุคคลนั้น ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสื่อได้

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ เพื่อการรับรู้และเพื่อความหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ในทิศทางเดียวกัน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เนื่องจาก ผู้บริโภคสามารถแสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตน ความสดใหม่ของข่าวจะนำเสนอในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจ การเปิดรับข่าวสารเพื่อทำให้ตนมีความมั่นใจในตนเอง มีความรู้ที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ สามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้มีความรู้ การได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการทำให้สังคมดีขึ้น รวมถึงสามารถแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้การนำเสนอสิ่งพิมพ์ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีการลงโฆษณาทางาน ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ต้องการทางานและบริษัทจ้างงาน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F สอดคล้องกับ แสงรพี ภัทรกิจกุลธร (2543: 38 อ้างอิงจาก Katz; Blumber and Gurevitch. 1974. The Used of Mass Communication. Unpaged) ได้ทำการศึกษาในแนวการใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเน้นความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาทฤษฎีนี้จึงเน้นความต้องการและสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ สอดคล้องกับ พีระ จิระโสภณ (2541: 634-635 อ้างอิงจาก Katz; Blumber and Gurevitch. 1973. Utilization of Mass Communication. unpagged) ได้กล่าวว่า ความต้องการของผู้รับสารโดยทั่วไปแล้วของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบไปด้วยต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยมของตน ต้องการประสบการณ์ใหม่ และต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร สอดคล้องกับ พัชรนันท์ เกศทิน (2557: ออนไลน์ สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2557) ได้วิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F” พบว่า พฤติกรรมกาใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้รับสารไม่ได้ใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์เพื่อต้องการรายละเอียดเชิงลึกของเหตุการณ์อย่างในอดีต แต่มีการบริโภคข่าวสารเพียงเพื่อต้องการทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น ให้ความบันเทิง และขยายขอบเขตสังคม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครสรุปได้ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้บริโภควัยทำงานเพศหญิง มีความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F มากกว่าเพศชายในทุกด้าน ดังนั้นการนำเสนอข่าวสาร สารระ ความบันเทิง การให้ประโยชน์จากการอ่านหนังสือพิมพ์ควรเน้นที่กลุ่มเป้าหมาย โดยการวางแผนเพื่อรักษาฐานผู้บริโภคเดิมและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสู่ผู้บริโภควัยใหม่ให้มากขึ้นในอนาคต

2. บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต้องคงรักษาคุณภาพในการผลิตสื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการเปิดรับข่าวสารและติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานผู้บริโภคเดิมและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงมีการนำเสนอเรื่องราวข่าวสารที่ผู้บริโภคสามารถนำไปปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้างได้หรือนำไปพูดคุยสนทนาได้ในวงกว้าง เพราะการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการแสวงหาข้อมูล อยู่ในระดับการเปิดรับข่าวสารมาก โดยผู้บริโภคต้องการเปิดรับข่าวสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกับผู้อื่น เช่น กลุ่มเพื่อนที่ชอบข่าวประเภทเดียวกันมากที่สุด

3. บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ควรนำเสนอข่าว ซึ่งข่าวคือการรายงานข้อเท็จจริงโดยไม่ได้มีการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้นำเสนอ ให้ถูกต้อง ตรงตามข้อเท็จจริง เพราะการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับข้อมูล อยู่ในระดับการเปิดรับข่าวสารมาก โดยผู้บริโภคมีการเปิดรับเรื่องราวข่าวสาร เช่น ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา มากที่สุด

4. บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ควรเน้นการนำเสนอข่าวสารที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับความบันเทิง เพลิดเพลิน และรู้สึกผ่อนคลาย เพราะการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านการเปิดรับประสบการณ์ อยู่ในระดับการเปิดรับข่าวสารมาก โดยผู้บริโภคมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อรับความบันเทิง เพลิดเพลิน เช่น ข่าวภาพยนตร์ ที่วีมากที่สุด

5. บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ควรรักษาคุณภาพและไม่หยุดพัฒนาให้ทุกคอลัมน์มีความน่าสนใจ ดึงดูดใจให้ผู้บริโภคต้องการอ่านทุกคอลัมน์ เนื่องจากแต่ละหน้ามีการสื่อโฆษณาต่อผู้สนับสนุน (Sponsor) ซึ่งถือเป็นรายได้หลักของหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F หากผู้บริโภคสามารถอ่านได้ทุกหน้า ก็จะทำให้การโฆษณาที่ต้องการสื่อไปถึงผู้บริโภคได้รับการตอบสนอง เพราะวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านเพื่อการรับรู้ อยู่ในระดับความคิดเห็นข่าวสารมากที่สุดทุกข้อ โดยที่ผู้บริโภคสนใจเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่ต้องการได้มากที่สุด

6. บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ควรให้ความสำคัญกับพาดหัวข่าว โดยการนำเสนอพาดหัวข่าวที่กำลังเป็นประเด็นที่น่าสนใจในหน้าแรกและทันเหตุการณ์วันต่อวัน มีการใช้สีสรรที่สะดุดตา ดึงดูดใจให้ผู้บริโภคสนใจติดตามรายละเอียดของข่าวภายใน เพราะวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านเพื่อความหลากหลาย อยู่ในระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก โดยความสดใหม่ของข่าวเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคสนใจมากที่สุด

7. บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ควรนำเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคต่อไป เพราะไม่เพียงแต่ผู้บริโภคที่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ M2F เท่านั้นที่ได้รับประโยชน์ แต่ยังมีการนำความรู้สาระประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้รับไปถ่ายทอดหรือบอกต่อบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้บริโภคที่ได้อ่านอีกด้วย เพราะวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ด้านเพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม อยู่ในระดับความคิดเห็นข่าวสารมาก โดยผู้บริโภคสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการอ่านไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นรอบข้างได้มากที่สุด

8. บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ควรพัฒนาคุณภาพในการผลิตสื่อและนำเสนอข่าวสารให้สูงกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความภักดีในการติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ M2F อย่างต่อเนื่องต่อไป เพราะความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F อยู่ในระดับความคิดเห็นพึงพอใจ

9. บริษัทผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ควรรักษาความเป็นหนังสือพิมพ์ที่แจกฟรีต่อไปและควรวางแผนในด้านรายได้จากการสื่อโฆษณาต่อผู้สนับสนุน (Sponsor) โดยจากการที่หนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F เป็นหนังสือพิมพ์แจกฟรีที่ส่งตรงถึงผู้อ่านโดยที่ไม่ต้องมีต้นทุนในการรับรู้ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่ให้ข่าวสาร ความรู้ สาระ ความบันเทิง ทำให้ผู้อ่านรู้สึกคุ้มค่าที่ได้อ่าน เพราะการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คุ้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับ อยู่ในระดับความคิดเห็นคุ้มค่า

10. บริษัทควรรักษาคุณภาพการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และควรเพิ่มจำนวนหน้าจากปัจจุบัน 24 หน้าให้มีจำนวนหน้าหรือคอลัมน์ที่มากขึ้นเพื่อนำเสนอสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น อันจะช่วยให้รักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้ได้ เพราะวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร ด้านเพื่อการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

11. ปัจจุบันกลุ่มผู้อ่านมีพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารผ่านอุปกรณ์สื่อสารส่วนตัว เช่น โทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟนต่าง ๆ จึงควรมีการขยายช่องทางการกระจายข่าวสารผ่านช่องทางดังกล่าว เพื่อเป็นการเพิ่มฐานผู้บริโภคที่อาจไม่ได้เดินทางผ่านเส้นทางที่เป็นจุดแจกหนังสือพิมพ์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการลงโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ในหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ว่ามีผลกระทบต่อความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาการโฆษณาได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางที่ไม่มีต้นทุนในการบริโภคสื่ออื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ว่ามีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์แจกฟรีหรือไม่ เพื่อบริษัทจะได้เพิ่มโอกาสทางการตลาดกับผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมช่องทางอื่นด้วย
3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพียงช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ดังนั้นในอนาคตควรมีการนำงานวิจัยนี้มาปรับปรุงและทำการศึกษากลับอีกครั้งหนึ่ง เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบ ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษา มีความละเอียดและชัดเจนมากยิ่งขึ้น
4. ปัจจุบันมีการเพิ่มจำนวนตีพิมพ์เป็นจำนวน 600,000 ฉบับต่อวัน ขยายขอบเขตการแจกฟรีหนังสือพิมพ์จากแต่เดิมเพียงในกรุงเทพมหานคร เป็นกระจายสู่ทุกภูมิภาคตามหัวเมืองสำคัญ จึงควรทำการศึกษาในเรื่องเดิมแต่ขยายขอบเขตของการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่นอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานครด้วย เพื่อจะทำให้ได้ข้อมูลครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2545). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.
- . (2549). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์.
- . (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. การพิมพ์.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2556). *ค่าโฆษณาของหนังสือพิมพ์ปี 2556*. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/561896>
- จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2544). *เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จันดารา อุดมสิน. (2551). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้อ่านบทวิเคราะห์การเมืองของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและข่าวสด*. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558, จาก <http://happyreading.in.th>
- จันทนา ทองประยูร. *ข่าวหนังสือพิมพ์กับการสร้างความสนใจของผู้อ่าน*. สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.stou.ac.th/thai/schools/sca/document/Chanthana1.asp>
- จุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปกรณ. (2551). *พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 6 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.cmuir.cmu.ac.th>
- เจนิสตาร์ รักษ์สิริโสภา. (2553). *ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับ ที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย* กรุงเทพฯ: ปรินญานินพนธ์. วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558, จาก <http://www.koha.library.tu.ac.th>

- ชนกฤต ไตรักตระกูล; และ ดร.พีรพงษ์ ฟูศิริ. (2555). *กระบวนการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ แจกฟรี* ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสาร การเงิน การตลาดและ การบริหารธุรกิจ ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 (เม.ย.-มิ.ย.55). กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2558, จาก <http://thaiejournal.com/journal/2555volumes2/Tanakrit.pdf>
- ชนวดี บุญลือ. (2541). *ทฤษฎีและแบบจำลองพื้นฐานของการสื่อสาร* ในเอกสารการสอนชุดวิชา หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
พระราชบัญญัติ วัฒนธรรมแห่งชาติพุทธศักราช 2485 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2486.
- ปัทมา หล่อวิจิตร. (2539). *ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ "รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง" ของผู้ชม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2529). *การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรนับพัน ชูพินิจ; และ อริชัย อรรถอุดม. (2557). *พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินญาณิพนธ์ นศ.ม. (การศึกษาเฉพาะบุคคล). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558, จาก <http://proceedings.bu.ac.th>
- พีระ จิระโสภณ. (2539). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีระ จิระโสภณ. (2541). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักและ ทฤษฎีการสื่อสาร* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พัชร์นันท เกศทิน. (2557). *ความคิดเห็นของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F*. ปรินญาณิพนธ์ กรุงเทพฯ: บัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 28 กันยายน 2557, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/561896>
- โพสต์ พับลิชซิง จำกัด (มหาชน). (2557). *รายงานประจำปี 2557*. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558, จาก <http://www.postpublishing.co.th>
- มัลลิกา บุณนาค. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.
- รัฐภา ขวัญดี. (2544). *การเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษากรุงเทพมหานครในการชมรายการวัฒนธรรมไทยทางวิทยุโทรทัศน์*. ปรินทูนีพจน์ นศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558, จาก <http://www.library.christian.ac.th>
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2543). *การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 4 นนทบุรี: เจริญผล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- . (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- . (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: วิสุมวิวัฒนา.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2548). *แนวคิดเกี่ยวกับวัยทำงาน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.
- สุมนรัตน์ ปานรัตน์. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรี (FREE COPY)*. ปรินทูนีพจน์ นศ.ม. เชียงราย: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558, จาก <http://www.dric.nrct.go.th>.
- สุรพงศ์ โสชนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารเพื่อการจัดการในองค์การธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์ม.
- . (2545). *หลักการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- แสงรพี ภัทรกิจกุลธร. (2543). *การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินทูนีพจน์ นศ.ม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2558, จาก <http://www.researchgate.net>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล; และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนันตชัย. (2557). *รายชื่อจุดแจกหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F*. สืบค้นเมื่อ 6 พฤศจิกายน 2557, จาก <http://onlinemedia.idea2mobile.com>

อานนท์ อภาภิรม. (มปป.).

อิทธิชัย สุขชัยยะ. (2549). *ทัศนคติและประโยชน์ที่ได้รับของพนักงานบริษัท ชัมมิท โอโต ซีทีอินดัส*
ตรี จำกัด ต่อมาตรฐานระบบบริหารคุณภาพ ISO/TS 16949. สารนิพนธ์ บธ.ม.

(การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

DeFleur, M.L. & Dennis, E.E. (1996). *Understanding Mass Communication*.

6th ed. Boston: Houghton Mifflin.

Hartung, Joachim. (2001). *Testing for Homogeneity in Combining of two-armed trials with normally distributed responses*. The Indian Journal of Statistics, Sankhya, Volume 63: 293-310.

Lawrence A. Wenner. (1985). *The Nature of News Gratification in Media Gratifications Research: Current Perspectives*, (eds.) Karl Erik Rosenger. Lawrence A. Wenner. And Philip Palmgreen. Beverly Hills: Sage Publications.

Maslow, Abraham. (2000). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row Publishers.

McCombs and Becker. *Using Mass Communication Theory*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N. J.

Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the White Collar Job*. Ann Arbor : University of Michigan.

Schiffman, Leon G; & Kanuk, Leslie Laser. (2000). *Consumer Behavior*. 7th ed. New Jersey: Prentice – hall, Inc.

Wilbur, Schramm. (1973). *Channels and Audience: Handbook of Communication* Chicago: Ran McNally College Publishing Company.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Third edition. New York: Harper and Row Publication.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาวิจัยถึงการเปิดรับข่าวสารและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ของผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้สามารถนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของการนำเสนอของหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ต่อไป

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนและตรงกับความเป็จริงมากที่สุด การตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้ตอบจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง

- แบบสอบถามชุดนี้แบ่งส่วนประกอบสำคัญออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้
 - ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะและข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F
 - ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F
 - ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F
- กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นและความเป็นจริงของท่านมากที่สุด
- โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ และโปรดตอบคำถามแต่ละข้อเพียง 1 คำตอบเท่านั้น

ส่วนที่ 1 : คำถามเกี่ยวกับลักษณะและข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ
 () ชาย () หญิง
2. อายุ
 () 20 – 29 ปี () 30 – 39 ปี
 () 40 – 49 ปี () 50 - 59 ปี
 () ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพสมรส
 () โสด () สมรส / อยู่ด้วยกัน
 () หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา
 () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
 () สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ
 () รัฐบาล / รัฐวิสาหกิจ () ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท
 () ผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ต่อเดือน
 () 5,000-9,999 บาท () 10,000-14,999 บาท
 () 15,000-19,999 บาท () 20,000-24,999 บาท
 () 25,000 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2: คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

การเปิดรับข่าวสาร	ระดับการเปิดรับข่าวสาร				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการแสวงหาข้อมูล					
1. ท่านนำข้อมูลข่าวสารที่ได้ไปสนทนากับผู้อื่น เช่น ครอบครัว เพื่อน					
2. ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกับผู้อื่น เช่น กลุ่มเพื่อนที่ชอบข่าวประเภทเดียวกัน					
3. ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อแสดงความคิดเห็นและโต้ตอบความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสาร					
4. ท่านแสวงหาคำแนะนำและความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ					
ด้านการเปิดรับข้อมูล					
5. ท่านได้รับรู้เรื่องราวข่าวสาร เช่น ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ฯลฯ					
6. ท่านได้รับความรู้ทั่วไป เช่น การทำงาน เทคโนโลยี สุขภาพ ความงาม					
7. ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง เช่น ข่าวต่างประเทศ					
ด้านการเปิดรับประสบการณ์					
8. ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อรับความบันเทิง เพลิดเพลิน เช่น ข่าวภาพยนตร์, กีฬา					
9. การเปิดรับข่าวสารสามารถลดความตึงเครียดในชีวิตประจำวันแก่ท่านได้ เช่น บทความการท่องเที่ยว					
10. การเปิดรับข่าวสารทำให้ท่านเปิดเข้าสู่โลกแห่งจินตนาการ เช่น การอ่านบทย่อละคร					
11. การเปิดรับข่าวสารเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์					

**ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์
แจกฟรี M2F**

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสาร	ระดับความคิดเห็นข่าวสาร				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	ไม่ แน่ใจ (3)	ไม่เห็น ด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
เพื่อการรับรู้					
1. ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อสนองความอยากรู้ของ ตนเอง					
2. ท่านเปิดรับข่าวสารเพื่อแสวงหาข่าวสารที่เป็น ประโยชน์ต่อตนเอง					
3. ท่านสามารถเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่ต้องการได้					
เพื่อความหลากหลาย					
4. ความสดใหม่ของข่าวเป็นประเด็นที่ท่านสนใจ					
5. ข่าวสารทำให้ท่านได้รับความมั่นใจในตนเอง เช่น การอ่านข่าวที่สด ทันเหตุการณ์					
6. การอ่านหนังสือพิมพ์ถือเป็นการพักผ่อนสำหรับ ท่านอีกทางหนึ่ง					
เพื่อรรถประโยชน์ทางสังคม					
7. ท่านสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการอ่าน ไปถ่ายทอดให้บุคคลอื่นรอบข้างได้					
8. ท่านได้ทราบและสามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคม เช่น การปั่นจักรยานเพื่อ ลดโลกร้อน					
9. เปิดโอกาสให้ท่านสามารถแสดงความคิดเห็นผ่าน โทรศัพท์, Email เพื่อแนะนำ ดิชม					
10. การลงโฆษณาหางานในหน้า M2F Job ให้ประโยชน์ กับผู้ที่ต้องการหางานและบริษัทจ้างงาน					

ส่วนที่ 4 : คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

1. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F โดยเปรียบเทียบกับสิ่งที่คาดหวัง

สูงกว่าที่คาดหวังอย่างมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ต่ำกว่าที่คาดหวังอย่างมาก

5 4 3 2 1

2. ท่านคิดว่าการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F คู้มค่ากับเวลาและผลที่ได้รับหรือไม่

คู้มค่าอย่างมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่คู้มค่าอย่างมาก

5 4 3 2 1

3. โปรดประเมินความพึงพอใจโดยรวมจากการอ่านหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F

พอใจอย่างมาก _____ : _____ : _____ : _____ : _____ ไม่พอใจอย่างมาก

5 4 3 2 1

ขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้



ภาคผนวก ข
หนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ





ภาคผนวก ค

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา	หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ดร.อัจฉรีย์า ศักดิ์นรงค์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	ศิริกุล ชัยนงน
วัน เดือน ปี เกิด	3 พฤศจิกายน 2523
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	340/109 หมู่บ้านประชาสุขใจ ตำบลบ้านเปิด อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40000
ตำแหน่งหน้าที่งานปัจจุบัน	Assistant Supervisor
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ไอแทค อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (ไทยแลนด์) จำกัด 54 อาคารบี.บี.บิลด์จิง ชั้น 18 ยูนิต 1811 ถนนสุขุมวิท 21 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2542	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนโยธินบูรณะ
พ.ศ. 2544	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากโรงเรียนขอนแก่นบริหารธุรกิจ
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี จากมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
พ.ศ. 2558	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ