

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขต
กรุงเทพมหานคร

ชื่อและนามสกุล นางประภา ชาญอนุเดช

แขนงวิชา บริหารธุรกิจ

สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิ์วุฒิไกร
2. อาจารย์ ดร. สมถวิล วิจิตรวรรณ
3. อาจารย์นฤมล กิจไพศาลรัตนา

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ให้ความเห็นชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิ์วุฒิไกร)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. สมถวิล วิจิตรวรรณ)

..... กรรมการ
(อาจารย์นฤมล กิจไพศาลรัตนา)

..... กรรมการ
(อาจารย์พิชญ จุลศิริ)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์
ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชา
บริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(รองศาสตราจารย์สุนีย์ ศิลพิพัฒน์)

วันที่ .12.. เดือน ..พฤศจิกายน..... พ.ศ. ..2545.

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย นางประภา ชาญอนุเดช **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) **อาจารย์ที่ปรึกษา**
 (1) รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิไกร (2) อาจารย์ ดร. สมถวิล วิจิตรวรรณ (3) อาจารย์นฤมล
 กิจไพศาลรัตน์ **ปีการศึกษา** 2545

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) คุณลักษณะของประชากรด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ (2) พฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ (3) แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ (4) ความพึงพอใจของผู้อ่านในคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ และ (5) ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ 460 คน แบ่งเป็น ผู้อ่าน Bangkok Post 230 คน และ The Nation 230 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ Chi-square t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้อ่านมีทั้งชายและหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ 10,001-30,000 บาท/เดือน (2) พฤติกรรมผู้อ่าน ส่วนใหญ่ อ่านมาแล้ว 3-6 ปี อ่าน 1-2 วัน/สัปดาห์ ใช้เวลาอ่านเฉลี่ยต่อวัน ½ - 1 ชั่วโมง และอ่านในเวลาว่าง ทั้งวันทำงาน และวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยอ่านที่ทำงานมากที่สุด รองลงมาคืออ่านที่บ้าน และอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจมากที่สุด (3) ผู้อ่านมีแรงจูงใจในการอ่านในระดับมาก เพื่อฝึกทักษะและพัฒนาภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมา คือ ต้องการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว และต้องการทราบข่าวสารต่างประเทศ (4) ผู้อ่านพึงพอใจกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในระดับมาก โดยพึงพอใจด้านการแจกสิ่งพิมพ์พิเศษมากที่สุด รองลงมาคือ การลดราคาค่าสมาชิก และการแถมร่วมกับสินค้าอื่น ส่วนในด้านเนื้อหาและรูปแบบ ผู้อ่านพึงพอใจในระดับมาก โดยด้านเนื้อหา ผู้อ่านพึงพอใจในความรวดเร็วของข่าวมากที่สุด รองลงมา คือ ความทันสมัยของข่าว สำหรับด้านรูปแบบ ผู้อ่านพึงพอใจในความสะดวกในการอ่านมากที่สุด รองลงมา คือ รูปแบบ/ภาพประกอบที่เหมาะสม (5) ผู้อ่านต้องการให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความในระดับปานกลาง ทั้งด้านความเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ และความละเอียด / การเจาะลึก

คำสำคัญ พฤติกรรม ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

Thesis title: A STUDY OF READERS' BEHAVIOUR IN BANGKOK FOR READING
ENGLISH-LANGUAGE DAILY NEWSPAPERS

Researcher: Mrs. Prapha Chananudech; **Degree:** Master of Business Administration;
Thesis advisors: (1) Chatchai Loyritvuttikrai, Associate Professor; (2) Dr. Somtawin
Wijitwanna (3) Narumon Kijpaisalratana; **Academic year:** 2002

ABSTRACT

The objectives of this survey research were to study: (1) readers' demographics, specifically, gender, age, education, occupation and income; (2) readers' behaviour related to reading English-language daily newspapers; (3) readers' motivations for reading English-language daily newspapers; (4) readers' satisfaction related to content and format of English-language daily newspapers and (5) readers' requirements for reading English-language daily newspapers.

The sample for this study was made up of 460 English-language daily newspaper readers, 230 of which were Bangkok Post readers with the remaining 230 being readers of The Nation. The research methodology used for statistical analysis was percentage, Chi-square (χ^2), t-test and one way ANOVA, using the SPSS for Windows.

The findings indicated the following: (1) The majority of readers, both male and female, were 31 to 40 years old, held bachelor's degrees and worked for private companies, with an income level of 10,001-30,000 baht/month. (2) Most readers have been reading English-language newspapers for the last 3-6 years at a frequency of 1-2 days/week, for ½ -1 hour of reading time/day and at leisure. It was also found that the majority of respondents read newspapers both on weekdays and weekends, mostly at the office and at home respectively, and they read only columns of interest in details. (3) Readers' primary motivation was to practice and improve their English-language skills, and secondly to increase their general knowledge, in addition to keeping up with international news. (4) Readers were very satisfied with English-language daily newspapers' marketing promotion activities, largely with the free inserted supplements, discounts for subscriptions, and premiums. They were also very satisfied with the overall newspaper content and format. Regarding content, they were satisfied with the immediacy and update of news. As to the format, they liked the lay out and the appropriate format/graphics. (5) The readers would, however, like to see improvement in the newspapers some articles/content with more up-to-date, accurate, and in-depth reporting.

Keywords: Behaviour, English-Language Daily Newspapers Readers.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่ง จากรองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิ์วุฒิไกร อาจารย์ประจำสาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อาจารย์ ดร. สมถวิล วิจิตรวรรณ อาจารย์ประจำสำนักทะเบียนและวัดผล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และ อาจารย์ณฤมล กิจไพศาลรัตน์ หัวหน้าบรรณารักษ์ ห้องสมุดคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำวิทยานิพนธ์นี้อย่างใกล้ชิด เสมอมา นับตั้งแต่เริ่มต้น จนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชทุกท่าน และ อาจารย์ภายนอกที่มหาวิทยาลัยได้เชิญมาให้ความรู้แก่นักศึกษา บุรพาจารย์ที่ประสาทความคิด ประสิทธิ์ความรู้แก่ผู้วิจัย เจ้าหน้าที่ประสานงานของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง ผู้มีพระคุณที่ให้ความช่วยเหลือทุกท่าน รวมทั้ง เพื่อนร่วมงาน เพื่อนนักศึกษาในอดีตและปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พี่น้องบัณฑิตศึกษา รุ่น 1 แขนงวิชาวิทยาการจัดการ (MBA1/2000) และญาติ พี่น้องที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำปรึกษา ชี้แนะข้อบกพร่องในการทำวิจัย ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือและตอบแบบสอบถามกลับมาจนได้ข้อมูลเพียงพอสำหรับการวิจัย

นอกจากนี้ ยังมีกำลังใจที่ได้จากสามีและลูก ๆ ระหว่างการทำวิจัยมาโดยตลอดจนสำเร็จในครั้งนี้ ในท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ผู้เห็นความสำคัญในการศึกษาของลูก ๆ ทุกคน

สำหรับผู้มีส่วนในความสำเร็จ ทั้งที่ระบุและไม่ได้ระบุนามทุกท่าน ขอได้รับความขอบคุณอย่างจริงใจ และขอให้ทุกท่านมีส่วนร่วมในประโยชน์อันเกิดจากผลสัมฤทธิ์ของวิทยานิพนธ์นี้ตลอดไป

ประกาศาณูเดช

ตุลาคม 2545

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
กรอบแนวคิดการวิจัย	7
สมมติฐานการวิจัย	8
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behaviour).....	11
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค.....	11
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behaviour).....	12
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behaviour Model).....	15
ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสาร (The Selective Exposure).....	21
แนวคิดเรื่องแรงจูงใจและความต้องการ (Motivation and Needs).....	25
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification's Theory).....	30
แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	52
รูปแบบการวิจัย.....	52
แหล่งข้อมูล	52
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	56
การวัดค่าตัวแปรและการให้คะแนนคำตอบ	57
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
การวิเคราะห์ข้อมูล	59
บทที่ 4 ผลการวิจัย	61
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	62
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ	64
ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ	67
ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ.....	69
ส่วนที่ 5 ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ	73
ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ	86
ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน	87
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	110
สรุปการวิจัย	110
อภิปรายผล	113
ข้อเสนอแนะ	118
บรรณานุกรม.....	120
ภาคผนวก.....	126
แบบสอบถาม	127
ประวัติผู้วิจัย.....	133

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 แสดงคำถาม 7 คำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)	12
ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสำนักงานเขต จำนวน 50 เขต	53
ตารางที่ 3.2 การแบ่งเขตในการจัดสายส่งหนังสือพิมพ์	55
ตารางที่ 3.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเขตในการปฏิบัติงานของสายส่ง หนังสือพิมพ์	55
ตารางที่ 3.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ	56
ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะของผู้อ่าน	62
ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรม การอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ	64
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงงูใจของผู้อ่าน หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ	68
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และอันดับของกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่ผู้อ่าน หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษพึงพอใจ	69
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้อ่าน หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ด้านเนื้อหาและรูปแบบของ หนังสือพิมพ์	71
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการให้ปรับปรุง ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ เฉพาะผู้ที่มีความต้องการ ให้มีการปรับปรุง จำแนกเป็นรายด้าน และในภาพรวม	73
ตารางที่ 4.7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ Bangkok Post ด้านความรวดเร็ว	74
ตารางที่ 4.8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ Bangkok Post ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.9	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ Bangkok Post ด้านความละเอียด/การเจาะลึก	76
ตารางที่ 4.10	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ The Nation ด้านความรวดเร็ว	80
ตารางที่ 4.11	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ The Nation ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ.....	81
ตารางที่ 4.12	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ The Nation ด้านความละเอียด/การเจาะลึก.....	82
ตารางที่ 4.13	การทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับระยะเวลา ในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมด	88
ตารางที่ 4.14	การทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับความถี่ ในการอ่าน.....	91
ตารางที่ 4.15	การทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับเวลาที่ใช้อ่าน เฉลี่ยต่อวัน.....	93
ตารางที่ 4.16	การทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับลักษณะ การอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ	96
ตารางที่ 4.17	ผลการทดสอบความแตกต่างระดับแรงจูงใจในการอ่านระหว่าง กลุ่มผู้อ่านเพศชายและเพศหญิง	99
ตารางที่ 4.18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามอายุ	100
ตารางที่ 4.19	การวิเคราะห์ความแปรปรวนแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามอายุ.....	101
ตารางที่ 4.20	การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจในการอ่านเป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	102
ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามระดับการศึกษา.....	102
ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจในการอ่านเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	103
ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามอาชีพ	104
ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามอาชีพ.....	105
ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจในการอ่านเป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ	105
ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามรายได้.....	106
ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามรายได้.....	106
ตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจในการอ่านเป็นรายคู่ จำแนกตามรายได้.....	107
ตารางที่ 4.30 การทดสอบความแตกต่างระดับความพึงพอใจในการอ่านด้านเนื้อหา ระหว่างกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ หนังสือพิมพ์ The Nation.....	108
ตารางที่ 4.31 การทดสอบความแตกต่างระดับความพึงพอใจในการอ่านด้านรูปแบบ ระหว่างกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ หนังสือพิมพ์ The Nation.....	109

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	7
ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) (Model of Consumer Behaviour) และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	16
ภาพที่ 2.2 กระบวนการเลือกข่าวสาร	22
ภาพที่ 2.3 โมเดลของกระบวนการจูงใจ (Model of the Motivation Process)	27
ภาพที่ 2.4 โมเดลความพึงพอใจ	32

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญมากในการเสนอข่าว และ ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในแต่ละสังคม ดังคำกล่าวของ แมรี เวสต์ (Mary West) นักหนังสือพิมพ์ สตรีชาวอเมริกันที่ว่า “สังคมต้องการข่าวสารด้วยเหตุผลเดียวกันกับคนต้องการนัยน์ตาเพื่อให้เห็นว่า ตนเองกำลังจะไป ณ ที่ใด” หนังสือพิมพ์ จึงเปรียบเสมือนกระจกเงา ที่สะท้อนให้เห็นว่า สังคมมี แนวคิดเป็นอย่างไร มีพฤติกรรมโดยส่วนรวมเป็นอย่างไร หรืออาจจะกล่าวได้อีกนัยหนึ่ง ก็คือ หนังสือพิมพ์เป็นแหล่งรวมของข่าวสารด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน โดยครอบคลุมทั้งข่าว ภายในประเทศ และต่างประเทศ รวมทั้งแนวความคิดแปลกใหม่ การวิพากษ์วิจารณ์บทความสารคดี ต่าง ๆ และผลงานวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์ (จันทน์ วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์ 2530: 1)

หนังสือพิมพ์ต้องทำหน้าที่สนองตอบความต้องการของสังคม มีบทบาทอย่างสำคัญ ในการ ให้คุณและโทษต่อผู้อ่าน จึงต้องมีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาการ ความคิด จิตใจ ของผู้อ่านพร้อมกันไป ภาระหน้าที่ ที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เลยก็คือ ความพยายามเป็นผู้ชี้แนะ ยกย่องความคิดและความรู้ของ สาธารณชนให้มีรสนิมอันดี เปรียบเสมือนเข็มทิศส่องทางให้แก่สังคม และเป็นกระจกสะท้อน สังคม ภาระหน้าที่ดังกล่าวถูกกำหนดเป็นความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ในสังคมประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา (Developing Countries) ภาระเหล่านี้ ก็ยิ่งเพิ่มพูนมากขึ้น ซึ่งหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์คือ 1) ให้ข่าวสาร (To inform) 2) ให้ข้อเสนอแนะ (To give opinion) 3) ให้ความบันเทิง (To entertain) และ 4) เป็นสื่อในการโฆษณา (To advertise) หนังสือพิมพ์ต้อง ดำเนินถึงความรับผิดชอบพร้อม ๆ กันไปกับหน้าที่หลัก 4 ประการ (มาลี บุญศิริพันธ์ 2534: 3-4)

ด้วยบทบาทและหน้าที่ดังกล่าว หนังสือพิมพ์จึงเป็นสื่อหลักของสื่อทางวารสารศาสตร์ ทั้งหลายในปัจจุบัน ที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่า เป็นสื่อที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อความเป็นอยู่ของ ประชาชนในสังคม ประกอบกับความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้เข้ามาช่วยเสริม ให้หนังสือพิมพ์ทวีสมรรถนะในการปฏิบัติภาระหน้าที่ตามบทบาทที่สาธารณชนมอบหมายไว้ในฐานะเป็น “ฐานันดรที่สี่” ของสังคม โดยเฉพาะหน้าที่แจ้งข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาใน แต่ละวันให้ประชาชนได้รับทราบทันต่อเหตุการณ์ด้วยแล้ว ทำให้หนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อความรู้สึก

นึกคิดและการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนผู้รับสารมากขึ้น ยิ่งในสังคมของประเทศประชาธิปไตย ซึ่งถือว่าการตัดสินใจของรัฐบาลประชาธิปไตยนั้นขึ้นอยู่กับความคิดเห็นอันชาญฉลาดของประชาชน ในอันที่จะเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองอย่างใดอย่างหนึ่งด้วยแล้ว ยิ่งยอมรับว่าหนังสือพิมพ์มีอิทธิพล ถึงขนาดที่สามารถเปลี่ยนแปลงความเข้าใจ (Understandings) อารมณ์ (Feeling) ความเชื่อมั่น (Beliefs) ความคิดเห็น (Opinions) เจตคติ (Attitudes) หรือ พฤติกรรมที่แสดงออก (Overt Behaviours) ได้ไม่มากนักน้อย เหตุนี้ในประเทศประชาธิปไตยจึงถือว่าหนังสือพิมพ์เป็นสถาบันทาง สังคมสถาบันหนึ่งที่ประเทศจะขาดเสียมิได้ (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ 2539: 13)

ในด้านวิวัฒนาการ หนังสือพิมพ์มีต้นกำเนิดขึ้นในประเทศอียิปต์ เมื่อประมาณสามพันปีก่อน ฟาโรห์องค์หนึ่งพระนามว่า อามเนน โฮเตปที่ 3 (Amenhotep III) ได้มีพระราชสาส์นจำนวนนับร้อยๆ ฉบับ ไปถึงข้าราชการที่ทรงส่งไปปกครองแคว้นหัวเมืองห่างไกลต่างพระเนตร พระกรรณ เพื่อแจ้ง ข่าวดูความความเป็นไปในพระราชสำนักและในเมืองหลวงให้ทราบ ต่อมาอีกประมาณหนึ่งพันปี คือในราว 60 ปีก่อนคริสตกาล อาณาจักรโรมันมีความเจริญทางอารยธรรมสูงสุด ก็ได้มีการติดต่อ สื่อสารด้วยหนังสือตามอารยธรรมของอียิปต์มาใช้ด้วย โดยจักรพรรดิ จูเลียสซีซาร์ แห่งอาณาจักร โรมัน ได้สั่งเจ้าหน้าที่บ้านเมืองคัดลอกข่าวสาร ประกาศและคำแถลงของทางราชการ แล้วนำมาปิด ประกาศตามที่ชุมชนที่เรียกว่า ฟอรัม (Forum) เพื่อให้ประชาชน พลเมืองได้อ่านกันอย่างทั่วถึง จะได้ทราบความเป็นไปของเหตุการณ์บ้านเมืองในแต่ละวัน ประกาศข่าวสารดังกล่าวเรียกว่า “แอ็คต้า ดิอูร์นา” (Acta Diurna-Acts of the day) ซึ่งนับได้ว่าเป็นต้นแบบของหนังสือพิมพ์กำแพง (Wall Newspaper) ในปัจจุบัน ข่าวสารของ “Acta Diurna” ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับการประชุม รัฐสภาของบรรดาวุฒิสมาชิกบ้าง กุฎระนิยมต่าง ๆ รัฐออกมาใช้เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนบ้าง หรือมิฉะนั้น ก็เป็นประกาศเชิญชวนให้ประชาชนโรมัน มาออกเสียงลงประชามติ (Plebiscites) ในปัญหา สาธารณะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในบางครั้ง Acta Diurna ก็จะมีข่าวคราวเกี่ยวกับการเคลื่อนทัพของกองทัพ โรมันที่ออกไปรบกับประเทศอื่นๆ มี “ข่าวสังคม” อาทิ การเกิด การตาย หรือการแต่งงานของบุคคล สำคัญๆ และบ่อยครั้งเหมือนกันที่ Acta Diurna เสนอข่าวกีฬา การต่อสู้ประเภทต่างๆ (Gladiatorial Contests) จนกระทั่งถึงสมัยกลางของยุโรป (The Middle Age) นักธุรกิจและพ่อค้าในยุคนี้จึงได้นำ เอาการสื่อสารในรูปของหนังสือมาใช้ในการติดต่อแจ้งข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการค้าที่ เรียกว่า จดหมายเหตุการณ์ค้า (News Letters) กันอย่างแพร่หลาย (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ 2539: 5-6)

ความจำเป็นและความต้องการที่จะรู้ถึงความเป็นไปของสังคมรอบข้าง และสังคมที่ ห่างไกลออกไปเช่นนี้เองที่กลายเป็นกุญแจสำคัญไขประตูความเจริญรุ่งเรืองให้แก่งานด้านวารสาร นับแต่นั้นมา ท่วงงานวารสารศาสตร์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในราวปี ค.ศ.1456 เมื่อชาวเยอรมัน ชื่อ โยฮัน กูเตินเบิร์ก (Johannes Gutenberg) รับเอาความคิดในเรื่องการพิมพ์จากจีน (มีหลักฐานว่า

จีนได้ออกวารสารข่าวในราชสำนักชื่อ ซิงเป่า (Tsing Pao) ในราวปี ค.ศ.500 ซึ่งถือกันว่าวารสารนี้เป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกของโลก วารสารดังกล่าวตีพิมพ์ออกสู่ตลาดในกรุงปักกิ่งเรื่อยมาจนกระทั่งปี ค.ศ.1935 จึงเลิกตีพิมพ์ ในช่วงร้อยปีต้นของการพิมพ์วารสารฉบับนี้ ใช้บล็อกไม้ แกะสลักเป็นแม่พิมพ์ แต่ต่อมาได้พัฒนามาใช้ตัวเรียงแทน) มาคิดประดิษฐ์เครื่องพิมพ์และตัวเรียงพิมพ์ที่เรียกว่า Movable Printing Type ขึ้นใช้ ทำให้งานวารสารศาสตร์ประเภทหนังสือสามารถจะพิมพ์ได้ด้วยความเร็วที่สูงกว่าเดิม ได้งานที่มีคุณภาพมากกว่าเดิม และราคาต้นทุนต่ำกว่าเดิม ในระยะนั้น ต้นตระกูลของหนังสือพิมพ์ได้รับการตีพิมพ์ออกสู่ตลาดเป็นประจำในรูปของจุลสาร (Pamphlets) และบางครั้งก็เป็นเพียงใบปลิวข่าว (News Sheets) ภายใต้อำนาจหน้าที่ (Nameplate) ว่า Avis Relation Oder Zeitung โดยเริ่มตีพิมพ์ออกแจกจ่ายในปี ค.ศ.1609 จุลสาร (Pamphlets) ในระยะนั้น มีเนื้อหาสาระเน้นหนักไปในทางแสดงความคิดเห็น ทั้งนี้ เพราะประชาชนในยุคนั้น มักจะถูกผู้ปกครองกดขี่ข่มเหงและบีบบังคับให้นับถือศาสนาตามนิยามของผู้ปกครองประเทศนั้น นับถืออยู่เสมอ จึงเห็นได้ชัดว่า จุลสารที่ออกมาในยุคนั้นคือ ต้นแบบของบทบรรณาธิการ (Editorial) และบทวิจารณ์ (Critiques) ในหนังสือพิมพ์ปัจจุบัน ส่วนใบปลิว (News Sheets) นั้น เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการแจ้งหรือบอกข่าวที่ผู้พิมพ์หรือ คนที่มาว่าจ้างพิมพ์เห็นว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อคนทั่วไป ใบปลิวข่าวจึงมีลักษณะเหมือนโฆษณา (Advertising) สมัยนี้

นับแต่นั้นมา งานวารสารศาสตร์ประเภทสิ่งพิมพ์ก็เริ่มเจริญรุดหน้าและพัฒนาตัวเองขึ้นมาเป็นลำดับจากสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระแยกกันอยู่ กล่าวคือ เนื้อหาสาระที่เป็นข่าวการบ้าน การเมืองใน Acta Diurna ข่าวเศรษฐกิจการค้าใน News Letters บทวิจารณ์ บทบรรณาธิการใน Pamphlets และโฆษณาใน News Sheets มาเป็นสิ่งตีพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระทั้งหมดดังกล่าวในฉบับเดียวกัน ที่เรียกว่า หนังสือพิมพ์ (Newspaper) จากนั้นก็มีการปรับตัวให้อยู่ได้เป็นหนังสือพิมพ์ราคาถูก แต่มีจำนวนจำหน่ายสูง ที่เรียกว่า Penny Paper มีการปรับปรุงรูปลักษณ์จากหนังสือพิมพ์ขนาดปกติไปสู่รูปลักษณ์ที่มีขนาดเล็กกว่านั้นครั้งหนึ่ง เรียกว่า ขนาดแทบลอยด์ (Tabloid) นอกจากนั้น ก็มีการพัฒนาเนื้อหาไปถึงการออกนิตยสารและวารสารต่าง ๆ จนกระทั่ง ค.ศ. 1920 สื่อทางวารสารศาสตร์ประเภทวิทยุ จึงเข้ามามีบทบาทในด้านสื่อสารมวลชน ตามมาด้วยสื่อทางวารสารศาสตร์ประเภทโทรทัศน์ (สิทธิพิชญ์ ชันสุวรรณ 2539: 6-7)

สำหรับหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในประเทศไทย มีวิวัฒนาการตามลำดับจากใบปลิวหรือแผ่นประกาศ จดหมายข่าว จนกระทั่งเป็นหนังสือพิมพ์อย่างในปัจจุบัน โดยหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษฉบับแรกได้ถือกำเนิดขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2411 ภายใต้อำนาจหน้าที่ "Bangkok Daily Advertiser" มี ดร.แซมมวล จอห์น สมิท (Sammual John Smith) และ นายโทมัส แอนดรู (Thomas Andrew) เป็นเจ้าของ โดยได้รับอิทธิพลจากหนังสือพิมพ์รายวันอเมริกันนับตั้งแต่ลักษณะรูปแบบ การเขียนข่าว

การรณรงค์ต่อต้านความอยุติธรรม การให้ความรู้ และการโฆษณา ตลอดจนความบันเทิง (งาน วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์ 2530: 11) นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษเป็นหลักฐาน สำคัญยิ่ง ซึ่งได้บันทึกข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั่วโลกในแต่ละวันไว้อย่างต่อเนื่องทั้งในอดีตและ ปัจจุบัน จึงเป็นสื่อมวลชน “สากล” ที่สามารถสะท้อนให้เห็นสภาพต่างๆ ของสังคมได้เป็นอย่างดี (งาน วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์ 2530: 170)

กิจการหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในประเทศไทยปัจจุบัน มีความเจริญรุดหน้า แม้บางครั้งจะประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ การเมือง และการสงครามอยู่บ้าง ส่งผลให้หนังสือพิมพ์ บางฉบับต้องล้มเลิกกิจการ แต่ก็มีหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นเกิดขึ้นมาใหม่ทดแทนกันอยู่เรื่อยๆ จนกระทั่ง ปัจจุบันหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในประเทศไทยเหลือเพียง 3 ฉบับ ได้แก่ Bangkok Post, The Nation และ Business Day (ประไพ ไกรสรโกวิท 2540: 2) ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ ที่เน้นในการ เสนอข่าวทั่วไป (ไม่รวม Thailand Time ที่ได้ปิดตัวเองไปแล้วในปี พ.ศ. 2540 เนื่องจากประสบ ปัญหาขาดทุน) เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว มีเพียง 2 ฉบับเท่านั้น ที่สามารถเรียกได้ว่าเป็นคู่แข่งกัน ทางการตลาดคือ หนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation เนื่องจากหนังสือพิมพ์ทั้งคู่มีราคาขาย ฉบับละ 20 บาทเท่ากัน และมีลักษณะการนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร และเป็นหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษกรอบเข้าเหมือนกัน โดยมุ่งเสนอผู้อ่านกลุ่มเดียวกัน เป็นกลุ่มคนชั้นกลางถึงชั้นสูง ที่มี การศึกษาและฐานะดี รวมถึงนักธุรกิจคนไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยอีกด้วย

คนไทยส่วนใหญ่ มีปัญหาเกี่ยวกับการอ่านเข้าใจความภาษาอังกฤษ กลุ่มเป้าหมายที่จะอ่าน หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ จึงมีเพียงนักธุรกิจ นักบริหารระดับสูง นักศึกษา และชาวต่างประเทศที่ อาศัยอยู่ในประเทศไทย ซึ่งนับว่าเป็นตลาดของผู้อ่านที่ค่อนข้างแคบ แต่ในปัจจุบันประชากรมี จำนวนมากขึ้น และประชากรส่วนใหญ่นิยมที่จะได้รับการศึกษาในระดับสูงขึ้นเรื่อยๆ ในประเทศที่ กำลังพัฒนา เช่น ประเทศไทย การติดต่อกับชาวต่างชาติมีมากขึ้น โดยเฉพาะหลังวิกฤตการณ์ทาง เศรษฐกิจ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเมื่อเดือนกรกฎาคม 2540 มีผลทำให้ชาวต่างชาติมาลงทุนใน ประเทศไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในหลายๆ ประเทศในภูมิภาคนี้ ที่เปิดรับ เทคโนโลยีสารสนเทศอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็ว ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อใช้ในด้านการศึกษา และในเชิงธุรกิจ จึงเป็นความจำเป็นที่นักศึกษา คนวัยทำงาน และนักบริหารต้องมีความรู้ ด้านภาษา อังกฤษ เพื่อสามารถค้นหาข้อมูลติดต่อสื่อสารในการทำธุรกิจ รับรู้ข่าวสาร และใช้ทักษะด้านภาษา ควบคู่กันไป ทำให้ความต้องการสื่อมวลชนประเภท “หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ” มีมากขึ้น โดยเฉพาะ อย่างยิ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นศูนย์กลางของโลกธุรกิจในประเทศไทย

ภายใต้สภาพการแข่งขันอย่างเข้มข้นทางธุรกิจของสื่อต่างๆ ในยุคสารสนเทศปัจจุบัน ทำให้สื่อมวลชนทุกประเภท ต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา และต้องเป็นไปอย่างมีระบบผ่านขั้นตอน

การวิจัยตลาดและการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแล้วจึงพยายามพัฒนารูปแบบของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้คนในสังคมนั้นๆ โรเบิร์ต ลีคควูด (อ้างถึงใน ประไพ ไกรธร โกวีย์ 2540: 122) ได้กล่าวถึงการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ในยุคสารสนเทศไว้ว่า แนวทางการปรับเปลี่ยนหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ทั่วโลกที่ผ่านมานั้น ส่วนใหญ่เน้นเพื่อแข่งขันกับสื่อโทรทัศน์ด้วยการใช้พาดหัวและกราฟฟิกที่มีขนาดใหญ่และใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ ส่วนสีสรรที่ใช้ก็มีความฉูดฉาดมากจนเกินงาม ทำให้หนังสือพิมพ์ดูเลอะเทอะมากกว่าดึงดูดใจ รวมทั้งเนื้อข่าวก็สั้นลงเรื่อยๆ จนไม่มีสาระเพียงพอในการอ่าน ในแง่ของเทคโนโลยีและความรวดเร็วแล้ว หนังสือพิมพ์ไม่มีทางแข่งขันกับโทรทัศน์ได้และไม่มีควมจำเป็นต้องแข่งด้วย เพราะจุดแข็งของหนังสือพิมพ์ คือ การนำเสนอข่าวและข้อมูลด้วยวิธีการเขียนที่ดี (Fine Writing) ด้วยกราฟฟิกที่เข้าใจง่าย (Clear Graphics) และด้วยภาพข่าวที่ระทึกใจ (Stunning Still Photographs) ดังนั้น ความพยายามที่จะเปลี่ยนการรับรู้ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ให้เหมือนดูข่าวทางโทรทัศน์จึงไม่เคยช่วยเพิ่มยอดขาย หรือสร้างความผูกพันที่มั่นคงระหว่างหนังสือพิมพ์กับผู้อ่าน (Reader Loyalty) ได้เลย หนังสือพิมพ์ควรหันมาใช้จุดแข็งของตนสร้างเสริมศักยภาพในการแข่งขันกับสื่ออื่นๆ โดยพยายามพัฒนาข้อมูลและการนำเสนอให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านให้มากที่สุด

ในด้านการตลาด การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้ให้นักการตลาดเข้าใจได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเกิดขึ้นได้อย่างไรและทำไม และสามารถใช้เกณฑ์ที่เหมาะสมในการแบ่งสัดส่วนของผู้บริโภคได้ถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้สามารถแยกผู้บริโภคเหล่านี้ออกมาเป็นส่วนๆ จากตลาดรวมทั้งหมด และสามารถผลิตสินค้า กำหนดราคา เลือกช่องทางการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้า รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสู่ผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ 2544: 188) ดังนั้น การศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้อ่าน ที่เป็นผู้บริโภคข่าวสาร ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์ดำรงอยู่หรือล้มเหลว จัดว่าเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด การส่งเสริมการขาย เพื่อเพิ่มยอดขาย ซึ่งเป็นที่มาของรายได้ ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จะอยู่รอดได้จำเป็นต้องอาศัยรายได้จากการขายเนื้อที่โฆษณาเป็นรายได้หลัก รองลงมาจะเป็นรายได้จากการขายหนังสือพิมพ์ตามร้านจำหน่ายทั่วไป การจัดจำหน่ายจะช่วยดึงดูดโฆษณาให้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ เจ้าของกิจการเคยเปรียบว่า การจัดจำหน่ายเหมือนกับ “โลหิตหล่อเลี้ยงชีวิต” เนื่องจากการจัดจำหน่ายเป็นตัวชักนำสินค้า หรือบริการต่างๆ ให้มาลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ (ยงยุทธ สฤกษ์วานิช 2530: 192 อ้างถึงใน ปัญญา จันทรา 2542: 2) ยอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์เพียงสูง ก็จะมีผลทำให้มีรายได้จากค่าโฆษณาสูงตามไปด้วย

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านจึงจัดว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจสิ่งพิมพ์ เพื่อปรับปรุงเนื้อหาสาระ และรูปแบบให้ตรงกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้อ่าน เพื่อให้ดึงดูดใจผู้อ่าน และ

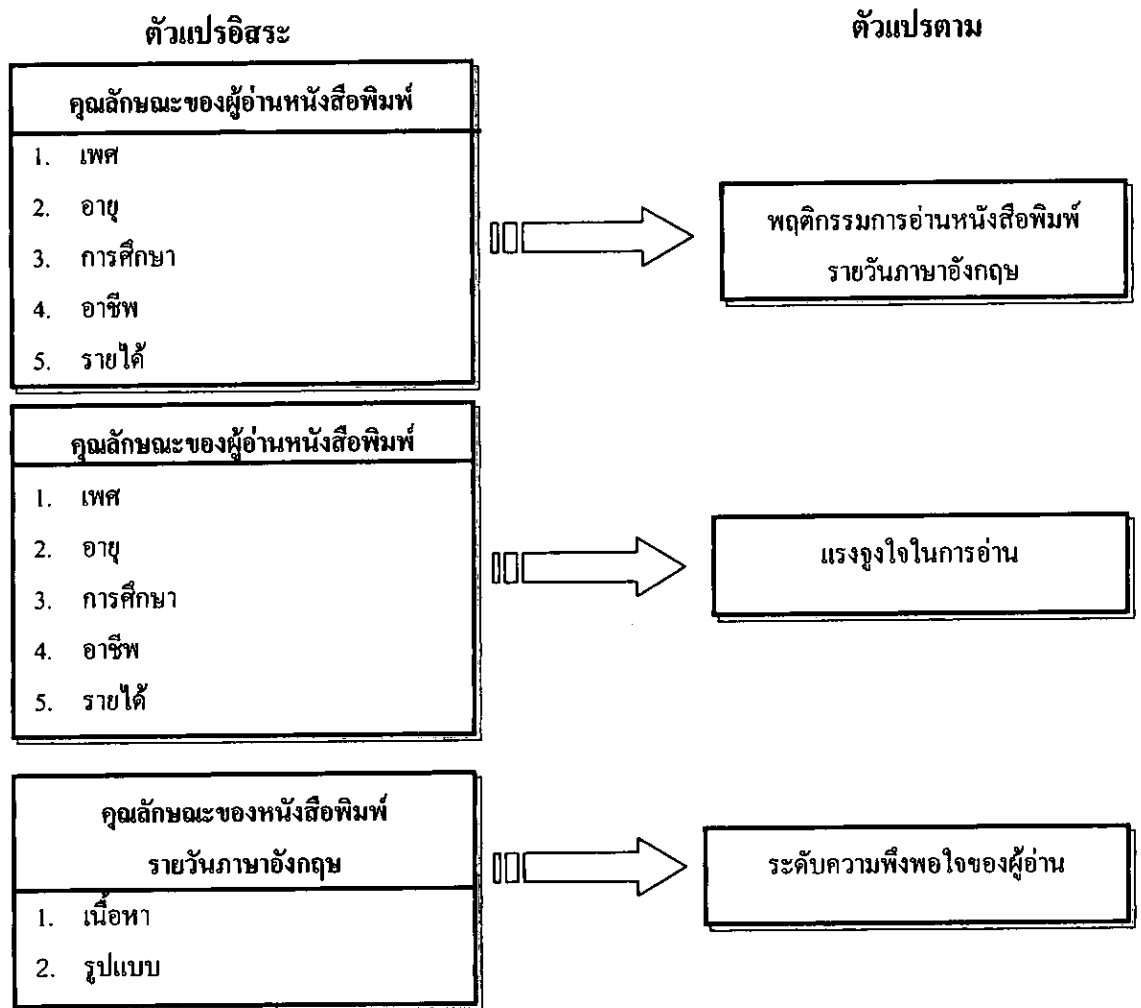
เพื่อหาทางส่งเสริมการขายให้ตรงตามความต้องการของผู้อ่าน เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ และเป็น การเพิ่มศักยภาพของการแข่งขันในปัจจุบัน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่มีการขาย ในวงจำกัดกว่าหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ด้วยเหตุดังกล่าวมา การศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งหวังที่จะศึกษา พฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ทั้ง Bangkok Post และ The Nation ในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้อ่าน รวมทั้ง เกิดประโยชน์ ต่อกิจการหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในด้านการพัฒนาข่าวสารและรูปแบบให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของประชากรด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- 2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- 2.3 เพื่อทราบแรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- 2.4 เพื่อทราบความพึงพอใจของผู้อ่าน ในคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษา อังกฤษ
- 2.5 เพื่อทราบความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรต่างๆ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ รายวันภาษาอังกฤษ พฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์ แรงจูงใจในการอ่าน และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดได้ แสดงดังแผนภูมิที่ 1.1 ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านแตกต่างกัน

4.2 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกัน

4.3 คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจในการอ่านแตกต่างกัน

5. ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ที่มีเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย รวมทั้งข่าวสารของต่างประเทศ และจัดพิมพ์ในประเทศไทยจำนวน 2 ฉบับ คือหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation โดยแบ่งขอบเขตการศึกษาได้ ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในที่นี้คือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานครคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ The Nation ที่เป็นคนไทยที่เป็นสมาชิกในนามส่วนบุคคล และผู้ที่ซื้ออ่านจากร้านจำหน่ายหนังสือทั่วไป จำนวน 460 ราย

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา จะศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านตามคุณลักษณะของประชากรและปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และความต้องการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ โดยใช้แนวคิดเรื่องรูปแบบของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H จากหนังสือกลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด โดย รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541

5.3 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาทำการวิจัยทั้งสิ้น 1 ปี 6 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2544 – ตุลาคม 2545 ระยะเวลาเก็บข้อมูล คือ เดือนมีนาคม-เมษายน 2545

5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

จากสมมติฐานข้อที่ 1 ตัวแปรอิสระ คือคุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร และตัวแปรตาม คือพฤติกรรมการอ่าน

จากสมมติฐานข้อที่ 2 ตัวแปรอิสระ คือคุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร และตัวแปรตาม คือแรงจูงใจในการอ่าน

จากสมมติฐานข้อที่ 3 ตัวแปรอิสระ คือคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ ในด้านเนื้อหาและรูปแบบ และตัวแปรตาม คือระดับความพึงพอใจของผู้อ่าน

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ หมายถึง สิ่งตีพิมพ์ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ข้อคิดเห็น และสาระบันเทิงต่าง ๆ เป็นภาษาอังกฤษ โดยมีชื่อจำหน่ายเดียวกันและพิมพ์ออกจำหน่ายเป็นรายวัน การศึกษาหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในครั้งนี้หมายถึงหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ The Nation

6.2 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่ศึกษาได้จากเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

6.3 พฤติกรรมผู้อ่าน หมายถึง ลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ที่ได้ติดตามอ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมด ความถี่ในการอ่าน เวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวัน และลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation

6.4 แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายในบุคคลและผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้น เป็นปัจจัยที่เป็นแรงส่งให้ผู้อ่านเปิดอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation

6.5 ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะที่มีความพอใจหรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองจากการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation

6.6 ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ หมายถึง การคาดหวังประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างที่จะได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation

6.7 สิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) หมายถึง สิ่งพิมพ์เพิ่มเติมนอกเหนือจาก หนังสือพิมพ์ที่แทรกไว้ในเล่มหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์เนื่องในโอกาสเปิดบริษัทใหม่ ครบรอบการดำเนินงาน การรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม หรือ สิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ทั่วไป

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดหวังว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ คือ

- 7.1 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้จัดทำหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในการปรับปรุงเนื้อหาสาระ และรูปแบบให้ตรงกับพฤติกรรม ความพึงพอใจและความต้องการของผู้อ่านให้มากที่สุด
- 7.2 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาดของผู้จัดทำหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- 7.3 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในการศึกษาค้นคว้าในขั้นที่ละเอียดลึกซึ้งต่อไป

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารัชนี เป็นการศึกษาวรรณกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation ผู้วิจัยจึงเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งเป็น 6 ตอนดังนี้

1. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behaviour)
2. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสาร (The Selective Exposure)
3. แนวคิดเรื่องแรงจูงใจและความต้องการ (Motivation and Needs)
4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification's Theory)
5. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behaviour)

การศึกษารัชนี ผู้วิจัยศึกษาพฤติกรรมผู้อ่าน เฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ คือ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ The Nation พฤติกรรมผู้อ่านในที่นี้คือ พฤติกรรมผู้บริโภค หนังสือพิมพ์ ดังนั้น ควรทำความเข้าใจกับพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว (ชงชัย สันติวงษ์ 2540: 29) หรือ หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1987: 5) ความหมายอีกประการหนึ่งของพฤติกรรมผู้บริโภคคือ ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ เหล่านั้น (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2543: 5)

พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ ซึ่งมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ดังนั้น เจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระดุน หรือวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้มากที่สุด

1.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behaviour)

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นการศึกษา ค้นหา หรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบลักษณะความต้องการ สำหรับช่วยในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO?, WHAT?, WHY?, WHO?, WHEN?, WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการหรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVES, ORGANIZATIONS, OCCASIONS, OUTLETS AND OPERATIONS ดังตารางที่แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมทั้ง การเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และแสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมาย ดังตาราง ที่ 2.1 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541: 80-81)

ตารางที่ 2.1 แสดงคำถาม 7 คำถาม 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4 Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด ที่เหมาะสมและสามารถสนองความ พึงพอใจของกลุ่ม เป้าหมายได้

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	<p>สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือต้องการคุณสมบัติ หรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)</p>	<p>กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ผลิตภัณฑ์หลัก 2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบ บริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม 3) ผลิตภัณฑ์ควบ 4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	<p>วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขา ด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม 3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล 	<p>กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3) กลยุทธ์ด้านราคา 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1) ผู้เริ่ม 2) ผู้มีอิทธิพล 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ 4) ผู้ซื้อ 5) ผู้ใช้ 	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์การ โฆษณา และกลยุทธ์ การส่งเสริม การตลาด โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อสินค้าเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษ หรือเทศกาล วันสำคัญต่าง ๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุด คือ กลยุทธ์การ ส่งเสริมการตลาด เช่น ทำการส่งเสริม การตลาด เมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับ โอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของชำ ซูเปอร์มาร์เก็ต	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด เป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่าน คนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย <ol style="list-style-type: none"> 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ 	กลยุทธ์ที่ใช้มากที่สุดคือ กลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาด ทางตรง

1.3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behaviour Model)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Purchase) ดังรูปต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541: 83)



ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) (Model of Consumer Behaviour) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ที่มา: Kotler, Philip. *Marketing : an introduction / Philip Kotler, Gary Armstrong Upper Saddle River.* 4th ed. N.J.: Prentice-Hall International, 1997: p172 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา* กรุงเทพมหานคร วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ 2541

จุดเริ่มต้นของโมเดลอยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) โมเดลนี้จึงเรียกว่า S-R Theory (Kotler, 1997: 92 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541: 82-93) มีรายละเอียดของทฤษฎีคือ สิ่งกระตุ้น กล้องดำ และการตอบสนอง ดังนี้

1.3.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นจากภายในร่างกาย และภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้วยเหตุผล และใช้เหตุจูงใจซื้อด้วยจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอก ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1) **สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

- (1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การพัฒนาส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้สวยงาม ดึงดูดความต้องการของลูกค้า
- (2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
- (3) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง การตกแต่งร้านให้สวยงามเป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภค ก็ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการในการซื้อ
- (4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา โดยสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

2) **สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) ทางเทคโนโลยี (Technological) ด้านกฎหมายและการเมือง (Law and Political) ทางวัฒนธรรม (Cultural)

1.3.2 กล้องดำ หรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึก นึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล้องดำ เนื่องจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเน หรือไม่สามารถทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคได้ จำต้องพยายามค้นหากระบวนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อ และการตัดสินใจของผู้ซื้อ

1) ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ

(1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน บุคคลเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมภายใต้กระบวนการทางสังคม วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดจะต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น ไปใช้กำหนดนโยบายหรือโปรแกรมทางการตลาด

ก. วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม

ข. วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกัน ซึ่งมีอยู่ภายในสังคมและสลับซับซ้อน โดยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นฐานทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยอายุ และกลุ่มย่อยด้านเพศ

ค. ชั้นของสังคม (Social Class) เป็นการแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยสมาชิกทั่วไปถือเกณฑ์รายได้ (ฐานะ) ทรัพย์สิน หรืออาชีพ (ตำแหน่งหน้าที่) ในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกในชั้นสังคมที่ต่างกัน จะมีลักษณะที่แตกต่างกัน นักการตลาดต้องศึกษาชั้นของสังคม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย นักการตลาดกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมายรวมทั้งจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถสนองความต้องการ ของแต่ละชั้นของสังคมได้ถูกต้อง

(2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลในกลุ่มทางด้านค่านิยม การเลือกพฤติกรรม และการดำรงชีวิตรวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

ก. กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง นักการตลาดใช้กลุ่มอ้างอิงในการกำหนดผู้แสดง (Presenter) ทั้งเป็นผู้ทดสอบการทำงานของสินค้า โดยบุคคลที่ใช้สินค้านำร่องและการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงรับรองสินค้า

ข. ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัว ถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของครอบครัว

ค. บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่มซึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อและผู้ใช้อิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

(3) ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

ก. อายุ (Age) ในการซื้อสินค้าหรือบริการของบุคคลจะแตกต่างกันไปตามช่วงของอายุ ซึ่งนักการตลาดจะเลือกกลุ่มของวงจรชีวิตเป็นกลุ่มเป้าหมายของตน

ข. วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอน เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ ทศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

ค. อาชีพ (Occupation) อาชีพการงานของบุคคลจะมีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภคของบุคคลกลุ่มนั้น ๆ ด้วย

ง. โอกาสทางเศรษฐกิจหรือรายได้ (Economic Circumstance or Income) ฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วยรายได้ที่สามารถใช้จ่ายได้และจะมีผลกระทบเป็นอย่างมากต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้นั้น

จ. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาดำ

ฉ. ค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต (Value and Life Style) รูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกมาในรูปของกิจกรรมความสนใจ ซึ่งจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม นักการตลาดจะต้องค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ และกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตนั้น ๆ

(4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และการใช้สินค้า ปัจจัยภายในประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

ก. การจูงใจ (Motivation) เป็นแรงผลักดันทางจิตใจอันเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งเป็นวิธีที่นักการตลาดจะนำมาเลือกตัดสินใจที่จะส่งข้อมูลไปให้ผู้บริโภค

ข. การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกจัดการและแปลความหมายของข้อมูลข่าวสารออกมา

ค. การเรียนรู้ (Learning) คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลจากประสบการณ์ ผู้บริโภคจะเรียนรู้ผลิตภัณฑ์จากประสบการณ์

ง. ความเชื่อถือ (Beliefs) และทัศนคติ (Attitudes) คือ รายละเอียดของความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเป็นความรู้สึกรหรืออารมณ์ที่ชอบหรือไม่ชอบ โดยการแสดงออกอาจมีความโน้มเอียงไปยังนิสัยหรือความคิดบางอย่างก็ได้

จ. บุคลิกภาพ (Personality) และแนวคิดของตนเอง (Self Concept) บุคคลที่มีบุคลิกภาพ และแนวคิดที่ต่างกัน จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันด้วย

2) **ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process)** กระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง ๆ และมีผลกระทบหลังการซื้อ โดยมีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

(1) **การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)** การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหวัง ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) และความต้องการที่เป็นความปรารถนา (Acquired Needs) อันเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยา (Psychological Needs) สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขารู้ว่าจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

(2) **การค้นหาข้อมูล (Information Search)** ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที ดังนั้น นักการตลาดต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูล ซึ่งผู้บริโภคแสวงหาและอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 กลุ่ม คือ แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งชุมชน แหล่งประสบการณ์ และแหล่งทดลอง

(3) **การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives)** เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้ว จากขั้นตอนที่ 2 ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งง่าย และไม่ใช้กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคน และไม่ใช่ว่าเป็นผู้ซื้อคนเดียวคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อ กระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภค มีดังนี้

ก. **คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Attributes)** กรณีนี้ ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่ง จะมีคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อ สำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน

ข. ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

ค. ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้า เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภค ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค และความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

ง. ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้า โดยผ่านกระบวนการประเมินผล เริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจ แล้วเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราอื่น ๆ

(4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลพฤติกรรมในขั้นที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือก โดยทั่วไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด และปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ 3 ประการ คือ หลังจากประเมินทางเลือก ก่อนที่จะเกิดความตั้งใจซื้อ และเกิดการตัดสินใจซื้อ

(5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Behaviour) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งนักการตลาดจะต้องพยายามทราบถึงระดับความพอใจของผู้บริโภคภายหลังการซื้อ

3) การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่างๆ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) และการเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

2. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับสาร (The Selective Exposure)

2.1 ปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ บุคคลมีพฤติกรรมในการรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป โดยมีปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้เลือกเปิดรับสื่อ 4 ประการ คือ

2.1.1 ความหงา ปกติ คนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เมื่อไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2.1.2 ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวเองที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ

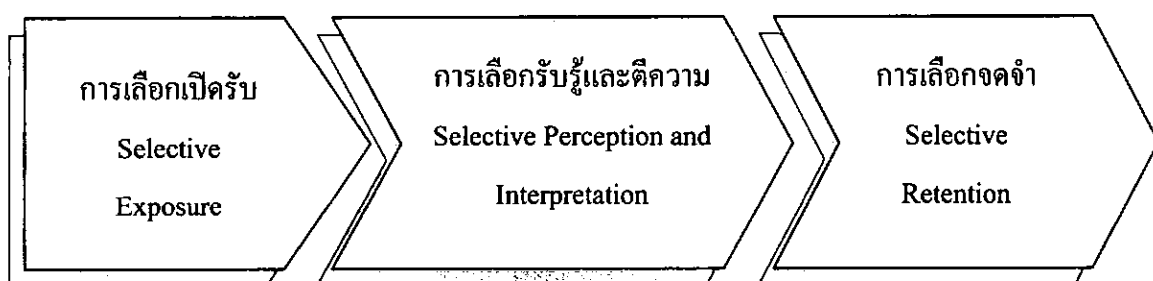
2.1.3 ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement) โดยพื้นฐาน มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะเป็นที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง

2.1.4 ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าว แต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ (ชวรัตน์ ชิดชัย 2523 อ้างถึงใน พรศุภร์ พิพัฒน์วิไลกุล 2542: 25-26)

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1981 อ้างถึงใน ศุภนิษฐ์ วงศ์ทางสวัสดิ์ 2542: 26) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกในการสื่อสารไว้มี 5 ประการ คือ 1) ความสะดวกในการใช้ 2) ความเด่น 3) ประสิทธิภาพ 4) การใช้ประโยชน์ และ 5) การศึกษาและสถานะทางสังคม

2.2 ปัจจัยด้านคุณลักษณะ จากปัจจัยพื้นฐานนี้สามารถก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบโต้แบบเดียวกันหมดในผู้รับสารทุกคนที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม นักการสื่อสารเริ่มมองเห็นว่าคุณสมบัติต่างๆ ของผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดรูปแบบของปฏิกิริยาตอบโต้ในผู้รับสาร ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ (ไพบรยา ตันติวงศ์ 2541: 35-36)

2.2.1 องค์ประกอบด้านจิตใจ มีความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะมีผลโดยตรงต่อการรับสารหรือโน้มน้าวใจ ไม่ว่าปริมาณข่าวสารจะมีอยู่มากเพียงใด แต่ถ้าผู้รับสารไม่สนใจแล้ว ผลการสื่อสารก็ไม่เกิดขึ้น ผู้รับสารจะถูกสิ่งเร้าบางประการให้เลือกรับข่าวสารที่มีอยู่มาพิจารณา ไตร่ตรอง และแปลความออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจหรือพฤติกรรมต่างๆ หรือที่เรียกว่า กระบวนการเลือกข่าวสาร อันประกอบด้วย พฤติกรรม 3 แบบ ดังรูปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.2 กระบวนการเลือกข่าวสาร

ที่มา: บุญส่ง แก้วรากมุก “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันกับการนำเอาเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนระดับประถมศึกษา” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2537

1) การเลือกเปิดรับหรือการเลือกสนใจ (*Selective Exposure or Selective Retention*) ได้แก่ แนวโน้มที่ผู้รับสารเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ที่มีอยู่หลายแห่ง ตามความคิดเห็นและความสนใจของคน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิมและเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้อง หากข่าวสารนั้นไม่สอดคล้องกับความคิดเดิมก็จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์ หรือไม่สบายใจ ที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance”

2) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (*Selective Perception and Interpretation*) หลังจากรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่ง ๆ แล้วคนเรายังเลือกรับรู้และตีความสารนั้นตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงงูใจ สภาวะร่างกาย หรือ ทางอารมณ์ขณะนั้น บางครั้งเราก็บิดเบือนข่าวสารนั้นให้สอดคล้องกับความคิดของเราด้วย

3) การเลือกจดจำ (*Selective Retention*) คนเรามีแนวโน้มการเลือกจดจำ ข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทัศนคติของตน และมักจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความรู้สึก ดังนั้น การเลือกจดจำจึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติ หรือความเชื่อดั้งเดิมของตนให้มั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

2.2.2 องค์ประกอบด้านสังคม มีอิทธิพลทางอ้อมที่สร้างประสบการณ์ กลุ่มเกลา และปลูกฝังทัศนคติ ความคิด รวมทั้งพฤติกรรมของผู้รับสาร มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1) สภาพแวดล้อม เป็นตัวแปรหนึ่งที่กำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลต่อข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สภาพแวดล้อมทางครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันทางสังคมอันดับแรก ที่สร้างทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ นอกจากนั้นยังมีสถานศึกษาที่เป็นแหล่งให้ความรู้ เกิดการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงทางสติปัญญา ความคิดความเชื่อ อันเป็นพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงทางความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออก

2) บทบาทของผู้รับข่าวสาร เป็นโครงสร้างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดขึ้น แต่ละบทบาทจะมีพฤติกรรมเป็นส่วนควบด้วยเสมอ สำหรับในการสื่อสารแล้ว บทบาทจะทำให้ผู้ส่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสารสามารถคาดคะเนพฤติกรรมของกันและกันได้ ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลตามต้องการได้

3) กลุ่มอ้างอิง แต่ละบุคคลอาจมีบทบาทอย่างเดียวหรือหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ในกลุ่มของตน กลุ่มเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนแหล่งอ้างอิงของบุคคลที่สังกัด มีปทัสถาน บทบาทและพฤติกรรมของกลุ่ม เป็นตัวชี้พฤติกรรมและความเชื่อของบุคคลที่เป็นสมาชิก เราอาจคาดคะเนพฤติกรรมได้จากกลุ่มที่บุคคลนั้นสังกัดอยู่

4) *วัฒนธรรมประเพณี* วัฒนธรรม คือ สภาพที่บุคคลมีความเชื่อ ค่านิยม การรักษาวัตถุสิ่งของ การแสดงออกร่วมกัน โครงสร้างของครอบครัว การปกครอง การศึกษาระบบ สังคมที่บุคคลสังกัดอยู่ย่อมมีส่วนหล่อหลอมพฤติกรรมและมีผลกระทบต่อการรับข่าวสารของผู้นั้น

5) *ลักษณะทางประชากร* เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

6) *การศึกษาและสถานภาพทางสังคม* เป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาจะมีส่วนช่วยให้เกิดทักษะการอ่านและความกระหายในการเพิ่มพูนข่าวสารให้กว้างขวางขึ้น

2.3 ปัจจัยด้านตัวบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ การส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการ เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน ได้แก่

2.3.1 ความต้องการของผู้รับสาร ในการรับรู้ข่าวสารของบุคคลนั้น จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตนประกอบด้วย 1) ข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน 2) ข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของตนเอง 3) ประสบการณ์ใหม่ และ 4) ต้องการรับความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2.3.2 ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่

1) *อายุ* อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสื่อแตกต่างจากคนที่มีอายุน้อยกว่า และบุคคลที่อายุน้อย จะมีการตอบสนองต่อสื่อเปลี่ยนแปลงไปตามวัยเมื่ออายุมากขึ้น อายุเป็นตัวกำหนดทัศนคติ ความต้องการ ความสนใจพฤติกรรม การเลือกเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจในการติดต่อดูสื่อสารที่แตกต่างกัน

2) *เพศ* ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อดูสื่อสารต่างกันกล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนอกจากต้องการรับและส่งข่าวสารแล้ว ยังต้องการสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้ง 2 เพศ ไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักมีจิตใจอ่อนไหว เข้าอารมณ์ ถูกชักจูงง่าย และหยั่งถึงจิตใจคนได้ดีกว่า ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสาร ได้มากกว่าผู้หญิง

3) *สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ* หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ และเป้าหมายต่างกัน ดังนั้น สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจจึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสาร

4) *การศึกษา* คนที่มีการศึกษาต่างกันในยุคสมัยต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ผู้ส่งสารต้องตระหนักและระมัดระวังในการให้ข่าวสาร โดยต้องพิจารณาว่าผู้รับสารมีการศึกษาในระดับใด เพื่อเสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

2.3.3 ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่เราอยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่ต้องการ ได้ยิน

2.3.4 ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการตีความสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนเองต้องการ ส่วนความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับนั้น อยู่ที่ว่าผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และปฏิบัติงานต่างๆ ให้ลุล่วงไปได้หรือไม่ (ไปรยา ดันตวิงส์ 2541: 32-33)

3. แนวคิดเรื่องแรงจูงใจและความต้องการ (Motivation and Needs)

3.1 แนวคิดเรื่อง แรงจูงใจ

3.1.1 ความหมายของแรงจูงใจ แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายในบุคคล และผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้น ไม่เช่นนั้นจะเกิดความเครียด (Tension) หรือเกิดความไม่สบายกาย หรือไม่สบายใจได้ แรงจูงใจบุคคลหนึ่งๆ มีความต้องการในสิ่งต่างๆ ได้หลายประการ ได้แก่ 1) ความต้องการเพื่อการดำรงชีวิตที่เกิดขึ้นจากภาวะตึงเครียดทางร่างกาย 2) ความต้องการของสิ่งจำเป็นภายในจิตใจที่เกิดภาวะตึงเครียดทางจิต เช่น ความต้องการเป็นที่ยอมรับ การได้รับความเคารพนับถือ หรือการเป็นที่ยอมรับของสังคม 3) ความต้องการทางจิตเกิดขึ้นจากแรงจูงใจที่มีความรุนแรงมากพอที่จะกระตุ้นให้ความต้องการแสดงออกมา

ทฤษฎีเฟรดเฮอร์ริก เฮอริชเบิร์ก (Herzberg's Theory) ได้สร้างทฤษฎีแรงจูงใจแบบสองปัจจัย (Two-Factor Theory) ซึ่งแยกปัจจัยที่เรียกว่า สิ่งที่สร้างความไม่พอใจ (ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ) และ สิ่งที่สร้างความพอใจ (ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพอใจ) ซึ่งในด้านการตลาด ทฤษฎีของเฮอริชเบิร์กนี้ มีสิ่งที่เกี่ยวข้องกัน 2 ประการ คือ ผู้ขายควรทำให้ดีที่สุดเพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ ประการที่สอง คือ ผู้ผลิตควรจะจำแนกความพอใจหลัก หรือแรงจูงใจซื้อของตลาดเพื่อให้ผู้ผลิต

ตอบสนองได้อย่างถูกต้อง ความพอใจนี้จะสร้างความแตกต่างอย่างเด่นชัดในตราสินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อ (Kotler, 2000: 172-173)

3.1.2 ธรรมชาติของแรงจูงใจ (Nature of Motive) แรงจูงใจมีลักษณะธรรมชาติ ดังนี้

1) *Based on Needs* เริ่มต้นจากความต้องการก่อน ถ้าเรามีความต้องการแบบมีก็ได้ ไม่มีก็ได้ ก็ยังไม่เป็นแรงจูงใจ เมื่อไรก็ตามที่ความต้องการนั้น รุนแรงขึ้น จนถึงจุดที่เราทนไม่ได้จะเป็นจะตายจนเกิดความหงุดหงิด ผิดหวัง หดก้ำกัใจ (Frustrate) ก็จะกลายเป็นแรงจูงใจเป็น Motive ขึ้นมา

2) *Frustration หรือ Tension* เป็นความเครียด หงุดหงิด ถ้าไม่ได้ขจัดให้หมดไป จะหงุดหงิด ต้องกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งให้หายหงุดหงิด ความต้องการกระทำการเหล่านี้แสดงว่าเกิดแรงจูงใจขึ้นแล้ว

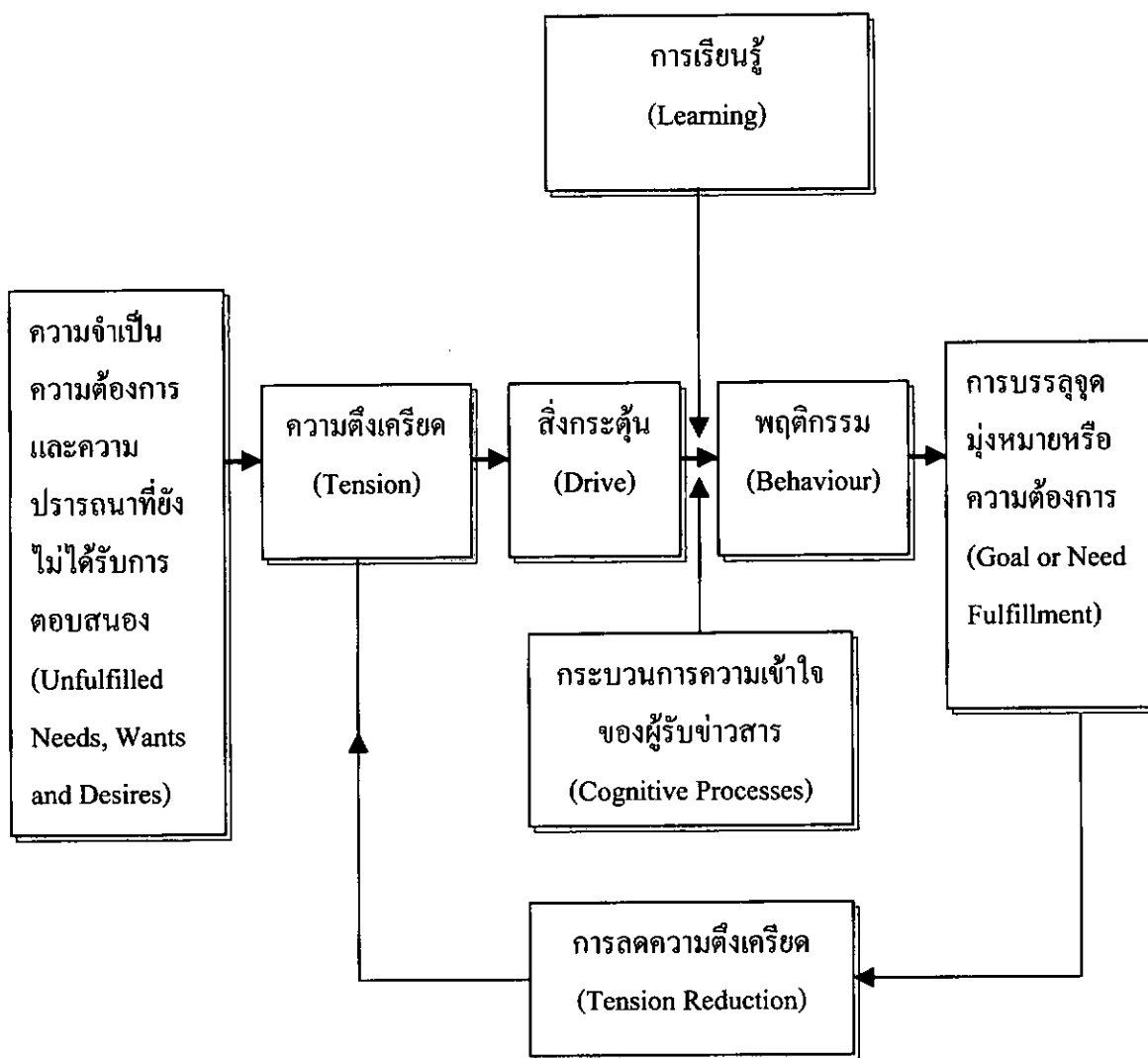
3) *Goal-Directed* คือ การที่เราพยายามแก้ไขปัญหาคำถามต่าง ๆ โดยมีทิศทางที่แน่ชัด มุ่งตรงเข้าสู่เป้าหมายของชีวิตเป็นการรวมพลัง ทั้งหมดที่มีไปสู่สิ่งที่ต้องการ

4) *Muster up all the Efforts* พยายามจะรวมพลัง รวมความพยายามต่าง ๆ ทั้งหมดเพื่อบรรลุเป้าหมาย ที่ต้องการจะแก้ไขให้ได้ ระดมกำลังกาย กำลังใจ บรรดาทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อแก้ไขปัญหาลงไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ

การศึกษาเรื่องกระบวนการของแรงจูงใจ หรือ การกระตุ้นความต้องการของมนุษย์นั้นมีจุดเริ่มต้นที่ Unfulfilled Needs, Wants and Desires เกิดขึ้นจากความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง เกิดจากตัณหา ความอยากได้ ความใคร่ทั้งหลายเป็นจุดเริ่มต้น นอกจากความต้องการพื้นฐานแล้ว ยังมี Wants ซึ่งเป็นความต้องการส่วนเกิน (ตัณหาส่วนเกิน) และรุนแรงกว่า Wants คือ Desires เพราะหมายถึง ความอยากสุด ๆ แต่จุดของความต้องการทั้ง 3 ตัว คือ ยังไม่ได้รับการตอบสนองจนเกิด Tension (ความเครียด) ถ้าความต้องการใดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองและเราไม่เครียดกับมันจะยังไม่เป็นแรงจูงใจ ถ้าเราเริ่มเครียดกับมันจะเป็นแรงจูงใจ เมื่อมีความเครียดก็จะก่อให้เกิด Drive คือ แรงกระตุ้น แรงผลักดันหรือแรงขับ ที่ทำให้เราต้องทำอะไรสักอย่างหนึ่ง และโดยที่เราตัดสินใจทำอะไรสักอย่างหนึ่งนั้น ปัจจัยที่จะมาหล่อหลอมพฤติกรรมของเรา ซึ่งมีอยู่ 2 ส่วนคือ 1. การเรียนรู้ (Learning) และ 2. สิ่งที่จะสะสมอยู่ในสมอง (Cognitive) ทั้งสองส่วนนี้จะเข้าไปมีบทบาทก่อให้เกิดพฤติกรรม และส่งผลให้เกิดความพอใจ (Goal or Needs Fulfillment) ความเครียด ก็จะลดลงมาคือขั้นตอนที่เรียกว่า Tension Reduction และหากมีปัจจัยอื่น ๆ เข้าไปกระทบ ความเครียดก็จะเกิดขึ้นใหม่ เริ่มที่ความเครียดอีก จะวนเวียนอย่างนี้ซ้ำไป

3.1.3 ลักษณะของสิ่งจูงใจ

การจูงใจ (Motivation) หรือสิ่งจูงใจ (Motives) หมายถึง พลังกระตุ้น (Drive) ซึ่งอยู่ภายในร่างกายของบุคคลแต่ละบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลนั้นๆ ปฏิบัติจากความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายด้วยโมเดลของกระบวนการจูงใจได้ดังนี้



ภาพที่ 2.3 โมเดลของกระบวนการจูงใจ (Model of the Motivation Process)

ที่มา: ยุทธนา ธรรมเจริญ “หน่วยที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค” ใน *ประมวลสาระชุดวิชา การวิเคราะห์ วางแผน และควบคุมทางการตลาด Marketing Analysis Planning and Control* หน้า 221 นนทบุรี สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2544

3.1.4 **ลักษณะกลไกของการจูงใจ** การจูงใจมีโครงสร้างที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ต่อประสบการณ์ในชีวิตในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) **ความต้องการและจุดมุ่งหมายมีการเปลี่ยนแปลง** (*Needs and goals are changing*) การเปลี่ยนแปลงความต้องการมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของบุคคล ปฏิกริยากับบุคคลอื่น และประสบการณ์ของบุคคลนั้น เมื่อบุคคลบรรลุจุดมุ่งหมายหนึ่ง เขาก็จะพัฒนาจุดมุ่งหมายใหม่ขึ้นมา ถ้าเขายังไม่สามารถบรรลุจุดมุ่งหมายเดิม เขาก็จะพยายามที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายเดิมต่อไป หรือพัฒนาจุดมุ่งหมายใหม่ เพื่อทดแทนจุดมุ่งหมายเดิม

2) **จุดมุ่งหมายที่ทดแทนกัน** (*Substitute Goals*) เมื่อจุดมุ่งหมายบางอย่างไม่สามารถบรรลุได้ พฤติกรรมอาจเปลี่ยนเป็นจุดมุ่งหมายที่ทดแทนกัน แม้ว่าจุดมุ่งหมายที่ทดแทนอาจไม่ใช่จุดมุ่งหมายดั้งเดิม แต่ก็สามารถลดความตึงเครียดได้

3) **ความตึงเครียด** (*Frustration*) ความล้มเหลวในการบรรลุวัตถุประสงค์ ทำให้เกิดความรู้สึกตึงเครียด ซึ่งเป็นผลมาจากความไม่บรรลุจุดมุ่งหมาย อุปสรรคในการบรรลุจุดมุ่งหมาย อาจจะเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล เป็นข้อจำกัดด้านการเงิน ลักษณะด้านกายภาพ อุปสรรคด้านจิตวิทยา หรืออาจจะเป็นอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หรือสังคม การไม่คำนึงถึงสาเหตุ แต่ละบุคคลจะมีปฏิกริยาที่แตกต่างกันจากสภาพความตึงเครียด บางคนจะปรับตัวและค้นหาวิธี เอาชนะอุปสรรค ถ้าเขาล้มเหลว เขาจะเลือกจุดมุ่งหมายทดแทนกัน บุคคลที่มีการปรับตัวน้อย และความไม่บรรลุจุดมุ่งหมายจะมีความรู้สึกกังวล

4) **การกระตุ้นสิ่งจูงใจ** (*Arousal of Motives*) ความต้องการเฉพาะอย่างของบุคคลเกิดขึ้นแต่ละช่วงเวลา โดยมีสิ่งกระตุ้นภายใน (*Internal Stimulus*) ซึ่งเป็นสภาพของร่างกายของบุคคล (*Individual's Physiological Condition*) กระบวนการด้านอารมณ์หรือจิตวิทยา (*Psychological*) กระบวนการความเข้าใจ (*Cognitive*) หรือสิ่งกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนี้

(1) **การกระตุ้นด้านร่างกาย** (*Physiological Arousal*) ความต้องการของร่างกายที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาจะเกิดขึ้นในความต้องการของแต่ละสังคม ในแต่ละสถานการณ์ ความต้องการด้านจิตวิทยาของแต่ละบุคคล

(2) **การกระตุ้นเร้าด้านอารมณ์** (*Emotional Arousal*) ผลกระทบจากความเพื่อฝันหรือความต้องการที่ซ่อนเร้นทำให้บุคคลตึงเครียดที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายเหล่านั้น

(3) **การกระตุ้นเร้าความเข้าใจ** (*Cognitive Arousal*) การกระตุ้นให้เกิดความรู้ การรับรู้และความเชื่อที่ผู้บริโภคมุ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง วิธีการซึ่งข้อมูลภายนอกได้ผ่านเข้ามาสู่ความคิดของบุคคลอย่างมีความหมายและนำความหมายเหล่านั้นมาประสมประสานกับวิจารณ์ญาณ

(4) การกระตุ้นเร้าสิ่งแวดล้อม (Environmental Arousal) กลุ่มกระตุ้นความต้องการซึ่งเร้าในช่วงเวลาหนึ่งที่กำหนดโดยสัญญาณเฉพาะอย่างในสิ่งแวดล้อม ถ้าไม่มีสัญญาณเหล่านี้ความต้องการจะยังอยู่

3.2 แนวคิดเรื่องความต้องการ

3.2.1 โครงสร้างความต้องการของผู้บริโภค (Structure of Consumer Needs)

ความต้องการ (Needs) หมายถึง สิ่งที่สามารถทำให้มนุษย์ปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ความต้องการเป็นรากฐานของการกระทำของมนุษย์ ความต้องการเป็นกรอบของปัจจัยอื่นๆ ทั้งหมด ที่เป็นองค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการไม่ใช่ความบกพร่อง แม้ว่าความบกพร่องจะเป็นเหตุให้เกิดความต้องการก็ตาม ความบกพร่องเป็นเรื่องของการขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งถ้าได้รับการตอบสนองแล้ว ความบกพร่องจะหายไป แต่ความต้องการของมนุษย์นั้นเป็นสิ่งที่มนุษย์มีอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะได้รับการตอบสนองหรือไม่ก็ตาม ความต้องการเกิดขึ้นได้ทั้งทางร่างกายและจิตใจ มนุษย์แต่ละคน ตระหนักถึงความต้องการในระดับที่ต่างๆ กัน ความต้องการอาจเป็นเรื่องของความจำเป็นหรือฟุ่มเฟือย (Necessities & Luxuries) ความต้องการอาจจะเป็นได้ทั้งบวกและลบ (Positive and Negative Needs) ความต้องการด้านลบ (Negative Needs) คือ ความต้องการในทางหลีกเลี่ยงจากความไม่สะดวกสบาย ความเจ็บปวด หรือความตึงเครียด ส่วนความต้องการทางด้านบวก (Positive Needs) เป็นความต้องการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ หรือความรู้สึกที่ดี

นักจิตวิทยาได้จัดโครงสร้างความต้องการของผู้บริโภค (Structure of Consumer Needs) ออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

1) ความต้องการด้านกายภาพ (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน ซึ่งต้องได้รับการตอบสนองในเวลาอันควร มิฉะนั้นคนนั้นอาจตายได้

2) ความต้องการด้านจิตใจและอารมณ์ (Psychological or Emotional Needs) เป็นความต้องการที่จะเติมชีวิตให้มีมาตรฐานการครองชีพที่สูงขึ้น เป็นความกดดัน ทั้งทางบวกและลบ และยังเป็นสัญลักษณ์ให้มีการตอบสนองความรู้สึก ซึ่งเกิดจากผลกระทบของ สิ่งแวดล้อมภายนอก ประสพการณ์ และสถานภาพทางจิตใจ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ 2544: 214)

3.2.2 การจัดลำดับความต้องการของผู้บริโภค ทฤษฎีซึ่งเป็นที่ยอมรับและนิยมอ้างอิงถึงโดยทั่วไป ได้แก่ ทฤษฎีการจัดลำดับความต้องการของ Maslow (Hierarchy of Needs) มาสโลว์ได้เรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการให้ได้รับการยกย่อง และความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุด

ในชีวิต (Kotler, 2000: 172) บุคคลจะตอบสนองความต้องการที่มีความสำคัญที่สุดก่อน เมื่อบุคคลนั้นได้ตอบสนองความต้องการที่สำคัญนั้นแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นต่อไปอีก หรือความต้องการที่สำคัญรองลงมา ทฤษฎีของมาสโลว์ช่วยให้นักการตลาดจัดวางผลิตภัณฑ์แต่ละตัวให้เป็นไปตามแผนเป้าหมาย และการดำรงชีวิตของผู้บริโภค โดยมาสโลว์ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (*Physiological Needs*) เป็นความต้องการในปัจจุบัน 4 ซึ่งเป็นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อให้มีชีวิตรอด ได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค

2) ความต้องการความปลอดภัย (*Safety Needs*) ความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่โดยปราศจากความกลัว ความเจ็บปวด ความไม่สะดวกสบาย การตลาดที่อยู่ได้ทุกวันนี้ ก็เพราะการขายสินค้าที่ตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ที่อยู่นอกเหนือจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

3) ความต้องการด้านความรัก (*Belonging and Love Needs*) คือ ความต้องการอยากเป็นที่ยอมรับ ได้รับความรัก ความพึงพอใจจากผู้อื่น บริโภคตามลักษณะกลุ่มอ้างอิง ที่อยู่ร่วมกันในกลุ่มสังคมเดียวกัน เพื่อให้กลุ่มสังคมยอมรับเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่ม

4) ความต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ (*Esteem Needs*) มนุษย์ต้องการได้รับการยกย่อง ต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และการเป็นผู้ที่ผู้อื่นระลึกถึงโดยมีเกียรติ ไม่เพียงแต่การยอมรับให้เข้าสังคมเท่านั้น แต่ต้องการเป็นผู้นำในสังคมนั้น ๆ

5) ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (*Self Actualization*) มนุษย์ทุกคนมีความทะเยอทะยานปรารถนาอะไรบางสิ่งบางอย่างอยู่ในตัวเสมอ และบ่อยครั้งที่ความปรารถนาของมนุษย์ตอบสนองได้ด้วยวัตถุ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ 2544: 214-215)

4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification's Theory)

4.1 สาเหตุสำคัญของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratification's Approach) เป็น การเน้นความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร และเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง การศึกษาสื่อสารมวลชนตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ มีข้อสรุป ดังนี้

4.1.1 *มนุษย์มีความจงใจและแสวงหาข่าวสาร* ไม่ได้ถูกขัดเขี่ยให้อ่าน ดู ฟัง มนุษย์มีการหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

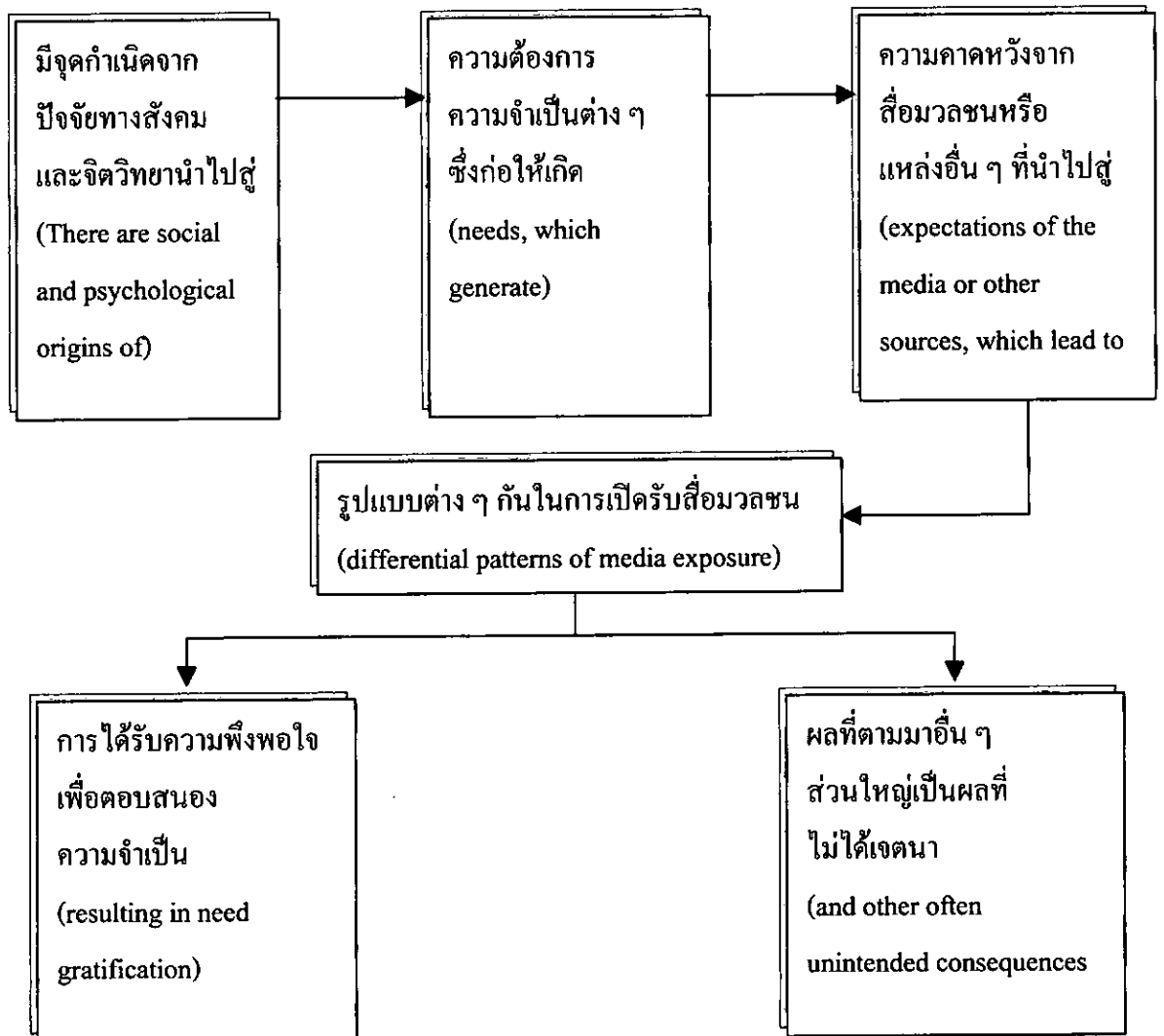
4.1.2 *การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมาย (Goal Direct)*

4.1.3 การใช้สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งร่ำอื่นๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการการรับรู้ของมนุษย์ได้

4.1.4 มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน (เสรี วงษ์มณฑา 2523 อ้างถึงใน ศุภนิคย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ 2542: 12-13)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นจากความต้องการ (Needs) ซึ่งมีที่มาต่างๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้น ไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุก ๆ ด้านของมนุษย์ พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบ และพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนคงอยู่ได้อย่างปกติ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2534: 84)

องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมา อาจแสดงให้เห็นตามแบบจำลองของแคทซ์และคณะ ดังนี้



ภาพที่ 2.4 โมเดลความพึงพอใจ

ที่มา: Katz and others, *The Uses of Mass Communication Current Perspectives on Gratification Research*. London: Sage 1974. (สวนิต ขมาภัยและระวีวรรณ ประกอบผล ผู้แปล, 2528: 149) อ้างถึงใน ศุภนิศย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ “ลักษณะเนื้อหา พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์ของเยาวชนไทยจากบางกอกโพสต์ สตีวเด้นท์ วิกิตีและเนชั่นนิวส์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2542

จากแบบจำลองข้างต้น สามารถสรุปแนวความคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลได้ว่า

1. บุคคลได้รับแรงดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่าง ๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างปัจเจกบุคคลต้องตระหนักในปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจ ตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้น สื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่าง ๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อทำให้สอดคล้องกับค่านิยม การเป็นสมาชิก และการเสริมย้ำความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน การเปิดรับสื่อมวลชนจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

ทฤษฎีหรือแบบจำลองของแคทซ์ (Katz) และคณะ เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่า มีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ และการสนองความพึงพอใจของมนุษย์ ซึ่งต้องพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องและความแตกต่างระหว่างทฤษฎีนี้ กับแบบอย่างในการดำรงชีวิตของหมู่คณะ หรือคนส่วนใหญ่ในสังคม

4.2 ตัวแปรสำคัญในทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

เนื่องจากกระบวนการศึกษาความพึงพอใจในการใช้สื่อมีตัวแปรจำนวนมากที่เกี่ยวข้องในการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ โดยมีตัวแปรบางประการที่มีความสำคัญและจำเป็นต้องทำความเข้าใจเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ดังนี้

4.2.1 ความพึงพอใจจากสื่อ สามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็น คือ

1) ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ผลของความเชื่อ หรือความคาดหวังของบุคคลตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้ได้ อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อ หรือเนื้อหาประเภท ต่างๆ นักทฤษฎีหลายท่านเรียกความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่ออย่างหนึ่งว่า ความพึงพอใจ ที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อหรือ Perceived Gratification Obtained

2) ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อ หรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิม

ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อกล่าวถึงระดับความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ผู้วิจัย หมายถึงระดับของความพึงพอใจที่ผู้อ่านแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) หรือความพึงพอใจที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์คาดว่าจะได้รับจากสื่อ (Perceived Sought Obtained) เนื่องจากความหมายในประเด็นนี้ เน้นถึงการเป็นผู้กระทำของผู้รับสาร (Active Audience) ซึ่งแสดงพฤติกรรมต่างๆ ตามแรงจูงใจของตนเอง (Motivational Nature) และแนวคิดของนักจิตวิทยาหลายคนที่เชื่อว่า ความสุขของมนุษย์เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ และความต้องการที่มีอยู่นี้เองจะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม

4.2.2 ความคาดหวังและการประเมินค่า ความคาดหวัง (Expectancy) ได้แก่ การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่ หรือคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อก็คือความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ความพึงพอใจแก่ตน และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อนั้น ส่วนการประเมินค่า (Evaluation) ได้แก่ การประเมินผลจากหน้าที่ หรือคุณสมบัติของสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในทางบวกหรือลบ ทั้งความคาดหวัง และการประเมินค่าจะนำไปสู่การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ

4.2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมกับความพึงพอใจ แคชชักล่าวโดยทั่วไปว่าไม่เป็นการยากนักที่จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ต่างๆ ทางสังคมกับการแสวงหาความพึงพอใจของบุคคล แคชชักล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมกับความพึงพอใจ เท่าที่มีผู้ศึกษาไว้พอสรุปได้ 5 ประการดังนี้

- 1) สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้งหรือวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียดและกดดัน บุคคลจึงต้องการผ่อนคลายโดยการใช้อสื่อ
- 2) สถานการณ์ทางสังคมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึก ตระหนักถึงปัญหาที่ควรระมัดระวัง บุคคลจึงต้องการข่าวสาร และข่าวสารนั้นก็ได้มาโดยการเปิดรับสื่อ
- 3) สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสในชีวิตจริง ของบุคคลที่จะสนองความต้องการต่างๆ ลดน้อยลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้อสื่อเพื่อชดเชยหรือทดแทนความต้องการ
- 4) สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้อสื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยันหรือการเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว
- 5) สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดความคาดหวัง เกี่ยวกับบทบาทของสื่อ ในการรักษาค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคมไว้

5. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์

5.1 ความหมายของหนังสือพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีความเก่าแก่ที่สุด เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างมากต่อชีวิตมนุษย์ แม้ว่าในปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ถูกลดบทบาทไปบ้าง จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งทำให้เกิดสื่อมวลชนประเภทอื่นตามมา ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่อใหม่ (New Media) อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตก็ตาม ในการพัฒนาประเทศมีหัวใจสำคัญอยู่ที่ประชาชน จะต้องมีส่วนในการดำเนินเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการพัฒนาประเทศของโลกเสรีในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาในตัวประชาชนเป็นพื้นฐาน และเป็นสิ่งริบคว่นที่จำเป็นจะต้องทำต่อเนื่องกันไป เป็นการเสริมสร้างประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศให้พ้นจากความล้าหลัง การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นการเพิ่มพูนความรู้ในด้านต่างๆ ที่ประชาชนเคยได้รับในโรงเรียนให้มีความกว้างขวาง ตลอดจนตรงกับความต้องการของชีวิตอย่างแท้จริง (สุกัญญา บุรณเดชาชัย 2538: 86 อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ 2542: 57)

มีผู้สันนิษฐานที่มาของ News ว่ามาจาก ตัวสะกด N-E-W-S ซึ่งเป็นพยัญชนะนำหน้าของคำว่า North (ทิศเหนือ) East (ทิศตะวันออก) West (ทิศตะวันตก) และ South (ทิศใต้) และให้คำอธิบายว่าเหตุที่นำพยัญชนะนำหน้าคำสะกด ทิศทั้งสี่มารวมกันเป็นคำว่า News นั้น ก็เนื่องจากรายงานอุบัติการณ์ต่างๆ มาจากทุกทิศทุกทางนั่นเอง (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ 2539: 7)

พอล วี ซีเชน (Paul V. Sheehan 1974: 2 อ้างถึงใน สิริทิพย์ ชันสุวรรณ 2539: 7) ได้สันนิษฐานว่า News มาจากภาษาละติน Nova ตามความหมายดั้งเดิมหมายความว่า “สิ่งใหม่ ๆ” (New Things) แต่ต่อมา คำ ๆ นี้ถูกนำไปใช้ในความหมายว่า “ข่าวใหม่ ๆ” (New Tidings) ซึ่งแฝงนัยของคำว่า “การสื่อสาร” (Communication) ไว้อย่างชัดเจน

สำหรับคนไทย ในสมัยแรกเริ่มรู้จักหนังสือพิมพ์ เรียกหนังสือพิมพ์ว่า “หนังสือข่าว” เป็นการแปลความตรงๆ จากคำว่า Newspaper. เลขที่เดียว จนกระทั่งเข้าสู่รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งสนพระทัยเรื่องการพิมพ์หนังสือเป็นอย่างยิ่ง คำว่า “หนังสือข่าว” โดยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงใช้ภาษาไทยคำนี้เป็นพระองค์แรก

หนังสือพิมพ์ คือ หนังสือบอกข่าว หมายรวมถึงตั้งแต่หนังสือข่าวฉบับย่อยๆ ทำด้วยฝีมือของคนเพียง 2-3 คน ไปถึงหนังสือพิมพ์ระดับชาติที่ออกในเมืองใหญ่ๆ มีคนงานเป็นร้อยเป็นพันคน หนังสือพิมพ์อาจจะออกเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ หรือรายเดือน ก็ได้ (สุกัญญา ตีระวนิช 2520: 1)

ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พุทธศักราช 2484 มาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า “หนังสือพิมพ์” หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งมีการจำหน่ายเช่นเดียวกัน และออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป มีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม มีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม (สุรัตน์ นุมนนท์ 2523 อ้างถึงใน ประพนธ์ ฌ บางช้าง 2539: 18-19)

หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญ และมีอิทธิพลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคม มนุษย์เราจะสามารถทราบข่าวสาร เหตุการณ์ และสิ่งที่เกิดขึ้นไม่ว่าใกล้และไกลตัวได้จากหนังสือพิมพ์ โดยทั่วไปแล้ว หนังสือพิมพ์จะมีระยะเวลาการออกในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เป็นรายวัน หรือรายปักษ์ เป็นต้น ตามหลักวารสารศาสตร์สากล หนังสือพิมพ์แบ่งได้ 3 ประเภทคือ หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม (Popular Newspaper) ประเภทคุณภาพ (Quality Newspaper) และประเภทผสมผสาน (Combination Newspaper) (ครุณี หิรัญรักษ์ 2543: 1)

หนังสือพิมพ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนดติดต่อกันเรื่อยไปเป็นลำดับ มีลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่ จำนวนหลายแผ่น พับได้ มีจุดมุ่งหมายในการเสนอข่าวสารและสิ่งที่น่าสนใจทั่วไป (Good, 1956: 637 อ้างถึงใน บุญส่ง แก้วรากมูข 2537: 11)

หนังสือพิมพ์รายวัน คือ หนังสือพิมพ์ที่ออกจำหน่ายสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน มักจะพิมพ์ในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่ๆ ลงข่าวทุกชนิด เช่น ข่าวธุรกิจ ข่าวในประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง เป็นต้น โดยข่าวที่นำมาลงจะต้องเป็นข่าวสด ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันนั้น หรืออย่างช้าไม่เกิน 2-3 วัน (Adams, 1959: 29)

NEWS หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งได้รวบรวมข่าวสาร ข้อคิดเห็น และสาระบันเทิงเรีงรมย์ต่าง ๆ โดยพิมพ์บนกระดาษราคาถูกลง ทั้งนี้อาจพิมพ์ออกเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ หรือรายเดือนก็ได้ (ประมะ สตะเวทิน 2529: 83 อ้างถึงใน บุญส่ง แก้วรากมูข 2537: 11)

รัฐจวน อินทรกำแหง (2515: 32 อ้างถึงใน นรินทร์ บุญชู 2520: 29) ได้ให้ความหมายของหนังสือพิมพ์รายวันไว้ว่า หนังสือพิมพ์รายวันคือ หนังสือพิมพ์ที่มีกำหนดออกเป็นรายวันติดต่อกันโดยสม่ำเสมอ เสนอข่าวสด และบทความที่เกี่ยวข้องกับข่าว ข่าวภายใน ภายนอกประเทศ ข่าวการศึกษา สังคม เศรษฐกิจ ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้ผู้อ่านเป็นผู้ทันต่อความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ในสังคมและในโลกอยู่เสมอ

จ่านง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์ (2530: 164) สรุปเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในประเทศไทยว่ามีลักษณะและเนื้อหาแบบเดียวกับหนังสือพิมพ์ของประเทศตะวันตก ไม่ว่าจะเป็นขนาดหน้ากระดาษ การจัดหน้า การพาดหัว และลีลาการเขียนข่าว ซึ่งในยุคเริ่มต้นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ได้ทำหน้าที่เฉพาะบอกข่าว (inform) ให้ผู้อ่านเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

แต่ในยุคปัจจุบันได้ทำหน้าที่เพิ่มขึ้นเป็น 5 ประการคือ 1) เสนอข่าว 2) วิเคราะห์ข่าว 3) ให้ความบันเทิง 4) ให้บริการ และ 5) ลงโฆษณา

กล่าวโดยสรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนดติดต่อกันไปเป็นสำคัญ จะเป็นรายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ หรือรายเดือนก็ได้ มีลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่ จำนวนหลายแผ่นพับไว้ เสนอข่าวทุกชนิด ที่เป็นข่าวสด และน่าสนใจ เช่น ข่าวภายในและภายนอกประเทศ ข่าวธุรกิจ การค้า การกีฬา บันเทิง สังคม เป็นต้น

5.2 สถานภาพของหนังสือพิมพ์

กล่าวโดยสถานภาพ งานหนังสือพิมพ์นั้น ก็ไม่มีอะไรแตกต่างไปจากกิจการอื่น ๆ ที่มนุษย์ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้มา “รับใช้” มนุษย์ ดังนั้นการที่มนุษย์ก่อตั้งงานหนังสือพิมพ์ขึ้นมาเพื่อ “รับใช้” สังคมนั้น สถานะของหนังสือพิมพ์ในสังคม จึงเป็นประหนึ่งสถาบันสาธารณะ (Quasi - Public Institution) ด้วย ในสถานะความเป็นสถาบันสาธารณะนี้ หนังสือพิมพ์เป็นที่คาดหวังว่าจะต้องทำหน้าที่รับใช้สังคมและสาธารณชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสังคมที่มีการปกครองประเทศตามระบอบประชาธิปไตยนั้น ประชาชนจะสามารถปกครองตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อเขาเหล่านั้นได้รับแจ้งข่าวสารที่จำเป็นอย่างรวดเร็วและถูกต้องครบถ้วนเท่านั้น ซึ่งหนังสือพิมพ์เป็นสถาบันที่จะทำหน้าที่นี้ได้ อย่างดีที่สุด นอกจากจะมีสถานะความเป็นสถาบันสาธารณะ มีหน้าที่รับใช้สังคมแล้ว หนังสือพิมพ์ยังเป็นกิจการที่ต้องทำกำไรเลี้ยงตัวเองในฐานะเป็นธุรกิจเอกชน (Private Business) ด้วย จึงต้องดำเนินการตามแบบฉบับของการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างผลกำไรตอบแทนการลงทุน รวมทั้งให้ธุรกิจอยู่รอดและเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนั้น หนังสือพิมพ์ยังต้องมีการแข่งขันกันเองระหว่างหนังสือพิมพ์ด้วยกัน ด้วยเหตุนี้หนังสือพิมพ์จึงมีสภาพไม่ต่างจาก “สินค้า” ทั่วไปเท่าใดนัก จะดีกว่าสินค้าอื่นอยู่บ้างก็ตรงที่เป็นสินค้าทางสมองเท่านั้น

สถานะทั้งสองของหนังสือพิมพ์ คือ สถานะความเป็นสถาบันสาธารณะและสถานะความเป็นธุรกิจเอกชน เป็นสถานะที่หนังสือพิมพ์จะต้องดำรงอยู่ให้ได้ทั้งสองสถานะพร้อมกัน ถ้าขาดสถานะใดสถานะหนึ่ง หนังสือพิมพ์ก็อาจจะต้องขาดทุนล้มจม คงอยู่เป็นธุรกิจต่อไปไม่ได้ หรือแม้อยู่ได้ก็จะอยู่อย่างไม่มีใครเป็นที่ยอมรับนับถือนัก (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ 2539: 13-14)

5.3 ภาระหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

การที่หนังสือพิมพ์สามารถดำรงตนให้คงอยู่ได้ทั้งสองสถานะพร้อมกันนั้น หนังสือพิมพ์มีภาระที่ผูกพัน (Functions) ที่จะต้องปฏิบัติเฉกเช่นเดียวกับสื่อทางวารสารศาสตร์อื่นๆ ซึ่งภาระหน้าที่โดยกว้าง ๆ นั้นมีอยู่ 5 ประการคือ

5.3.1 ภาระหน้าที่ในการเสนอข่าวสาร (To provide information) ภาระหน้าที่ในการเสนอข่าวสาร นี้ เป็นงานที่สร้างชื่อให้แก่หนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันเป็นอย่างยิ่ง

หนังสือพิมพ์ใดที่หาข่าว เขียนข่าว และตีพิมพ์ข่าวออกมาเสนอให้แก่ผู้อ่านได้รับทราบข่าวที่ถูกต้อง ตรงกับข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วน และทันต่อเหตุการณ์ที่ผู้อ่านต้องการจะทราบหนังสือพิมพ์นั้น ก็มักจะเป็นที่นิยมของผู้อ่าน ในปัจจุบันวิธีการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ได้รับการปรับปรุงให้มีการนำเสนอที่ทันสมัยขึ้น โดยการเสนอข่าวนั้นมักจะทำให้ผู้อ่านรู้สึกเสมือนว่าผู้อ่านได้เข้าไปเห็น เหตุการณ์นั้นๆ ขณะที่กำลังเกิดขึ้นด้วยตัวของผู้อ่านเองทีเดียว แทนที่จะเสนอข่าวในลักษณะรายงานว่า ได้มีอะไรเกิดขึ้นเมื่อวันที่ผ่านมาเช่นที่เคยปฏิบัติกันในอดีต ขณะเดียวกัน หนังสือพิมพ์ ในปัจจุบันยัง รับเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือรับ-ส่งข่าวสารให้รวดเร็วยิ่งขึ้น มีการพัฒนาแท่นพิมพ์ ให้มีประสิทธิภาพในการพิมพ์มากกว่าเดิมด้วย

5.3.2 ภาระหน้าที่ในการเสนอความคิดเห็นหรืออธิบายความหมายของข่าว

(To offer guidance or to explain the meaning of the news) หนังสือพิมพ์จะต้องให้การชี้แนะแนวทาง หรืออธิบายความหมาย (Interpret) ของข่าว ซึ่งหนังสือพิมพ์สามารถทำได้โดยการ “จับ” ข่าวที่กำลัง เป็นปัญหาสาธารณะนั้นขึ้นมาเขียนวิพากษ์วิจารณ์ให้ความเห็นตติง และเสนอแนะแนวทางแก้ไข ปัญหาในทางที่ถูกต้องในรูปของบทบรรณาธิการ (Editorial) และบทวิจารณ์ (Critiques) หรืออาจจะ นำปัญหาสาธารณะนั้นมาเขียนในรูปของการรายงานข่าวเชิงตีความ (Interpretative Reporting) โดยมีการอธิบายทั้งเบื้องหน้าเบื้องหลังของเหตุการณ์นั้น ๆ พร้อมทั้งชี้ให้เห็นถึง ผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น จากปัญหาที่เป็นข่าวดังกล่าว หนังสือพิมพ์จะต้องตระหนักว่าหนังสือพิมพ์จำเป็นต้องเสนอความคิดเห็น ทั้งสองด้าน ทั้งด้านที่เห็นพ้อง และทั้งด้าน ที่คัดค้าน และต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งในอันที่จะไม่ ให้ความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์เองเข้าไป มีอิทธิพลต่อการรายงานข่าวที่เกี่ยวข้องจนอาจจะ เป็น การโน้มน้ำหนักผู้อ่านให้คล้อยตามอย่างไม่ยุติธรรมด้วย

5.3.3 ภาระหน้าที่ในการให้ความบันเทิง (To provide entertainment) วัตถุประสงค์

เพื่อช่วยผ่อนคลายความเคร่งเครียด จากการอ่านข่าว และบทความความคิดเห็นต่างๆ ให้แก่ผู้อ่าน แต่มีนักวิจารณ์บางคน และผู้อ่านบางกลุ่มเห็นว่า หนังสือพิมพ์ไม่ควรจะมีเรื่องราวเกี่ยวกับความบันเทิง เข้ามาแย่งเนื้อที่ข่าว และบทความอันเป็นวัตถุประสงค์หลักที่หนังสือพิมพ์ต้องเสนอ แต่ก็นับว่าเป็น ความจำเป็นอย่างหนึ่งของหนังสือพิมพ์เช่นกัน ทั้งนี้เพราะเรื่องราวความบันเทิงเหล่านี้สามารถช่วย เพิ่มจำนวนจำหน่าย จำนวนผู้อ่าน รวมทั้งจำนวนโฆษณา อันจะมีผลให้หนังสือพิมพ์คงความเป็น ธุรกิจเอกชนของตนอยู่ได้

5.3.4 ภาระหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะ (To serve the public) หนังสือพิมพ์

มีภาระหน้าที่ที่จะต้องช่วยยกระดับความเป็นอยู่ และการกินดีอยู่ดีให้แก่ประชาชน ทำได้โดยการรายงาน ข่าวให้รัฐบาลได้รับรู้ถึง ความยุติธรรมที่ประชาชนได้รับจากการปกครองของรัฐบาล ขณะเดียวกัน ก็ต้องคอยกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน โดยแท้จริง

โดยเฉพาะในการปฏิบัติงานแก้ไขปัญหาคritical ซึ่งหนังสือพิมพ์เห็นว่าจะช่วยให้ประชาชนได้มีชีวิตที่อุดมสุขขึ้น

5.3.5 ภาระหน้าที่ในการคงเป็นสื่อกลางแห่งธุรกิจ (To stay in business) เพื่อยืนหยัดอย่างมั่นคงในธุรกิจการพิมพ์ตลอดไป หนังสือพิมพ์จะต้องมีจำนวนผู้ซื้อที่เพียงพอ และจะต้องมีโฆษณามากพอที่จะได้เงินมาเป็นค่าใช้จ่าย และเป็นเงินทุนหมุนเวียนต่อไปด้วย โดยปกติหนังสือพิมพ์ได้รับรายได้จากการขายหนังสือพิมพ์เองนั้นประมาณหนึ่งในสามของจำนวนเงินรายได้ทั้งหมดเท่านั้น ส่วนเงินรายได้ที่เหลืออีกราวสองในสามได้มาจากการขายโฆษณา สำหรับจำนวนเนื้อที่โฆษณาและอัตราโฆษณานั้น ขึ้นอยู่กับจำนวนจำหน่ายของหนังสือพิมพ์เอง หนังสือพิมพ์ที่มีจำนวนจำหน่ายสูงมักจะมีบริษัทร้านค้ายินดีจ่ายค่าโฆษณาสูงๆ เพื่อลงโฆษณาสินค้าของตนในหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ 2539: 14-17)

5.4 ลักษณะของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีการนำเสนอข่าวสารบนหน้ากระดาษ (Broadsheet) ผู้อ่านจึงสามารถเปิดพลิกหน้าอ่านได้รวดเร็วตามความต้องการ และสามารถจัดวางหนังสือพิมพ์ได้ตามความเหมาะสมกับระดับสายตาในขณะที่เปิดอ่าน และเนื่องจากหนังสือพิมพ์จะมีจำนวนหน้าในการเสนอข่าวสารต่างๆ ได้จำกัด จึงต้องมีการคัดเลือกข่าวสารข้อมูลที่จะนำเสนอในแต่ละฉบับให้สัมพันธ์กับขนาดของเนื้อที่ที่มีอยู่โดยที่หนังสือพิมพ์ใน 1 ฉบับจะมีการแบ่งเป็นสัดส่วนของเนื้อหาและโฆษณา 40:60 โดยประมาณ นอกจากนี้ รูปแบบ และขนาดของตัวหนังสือที่นำเสนอเนื้อหาจะเป็นรูปแบบเดียวกันหมด การใช้สีสันในหนังสือพิมพ์ก็จะจำกัดเช่นกัน โดยจะมีการใช้สีขาวดำแทบทั้งฉบับ ยกเว้นแต่ในส่วนของรูปภาพและกราฟฟิคที่นำเสนอในหน้าหนึ่งเท่านั้นที่จะมีการใช้สีอื่นๆ บ้าง

5.5 รูปแบบการนำเสนอของหนังสือพิมพ์

เนื่องจากหนังสือพิมพ์ได้มีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารมายาวนาน จึงทำให้หนังสือพิมพ์มีรูปแบบการนำเสนอที่เป็นมาตรฐานและเป็นสากล กล่าวคือ หนังสือพิมพ์จะมีการนำเสนอข่าวเด่น หรือข่าวสำคัญประจำฉบับในหน้าหนึ่ง โดยที่ข่าวที่มีความสำคัญมากที่สุด ก็จะมีการใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุดในการพาดหัวข่าว และในหน้าหนึ่งนี้ จะไม่มีการจำกัดประเภทของข่าวที่นำเสนอด้วย นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังมีสารบัญ หรือดัชนีย่อ ที่นำเสนอในหน้าแรก ช่วยชี้แนะผู้อ่านให้ทราบถึงข่าวเด่นอื่นๆ ที่น่าสนใจฉบับอีก และบทบรรณาธิการ ก็จะเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้อ่านได้รู้ว่าข่าวใดที่กำลังเป็นที่สนใจของผู้คนในสังคม

ส่วนในหน้าอื่นๆ ของหนังสือพิมพ์จะมีการจัดข่าวเป็นประเภท (Sections) ซึ่งในแต่ละหน้าจะมีการนำเสนอข่าวประเภทหนึ่งๆ เป็นประจำ จึงทำให้ผู้อ่านรู้ว่าถ้าจะอ่านข่าวประเภทนี้ควรจะพลิกไปอ่านในหน้าใด และความสำคัญของข่าวที่นำเสนอในแต่ละหน้า ก็จะอยู่ที่ขนาดของ

ตัวอักษรที่ใช้พาดหัวข่าวด้วยเช่นกัน โดยที่จะมีการใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่สุด พาดหัวข่าวกับข่าวที่มีความสำคัญมากที่สุด แต่ขนาดตัวอักษรที่นำเสนอเนื้อหาข่าวในหนังสือพิมพ์จะมีขนาดเท่ากันทั้งฉบับ และเนื้อหาข่าวก็จะมีการจัดเป็นคอลัมน์เพื่อความสะดวกในการอ่านด้วย

นอกจากนี้ ผู้อ่านยังรับรู้เนื้อหาข่าวได้อย่างรวดเร็วจากการกวาดสายตาด่านข้อความ (Lead) ของข่าว เพราะการนำเสนอของข่าวของหนังสือพิมพ์ จะอยู่ในลักษณะปิรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramids) คือส่วนสำคัญที่สุดของข่าวจะนำเสนอไว้ด้านบนของข่าว แล้วจึงค่อยขยายความรายละเอียดต่างๆ ของข่าวลงมาตามลำดับนั่นเอง การอ่านข่าวเฉพาะส่วนของความน่าจึงสามารถทำให้ผู้อ่านรับรู้ได้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไรและเมื่อไรได้ทันที

ขนาดของหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษมี 2 ขนาดคือ แบบมาตรฐาน และแบบพับครึ่ง สำหรับแบบมาตรฐาน (Broadsheet) จะมีขนาดกว้างประมาณ 14-17 นิ้ว ยาวประมาณ 20-23 นิ้ว เช่น หนังสือพิมพ์ Bangkok Post, The Nation, Business day, USA Today และ International Herald Tribune, The Asian Wall Street Journal เป็นต้น ส่วนแบบพับครึ่ง (Tabloid) มีขนาดกว้างประมาณ 8-12 นิ้ว ยาวประมาณ 11-16 นิ้ว เช่นหนังสือพิมพ์ Student Weekly, Nation Junior เป็นต้น

5.6 ส่วนประกอบของหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ

ถ้าเปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษกับหนังสือพิมพ์ภาษาไทยแล้ว หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษจะมีส่วนประกอบไม่แตกต่างกันไปจากหนังสือพิมพ์ภาษาไทย คือ ประกอบด้วย 6 ส่วน เป็นอย่างน้อย คือ ข่าว (News Story) บทความ (Article) สารคดี (Feature) บทบรรณาธิการ (Editorial) บทวิจารณ์ (Review) คอลัมน์ประจำ (Column) ซึ่งในแต่ละส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

5.6.1 ข่าว (News Story) คือรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประจำวัน เป็นการรายงานข้อเท็จจริงให้ผู้อ่านทราบ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ข่าวหนัก (Hard News) หมายถึง ข่าวรายงานเหตุการณ์ปัจจุบันซึ่งกำลังเป็นที่สนใจใกล้ตัว และมีผลกระทบต่อสังคม และข่าวเบา (Soft News) หมายถึง ข่าวสารบันเทิง หรือข่าวที่ไม่เร่งด่วนที่จะต้องรายงานให้ผู้อ่านรับทราบ (Newsom & Wollert, 1985: 425, 434) และข่าวควรประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ ความน่าสนใจ (Interest) ข้อเท็จจริง (Facts) และผู้อ่าน (Readers) กล่าวคือ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้อ่าน ดังนั้น ผู้สื่อข่าวจึงจำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริงให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้อ่าน

“ข่าว” คือ รายงานของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่น่าสนใจ มิใช่เพียงเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งเท่านั้น แต่ข่าวจะเป็นเรื่องราวที่มีคนรายงานมาให้ทราบ “สาระสำคัญของข่าวต้องเป็นรายงานของเหตุการณ์ปัจจุบันที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าว จึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจและวินิจฉัยว่าเหตุการณ์ใดควรได้รับการรายงานหรือไม่” (มาลี บุญศิริพันธ์ 2534: 18)

5.6.2 **บทความ (Article)** เป็นข้อเขียนที่เสนอข้อเท็จจริงในบางแง่มุมเป็นพิเศษในเรื่องซึ่งกำลังเป็นที่สนใจในเวลานั้น เป็นเรื่องในวงการใดก็ได้ ผู้เขียนจะได้ข้อเท็จจริงมาจากการสัมภาษณ์บุคคลผู้เกี่ยวข้อง บางครั้งอาจแฝงความคิดเห็นของผู้เขียนไว้ด้วย

5.6.3 **สารคดี (Feature)** เป็นบทความที่ลงพิมพ์เป็นครั้งคราว ผู้เขียนนำข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมาเขียนโดยปรุงแต่งให้มีความน่าสนใจขึ้น สารคดีถือเป็น (Non-Fiction) เรื่องราวแสดงข้อเท็จจริง อาจเป็นเรื่องท่องเที่ยว การสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ สงครามการเมือง ฯลฯ อาจมีภาพประกอบด้วย

5.6.4 **บทบรรณาธิการ (Editorial)** เป็นข้อเขียนที่แสดงจุดยืนของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ที่มีต่อเหตุการณ์ที่น่าสนใจขณะนั้น ผู้เขียนบทบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเป็นบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น อาจเป็นใครก็ได้ที่ได้รับมอบหมายให้มาเขียนวิจารณ์ชี้ให้เห็นปัญหาและบางครั้งเสนอวิธีแก้ไขไว้ด้วย

5.6.5 **บทวิจารณ์ (Review)** เป็นข้อเท็จจริงที่อาจเป็นการวิจารณ์หนังสือ ภาพยนตร์ ดนตรี กีฬา ที่กำลังเปิดการแสดง หรือจะเปิดการแสดง เพื่อให้ผู้อ่านทราบข้อดี ข้อเสีย ซึ่งเป็นการแสดงความคิดเห็นให้ข้อมูลมากกว่าเป็นการประชาสัมพันธ์

5.6.6 **คอลัมน์ประจำ (Column)** หมายถึง ข้อเขียนที่ลงตีพิมพ์เป็นประจำ มีนักเขียนประจำ และมักจะอยู่ประจำหน้าเดิม ซึ่งผู้อ่านจะเปิดหาคอลัมน์ประจำนั้นได้ทันที อาจลงรูปผู้เขียนประกอบไว้ด้วย ผู้เขียนประจำเรียกว่า คอลัมน์นิสต์ มักมีตำแหน่งหน้าที่ประจำ โดยแต่ละคอลัมน์มีประเด็นที่ต้องการสื่อสาร แสดงความคิดเห็นอย่างมีเป้าหมาย สามารถแบ่งคอลัมน์ต่างๆ ได้ดังนี้ (อารีย์ เฉลยทรัพย์ 2528: 440-441 อ้างถึงใน วิวัฒน์ ใจเที่ยง 2539: 5-6)

- 1) **วิเคราะห์ข่าวหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ทุกด้าน** จะมีการอธิบายความเป็นมาพร้อมทั้งวิเคราะห์เหตุการณ์ แสดงเหตุผลในการคาดการณ์ เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแนวคิด สร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ
- 2) **จดหมายจากผู้อ่าน** แสดงให้เห็นความคิดและการตอบสนองจากผู้อ่าน
- 3) **แนะวิธีทำ** มุ่งให้ความรู้เล็กๆ น้อยๆ เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ช่วยแก้ไขปัญหิต่าง ๆ
- 4) **สังคมซุบซิบ** เสนอข่าวความเคลื่อนไหวของบุคคลมีชื่อ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น
- 5) **ข่าวขัน** เป็นการนำเหตุการณ์ปัจจุบันมาหยอกล้อ มุ่งให้ความบันเทิง และผ่อนคลายและให้สาระในอีกแง่มุมหนึ่ง

6) *ฉิปาละหรือปกิมกะ* มุ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้น ประจำวัน คอลัมน์นี้มีความสำคัญต่อผู้อ่านมาก เพราะนอกจากข่าวแล้ว ผู้อ่านยังต้องการรับทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนั้นจากหลาย ๆ ฝ่าย คำอธิบายเบื้องหลัง ซึ่งผลกระทบต่อสังคม เป็นแหล่งความรู้

สรุปได้ว่า ข่าวจะเป็นการรายงานข้อเท็จจริงเป็นหลัก ขณะที่บทความ บทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ และสารคดี จะเป็นข้อเขียนที่เสนอข้อมูล และความคิดเห็นของผู้เขียน ประกอบกัน ส่วนคอลัมน์จะเป็นส่วนที่มีผู้เขียนประจำ ให้ทั้งสาระและความบันเทิงแก่ผู้อ่าน

5.7 การอ่านหนังสือพิมพ์

5.7.1 ประโยชน์ของการอ่านหนังสือพิมพ์

การอ่าน เป็นวิธีหนึ่งซึ่งทำให้เราสามารถเรียนรู้อะไรต่างๆ ได้ในเวลารวดเร็ว การอ่านมีประโยชน์ 2 ประการคือ 1) เพื่อแสวงหาความรู้และแสวงหาความเพลิดเพลิน ในปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ได้เจริญแพร่หลายมาก คนทุกคนไม่มีโอกาสเข้าศึกษาวิชาต่อในชั้นมหาวิทยาลัยได้ แต่ทุกคนย่อมมีโอกาสอ่านหนังสือพิมพ์ได้ 2) ผู้อ่านจะได้พบหลักต่างๆ ในการก่อสร้างชีวิตในทาง ศีลธรรม และความประพฤติ ในทางวิชาความรู้และทางการเมือง หรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า หนังสือพิมพ์เป็นเสมือนบิคารมรดา โรงเรียน วิทยาลัย ธรรมาสน์ มหรรพสถาน ตัวอย่าง และ ที่ปรึกษารวมกันทั้งหมดในสิ่งเดียวกัน (ประคอง นาควานิช 2513: 24-25)

การอ่านเป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อการแสวงหาความรู้ และเพิ่มพูนประสบการณ์ เซอร์ ฟรานซิส เบคอน (Sir Francis Bacon) นักปราชญ์เมธี ชาวอังกฤษผู้หนึ่งได้กล่าวว่า “การอ่าน ทำให้คนเป็นคนโดยสมบูรณ์” (Reading makes a full man) การอ่านจึงนับว่ามีความสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งให้ประโยชน์แก่มนุษย์มากทุกด้านและทุกโอกาส ทั้งในด้านการศึกษาหาความรู้ การประกอบอาชีพ และการพักผ่อนหย่อนใจ การอ่าน จะช่วยส่งเสริมความรู้ ความคิดของคนเราให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น (แสงรพี ภัทรกิจกุลธร 2543: 22)

จะเห็นได้ว่าในสังคมปัจจุบันนี้ หนังสือพิมพ์ได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคมอย่างมาก หนังสือพิมพ์ถือเป็นครู เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา เพราะเป็นสื่อให้ชุมชนรู้และเข้าใจ เรื่องราวต่างๆ เป็นการเพิ่มพูนสติปัญญา และบุคคลที่รักความก้าวหน้า ย่อมแสวงหาความรู้ต่างๆ จากการอ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งนับเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โดยทั่วๆ ไปแล้ว หนังสือพิมพ์จะให้ประโยชน์ทางด้านการศึกษาวิชาการต่าง ๆ ดังนี้คือ

1) ช่วยให้เกิดความรู้กว้างขวาง ทันท่วงทีต่อเหตุการณ์ของโลก คอลัมน์ข่าวการเมือง และการปกครองภายในประเทศ ซึ่งมีเรื่องเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลทำให้ทราบเกี่ยวกับการตัดสินใจของรัฐบาลและปัญหาต่าง ๆ

2) ข่าวเรื่องราวสารคดีบางครั้งจะให้รายละเอียดปลีกย่อยในหนังสือพิมพ์มากกว่าในตำราเรียนหรือบางครั้งอาจจะมีประวัติ หรือเรื่องราวของบุคคลสำคัญต่างๆ ทั่วโลกลงในหนังสือพิมพ์ก่อน แต่ยังไม่ตีพิมพ์เป็นหนังสือเล่มออกสู่ตลาดหนังสือ

3) เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและหนังสือพิมพ์บันทึกข่าวหรือเรื่องราว นั้นไว้ ต่อมาภายหลังเหตุการณ์นั้นก็กลายเป็นประวัติศาสตร์ เราสามารถเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นหลักฐานอ้างอิงได้ หนังสือพิมพ์เก่าช่วยในการสอนประวัติศาสตร์ได้อีกทางหนึ่ง

4) ข่าวอาชญากรรมเป็นตัวอย่างที่ดีในการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับศีลธรรมคุณธรรม และความประพฤติอันเป็นประโยชน์แก่การศึกษาถึงพฤติกรรมของคนในสังคม เป็นส่วนของการศึกษาด้านจิตวิทยา และสังคมวิทยา

5) หนังสือพิมพ์นำมาใช้เป็นอุปกรณ์ประกอบการเรียนการสอนในห้องเรียนได้โดยตรงในวิชาต่าง ๆ โดยเฉพาะในวิชาภาษาไทย และสังคมวิทยา

6) หนังสือพิมพ์ช่วยแพร่ข่าวเกี่ยวกับการศึกษาให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

7) ช่วยแนะแนวอาชีพ

5.7.2 วิธีอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการอ่านอย่างมีประสิทธิภาพ (สุชีลา เตชาภิวัฒน์พันธุ์ 2524: 41- 44)

จำแนกออกได้ดังนี้ คือ

1) *อ่านอย่างละเอียด (Intensive Reading)* หมายถึง การอ่านอย่างค่อนข้างช้า ระมัดระวัง และให้ความสนใจในรายละเอียดมาก

2) *การอ่านอย่างพินิจพิเคราะห์ (Critical Reading)* เป็นการอ่านอย่างละเอียด เช่นเดียวกัน แต่แตกต่างจากการอ่านแบบแรก นอกจากผู้อ่านจะเข้าใจข้อมูลต่างๆ แล้ว ต้องสามารถวิเคราะห์ความคิดเห็นได้อย่างมีเหตุผลด้วย ความสามารถในการอ่านแบบนี้อยู่ที่ประสบการณ์พื้นความรู้ในการอ่านของผู้อ่าน และการฝึกฝนมากกว่าความฉลาด วย และความรู้เรื่องนั้น ๆ ของผู้อ่าน

3) *การอ่านอย่างรวดเร็ว (Rapid Reading)* แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) การอ่านโดยพิจารณากลุ่มความคิด (Reading by Thought Units)

จุดประสงค์ในการอ่าน คือ เพื่อเข้าใจความคิดและรายละเอียดอย่างง่ายๆ แทนที่จะอ่านข้อความทุกคำ ก็อ่านเฉพาะข้อความที่ให้ความคิดเห็น (Idea Groups) เท่านั้น เพื่อช่วยให้เข้าใจเรื่องราว อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเรื่องที่ผู้อ่านมีความรู้เป็นพื้นฐานอยู่บ้าง จะทำให้เข้าใจได้เร็วขึ้น การฝึกหัดอ่านบทความนั้นๆ จะช่วยมาก การอ่านเช่นนี้เหมาะในการอ่านเรื่องบันเทิง เช่น นวนิยาย บทความในหนังสือพิมพ์ หรือวารสารบันเทิง รวมถึงการอ่านวรรณคดี และเรื่องทางสังคมศาสตร์

(2) การอ่านอย่างข้ามๆ เพื่อจับใจความ (Skimming) ประหยัดเวลาในการอ่าน เพราะต้องการเพียงใจความกว้างๆ ไม่ใช่รายละเอียดทั้งหมด การอ่านประเภทนี้ใช้ได้กับการอ่านบทความในหนังสือพิมพ์ วารสาร หนังสือ ซึ่งอ่านเฉพาะบางส่วนหรือทั้งเล่มก็ได้ ในการอ่านหนังสือเล่มให้พิจารณาส่วนสำคัญ 3 ตอน คือ หัวเรื่อง ความคิดหลัก และคำเชื่อม ส่วนการอ่านบทความวารสาร ให้อ่านย่อหน้าอย่างรวดเร็ว ถ้าบทความนั้นสั้น ถ้าบทความยาวจะอ่านย่อหน้าแรกหรือบทนำ หรืออ่านประโยคแรกของทุกย่อหน้า และถ้าจะให้ละเอียดควรอ่านประโยคสุดท้ายของย่อหน้าหลังๆ

(3) การอ่านอย่างรวดเร็วเพื่อค้นหาคำตอบ (Scanning) มีจุดประสงค์เพื่อค้นหาคำตอบอย่างรวดเร็ว คำตอบที่ได้ อาจจะเป็นเพียงชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ วันที่ หรือข้อความสั้นๆ ข้อความที่ไม่ต้องการให้มองข้ามเหมือนกับไม่มีความหมาย

5.7.3 วิธีอ่านหนังสือพิมพ์

วิธีอ่านหนังสือพิมพ์ให้ได้ผลดี อาจจำแนกได้ออกเป็น 3 แบบ ดังนี้ คือ

1) ต้องรู้จักองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์และเข้าใจวิธิตำเนิการออกของหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ ผู้อ่านยังต้องอ่านอย่างสม่ำเสมออีกด้วย จะอ่านบ้างไม่อ่านบ้างไม่ได้ บางทีเมื่อมีการเสนอข่าวไปแล้ว ก็อาจจะปฏิเสธข่าวในภายหลังก็ได้ การอ่านไม่ติดต่อกันและขาดตอน จะมีผลทำให้ผู้อ่านได้รับความรู้อย่างกระต่อนกระแท่น รู้ไม่จริง รู้ไม่ตลอด

2) อ่านอย่างพินิจพิเคราะห์ ทำใจให้เป็นกลางขจัดอคติ ตั้งข้อรังเกียจหรือหมิ่นประมาทไว้ล่วงหน้า อย่าเชื่ออย่างมกมายและรวดเร็ว อย่าปฏิเสธขัดแย้งอย่างรุนแรงและกะทันหัน แต่จงใช้ความสุจริตรอบคอบในการพิจารณาข่าวคราวและข้อเขียนต่าง ๆ อย่างตื่นเต้นตกใจ

3) การเปรียบเทียบแหล่งข่าว คือ เมื่ออ่านข่าวต่างๆ แล้วควรนำข่าวนี้นามาถกเถียงแลกเปลี่ยนกับเพื่อนฝูงเพื่อทดสอบความเข้าใจ พิสูจน์ความถูกต้องของสิ่งที่รู้ ขยายทัศนะให้กว้างขวางขึ้น

นอกจากนี้ วิสิทธิ์ จินตวงศ์ อ้างถึงโน ชูลี อินมัน (2533: 27) ได้เสนอแนะวิธีอ่านหนังสือพิมพ์ไว้ว่ามีลักษณะแตกต่างจากการอ่านหนังสือประเภทตำรา เพราะหนังสือพิมพ์เสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นในปัจจุบันส่วนใหญ่ สำหรับหลักในการอ่านหนังสือพิมพ์นั้น ควรได้พิจารณาถึงส่วนต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ควบคู่ไปด้วย ซึ่งได้แก่

หัวข้อ หรือพาดหัวข่าว ส่วนนี้เป็นส่วนสำคัญที่สุดของหนังสือพิมพ์ ซึ่งพิมพ์ไว้หน้าแรก หัวข่าวในหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งๆ อาจจะมีหลายหัวข้อ แต่หัวข้อที่สำคัญที่สุดจะต้องพิมพ์ด้วยตัวอักษรโตกว่าและมักจะตีพิมพ์ในคอลัมน์ขวาสุด สำหรับข่าวที่สำคัญเป็นอันดับสองก็ใช้คอลัมน์ซ้ายสุด ข่าวที่สำคัญรองลงมามักจะอยู่ในคอลัมน์กลางๆ ในการเปิดหนังสือพิมพ์อ่าน ควรอ่านข่าวในคอลัมน์ขวามือสุดหรือซ้ายมือสุดเสียก่อน และตรวจดูว่ามีข่าวที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้น อีกด้วยหรือไม่ ถ้ามีก็ควรอ่านด้วยเพราะจะช่วยให้เข้าใจข่าวนั้นยิ่งขึ้น แล้วตรวจข่าวต่อไปจนหมด

หน้าแรกสุด จากนั้นค่อยเปิดไปอ่านหน้าในหรือหน้าต่อไป โดยจำไว้ในใจว่าเราอ่านข่าวอะไรบ้าง การอ่านข่าวใดข่าวหนึ่งจบเป็นคอลัมน์แล้วเปิดอ่านหน้าต่อไปนั้น จะทำให้เปิดหนังสือพิมพ์เปิดไปเปิดมา ซึ่งจะทำให้อ่านได้ช้า

การเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ เป็นการเสนอเรื่องอย่างกระต๊อค ซึ่งได้ใจความที่สมบูรณ์ในแต่ละเรื่องของข่าว การอ่านข่าวควรอ่านให้ตลอดพร้อมทั้งตอบคำถามอยู่ในใจไปด้วยเสมอจากคำถามคือ เป็นเรื่องอะไร มีใครเกี่ยวข้องในข่าว ข่าวเกิดขึ้นเมื่อใด ข่าวเกิดในที่ใด ข่าวนั้นเกิดอย่างไร และเกิดจากสาเหตุอะไร ถ้าอ่านแล้วยังไม่เข้าใจข่าวนั้นอย่างถ่องแท้ โดยยังตอบคำถามแก่ตนเองไม่ได้ ก็ควรจะกลับมาอ่านนำข่าวซ้ำอีกครั้งหนึ่ง นำข่าวคือส่วนที่เป็นย่อหน้าแรกของข่าว เป็นส่วนที่รวมความไว้จนครบ

ภาพประกอบข่าว บางคนเรียกว่า ภาพข่าว หรือข่าวภาพ เพราะภาพประกอบข่าวก็ เป็นข่าวเหมือนกัน การอ่านข่าวที่จะให้ได้รับพร้อมทั้งความประทับใจ และมีความเข้าใจต่อข่าวได้อย่างถ่องแท้ นั้น ก่อนอ่านเนื้อข่าว ควรจะได้ดูภาพประกอบข่าวด้วย

บทนำ บทบรรณาธิการ เป็นบทความที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวโดยบรรณาธิการเป็นผู้เขียน หรือเป็นข้อเขียนของผู้อ่านบทความก็ได้ เพื่อแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ไปหรือเกี่ยวกับข่าวสำคัญๆ ในระยะสั้น

คอลัมน์ประจำ คอลัมน์นี้จะไม่เขียนเป็นแบบข่าว แต่เป็นบทความซึ่งเสนอข้อเท็จจริง ความคิดเห็น หรือคำวิจารณ์ เป็นคอลัมน์ข่าวที่เกี่ยวกับผู้อ่าน ซึ่งมีทุกสาขาวิชา เช่น การเมือง การคลัง กีฬา ข้อเสนอแนะในการวางตัว อาหาร สารคดี เรื่องสั้น ฯลฯ

เพื่อจะได้รับประโยชน์จากการอ่านมากที่สุด แซมมวล เบคคอปฟ์ (Samuel Beckoff อ้างถึงใน สุชีลา เศษากวิวัฒน์พันธุ์ 2524: 60) ได้เสนอกฎการอ่านหนังสือพิมพ์ ดังนี้

1. พยายามหาเวลาอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน
2. เลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับที่ดีที่สุด ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวยุติธรรม แน่นนอน และละเอียดละออ หน้าบรรณาธิการจำเป็นอย่างยั้งที่ต้องอ่าน
3. เลือกอ่านเรื่องที่มีคุณค่า อย่าเลือกอ่านเฉพาะเรื่องราวที่สนใจแต่เพียงอย่างเดียว
4. ข่าวหรือคอลัมน์ใดที่เห็นว่าสำคัญและน่าสนใจ ควรอุทิศเวลาอ่านให้มากกว่าเรื่องราวที่สำคัญและน่าสนใจรองลงมา
5. อ่านอย่างระมัดระวังและพินิจพิเคราะห์ มีวิจารณ์ญาณและเหตุผล โดยเฉพาะเรื่องราวที่เกี่ยวกับการทำผิดกฎหมาย และนโยบายการเมือง ข่าวโฆษณาชวนเชื่อ
6. วางตัวเป็นกลาง ไม่ลำเอียงในข่าวใด ๆ

7. ควรติดตามอ่านข่าวสำคัญให้ต่อเนื่องกัน เพื่อเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น
8. ไม่ควรเชื่อทั้งหมดโดยสิ้นเชิง พยายามตรวจสอบข้อเท็จจริงจากหนังสือพิมพ์

ฉบับอื่นหรือจากสื่อมวลชนประเภทอื่นบ้างในบางโอกาส

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์

นพพร ปริบูรณ์ (2509) ศึกษาความสนใจของนิสิตมหาวิทยาลัยในพระนครต่อเรื่องต่างๆ ในหนังสือพิมพ์รายวันเพื่อจะทราบลักษณะการอ่านโดยทั่วไปของนักศึกษาตลอดจนคอดัมนักศึกษาสนใจเป็นพิเศษ รวมทั้งหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมที่สุดด้วย ผลการวิจัยสรุปว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ นิยมอ่านหนังสือพิมพ์รายวันเป็นประจำเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งจำเป็น ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านประมาณ 15 นาที ในห้องสมุด เมื่ออ่านแล้วมีความเชื่อมั่นในหนังสือพิมพ์รายวันเกินกว่าร้อยละ 50 และนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด ส่วนมากสนใจต่อข่าวสารที่เป็นสาระ เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมืองต่างประเทศและในประเทศ รองลงมาคือข่าวเบาๆ เกี่ยวกับข้อคิดจำขัณฑ์ต่าง ๆ นิสิตนักศึกษาชายนิยมอ่านข่าวที่เป็นสาระมากกว่านิสิตนักศึกษาหญิง

รมย์ อุปรมย์ (2512) ศึกษาความสนใจของอาจารย์มหาวิทยาลัย ที่มีต่อหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษและภาษาไทยในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความสนใจโดยทั่วไปของอาจารย์มหาวิทยาลัย พบว่า หนังสือพิมพ์ที่อาจารย์มหาวิทยาลัยชอบอ่านมากที่สุด ฉบับภาษาไทย ได้แก่ สยามรัฐ เดลินิวส์และไทยรัฐ ฉบับภาษาอังกฤษ ได้แก่ Bangkok Post โดยอ่านที่บ้านมากที่สุด อ่านทุกวันๆ ละ 2 ฉบับ อ่านเฉพาะข่าวหรือบทความที่น่าสนใจ อ่านข่าวการเมืองในประเทศจากหนังสือพิมพ์ภาษาไทย และอ่านข่าวการเมืองต่างประเทศจากหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ สำหรับอาจารย์ชายใช้เวลาการอ่านมากกว่าอาจารย์หญิงและอ่านเฉพาะข่าวหรือบทความที่น่าสนใจ ส่วนอาจารย์หญิงจะอ่านพาดหัวข่าว และข่าวที่ติดตามบ้างเพื่อประโยชน์ในการสอน และประโยชน์ทั่วไป ส่วนความเชื่อถือต่อเรื่องและคอดัมนักที่อ่านมีเพียงครั้งเดียว

นรินทร์ บุญชู (2520) ศึกษาความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผลการวิจัยสรุปว่า นิสิตส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำทุกวันที่บ้านพักหรือหอพัก โดยมีช่วงเวลาการอ่านไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับโอกาสและเวลาว่าง ส่วนใหญ่จะอ่านหนังสือพิมพ์ วันละ 1 ฉบับและใช้เวลาอ่านครั้งละไม่เกิน 30 นาที สำหรับวัตถุประสงค์ของการอ่านคือเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ โดยจะเลือกอ่านเรื่องที่สนใจก่อนแล้วค่อยอ่านเรื่องอื่น ส่วนหนังสือพิมพ์รายวันที่นิสิตนิยมอ่านมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ประชาชาติธุรกิจ เคลินิวส์ และประชาธิปไตยตามลำดับ เหตุผลที่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับดังกล่าว เพราะเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีบทวิจารณ์และความคิดเห็นดี เสนอข่าวรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ และให้ความเชื่อถือต่อเนื้อหาของหนังสือพิมพ์มากกว่า 50% ในด้านเนื้อหาที่นิสิตสนใจคือ เนื้อหาเกี่ยวกับเศรษฐกิจมากที่สุด รองลงมาคือ การศึกษา ราชการ กีฬา อาชญากรรม ผู้หญิงและเด็ก สารบันเทิงและมหรสพ ตามลำดับ ทศนคติของนิสิตต่อหนังสือพิมพ์คือ ช่วยให้ผู้อ่านมีความรู้กว้างขวางและทันสมัย

สุชีลา เตชาภิวัฒน์พันธุ์ (2524) ศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยของนักศึกษาวิทยาลัยครูจันทระเกษม เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ความสนใจ เนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ผลการวิจัยสรุปว่า นักศึกษาส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์รายวันเป็นประจำทุกวัน โดยอ่านที่บ้านหรือหอพัก ช่วงเวลาการอ่านไม่แน่นอน อ่านวันละ 1 ฉบับใช้เวลาไม่เกิน 30 นาที โดยมีเหตุผลในการอ่านคือ เพื่อให้ทันเหตุการณ์ อ่านเรื่องที่สนใจก่อน เพื่อนำไปเป็นข้อสนทนา ส่วนใหญ่เชื่อถือหนังสือพิมพ์สยามรัฐมากที่สุด และเชื่อถือหนังสือพิมพ์ทั่วไปเพียง 50% ส่วนหนังสือพิมพ์ที่นักศึกษาวิทยาลัยครูจันทระเกษมนิยมอ่านมากที่สุดคือ ไทยรัฐ เคลินิวส์ และสยามรัฐ ทั้งนี้เพราะมีบทความ บทวิจารณ์ และความคิดเห็นดี เสนอข่าวรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ เนื้อหาที่สนใจมากที่สุดคือ การเมือง และให้ความเห็นว่าประโยชน์ที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์ คือ ทำให้มีความรู้รอบตัวกว้างขวางทันสมัย

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2526 อ้างถึงใน สมฤดี มณีรัตนพร และคณะ 2541: 13) สำรวจทัศนคติของประชาชน ที่มีต่อหนังสือพิมพ์ไทยในปี 2526 เพื่อวางแผนในการใช้หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการจิตวิทยา โดยศึกษาจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และประชาชนในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้อีกภาคละ 2 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 2,250 ตัวอย่าง พบว่าประชาชนส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์รายวันเป็นประจำทุกวัน เพราะต้องการติดตามข่าวสารเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ส่วนใหญ่อ่านไทยรัฐ เคลินิวส์ สยามรัฐ มติชน บ้านเมือง และที่ประชาชนอ่านเป็นประจำและชอบมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เพราะเสนอข่าวรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

ศุภนิตย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ (2542) ได้ศึกษาลักษณะเนื้อหา พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์ของเยาวชนไทยจากบางกอกโพสต์ สตีเวนส์ วิกส์และนิตยสารเนชั่นเนียร์ พบว่าการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีเวนส์ วิกส์และนิตยสารเนชั่นเนียร์ยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน และความแตกต่างทางด้านเพศไม่ทำให้การใช้ประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกัน และยังพบว่าระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวทุกคนรวมกัน

ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมการอ่าน ความต้องการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจแตกต่างกันด้วย

6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสาร

สุภาพงศ์ ระรวยทรง (2535) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ และ ทักษะคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนที่มีเพศต่างกันมีการอ่านข่าวต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ต่างกัน โดยเพศชายมีแนวโน้มอ่านข่าวต่างประเทศมากกว่าเพศหญิง และการวิเคราะห์ว่าเพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับการเปิดรับสื่อมวลชน

สิริพร จิตรักษ์ธรรม (2537) ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก พบว่า ระดับอายุที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์ด้านธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พรศุกร์ พิพัฒน์วิไลกุล (2542) ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งเขียนเยอะเป๋า พบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งเขียนเยอะเป๋าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 60 ปี สัญชาติไทย การศึกษาระดับประถมศึกษา ไม่มีอาชีพ มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 อ่าน 2-3 ครั้งใน 1 สัปดาห์ ใช้เวลาในการอ่านต่อวันประมาณ 21-40 นาที ส่วนใหญ่อ่านเองและรับเป็นสมาชิกมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ในการอ่านโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง วัตถุประสงค์ในการอ่านระดับมากได้แก่ อ่านเพื่อหาความรู้ต่างๆ ไปเพื่อทราบความเป็นไปในบ้านเมือง และเพื่อทราบข้อมูลทางธุรกิจการค้า ในด้านความคาดหวังโดยรวมเกี่ยวกับเนื้อหาที่ต้องการให้นำเสนออยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่มีความต้องการมากที่สุด ได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับประเทศจีนและข่าวต่างประเทศทั่วไป ส่วนความคาดหวังทั่วไปโดยรวมเกี่ยวกับรูปแบบที่ต้องการให้นำเสนออยู่ในระดับมากพอสมควร เรื่องที่มีความต้องการมากที่สุดได้แก่ ต้องการให้เสนอข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น การนำเสนอข่าวที่สดและรวดเร็วมากขึ้น อ่านง่าย ทั้งในแง่การใช้ภาษาและรูปแบบการเขียน สำหรับความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับหนังสือพิมพ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรื่องที่มีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ การเสนอข่าวสารที่สดและรวดเร็ว การทำให้มีความรู้ในเรื่องต่างๆ ไป และการนำเสนอข่าวสารที่อ่านง่ายทั้งในแง่การใช้ภาษาและรูปแบบการเขียน

แสงรพี ภัทรกิจกุลธร (2543) ศึกษาการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษในระดับต่ำมาก โดยรูปแบบการเปิดรับคือ

การซื้อมาอ่านเองหรือเป็นสมาชิกมากที่สุด ลักษณะการอ่าน ส่วนใหญ่เป็นการอ่านเฉพาะส่วนที่สนใจ รองลงมาคืออ่านอย่างคร่าว ๆ เพื่อให้รู้ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร สิ่งพิมพ์ที่เปิดรับมากที่สุด 3 อันดับคือ สติวเด้นท์ วีกลี่ นิตยสารเนชั่นจูนีย์ และคอลัมน์ Learn English ในหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น ตามลำดับ ในด้าน เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษไม่แตกต่างกัน ส่วนสังกัดโรงเรียน แผนการศึกษา และเงินที่ได้รับจากผู้ปกครองโดยเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษต่างกัน สำหรับการใช้จ่ายประโยชน์และความพึงพอใจสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง และการเปิดรับ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้จ่ายประโยชน์ และความพึงพอใจ แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนการใช้จ่ายประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูงมาก

6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2528) ศึกษาเรื่องความต้องการที่แตกต่างกันไปในผู้รับสาร แต่ละคนจะทำให้แต่ละคนมีความคาดหวังว่า สื่อแต่ละประเภทสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้ต่างกัน ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันออกไป รวมทั้งความพึงพอใจที่ได้รับด้วย

วันทนีย์ แสนภักดี (2533) ศึกษาเรื่องความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ความต้องการรับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษา เพศและพฤติกรรม การเปิดรับสื่อในด้านความตั้งใจขณะเปิดรับสื่อ ความต้องการรับรู้ทางการเมืองกับความคาดหวัง ความต้องการรับรู้ทางการเมืองกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความต้องการรับรู้ทางการเมืองกับความพึงพอใจ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความพึงพอใจและความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความต้องการรับรู้ทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

นฤมล มังคลิกุล (2534) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชากร กับความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอคำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีเพียงตัวแปรอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง และตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการข่าวสารทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับการศึกษาและรายได้ อย่างไรก็ตาม ความต้องการข่าวทางการเมืองก็มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองเช่นกัน

จินคารา อุดมสิน (2541) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้อ่านบทวิเคราะห์การเมืองของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและข่าวสด เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า เพศ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมการอ่านแตกต่างกัน เพศและอาชีพที่ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากบทวิเคราะห์ต่างกัน และเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อบทบาทของหนังสือพิมพ์ด้านการเมืองแตกต่างกัน และผลการวิจัยยังพบว่าพฤติกรรมการอ่านไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากบทวิเคราะห์ และความพึงพอใจต่อบทบาทของหนังสือพิมพ์ด้านการเมืองที่ได้รับจากบทวิเคราะห์การเมือง

ทรงวิทย์ กุลศักดิ์นันท์ (2541) ศึกษาเรื่องบทบาทหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันในการให้การศึกษาด้านธุรกิจกับความพึงพอใจของนักศึกษาคู่แข่ง Mini-MBA ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากร คือ เพศ สถานภาพสมรส รุ่นนักศึกษา อาชีพ ระดับการศึกษาและที่อยู่ขณะสมัครเรียนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในลักษณะของสื่อและในการดำเนินงานของบริษัทคู่แข่งจำกัด (มหาชน) แตกต่างกันเพียงบางส่วน

กาญจนา กาญจนทวี (2542) ศึกษาเรื่องแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ผลการวิจัยพบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว กลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยคนละ 2-3 ฉบับ ต่อครั้ง โดยใช้เวลาอ่านประมาณ 10-20 นาที และนิยมอ่านในช่วงเวลา 8.00-16.00 น. ผู้อ่านที่ไม่ได้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองมีความถี่ในการเปิดรับมากกว่า 1 ครั้ง ต่อวัน ซึ่งมากกว่าผู้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองที่เปิดรับประมาณวันละ 1 ครั้ง เนื้อหาที่ผู้อ่านเปิดรับมากที่สุดคือข่าว และรองลงมาคือบันเทิง สำหรับข่าวที่อ่านมากที่สุดคือ ข่าวหน้าหนึ่ง รองลงมาคือ ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์ และข่าวการตลาด ตามลำดับ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมการอ่านแตกต่างกัน เช่น ผู้อ่านในประเทศไทยเปิดรับข่าวสังคม ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์ ข่าวบันเทิง และข่าวภูมิภาค-ในประเทศมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ต่างประเทศ โดยรวมแล้วผู้อ่านมีความพึงพอใจในความสดใหม่ของข่าวและการใช้งานง่าย แต่ผู้อ่านร้อยละ 78.2 ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงโดยมีรูปแบบการนำเสนอเฉพาะตัว คือ นำเสนอข่าวใหม่เสมอในหนึ่งวัน และนำเสนอข่าวคว่นก่อนหนังสือพิมพ์จะตีพิมพ์ พร้อมทั้งมีการนำเสนอลิงค์สู่ข่าวหรือบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกและกว้างกว่าการเปิดรับสารจากสื่ออื่น ๆ

6.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหา

ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์ (2534) ศึกษาเรื่องเนื้อหาข่าวและแนวทางการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบว่าหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ (ไทยรัฐ เดลินิวส์) ให้ความสำคัญกับข่าวเบา เช่น ข่าวอาชญากรรม หรือ ข่าวโรงพัก ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวกีฬา รวมทั้งเน้น

คุณค่าข่าวทางเพศสูงกว่าหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ ส่วนหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ (สยามรัฐ มติชน) ให้ความสำคัญกับข่าวหน้าหนึ่ง เช่น ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ยังพบว่า หนังสือพิมพ์โดยทั่วไปมีแนวโน้มให้ความสำคัญในการเสนอข่าวโดยมุ่งเสนอข่าวในเชิงลบมากกว่าเชิงบวก

กิตติมา พิมเสน (2541) ศึกษาเรื่องรูปแบบและการสื่อสารที่ติดตามอ่านนิตยสารข่าวจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับสารที่ติดตามอ่านนิตยสารมติชน สุดสัปดาห์ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ เนชั่นสุดสัปดาห์ ฐานสัปดาห์วิจารณ์และผู้รับสารทั่วไปที่อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับสารสามารถรับรู้ความหมายข่าวสารของปกนิตยสารข่าวที่นำเสนอในรูปแบบต่างกัน ได้สอดคล้องแตกต่างกัน กล่าวคือ สามารถรับรู้ความหมายข่าวสารได้สอดคล้องกับผู้ส่งสารมากที่สุดในรูปแบบที่นำเสนอภาพหัวหน้าที่สามารถเข้าใจได้โดยง่าย และนำเสนอภาพในลักษณะตรงประเด็นข่าวหรือบทบาทของผู้ตกเป็นข่าว ผู้รับสารมีความพึงพอใจรูปแบบนี้น้อย แต่พึงพอใจในรูปแบบการสื่อความหมายนัยแฝงมากกว่าและความพึงพอใจนี้ก็สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อ คือพึงพอใจมากก็ซื้อ มาก นอกจากนี้ยังพบว่าหากนำข่าวการเมืองมาพาดหัวข่าวสื่อความหมายนัยแฝงและภาพตรงประเด็นข่าวหรือบทบาทผู้ตกเป็นข่าว ผู้รับสารจะตีความหมายข่าวสารได้แตกต่างจากความหมายที่ผู้ส่งสารกำหนดมาก ในขณะที่หากนำเสนอข่าวสังคมในลักษณะหัวเรื่อง และภาพสื่อความหมายนัยแฝง ผู้รับสารจะตีความหมายข่าวได้แตกต่างจากความหมายที่ผู้ส่งสารกำหนดมากเช่นกัน

รัชณี วงศ์ปิยนันท์กุล (2541) ศึกษาเรื่องเนื้อหา โครงสร้างรูปแบบและบทบาทหน้าที่ของหน้าบรรณาธิการในหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่าโครงสร้างรูปแบบของหน้าบรรณาธิการหนังสือพิมพ์คุณภาพจะมีองค์ประกอบที่หลากหลายมากกว่าหนังสือพิมพ์ปริมาณ เช่น บทบรรณาธิการ บทความหรือทัศนะจากบุคคลภายนอก บทความประจำ คอลัมน์ จดหมาย ส่วนข้อมูลผู้จัดทำ เสี่ยงจากหนังสือพิมพ์อื่น เป็นต้น ส่วนเนื้อหาของหน้าบทบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ ทั้ง 2 ประเภท มีการนำเสนอหัวข้อเนื้อหาที่ไม่แตกต่างกัน เนื้อหาที่ได้รับการนำเสนอมากที่สุดคือ การเมือง รองลงมา เป็นเศรษฐกิจ มีหนังสือพิมพ์เพียงฉบับเดียวเท่านั้นที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับต่างประเทศมากกว่า การเมือง คือ หนังสือพิมพ์ Bangkok Post สำหรับการให้ความสำคัญในหน้าบทบรรณาธิการ พบว่าหนังสือพิมพ์แนวคุณภาพมีปริมาณเนื้อหาของหน้าบทบรรณาธิการมากกว่า และเน้นบทบาทหน้าที่ที่หลากหลายกว่าหนังสือพิมพ์แนวปริมาณ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ 2 ฉบับ คือ Bangkok Post และ The Nation ซึ่งจะเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง นำผลการวิจัยไป ปรับปรุง และพัฒนาธุรกิจของตนให้มีความสอดคล้องและสร้างความพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยมีขั้นตอน และวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One – Shot Case Study)

2. แหล่งข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ มาจากแหล่งที่มาของข้อมูล 2 แหล่ง คือ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ 2 ฉบับ คือหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากตำรา หนังสือ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความ วารสาร เอกสารต่าง ๆ และข้อมูลออนไลน์ จากฐานข้อมูลในต่างประเทศ

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1 ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่มีข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยรวมทั้งข่าวสารของต่างประเทศและจัดพิมพ์ในประเทศไทย ประชากรในที่นี้คือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ 2 ฉบับ คือหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ The Nation โดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับดังกล่าวที่เป็นสมาชิกในนามส่วนบุคคล

รวมทั้งผู้ที่ซื้อหนังสือพิมพ์จากร้านจำหน่ายหนังสือทั่วไป และเป็นคนไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต ซึ่งมีประชากรอาศัยทั้งสิ้น จำนวน 5,424,380 คน ตามรายละเอียดในตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสำนักงานเขต จำนวน 50 เขต

สำนักงานเขต	จำนวนประชากร (คน)	สำนักงานเขต	จำนวนประชากร (คน)
1.คลองสาน	112,012	26.บึงกุ่ม	137,184
2.คลองสามวา	95,481	27.ปทุมวัน	102,776
3.คลองเตย	133,803	28.ประเวศ	121,459
4.คันนายาว	77,610	29.ป้อมปราบศัตรูพ่าย	75,220
5.จตุจักร	169,943	30.พญาไท	91,091
6.จอมทอง	172,863	31.พระนคร	81,687
7.ดอนเมือง	146,525	32.พระโขนง	100,481
8.ดินแดง	162,002	33.ภาษีเจริญ	141,063
9.คูสิต	155,744	34.มีนบุรี	102,375
10.คลองจั่น	100,509	35.ยานนาวา	93,403
11.ทวีวัฒนา	53,801	36.ราชเทวี	104,816
12.ทุ่งครุ	90,427	37.ราษฎร์บูรณะ	93,482
13.ธนบุรี	18,181	38.ลาดกระบัง	116,844
14.บางกะปิ	143,046	39.ลาดพร้าว	180,125
15.บางกอกน้อย	160,035	40.วังทองหลาง	107,903
16.บางกอกใหญ่	88,809	41.วัฒนา	80,905
17.บางขุนเทียน	109,723	42.สะพานสูง	72,745
18.บางเขน	170,089	43.สาทร	109,014
19.บางคอแหลม	118,485	44.สายไหม	145,892
20.บางซื่อ	160,755	45.สัมพันธวงศ์	36,925
21.บางนา	100,312	46.สวนหลวง	111,898
22.บางบอน	76,040	47.หนองจอก	92,180
23.บางพลัด	120,200	48.หนองแขม	112,579

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

สำนักงานเขต	จำนวนประชากร (คน)	สำนักงานเขต	จำนวนประชากร (คน)
24.บางรัก	61,994	49. หลักสี่	117,883
25.บางแค	17,466	50.ห้วยขวาง	78,595
รวมประชากรทั้งหมด 5,424,380 คน (ณ. วันที่ 31 ธันวาคม 2543)			

ที่มา: ทะเบียนกลางกรุงเทพมหานคร, สำนักงาน “สถิติจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร
จำแนกตามสำนักงานเขต จำนวน 50 เขต” กรุงเทพมหานคร สำนักงานทะเบียนกลาง
กรุงเทพมหานคร 2543 (อัดสำเนา)

3.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาจะ
ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาโดยกำหนดอัตราส่วนของผู้อ่านที่เป็นสมาชิกกับผู้อ่านที่ซื้อตาม
ร้านจำหน่ายหนังสือทั่วไป 50:50 โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างถูกกำหนดที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และ
ให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% จะได้จำนวนตัวอย่างของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
ในเขตกรุงเทพมหานคร 400 ราย โดยแทนค่าจากสูตรของ Yamane ได้ดังนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากรทั้งหมด
 e = ค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น

จำนวนตัวอย่าง

$$n = \frac{5,424,380}{1 + 5,424,380 (0.5)^2}$$

$$n = 400 \text{ ราย}$$

3.3 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษจะ
ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากประชากรดังนี้

ชั้นที่ 1 แบ่งพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร เป็น 2 เขตคือเขตชั้นนอกและชั้นในตาม
แนวทางในการปฏิบัติงานของสายส่งหนังสือพิมพ์ซึ่งอัตราส่วนของผู้อ่านเขตชั้นใน : ชั้นนอกคือ
60 : 40 ตามตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.2 การแบ่งเขตในการจัดสายส่งหนังสือพิมพ์

เขตชั้นใน	เขตชั้นนอก			
	ทิศเหนือ	ทิศใต้	ทิศตะวันออก	ทิศตะวันตก
1. คลองสาน	1. จตุจักร	1. บางนา	1. จอมทอง	1. คันทวยาว
2. คลองเตย	2. บางซื่อ	2. พระโขนง	2. ธนบุรี	2. มีนบุรี
3. ดินแดง	3. คอนเมือง	3. ประเวศ	3. บางบอน	3. สะพานสูง
4. คูสิต	4. สายไหม	4. สวนหลวง	4. ราษฎร์บูรณะ	4. คลองสามวา
5. บางคอแหลม	5. บางเขน		5. คลิ่งชัน	5. ลาดกระบัง
6. บางรัก	6. หลักสี่		6. บางกอกน้อย	6. หนองจอก
7. ปทุมวัน			7. บางพลัด	7. บางกะปิ
8. ป้อมปราบศัตรูพ่าย			8. หนองแขม	8. ลาดพร้าว
9. พญาไท			9. ทวีวัฒนา	9. บึงกุ่ม
10. พระนคร			10. บางกอกใหญ่	10. วังทองหลาง
11. ชานนทาว			11. บางแค	
12. ราชเทวี			12. ทุ่งครุ	
13. วัฒนา			13. บางขุนเทียน	
14. สาทร			14. ภาษีเจริญ	
15. สัมพันธวงศ์				
16. ห้วยขวาง				
รวม 50 เขต				

ขั้นที่ 2 เลือกพื้นที่สุ่มตัวอย่าง ตามอัตราส่วนของจำนวนผู้อ่านในเขตชั้นในและเขตชั้นนอกตามอัตราส่วน 60:40 โดยสุ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ของเขตชั้นในและเขตชั้นนอกเป็นอัตราส่วน 3:2 ตามตารางที่ 3.3 ดังนี้

ตารางที่ 3.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเขตในการปฏิบัติงานของสายส่งหนังสือพิมพ์

เขต	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
	สมาชิก (ราย)	ผู้อ่านที่ซื้อตามร้านทั่วไป (ราย)	รวม (ราย)
เขตชั้นใน	138	138	276
เขตชั้นนอก	92	92	184
รวม	230	230	460

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษทั้ง Bangkok Post และ The Nation จำนวนเท่ากัน รายละเอียดดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ	จำนวน	ร้อยละ
Bangkok Post	230	50.0
The Nation	230	50.0
รวม	460	100.0

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 1 ชุด โดยวางแนวคำถามตามวัตถุประสงค์ ข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ และประเด็นในกรอบความคิดของการวิจัย ซึ่งข้อคำถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklists) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ประกอบด้วยข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklists) จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ประกอบด้วยข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่า แบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) จำนวน 14 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

1. ข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย ข้อคำถามแบบจัดอันดับ (Ranking) จำนวน 1 ข้อ
2. คำถามแบบมาตราประมาณค่า แบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) จำนวน 14 ข้อ โดยแบ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ จำนวน 8 ข้อ และข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้อ่าน หนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ ด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์จำนวน 6 ข้อ

3. คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเป็นคำถามปลายเปิดโดยให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นโดยอิสระ จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย ข้อคำถามแบบคำถามจำนวน 15 ข้อ โดยให้ตอบ 2 แบบ คือ ให้ใส่ตัวเลขในการประมาณค่า แบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) และให้ตอบรับหรือปฏิเสธ (Yes/No Question)

4.2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

4.2.1 นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 4 ท่าน ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) แล้วนำมาปรับปรุง

4.2.2 นำแบบสอบถามที่ทำขึ้นไปทดลอง (Try out) กับผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ทั้ง 2 ฉบับ จำนวน 30 ราย

4.2.3 นำผลลัพธ์มาวัดและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

4.2.4 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงให้สมบูรณ์ก่อนนำไปปฏิบัติจริง

5. การวัดค่าตัวแปร และการให้คะแนนคำตอบ

ในการวัดค่าตัวแปรด้านแรงจูงใจ และความพึงพอใจ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจมาก

3 คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจน้อยที่สุด

กรณีที่ผู้อ่านไม่ต้องการให้ปรับปรุงในหัวข้อหรือบทความ หรือไม่ได้อ่าน จะมีช่องให้ระบุต่างหาก และมีเกณฑ์การแบ่งความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง มีแรงจูงใจ/ความพึงพอใจน้อยที่สุด

ในการวัดค่าตัวแปรด้านความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงมาก
- 3 คะแนน หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงน้อย
- 1 คะแนน หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงน้อยที่สุด

และมีเกณฑ์การแบ่งความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง ต้องการให้ปรับปรุงน้อยที่สุด

6. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม
จำนวน 30 ชุด ไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจริง แล้ว
นำผลมาหาค่าความเชื่อมั่นในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -
Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 10.0
(Statistical Package for the Social Sciences for Windows) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม แต่ละ
ด้านดังนี้

ด้านแรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ
0.8589 ด้านความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ
0.9184 (ความพึงพอใจด้านเนื้อหา ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8347 และ ความพึงพอใจด้านรูปแบบ
ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9011) ด้านความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษได้
ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8275 แต่ละด้านย่อยของความต้องการคือความต้องการด้านความรวดเร็ว
ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8020 ความต้องการด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ
0.7785 และความต้องการด้านความละเอียด/เจาะลึก ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8506

จากผลของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับสูง สามารถนำเครื่องมือนี้ไปใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนามได้

7. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลโดยสำรวจแบบสอบถามอีก 1 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างรวมเป็น 552 ราย ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 3 สัปดาห์ หลังจากนั้นได้ดำเนินการคัดเลือกแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาเฉพาะที่ตอบได้ครบถ้วนสมบูรณ์ มาวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 460 ราย

8. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้อัปโหลดไปประมวลผลด้วย คอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 10.0 (Statistical Package for the Social Sciences for Windows) โดยมีขั้นตอนดังนี้

8.1 การลงรหัสข้อมูล (Coding) เป็นการแปลงข้อมูลคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามให้อยู่ในรูปแบบข้อมูลที่เป็นตัวเลข ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

8.2 การจัดกลุ่มข้อมูล (Recoding) เป็นการปรับเปลี่ยนค่าข้อมูลของตัวแปรบางตัวเพื่อจัดกลุ่มข้อมูลของตัวแปรออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามที่ต้องการ เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของข้อมูล

8.3 การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและแบบจำลองที่ได้ จึงเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมกับข้อมูล และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบที่ 0.05 ตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

8.3.1 สถิติสำหรับการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient)

8.3.2 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการหาค่าสถิติพื้นฐานประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความถี่ และร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

8.3.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

- 1) การทดสอบวิธี Chi-square (χ^2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน
- 2) การใช้ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
- 3) การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มขึ้นไป
- 4) ในกรณีที่ทดสอบแล้วพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม จะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้เซฟเฟ้ (Scheffe)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ที่มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 10.0 นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตาราง และการบรรยายประกอบโดยเรียงลำดับผลการวิจัยดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- ส่วนที่ 5 ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมายดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
F	แทน	ค่าสถิติ F-distribution
t	แทน	ค่าสถิติ t-distribution
χ^2	แทน	ค่าสถิติ Chi-square
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Square)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะของผู้อ่าน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	236	51.3
1.2 หญิง	224	48.7
รวม	460	100.0
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	31	6.7
2.2 20 – 30 ปี	142	30.9
2.3 31 – 40 ปี	148	32.2
2.4 41 – 50 ปี	91	19.8
2.5 51 – 60 ปี	34	7.4
2.6 61 ปี ขึ้นไป	14	3.0
รวม	460	100.0
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	44	9.6
3.2 ปริญญาตรี	248	53.9
3.3 ปริญญาโท	156	33.9
3.4 ปริญญาเอก	12	2.6
รวม	460	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
4.1 นักศึกษา	59	12.8
4.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	88	19.1
4.3 พนักงานบริษัท	231	50.2
4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	63	13.7
4.5 อื่น ๆ	19	4.1
รวม	460	100.0
5. รายได้ต่อเดือน		
5.1 ไม่เกิน 10,000 บาท	84	18.3
5.2 10,001-30,000 บาท	147	32.0
5.3 30,001-50,000 บาท	113	24.6
5.4 50,001-70,000 บาท	55	12.0
5.5 70,001-90,000 บาท	30	6.5
5.6 90,001 บาทขึ้นไป	31	6.7
รวม	460	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและหญิง มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ เป็นชาย ร้อยละ 51.3 และเป็นหญิง ร้อยละ 48.7 อายุ 31 – 40 ปี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 32.2 รองลงมาคืออายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 30.9 ด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 53.9 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 33.9 ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 50.2 รองลงมาเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 19.1 โดยกลุ่มตัวอย่าง มีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 32.0 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 24.6

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation ซึ่งประกอบด้วย ระยะเวลาในการอ่าน ความถี่ในการอ่าน ระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อวัน ช่วงเวลาที่อ่านเป็นประจำ วันที่อ่าน สถานที่ที่อ่าน และลักษณะการอ่าน ดังตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ รายวันภาษาอังกฤษ	Bangkok Post		The Nation		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์						
1.1 น้อยกว่า 1 ปี	18	7.8	39	17.0	57	12.4
1.2 1 ปี - 3 ปี	43	18.7	68	29.6	111	24.1
1.3 มากกว่า 3 ปี - 6 ปี	67	29.1	49	21.3	116	25.2
1.4 มากกว่า 6 ปี - 10 ปี	53	23.0	41	17.8	94	20.4
1.5 มากกว่า 10 ปี - 20 ปี	35	15.2	21	9.1	56	12.2
1.6 20 ปีขึ้นไป	14	6.1	12	5.2	26	5.7
รวม	230	100.0	230	100.0	460	100.0
2. ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์						
2.1 1 - 2 วัน/สัปดาห์	94	40.9	110	47.8	204	44.4
2.2 3 - 4 วัน/สัปดาห์	73	31.7	81	35.2	154	33.5
2.3 5 - 6 วัน/สัปดาห์	21	9.1	15	6.5	36	7.8
2.4 ทุกวัน/สัปดาห์	42	18.3	24	10.5	66	14.3
รวม	230	100.0	230	100.0	460	100.0
3. ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์เฉลี่ยต่อวัน						
3.1 น้อยกว่า ½ ชั่วโมง	44	19.1	49	21.3	93	20.2
3.2 ½ - 1 ชั่วโมง	118	51.3	104	45.2	222	48.3
3.3 มากกว่า 1-2 ชั่วโมง	49	21.3	55	23.9	104	22.6
3.4 มากกว่า 2-3 ชั่วโมง	12	5.2	11	4.8	23	5.0
3.5 มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป	7	3.1	11	4.8	18	3.9
รวม	230	100.0	230	100.0	460	100.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมกรอ่านหนังสือพิมพ์ รายวันภาษาอังกฤษ	Bangkok Post		The Nation		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ช่วงเวลาที่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ						
4.1 เวลาเช้าก่อนเข้างาน	43	18.7	36	15.7	79	17.2
4.2 เวลาพักกลางวัน	29	12.6	25	10.9	54	11.7
4.3 ระหว่างเวลางาน	18	7.8	14	6.0	32	7.0
4.4 หลังเลิกงาน	31	13.5	20	8.7	51	11.1
4.5 ไม่แน่นอนอยู่แล้วแต่มีเวลาว่าง	109	47.4	135	58.7	244	53.0
รวม	230	100.0	230	100.0	460	100.0
5. วันที่อ่านหนังสือพิมพ์						
5.1 เฉพาะวันทำงาน	73	31.7	65	28.3	138	30.0
5.2 เฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์	31	13.5	37	16.1	68	14.8
5.3 ทั้งวันทำงานและวันหยุดสุดสัปดาห์	111	48.3	107	46.5	218	47.4
5.4 อื่น ๆ	15	6.5	21	9.1	36	7.8
รวม	230	100.0	230	100.0	460	100.0
6. สถานที่ที่อ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ						
6.1 ที่บ้าน	103	44.8	96	41.7	199	43.3
6.2 ในพาหนะระหว่างเดินทาง	7	3.0	12	5.3	19	4.1
6.3 ที่ทำงาน	107	46.5	112	48.7	219	47.6
6.4 อื่น ๆ	13	5.7	10	4.3	23	5.0
รวม	230	100.0	230	100.0	460	100.0
7. ลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์						
7.1 อ่านเฉพาะหัวข้อข่าว	8	3.5	11	4.7	19	4.1
7.2 อ่านข่าวหรือคอลัมน์ที่สนใจแบบผ่าน ๆ	57	24.8	48	20.9	105	22.9
7.3 อ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ	93	40.4	85	37.0	178	38.7
7.4 อ่านทั้งฉบับแบบผ่าน ๆ	30	13.0	37	16.1	67	14.6
7.5 อ่านทั้งฉบับแบบละเอียด	14	6.1	23	10.0	37	8.0
7.6 ไม่แน่นอนอยู่แล้วแต่โอกาส	28	12.2	26	11.3	54	11.7
รวม	230	100.0	230	100.0	460	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นตัวอย่าง จำนวน 460 คน จำแนกตามพฤติกรรมการอ่าน คือ ระยะเวลาในการอ่าน ความถี่ในการอ่าน ระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อวัน ช่วงเวลาที่อ่านเป็นประจำวันที่อ่าน สถานที่ที่อ่าน และลักษณะการอ่าน ดังนี้ ระยะเวลาในการอ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการอ่าน มากกว่า 3 ปี – 6 ปี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ 1 ปี – 3 ปี ร้อยละ 24.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการอ่าน 1 – 2 วัน/สัปดาห์ มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 44.4 รองลงมา 3 – 4 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 33.5 ระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการอ่าน เฉลี่ย ½ - 1 ชั่วโมง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 48.3 รองลงมา มากกว่า 1 – 2 ชั่วโมง ร้อยละ 22.6 ช่วงเวลาที่อ่านเป็นประจำ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่านในเวลาที่ไม่แน่นอนแล้วแต่มีเวลาว่าง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 53.0 รองลงมา อ่านเวลาเช้านก่อนเข้างาน ร้อยละ 17.2 ด้านวันที่อ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง อ่านทั้งวันทำงานและวันหยุดสุดสัปดาห์ มากที่สุด ร้อยละ 47.4 รองลงมา อ่านเฉพาะวันทำงาน ร้อยละ 30.0 โดยกลุ่มตัวอย่างที่อ่านที่ทำงาน มากที่สุด ร้อยละ 47.6 รองลงมา อ่านที่บ้าน ร้อยละ 43.3 ด้าน ลักษณะ การอ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ มากที่สุด ร้อยละ 38.7 รองลงมา อ่านข่าวหรือคอลัมน์ที่สนใจแบบผ่าน ๆ ร้อยละ 22.9

เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation มีพฤติกรรมการอ่าน ดังนี้

1. ระยะเวลาในการอ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่าน Bangkok Post มีระยะเวลาในการอ่าน มากกว่า 3 ปี – 6 ปี มากที่สุด ร้อยละ 29.1 รองลงมา มากกว่า 6 ปี – 10 ปี ร้อยละ 23.0 ส่วนผู้อ่าน The Nation มีระยะเวลาในการอ่าน 1 ปี – 3 ปี มากที่สุด ร้อยละ 29.6 รองลงมา มากกว่า 3 ปี – 6 ปี ร้อยละ 21.3

2. ความถี่ในการอ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่าน Bangkok Post และ The Nation มีความถี่ในการอ่านเหมือนกัน คืออ่าน 1 – 2 วัน/สัปดาห์ มากที่สุด ร้อยละ 40.9 และ 47.8 ตามลำดับ รองลงมา อ่าน 3-4 วัน/สัปดาห์ ร้อยละ 31.7 และ 35.2 ตามลำดับ

3. ระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่าน Bangkok Post และ The Nation ใช้เวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อวัน ½ - 1 ชั่วโมง มากที่สุด ร้อยละ 51.3 และ 45.2 ตามลำดับ รองลงมา อ่านมากกว่า 1 – 2 ชั่วโมง ร้อยละ 21.3 และ 23.9 ตามลำดับ

4. ช่วงเวลาที่อ่านเป็นประจำ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่าน Bangkok Post และ The Nation อ่านในเวลาที่ไม่แน่นอนแล้วแต่มีเวลาว่าง มากที่สุด ร้อยละ 47.4 และ 58.7 รองลงมา อ่านเวลาเช้านก่อนเข้างาน ร้อยละ 18.7 และ 15.7 ตามลำดับ

5. วันที่อ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่าน Bangkok Post และ The Nation อ่านทั้งวันทำงานและวันหยุดสุดสัปดาห์ มากที่สุด ร้อยละ 48.3 และ 46.5 ตามลำดับ รองลงมา อ่านเฉพาะวันทำงาน ร้อยละ 31.7 และ 28.3 ตามลำดับ

6. สถานที่ที่อ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่าน Bangkok Post และ The Nation อ่านที่ทำงาน มากที่สุด ร้อยละ 46.5 และ 48.7 ตามลำดับ รองลงมา อ่านที่บ้าน ร้อยละ 44.8 และ 41.7 ตามลำดับ

7. ลักษณะการอ่าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่าน Bangkok Post และ The Nation อ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ มากที่สุด ร้อยละ 40.4 และ 37.0 ตามลำดับ รองลงมา อ่านข่าวหรือคอลัมน์ที่สนใจแบบผ่าน ๆ ร้อยละ 24.8 และ 20.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

ผู้วิจัยทำการศึกษาตัวแปรด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation จำนวน 14 ประการ ได้แก่ ต้องการฝึกทักษะและพัฒนาภาษาอังกฤษ ต้องการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว พาดหัวข่าวที่น่าสนใจ ติดตามสถานการณ์ประจำวัน ต้องการความรวดเร็วของข่าวสาร ต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ต้องการข้อมูล ข่าวสารถูกต้อง ต้องการข่าว/บทความที่วิเคราะห์เจาะลึก ต้องการข้อคิดเห็นที่มีจุดยืนเป็นกลาง ต้องการเนื้อหาข่าว/บทความหลากหลาย ต้องการทราบข่าวต่างประเทศ ต้องการสมัครงาน ต้องการความบันเทิง และใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ แสดงดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงงูใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

หัวข้อ	Bangkok Post			The Nation			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงงูใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงงูใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงงูใจ
1. ต้องการฝึกทักษะและพัฒนาภาษาอังกฤษ	3.92	0.96	มาก	4.17	0.78	มาก	4.04	0.88	มาก
2. ต้องการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว	3.88	0.73	มาก	3.97	0.76	มาก	3.92	0.74	มาก
3. พาดหัวข่าวน่าสนใจ	3.70	0.78	มาก	3.80	0.78	มาก	3.75	0.78	มาก
4. ติดตามสถานการณ์ประจำวัน	3.67	0.91	มาก	3.75	0.89	มาก	3.71	0.90	มาก
5. ต้องการความรวดเร็วของข่าวสาร	3.47	0.98	ปานกลาง	3.63	0.90	มาก	3.55	0.94	มาก
6. ต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	3.25	0.98	ปานกลาง	3.32	0.97	ปานกลาง	3.28	0.98	ปานกลาง
7. ต้องการข้อมูลข่าวสารถูกต้อง	3.70	0.91	มาก	3.63	0.93	มาก	3.67	0.92	มาก
8. ต้องการข่าว/บทความที่วิเคราะห์เจาะลึก	3.57	0.96	มาก	3.50	0.92	ปานกลาง	3.54	0.94	มาก
9. ต้องการข้อคิดเห็นที่มีจุดยืนเป็นกลาง	3.51	0.94	มาก	3.52	0.89	มาก	3.52	0.92	มาก
10. ต้องการเนื้อหาข่าว/บทความหลากหลาย	3.61	0.83	มาก	3.62	0.89	มาก	3.62	0.86	มาก
11. ต้องการทราบข่าวต่างประเทศ	3.82	0.86	มาก	3.81	0.92	มาก	3.82	0.89	มาก
12. ต้องการสมัครงาน	2.78	1.24	ปานกลาง	3.15	1.34	ปานกลาง	2.97	1.30	ปานกลาง
13. ต้องการความบันเทิง	2.96	1.10	ปานกลาง	3.23	1.24	ปานกลาง	3.10	1.18	ปานกลาง
14. ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	3.49	1.04	ปานกลาง	3.79	1.07	มาก	3.64	1.07	มาก
รวม	3.53	0.55	มาก	3.64	0.54	มาก	3.58	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการอ่านในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) โดยกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจเพื่อต้องการฝึกทักษะและพัฒนาภาษาอังกฤษในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.04 รองลงมาคือ ต้องการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว ($\bar{X} = 3.92$) ด้านต้องการสมัครงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 2.97

จากผลการวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation มีแรงจูงใจในการอ่านที่เหมือนกัน คือ ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการอ่านในระดับมาก โดยต้องการฝึกทักษะและพัฒนาภาษาอังกฤษ ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.92$ และ $\bar{X} = 4.17$ ตามลำดับ) รองลงมาคือ ต้องการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว ($\bar{X} = 3.88$ และ $\bar{X} = 3.97$ ตามลำดับ) ด้านความต้องการสมัครงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดเช่นกัน ($\bar{X} = 2.78$ และ $\bar{X} = 3.15$ ตามลำดับ)

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

ผู้วิจัยทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation ประกอบด้วย ความพึงพอใจในกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจหนังสือพิมพ์ ซึ่งแบ่งออกเป็นอีก 2 ด้าน คือ ด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ และด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์ แสดงดังตารางที่ 4.4–4.5

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และอันดับของกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษพึงพอใจ

กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่พึงพอใจ	Bangkok Post		The Nation		รวม	
	\bar{X}	อันดับ	\bar{X}	อันดับ	\bar{X}	อันดับ
1. การแจกสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement)	1.60	1	1.53	1	1.57	1
2. การลดราคาค่าสมาชิก	1.48	2	1.03	2	1.26	2
3. การแถมร่วมกับสินค้าหรือบริการอื่น (Premium)	1.00	3	0.92	3	0.96	3
4. การขายรวมกับนิตยสารฉบับอื่น	0.67	4	0.83	4	0.75	4
5. กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การชิงโชค	0.52	5	0.47	7	0.50	5
6. การมีส่วนร่วมงานนิทรรศการต่าง ๆ	0.37	6	0.55	5	0.46	6
7. การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ	0.30	7	0.50	6	0.40	7
8. การใช้พนักงานขายตรง	0.07	8	0.17	8	0.12	8

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจเป็นอันดับ 1 คือ การแจกสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) ($\bar{X} = 1.57$) อันดับ 2 คือ การลดราคาค่าสมาชิก ($\bar{X} = 1.26$) และอันดับ 3 คือ การแถมร่วมกับสินค้าหรือบริการอื่น (Premium) ($\bar{X} = 0.96$) ตามลำดับ

จากผลการวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation มีความพึงพอใจในกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่เหมือนกัน คือ อันดับ 1 คือ การแจกสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) ($\bar{X} = 1.60$) และ ($\bar{X} = 1.53$) อันดับ 2 คือ การลดราคาค่าสมาชิก ($\bar{X} = 1.48$) และ ($\bar{X} = 1.03$) และอันดับ 3 คือ การแถมร่วมกับสินค้าหรือบริการอื่น (Premium) ($\bar{X} = 1.00$) และ ($\bar{X} = 0.92$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ด้านเนื้อหาและรูปแบบของหนังสือพิมพ์

ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์	Bangkok Post			The Nation			รวม		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ		\bar{X}	S.D.
ด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์									
1. ความรวดเร็วของข่าว	3.84	0.65	มาก	3.94	0.65	มาก	3.89	0.65	มาก
2. ความละเอียด/การเจาะลึกของข่าว	3.78	0.67	มาก	3.77	0.68	มาก	3.78	0.67	มาก
3. ความละเอียด/การเจาะลึกของบทความ	3.69	0.71	มาก	3.67	0.75	มาก	3.68	0.73	มาก
4. ความถูกต้องของข้อมูล	3.83	0.76	มาก	3.78	0.81	มาก	3.80	0.78	มาก
5. ความทันสมัยของข่าว	3.87	0.70	มาก	3.86	0.79	มาก	3.86	0.75	มาก
6. ความทันสมัยของบทความ	3.70	0.73	มาก	3.74	0.80	มาก	3.72	0.77	มาก
7. ความหลากหลายของเนื้อหา	3.78	0.79	มาก	3.83	0.83	มาก	3.80	0.81	มาก
8. ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3.70	0.93	มาก	3.89	0.85	มาก	3.80	0.89	มาก
รวม	3.77	0.52	มาก	3.81	0.52	มาก	3.79	0.52	มาก
ด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์									
1. รูปเล่ม / ภาพประกอบเหมาะสม	3.85	0.72	มาก	3.77	0.77	มาก	3.81	0.75	มาก
2. สีต้นของหนังสือ	3.64	0.81	มาก	3.60	0.79	มาก	3.62	0.80	มาก
3. การจัดหน้ามีความเหมาะสม	3.76	0.66	มาก	3.69	0.76	มาก	3.72	0.71	มาก
4. ขนาดตัวอักษรเหมาะสม	3.73	0.74	มาก	3.77	0.84	มาก	3.75	0.79	มาก
5. ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว	3.86	0.74	มาก	3.72	0.87	มาก	3.79	0.81	มาก
6. ความสะดวกในการอ่าน	3.89	0.83	มาก	3.77	0.95	มาก	3.83	0.90	มาก
รวม	3.79	0.56	มาก	3.72	0.67	มาก	3.75	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิจัยความพึงพอใจด้านเนื้อหาและรูปแบบของหนังสือพิมพ์ มีดังนี้

1. ด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation ในภาพรวม มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{X} = 3.79$) โดยพึงพอใจความรวดเร็วของข่าว ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.89 รองลงมาคือ ความทันสมัยของข่าว ($\bar{X} = 3.86$) ส่วนความละเอียด/การเจาะลึกของบทความ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 3.68$)

เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ ในระดับมาก ทุกรายการเหมือนกัน ($\bar{X} = 3.77$) และ ($\bar{X} = 3.81$) ส่วนในรายละเอียด ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post พึงพอใจความทันสมัยของข่าว ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.87 รองลงมาคือ ความรวดเร็วของข่าว ($\bar{X} = 3.84$) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่อ่าน The Nation มีความพึงพอใจ ความรวดเร็วของข่าว ในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมา การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.89$)

2. ด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ในระดับมากทุกรายการ ($\bar{X} = 3.75$) โดยพึงพอใจ ความสะดวกในการอ่านระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมาคือ รูปเล่ม/ภาพประกอบเหมาะสม ($\bar{X} = 3.81$)

เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ในระดับมาก ทุกรายการเหมือนกัน ($\bar{X} = 3.79$) และ ($\bar{X} = 3.72$) โดยผู้อ่าน Bangkok Post พึงพอใจความสะดวกในการอ่านระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว ($\bar{X} = 3.86$) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่อ่าน The Nation พึงพอใจรูปเล่ม/ภาพประกอบเหมาะสม ขนาดตัวอักษรเหมาะสม และความสะดวกในการอ่าน ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน ($\bar{X} = 3.77$)

ส่วนที่ 5 ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

ผู้วิจัยทำการศึกษาความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ความรวดเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ และความละเอียด/การเจาะลึก ผลการศึกษาในภาพรวมแสดงในตารางที่ 4.6 ผลการศึกษารายละเอียดความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ในตารางที่ 4.7-4.9 และ ผลการศึกษารายละเอียดความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ The Nation ในตารางที่ 4.10-4.12

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการให้ปรับปรุงของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ เฉพาะผู้ที่มีความต้องการให้มีการปรับปรุง จำแนกเป็นรายด้าน และในภาพรวม

ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ	Bangkok Post			The Nation		
	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1. ด้านความรวดเร็ว	2.85	1.09	ปานกลาง	2.71	1.00	ปานกลาง
2. ด้านความถูกต้องเชื่อถือ	2.71	1.12	ปานกลาง	2.75	0.98	ปานกลาง
3. ด้านความละเอียด/การเจาะลึก	2.79	0.99	ปานกลาง	2.76	0.94	ปานกลาง
ภาพรวม	2.79	0.98	ปานกลาง	2.76	0.91	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ในภาพรวม ทั้งผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ The Nation ต่างก็มีความต้องการให้ปรับปรุงในระดับปานกลางทั้งสิ้น ($\bar{X} = 2.79$ และ $\bar{X} = 2.76$) ส่วนรายละเอียดที่ต้องการให้ปรับปรุง กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็ว ระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 2.85$) รองลงมาคือ ด้านความละเอียด/การเจาะลึก ($\bar{X} = 2.79$) และด้านความถูกต้องเชื่อถือ ($\bar{X} = 2.71$) ตามลำดับ สำหรับผู้อ่าน The Nation ต้องการให้ปรับปรุง ด้านความละเอียด/การเจาะลึก ระดับปานกลาง ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด 2.76 รองลงมาคือ ด้านความถูกต้องเชื่อถือ ($\bar{X} = 2.75$) และด้านความรวดเร็ว ($\bar{X} = 2.71$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการให้ปรับปรุงหัวข้อ/บทความของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post ด้านความรวดเร็ว

หัวข้อข่าว/บทความ	ต้องการให้		รวม	ความต้องการให้ปรับปรุง	
	ปรับปรุง	ไม่ต้องการให้ปรับปรุง		\bar{X}	S.D. ระดับความต้องการ
1 ข่าวหน้าหนึ่ง	133 (57.8)	92 (40.0)	230 (100.0)	5 (2.2)	2.74 1.40 ปานกลาง
2 ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร	111 (48.2)	100 (43.5)	230 (100.0)	19 (8.3)	3.04 1.36 ปานกลาง
3 ข่าวการเมือง	124 (53.9)	90 (39.1)	230 (100.0)	16 (7.0)	3.06 1.44 ปานกลาง
4 ข่าวต่างประเทศ	113 (49.1)	107 (46.5)	230 (100.0)	10 (4.4)	2.86 1.41 ปานกลาง
5 ข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์	79 (34.4)	75 (32.6)	230 (100.0)	76 (33.0)	2.58 1.29 ปานกลาง
6 ข่าวกีฬา	92 (40.0)	79 (34.3)	230 (100.0)	59 (25.7)	2.98 1.38 ปานกลาง
7 ข่าวสังคม/บันเทิง	91 (39.6)	92 (40.0)	230 (100.0)	47 (20.4)	2.77 1.24 ปานกลาง
8 ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์	100 (43.5)	92 (40.0)	230 (100.0)	38 (16.5)	3.02 1.29 ปานกลาง
9 ข่าวสุขภาพ/พลาสมา/สิ่งแวดล้อม	98 (42.6)	96 (41.7)	230 (100.0)	36 (15.7)	2.92 1.29 ปานกลาง
10 ข่าวการท่องเที่ยว	96 (41.7)	104 (45.3)	230 (100.0)	30 (13.0)	2.91 1.35 ปานกลาง
11 ข่าวการศึกษาและอาชีพ	100 (43.5)	89 (38.7)	230 (100.0)	41 (17.8)	3.01 1.26 ปานกลาง
12 สารคดี/บทความ	97 (42.2)	101 (43.9)	230 (100.0)	32 (13.9)	2.62 1.24 ปานกลาง
13 บทบรรณาธิการ/บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์	91 (39.6)	90 (39.1)	230 (100.0)	49 (21.3)	2.80 1.27 ปานกลาง
14 จัดหมายจากผู้อ่าน	69 (30.0)	51 (22.2)	230 (100.0)	110 (47.8)	2.62 1.28 ปานกลาง
	ภาพรวม				2.85 1.08 ปานกลาง

ตารางที่ 4.8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการให้ปรับปรุงหัวข้อ/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ

หัวข้อข่าว/บทความ	ต้องการให้		ไม่ต้องการให้		รวม	ความต้องการให้ปรับปรุง		
	ปรับปรุง	ไม่ปรับปรุง	ปรับปรุง	ไม่ได้อ่าน		\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
1 ข่าวหน้าหนึ่ง	132 (57.4)	93 (40.4)	5 (2.2)	230 (100.0)	2.86	1.37	ปานกลาง	
2 ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร	119 (51.7)	92 (40.0)	19 (8.3)	230 (100.0)	2.85	1.38	ปานกลาง	
3 ข่าวการเมือง	131 (57.0)	83 (36.0)	16 (7.0)	230 (100.0)	3.04	1.38	ปานกลาง	
4 ข่าวต่างประเทศ	119 (51.7)	101 (43.9)	10 (4.4)	230 (100.0)	2.72	1.29	ปานกลาง	
5 ข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์	83 (36.1)	71 (30.9)	76 (33.0)	230 (100.0)	2.37	1.17	น้อย	
6 ข่าวกีฬา	92 (40.0)	79 (34.3)	59 (25.7)	230 (100.0)	2.63	1.29	ปานกลาง	
7 ข่าวสังคม/บันเทิง	97 (42.2)	86 (37.4)	47 (20.4)	230 (100.0)	2.62	1.26	ปานกลาง	
8 ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์	107 (46.5)	85 (37.0)	38 (16.5)	230 (100.0)	2.84	1.20	ปานกลาง	
9 ข่าวสุขภาพ/พลาสมา/ยี่สิบแฉลบ	105 (45.7)	89 (38.6)	36 (15.7)	230 (100.0)	2.83	1.32	ปานกลาง	
10 ข่าวการท่องเที่ยว	99 (43.1)	101 (43.9)	30 (13.0)	230 (100.0)	2.73	1.25	ปานกลาง	
11 ข่าวการศึกษาและอาชีพ	98 (42.6)	91 (39.6)	41 (17.8)	230 (100.0)	2.86	1.24	ปานกลาง	
12 สารคดี/บทความ	101 (43.9)	97 (42.2)	32 (13.9)	230 (100.0)	2.69	1.21	ปานกลาง	
13 บทความวิชาการ/บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์	96 (41.7)	85 (37.0)	49 (21.3)	230 (100.0)	2.86	1.31	ปานกลาง	
14 จัดหมายจากผู้อ่าน	69 (30.0)	51 (22.2)	110 (47.8)	230 (100.0)	2.75	1.33	ปานกลาง	
ภาพรวม						2.71	1.12	ปานกลาง

ตารางที่ 4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการให้ปรับปรุงหัวข้อ/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย
อังกฤษ Bangkok Post ด้านความละเอียด/การเจาะลึก

หัวข้อข่าว/บทความ	ต้องการให้		รวม	ความต้องการให้ปรับปรุง	
	ปรับปรุง	ไม่ต้องปรับปรุง		ไม่ได้อ่าน	ระดับความต้องการ
1 ข่าวหน้าหนึ่ง	127 (55.2)	98 (42.6)	230 (100.0)	5 (2.2)	ปานกลาง
2 ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร	123 (53.5)	88 (38.2)	230 (100.0)	19 (8.3)	ปานกลาง
3 ข่าวการเมือง	124 (53.9)	90 (39.1)	230 (100.0)	16 (7.0)	ปานกลาง
4 ข่าวต่างประเทศ	114 (49.6)	106 (46.0)	230 (100.0)	10 (4.4)	ปานกลาง
5 ข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์	86 (37.4)	68 (29.6)	230 (100.0)	76 (33.0)	ปานกลาง
6 ข่าวกีฬา	91 (39.6)	80 (34.7)	230 (100.0)	59 (25.7)	ปานกลาง
7 ข่าวสังคม/บันเทิง	99 (43.0)	84 (36.6)	230 (100.0)	47 (20.4)	ปานกลาง
8 ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์	103 (44.8)	89 (38.7)	230 (100.0)	38 (16.5)	ปานกลาง
9 ข่าวสุขภาพ/พลานามัย/สิ่งแวดล้อม	108 (47.0)	86 (37.3)	230 (100.0)	36 (15.7)	ปานกลาง
10 ข่าวการท่องเที่ยว	107 (46.5)	93 (40.5)	230 (100.0)	30 (13.0)	ปานกลาง
11 ข่าวการศึกษาและอาชีพ	105 (45.7)	84 (36.5)	230 (100.0)	41 (17.8)	ปานกลาง
12 สารคดี/บทความ	103 (44.8)	95 (41.3)	230 (100.0)	32 (13.9)	ปานกลาง
13 บทบรรณาธิการ/บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์	96 (41.7)	85 (37.0)	230 (100.0)	49 (21.3)	ปานกลาง
14. จัดหมามาจากผู้อ่าน	68 (29.6)	52 (22.6)	230 (100.0)	110 (47.8)	ปานกลาง
ภาพรวม				2.79	0.99

จากตารางที่ 4.7, 4.8 และ 4.9 พบว่า ในภาพรวม ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ต้องการให้ปรับปรุงด้านความเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ และความละเอียด/เจาะลึก ระดับปานกลางทุกหัวข้อ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.85, 2.71 และ 2.79 ตามลำดับ ยกเว้น ความถูกต้องน่าเชื่อถือของข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์ ต้องการให้ปรับปรุงระดับน้อย ด้วยค่าเฉลี่ย 2.37 จากการพิจารณาแต่ละหัวข้อ ผู้อ่านมากกว่า 50 % ต้องการให้ปรับปรุงด้านความเร็วของข่าวหน้าหนึ่ง (57.8) และข่าวการเมือง (53.9) สำหรับด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ต้องการให้ปรับปรุงข่าวหน้าหนึ่ง (57.4) ข่าวการเมือง (57.0) ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร (51.7) และ ข่าวต่างประเทศ (51.7) ส่วนด้านความละเอียด/เจาะลึก ต้องการให้ปรับปรุง ข่าวหน้าหนึ่ง (55.2) ข่าวการเมือง (53.9) และ ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร (53.5)

เมื่อพิจารณาจำแนกตามหัวข้อข่าว/บทความ ผู้อ่านมีความต้องการให้ปรับปรุงด้านความเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ ความละเอียด/เจาะลึก ดังนี้

1. ข่าวหน้าหนึ่ง ด้านความเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 57.8 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 40.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 2.2 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 57.4 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 40.4 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 2.2 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 55.2 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 42.6 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 2.2 ไม่ได้อ่าน

2. ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร ด้านความเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 48.2 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 43.5 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 8.3 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 51.7 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 40.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 8.3 ไม่ได้อ่าน ส่วนด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 53.5 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 38.2 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 8.3 ไม่ได้อ่าน

3. ข่าวการเมือง ด้านความเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 53.9 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 39.1 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 7.0 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 57.0 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 36.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 7.0 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 53.9 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 39.1 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 7.0 ไม่ได้อ่าน

4. ข่าวต่างประเทศ ด้านความเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 49.1 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 46.5 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 4.4 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 51.7 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 43.9 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และ

ร้อยละ 13.0 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 46.5 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 40.5 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 13.0 ไม่ได้อ่าน

11. ข่าวการศึกษาและอาชีพ ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 43.5 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 38.7 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 17.8 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 42.6 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 39.6 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 17.8 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 45.7 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 36.5 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 17.8 ไม่ได้อ่าน

12. สารคดี/บทความ ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 42.2 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 43.9 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 13.9 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 43.9 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 42.2 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 13.9 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 44.8 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 41.3 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 13.9 ไม่ได้อ่าน

13. บทบรรณาธิการ/บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์ ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 39.6 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 39.1 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 21.3 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 41.7 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 37.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 21.3 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 41.7 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 37.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 21.3 ไม่ได้อ่าน

14. จดหมายจากผู้อ่าน ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 30.0 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 22.2 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 47.8 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 30.0 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 22.2 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 47.8 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 29.6 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 22.6 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 47.8 ไม่ได้อ่าน

สรุปว่า ผู้อ่าน Bangkok Post ต้องการให้ปรับปรุง ด้านความรวดเร็ว ความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และความละเอียด/เจาะลึก ระดับปานกลางทั้งสิ้น ยกเว้น ในด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ของข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์ อยู่ในระดับน้อย โดยต้องการให้ปรับปรุงข่าวหน้าหนึ่งมากที่สุด รองลงมา คือ ข่าวการเมือง

ตารางที่ 4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษา

อังกฤษ The Nation ด้านความรวดเร็ว

หัวข้อข่าว/บทความ	ต้องการให้		ไม่ต้องการให้	ไม่ได้อ่าน	รวม	ความต้องการให้ปรับปรุง	
	ปรับปรุง	ปรับปรุง				\bar{X}	S.D.
1 ข่าวหน้าหนึ่ง	133 (57.8)	96 (41.7)	1 (0.5)	230 (100.0)	2.91	1.37	ปานกลาง
2 ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร	122 (53.0)	87 (37.9)	21 (9.1)	230 (100.0)	2.79	1.29	ปานกลาง
3 ข่าวการเมือง	121 (52.6)	86 (37.4)	23 (10.0)	230 (100.0)	2.94	1.24	ปานกลาง
4 ข่าวต่างประเทศ	117 (50.8)	100 (43.5)	13 (5.7)	230 (100.0)	2.75	1.35	ปานกลาง
5 ข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์	95 (41.3)	78 (33.9)	57 (24.8)	230 (100.0)	2.65	1.34	ปานกลาง
6 ข่าวกีฬา	100 (43.5)	74 (32.2)	56 (24.3)	230 (100.0)	2.82	1.32	ปานกลาง
7 ข่าวสังคม/บันเทิง	110 (47.8)	84 (36.5)	36 (15.7)	230 (100.0)	2.47	1.16	น้อย
8 ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์	118 (51.3)	77 (33.5)	35 (15.2)	230 (100.0)	2.91	1.35	ปานกลาง
9 ข่าวสุขภาพ/สถานามัย/สิ่งแวดล้อม	91 (39.5)	94 (40.9)	45 (19.6)	230 (100.0)	2.82	1.39	ปานกลาง
10 ข่าวการท่องเที่ยว	99 (43.1)	98 (42.6)	33 (14.3)	230 (100.0)	2.79	1.29	ปานกลาง
11 ข่าวการศึกษาและอาชีพ	107 (46.5)	96 (41.7)	27 (11.8)	230 (100.0)	2.67	1.33	ปานกลาง
12 สารคดี/บทความ	95 (41.3)	92 (40.0)	43 (18.7)	230 (100.0)	2.42	1.18	น้อย
13 บทความวิชาการ/บทความวิเคราะห์/บทวิจารณ์	94 (40.9)	86 (37.4)	50 (21.7)	230 (100.0)	2.52	1.18	ปานกลาง
14 จุดหมายจากผู้อ่าน	73 (31.7)	55 (23.9)	102 (44.4)	230 (100.0)	2.68	1.32	ปานกลาง
ภาพรวม					2.71	1.00	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการให้ปรับข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ The Nation ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ

หัวข้อข่าว/บทความ	ต้องการให้		รวม	\bar{X}	S.D.	ระดับความ ต้องการ
	ปรับปรุง	ไม่ต้องการให้ปรับ ปรุง				
1 ข่าวหน้าหนึ่ง	143 (62.2)	86 (37.3)	230 (100.0)	2.95	1.40	ปานกลาง
2 ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร	130 (56.5)	79 (34.4)	230 (100.0)	2.75	1.25	ปานกลาง
3 ข่าวการเมือง	130 (56.5)	77 (33.5)	230 (100.0)	2.88	1.21	ปานกลาง
4 ข่าวต่างประเทศ	122 (53.0)	95 (41.3)	230 (100.0)	2.85	1.23	ปานกลาง
5 ข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์	96 (41.7)	77 (33.5)	230 (100.0)	2.74	1.31	ปานกลาง
6 ข่าวกีฬา	102 (44.3)	72 (31.4)	230 (100.0)	2.59	1.25	ปานกลาง
7 ข่าวสังคม/บันเทิง	108 (47.0)	86 (37.4)	230 (100.0)	2.69	1.15	ปานกลาง
8 ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์	117 (50.9)	78 (33.9)	230 (100.0)	2.81	1.27	ปานกลาง
9 ข่าวสุขภาพ/พลานามัย/สิ่งแวดล้อม	93 (40.4)	92 (40.0)	230 (100.0)	2.98	1.27	ปานกลาง
10 ข่าวการท่องเที่ยว	107 (46.5)	90 (39.2)	230 (100.0)	2.80	1.27	ปานกลาง
11 ข่าวการศึกษาและอาชีพ	108 (47.0)	95 (41.2)	230 (100.0)	2.97	1.32	ปานกลาง
12 สารคดี/บทความ	101 (43.9)	86 (37.4)	230 (100.0)	2.69	1.25	ปานกลาง
13 บทความวิชาการ/บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์	99 (43.1)	81 (35.2)	230 (100.0)	2.75	1.24	ปานกลาง
14 จดหมายจากผู้อ่าน	75 (32.6)	53 (23.0)	230 (100.0)	2.56	1.21	ปานกลาง
ภาพรวม				2.75	0.97	ปานกลาง

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการให้ปรับปรุงหัวข้อข่าว/บทความ ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ The Nation ด้านความละเอียด/การเจาะลึก

หัวข้อข่าว/บทความ	ต้องการให้		ไม่ต้องการให้		รวม	ความต้องการให้ปรับปรุง	
	ปรับปรุง	ไม่ปรับปรุง	ปรับปรุง	ไม่ได้อ่าน		\bar{X}	S.D.
1 ข่าวหน้าหนึ่ง	135 (58.7)	94 (40.9)	1 (0.4)	230 (100.0)	2.92	1.24	ปานกลาง
2 ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร	126 (54.8)	83 (36.1)	21 (9.1)	230 (100.0)	2.75	1.19	ปานกลาง
3 ข่าวการเมือง	130 (56.5)	77 (33.5)	23 (10.0)	230 (100.0)	2.93	1.18	ปานกลาง
4 ข่าวต่างประเทศ	120 (52.2)	97 (42.2)	13 (5.6)	230 (100.0)	2.66	1.21	ปานกลาง
5 ข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์	100 (43.5)	73 (31.7)	57 (24.8)	230 (100.0)	2.80	1.27	ปานกลาง
6 ข่าวกีฬา	105 (45.7)	69 (30.0)	56 (24.3)	230 (100.0)	2.65	1.29	ปานกลาง
7 ข่าวสังคม/บันเทิง	110 (47.8)	84 (36.5)	36 (15.7)	230 (100.0)	2.43	1.00	น้อย
8 ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์	121 (52.6)	74 (32.2)	35 (15.2)	230 (100.0)	2.88	1.33	ปานกลาง
9 ข่าวสุขภาพ/พลานามัย/สิ่งแวดล้อม	95 (41.3)	90 (39.1)	45 (19.6)	230 (100.0)	2.93	1.28	ปานกลาง
10 ข่าวการท่องเที่ยว	107 (46.5)	90 (39.1)	33 (14.4)	230 (100.0)	2.79	1.29	ปานกลาง
11 ข่าวการศึกษาและอาชีพ	108 (47.0)	95 (41.3)	27 (11.7)	230 (100.0)	2.77	1.29	ปานกลาง
12 สารคดี/บทความ	98 (42.6)	89 (38.7)	43 (18.7)	230 (100.0)	2.73	1.19	ปานกลาง
13 บทความวิชาการ/บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์	104 (45.2)	76 (33.0)	50 (21.8)	230 (100.0)	2.59	1.10	ปานกลาง
14. จดหมายจากผู้อ่าน	75 (32.6)	53 (23.0)	102 (44.4)	230 (100.0)	2.29	1.18	น้อย
ภาพรวม					2.76	0.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10, 4.11 และ 4.12 พบว่า ในภาพรวม ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ The Nation ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ และความละเอียด/เจาะลึก ระดับปานกลางทุกหัวข้อ ด้วยค่าเฉลี่ย 2.71, 2.75 และ 2.76 ตามลำดับ ยกเว้น ความรวดเร็วของข่าวสังคม/บันเทิง และสารคดี/บทความ ต้องการให้ปรุงระดับน้อย ด้วยค่าเฉลี่ย 2.47 และ 2.42 ส่วนความละเอียด/เจาะลึกของข่าวสังคม/บันเทิง และ จดหมายจากผู้อ่าน ต้องการให้ปรับปรุง ระดับน้อย ด้วยค่าเฉลี่ย 2.43 และ 2.29 จากการพิจารณาแต่ละหัวข้อ ผู้อ่านมากกว่า 50 % ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็วของข่าวหน้าหนึ่ง (57.8) ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร (53.0) ข่าวการเมือง (52.6) ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์ (51.3) และข่าวต่างประเทศ (50.8) ตามลำดับ สำหรับด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ผู้อ่านมากกว่า 50 % ต้องการให้ปรับปรุงข่าวหน้าหนึ่ง (62.2) ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร (56.5) ข่าวการเมือง (56.5) ข่าวต่างประเทศ (53.0) และข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์ (50.9) ส่วนด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านมากกว่า 50% ต้องการให้ปรับปรุง ข่าวหน้าหนึ่ง (58.7) ข่าวการเมือง (56.5) ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร (54.8) ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์ (52.6) และข่าวต่างประเทศ (52.2) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจำแนกตามหัวข้อข่าว/บทความ ผู้อ่านมีความต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ ความละเอียด/เจาะลึก ดังนี้

1. ข่าวหน้าหนึ่ง ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 57.8 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 41.7 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 0.5 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 62.2 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 37.3 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 0.5 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 58.7 ต้องการให้ ปรับปรุงปานกลาง ผู้อ่านร้อยละ 40.9 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 0.4 ไม่ได้อ่าน

2. ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 53.0 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 37.9 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 9.1 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 56.5 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 34.4 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 9.1 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 54.8 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 36.1 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 9.1 ไม่ได้อ่าน

3. ข่าวการเมือง ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 52.6 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 37.4 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 10.0 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 56.5 ต้องการให้ปรับปรุง ระดับปานกลาง ร้อยละ 33.5 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 10.0 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 56.5 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 33.5 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 10.0 ไม่ได้อ่าน

10. ข่าวการท่องเที่ยว ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 43.1 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 42.6 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 14.3 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 46.5 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 39.2 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 14.3 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 46.5 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 39.1 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 14.4 ไม่ได้อ่าน

11. ข่าวการศึกษาและอาชีพ ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 46.5 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 41.7 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 11.8 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 47.0 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 41.2 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 11.8 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 47.0 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 41.3 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 11.7 ไม่ได้อ่าน

12. สารคดี/บทความ ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 41.3 ต้องการให้ปรับปรุงระดับน้อย ร้อยละ 40.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 18.7 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 43.9 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 37.4 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 18.7 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 42.6 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 38.7 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 18.7 ไม่ได้อ่าน

13. บทบรรณาธิการ/บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์ ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 40.9 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 37.4 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 21.7 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 43.1 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 35.2 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 21.7 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านร้อยละ 45.2 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 33.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 21.8 ไม่ได้อ่าน

14. จดหมายจากผู้อ่าน ด้านความรวดเร็ว ผู้อ่านร้อยละ 31.7 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 23.9 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 44.4 ไม่ได้อ่าน ด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านร้อยละ 32.6 ต้องการให้ปรับปรุงระดับปานกลาง ร้อยละ 23.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 44.4 ไม่ได้อ่าน ด้านความละเอียด ผู้อ่านร้อยละ 32.6 ต้องการให้ปรับปรุงระดับน้อย ร้อยละ 23.0 ไม่ต้องการให้ปรับปรุง และร้อยละ 44.4 ไม่ได้อ่าน

สรุปว่า ผู้อ่าน The Nation ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็ว ความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และความละเอียด/เจาะลึก ระดับปานกลางทั้งสิ้น ยกเว้นด้านความรวดเร็วของข่าวสังคม/บันเทิง และสารคดี/บทความ และด้านความละเอียด/เจาะลึกของข่าวสังคม/บันเทิง และจดหมายจากผู้อ่านอยู่ในระดับน้อย โดยด้านความรวดเร็วและความถูกต้องน่าเชื่อถือ ต้องการให้ปรับปรุงข่าวหน้าหนึ่ง

มากที่สุด รองลงมา คือ ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร ด้านความละเอียด/เจาะลึก ต้องการให้ปรับปรุงข่าวหน้าหนึ่งมากที่สุด รองลงมา คือ ข่าวการเมือง

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีผู้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ฉบับ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post จำนวน 21 คน และ The Nation จำนวน 13 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้
กลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post จำนวน 21 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรเพิ่มรายละเอียดของเนื้อหาและการเจาะลึกข่าว
2. ต้องการให้ข่าวทันเหตุการณ์มากกว่านี้
3. ควรมีข่าวต่างประเทศมากกว่านี้
4. เนื้อหาของบางข่าว ไม่ควรลงรายละเอียดมาก เช่น ข่าวสังคม
5. ควรมีคอลัมน์เกี่ยวกับบทความหรือการสนทนาภาษาอังกฤษในหนังสือพิมพ์มากขึ้น
6. ควรมีข่าวบันเทิงมากขึ้น
7. ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และใช้คำศัพท์ที่ไม่ยากจนเกินไปในการเขียนข่าว
8. ควรปรับปรุงตัวหนังสือให้ใหญ่ขึ้น
9. ควรเพิ่มสีสันของหนังสือให้มากขึ้น
10. ดีแล้ว ไม่จำเป็นต้องปรับปรุง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่อ่านหนังสือพิมพ์ The Nation จำนวน 13 คน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ดังนี้

1. ควรมีการเจาะลึกเนื้อหา รายละเอียดมากกว่านี้
2. ข่าวควรมีความสดใหม่
3. ควรมีคอลัมน์นิสต์ชาวต่างชาติที่เป็นมืออาชีพมากกว่านี้
4. ควรเพิ่มคอลัมน์เกร็ดความรู้ทั่วไป
5. อยากให้มีข่าวด้าน Technology และ IT ทุกวัน ไม่ใช่มีเฉพาะวันอังคารและวันพฤหัสบดี
6. ควรนำเสนอข้อมูลที่เป็นกลาง
7. ควรใช้ศัพท์ที่ทันสมัยและอ่านเข้าใจง่าย
8. ดีแล้ว ไม่จำเป็นต้องปรับปรุง

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานของการวิจัยไว้ 3 ข้อ คือ

7.1 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านแตกต่างกัน

7.2 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกัน

7.3 คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจในการอ่านแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่าน แตกต่างกัน

เนื่องจากพฤติกรรมการอ่าน ประกอบด้วย 1) ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมด 2) ความถี่ในการอ่าน 3) เวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวัน และ 4) ลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ

สมมติฐานข้อที่ 1 จึงประกอบด้วย สมมติฐานย่อย 4 ข้อ ดังนี้

1.1 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมดแตกต่างกัน

1.2 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องความถี่ในการอ่าน แตกต่างกัน

1.3 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องเวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวันแตกต่างกัน

1.4 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวัน
ภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน
มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 การทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับระยะเวลาในการอ่าน
หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมด

ข้อมูลส่วนบุคคล	ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมด						χ^2
	น้อยกว่า 1 ปี	1 ปี- 3 ปี	มากกว่า 3 ปี - 6 ปี	มากกว่า 6 ปี - 10 ปี	มากกว่า 10 ปี - 20 ปี	20 ปีขึ้นไป	
1. เพศ							
1.1 ชาย	28 (11.9)	52 (22.0)	50 (21.2)	55 (23.3)	34 (14.4)	17 (7.2)	10.116
1.2 หญิง	29 (12.9)	59 (26.3)	66 (29.5)	39 (17.4)	22 (9.8)	9 (4.1)	
2. อายุ							
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	11 (35.5)	10 (32.3)	9 (29.0)	-	1 (3.2)	-	243.429**
2.2 20 - 30 ปี	32 (22.5)	47 (33.1)	39 (27.5)	21 (14.8)	2 (1.4)	1 (0.7)	
2.3 31 - 40 ปี	12 (8.0)	36 (24.3)	47 (31.8)	38 (25.7)	13 (8.8)	2 (1.4)	
2.4 41 - 50 ปี	2 (2.2)	16 (17.6)	18 (19.7)	25 (27.5)	25 (27.5)	5 (5.5)	
2.5 51 - 60 ปี	-	2 (5.9)	3 (8.8)	9 (26.5)	10 (29.4)	10 (29.4)	
2.6 61 ปี ขึ้นไป	-	-	-	1 (7.1)	5 (35.7)	8 (57.1)	
3. ระดับการศึกษา							
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	17 (38.6)	13 (29.5)	9 (20.5)	3 (6.8)	1 (2.3)	1 (2.3)	119.730**
3.2 ปริญญาตรี	33 (13.3)	74 (29.8)	70 (28.2)	39 (15.7)	26 (10.5)	6 (2.5)	
3.3 ปริญญาโท	7 (4.5)	24 (15.4)	35 (22.4)	52 (33.3)	24 (15.4)	14 (9.0)	
3.4 ปริญญาเอก	-	-	2 (16.6)	-	5 (41.7)	5 (41.7)	

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมด						χ^2
	น้อยกว่า 1 ปี	1 ปี - 3 ปี	มากกว่า 3 ปี - 6 ปี	มากกว่า 6 ปี - 10 ปี	มากกว่า 10 ปี - 20 ปี	20 ปี ขึ้นไป	
4. อาชีพ							
4.1 นักศึกษา	19 (32.2)	20 (33.9)	17 (28.8)	2 (3.4)	1 (1.7)	-	75.115**
4.2 ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	7 (8.0)	21 (23.9)	19 (21.6)	21 (23.9)	12 (13.6)	8 (9.0)	
4.3 พนักงานบริษัท	28 (12.0)	54 (23.4)	63 (27.3)	54 (23.4)	26 (11.3)	6 (2.6)	
4.4 ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	1 (1.6)	13 (20.6)	15 (23.8)	13 (20.6)	13 (20.6)	8 (12.8)	
4.5 อื่น ๆ	2 (10.5)	3 (15.7)	2 (10.5)	4 (21.1)	4 (21.1)	4 (21.1)	
5. รายได้ต่อเดือน							
5.1 ไม่เกิน 10,000 บาท	30 (35.7)	29 (34.5)	21 (25.0)	2 (2.4)	1 (1.2)	1 (1.2)	186.820**
5.2 10,001-30,000 บาท	22 (15.0)	40 (27.2)	46 (31.3)	28 (19.0)	7 (4.8)	4 (2.7)	
5.3 30,001-50,000 บาท	3 (2.7)	27 (23.9)	29 (25.6)	34 (30.1)	17 (15.0)	3 (2.7)	
5.4 50,001-70,000 บาท	1 (1.7)	11 (20.0)	15 (27.3)	14 (25.5)	10 (18.2)	4 (7.3)	
5.5 70,001-90,000 บาท	1 (3.3)	3 (10.0)	3 (10.0)	9 (30.0)	9 (30.0)	5 (16.7)	
5.6 90,001 บาทขึ้นไป	-	1 (3.2)	2 (6.5)	7 (22.6)	12 (38.7)	9 (29.0)	

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ

ด้านอายุ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาในการอ่านน้อยกว่า 1 ปี อายุ 20 – 30 ปี อ่าน 1 ปี – 3 ปี อายุ 31 – 40 ปี อ่านมากกว่า 3 ปี – 6 ปี อายุ 41 – 50 ปี อ่านมากกว่า 6 ปี – 10 ปี และ มากกว่า 10 ปี – 20 ปี อายุ 51 – 60 ปี ส่วนใหญ่ อ่านมากกว่า 10 ปี – 20 ปี และ 20 ปี ขึ้นไป และอายุ 61 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่อ่าน 20 ปีขึ้นไป

ส่วนระดับการศึกษา ผู้อ่านที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาในการอ่านน้อยกว่า 1 ปี ระดับปริญญาตรี อ่าน 1 ปี – 3 ปี ระดับปริญญาโท อ่านมากกว่า 6 ปี – 10 ปี และระดับปริญญาเอก อ่านมากกว่า 10 ปี – 20 ปี และ 20 ปี ขึ้นไป

สำหรับอาชีพ ผู้อ่านที่เป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาในการอ่าน 1 ปี – 3 ปี ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อ่าน 1 ปี – 3 ปี และ มากกว่า 6 ปี – 10 ปี พนักงานบริษัท อ่านมากกว่า 3 ปี – 6 ปี ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อ่านมากกว่า 3 ปี – 6 ปี และผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น อ่านมากกว่า 6 ปี – 10 ปี มากกว่า 10 ปี – 20 ปี และมากกว่า 20 ปี ขึ้นไป

ด้านรายได้ ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่อ่านน้อยกว่า 1 ปี รายได้ต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท อ่านมากกว่า 3 ปี – 6 ปี รายได้ต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท อ่านมากกว่า 6 ปี – 10 ปี รายได้ต่อเดือน 50,001 – 70,000 บาท อ่านมากกว่า 3 ปี – 6 ปี รายได้ต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท อ่านมากกว่า 6 ปี – 10 ปี และ มากกว่า 10 ปี – 20 ปี และ รายได้ต่อเดือน 90,001 บาทขึ้นไป อ่านมากกว่า 10 ปี – 20 ปี ขึ้นไป

สำหรับคุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ พบว่า มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งหมด ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องความถี่ในการอ่านแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับความถี่ในการอ่าน

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความถี่ในการอ่าน				χ^2
	1-2 วัน/ สัปดาห์	3-4 วัน/ สัปดาห์	5-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน/ สัปดาห์	
1. เพศ					
1.1 ชาย	97 (41.1)	75 (31.8)	21 (8.9)	43 (18.2)	7.347
1.2 หญิง	107 (47.8)	79 (35.2)	15 (6.7)	23 (10.3)	
2. อายุ					
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	19 (61.3)	12 (38.7)	-	-	80.912**
2.2 20-30 ปี	76 (53.5)	46 (32.5)	11 (7.7)	9 (6.3)	
2.3 31-40 ปี	68 (45.9)	55 (37.2)	11 (7.4)	14 (9.5)	
2.4 41-50 ปี	33 (36.2)	28 (30.8)	10 (11.0)	20 (22.0)	
2.5 51-60 ปี	5 (14.7)	11 (32.3)	4 (11.8)	14 (41.2)	
2.6 61 ปี ขึ้นไป	3 (21.4)	2 (14.3)	-	9 (64.3)	
3. ระดับการศึกษา					
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	27 (61.4)	16 (36.4)	1 (2.3)	-	60.331**
3.2 ปริญญาตรี	128 (51.6)	85 (34.3)	15 (6.0)	20 (8.1)	
3.3 ปริญญาโท	48 (30.8)	50 (32.1)	17 (10.9)	41 (26.2)	
3.4 ปริญญาเอก	1 (8.3)	3 (25.0)	3 (25.0)	5 (41.7)	
4. อาชีพ					
4.1 นักศึกษา	38 (64.4)	20 (33.9)	-	1 (1.7)	36.664**
4.2 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	35 (39.8)	30 (34.1)	9 (10.2)	14 (15.9)	
4.3 พนักงานบริษัท	100 (43.3)	81 (35.0)	23 (10.0)	27 (11.7)	
4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	22 (34.8)	19 (30.2)	3 (4.8)	19 (30.2)	
4.5 อื่น ๆ	9 (47.4)	4 (21.0)	1 (5.3)	5 (26.3)	

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความถี่ในการอ่าน				χ^2
	1 – 2 วัน/ สัปดาห์	3 – 4 วัน/ สัปดาห์	5 – 6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน/ สัปดาห์	
5. รายได้ต่อเดือน					
5.1 ไม่เกิน 10,000 บาท	52 (61.9)	30 (35.7)	-	2 (2.4)	74.996**
5.2 10,001-30,000 บาท	71 (48.3)	53 (36.1)	10 (6.8)	13 (8.8)	
5.3 30,001-50,000 บาท	51 (45.1)	34 (30.1)	12 (10.6)	16 (14.2)	
5.4 50,001-70,000 บาท	15 (27.3)	22 (40.0)	6 (10.9)	12 (21.8)	
5.5 70,001-90,000 บาท	7 (23.3)	9 (30.0)	6 (20.0)	8 (26.7)	
5.6 90,001 บาทขึ้นไป	8 (25.8)	6 (19.3)	2 (6.5)	15 (48.4)	

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการอ่านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กล่าวคือ

ด้านอายุ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการอ่าน 1 – 2 วัน/สัปดาห์ ในขณะที่ผู้อ่านที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการอ่านทุกวัน/สัปดาห์

ส่วนระดับการศึกษา ผู้อ่านที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการอ่าน 1 – 2 วัน/สัปดาห์ ระดับปริญญาโท อ่าน 3 – 4 วัน/สัปดาห์ และระดับปริญญาเอก อ่านทุกวัน/สัปดาห์

สำหรับด้านอาชีพ ผู้อ่านในทุก ๆ อาชีพ ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการอ่าน 1 – 2 วัน/สัปดาห์ อันดับรองลงมา อ่าน 3 – 4 วัน/สัปดาห์ ยกเว้นผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว อ่าน 3-4 วัน/สัปดาห์ และทุกวัน/สัปดาห์ จำนวนเท่ากัน รวมทั้งผู้ที่ประกอบอาชีพอื่นๆ ในอันดับรองลงมาอ่านทุกวัน/สัปดาห์

ด้านรายได้ ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท มีความถี่ในการอ่าน 1 – 2 วัน/สัปดาห์ รายได้ต่อเดือน 50,001 – 90,000 บาท อ่าน 3 – 4 วัน/สัปดาห์ และ รายได้ต่อเดือน 90,001 บาทขึ้นไป อ่านทุกวัน/สัปดาห์

สำหรับคุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ พบว่า มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องความถี่ในการอ่าน ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรม การอ่านเรื่องเวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับเวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวัน

ข้อมูลส่วนบุคคล	เวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวัน					χ^2
	น้อยกว่า ½ ชม.	½ - 1 ชม.	มากกว่า 1-2 ชม.	มากกว่า 2-3 ชม.	มากกว่า 3 ชม. ขึ้นไป	
1. เพศ						
1.1 ชาย	49 (20.8)	112 (47.4)	55 (23.3)	9 (3.8)	11 (4.7)	2.297
1.2 หญิง	44 (19.6)	110 (49.1)	49 (21.9)	14 (6.3)	7 (3.1)	
2. อายุ						
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	12 (38.7)	11 (35.5)	7 (22.6)	-	1 (3.2)	58.575**
2.2 20 – 30 ปี	36 (25.4)	71 (50.0)	26 (18.3)	5 (3.5)	4 (2.8)	
2.3 31 – 40 ปี	33 (22.3)	69 (46.6)	34 (23.0)	11 (7.4)	1 (0.7)	
2.4 41 – 50 ปี	6 (6.6)	48 (52.7)	27 (29.7)	6 (6.6)	4 (4.4)	
2.5 51 – 60 ปี	3 (8.8)	20 (58.9)	5 (14.7)	1 (2.9)	5 (14.7)	
2.6 61 ปี ขึ้นไป	3 (21.4)	3 (21.4)	5 (35.8)	-	3 (21.4)	
3. ระดับการศึกษา						
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	16 (36.4)	16 (36.4)	10 (22.6)	1 (2.3)	1 (2.3)	33.691*
3.2 ปริญญาตรี	57 (23.0)	129 (52.0)	44 (17.7)	13 (5.3)	5 (2.0)	
3.3 ปริญญาโท	17 (10.9)	70 (44.9)	49 (31.3)	9 (5.8)	11 (7.1)	
3.4 ปริญญาเอก	3 (25.0)	7 (58.4)	1 (8.3)	-	1 (8.3)	
4. อาชีพ						
4.1 นักศึกษา	17 (28.8)	24 (40.7)	16 (27.1)	2 (3.4)	-	37.118**
4.2 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	20 (22.7)	46 (52.3)	15 (17.0)	4 (4.5)	3 (3.5)	
4.3 พนักงานบริษัท	45 (19.5)	118 (51.1)	51 (22.1)	13 (5.6)	4 (1.7)	
4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	9 (14.3)	23 (36.5)	18 (28.6)	4 (6.3)	9 (14.3)	
4.5 อื่น ๆ	2 (10.5)	11 (57.9)	4 (21.1)	-	2 (10.5)	

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	เวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวัน					χ^2
	น้อยกว่า ½ ชม.	½ - 1 ชม.	มากกว่า 1-2 ชม.	มากกว่า 2-3 ชม.	มากกว่า 3 ชม. ขึ้นไป	
5. รายได้ต่อเดือน						
5.1 ไม่เกิน 10,000 บาท	28 (33.3)	35 (41.7)	16 (19.0)	3 (3.6)	2 (2.4)	64.484**
5.2 10,001-30,000 บาท	33 (22.4)	75 (51.0)	26 (17.7)	9 (6.2)	4 (2.7)	
5.3 30,001-50,000 บาท	17 (15.0)	57 (50.4)	32 (28.4)	5 (4.4)	2 (1.8)	
5.4 50,001-70,000 บาท	4 (7.2)	28 (50.9)	14 (25.5)	6 (10.9)	3 (5.5)	
5.5 70,001-90,000 บาท	3 (10.0)	10 (33.3)	10 (33.3)	-	7 (23.4)	
5.6 90,001 บาทขึ้นไป	8 (25.8)	17 (54.8)	6 (19.4)	-	-	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน ใช้เวลาอ่านเฉลี่ยต่อวัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านระดับการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ

ด้านอายุ พบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่จะมีเวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า ½ ชม. อายุ 20 - 60 ปี อ่านเฉลี่ยต่อวัน ½ - 1 ชม. และอายุ 61 ปี ขึ้นไป อ่านเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 1 - 2 ชม.

ส่วนระดับการศึกษา ผู้อ่านที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะมีเวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า ½ ชม. และ ½ - 1 ชม. การศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไป อ่านเฉลี่ยต่อวัน ½ - 1 ชม.

สำหรับอาชีพ ผู้อ่านในทุก ๆ อาชีพ ส่วนใหญ่จะมีเวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวัน ½ - 1 ชม. อันสืบรองลงมา พบว่า ผู้อ่านที่เป็นนักศึกษา และเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อ่านเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า ½ ชม. พนักงานบริษัท ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีอาชีพอื่นๆ อ่านเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 1 - 2 ชม.

ด้านรายได้ ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนในระดับต่าง ๆ ส่วนใหญ่ มีเวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวัน ½ - 1 ชม. ยกเว้นผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือน 70,001 - 90,000 บาท อ่านเฉลี่ยต่อวัน ½ - 1 ชม.

เท่ากับผู้ที่ใช้เวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 1 - 2 ชม. อันดับรองลงมา ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท และ ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 90,001 บาท ขึ้นไป อ่านเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่า ½ ชม. ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 70,000 บาท อ่านเฉลี่ยต่อวันมากกว่า 1 – 2 ชม.

สำหรับคุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ พบว่า มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องเวลาที่ใช้อ่านเฉลี่ยต่อวันไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลกับลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ							χ^2
	อ่านเฉพาะ หัวข้อข่าว	อ่านข่าวหรือคอลัมน์ ที่สนใจแบบผ่าน ๆ	อ่านรายละเอียด ในคอลัมน์ที่สนใจ	อ่านทั้งฉบับ แบบผ่าน ๆ	อ่านทั้งฉบับ แบบละเอียด	ไม่แน่นอน	แล้วแต่โอกาส	
1. เพศ								
1.1 ชาย	10 (4.2)	56 (23.7)	88 (37.3)	32 (13.6)	21 (8.9)	29 (12.3)	1.336	
1.2 หญิง	9 (4.0)	49 (21.9)	90 (40.2)	35 (15.6)	16 (7.1)	25 (11.2)		
2. อายุ								
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	1 (3.2)	3 (9.7)	8 (25.8)	8 (25.8)	4 (12.9)	7 (22.6)	53.792**	
2.2 20 - 30 ปี	7 (4.9)	29 (20.4)	50 (35.2)	29 (20.4)	12 (8.5)	15 (10.6)		
2.3 31 - 40 ปี	6 (4.1)	44 (29.7)	53 (35.8)	16 (10.8)	9 (6.1)	20 (13.5)		
2.4 41 - 50 ปี	4 (4.4)	25 (27.5)	45 (49.5)	5 (5.5)	3 (3.2)	9 (9.9)		
2.5 51 - 60 ปี	1 (2.9)	4 (11.9)	18 (52.9)	5 (14.7)	5 (14.7)	1 (2.9)		
2.6 61 ปีขึ้นไป	-	-	4 (28.6)	4 (28.6)	4 (28.6)	2 (14.2)		
3. ระดับการศึกษา								
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	1 (2.3)	6 (13.6)	14 (31.8)	13 (29.6)	4 (9.1)	6 (13.6)	27.406*	
3.2 ปริญญาตรี	11 (4.4)	59 (23.8)	89 (35.9)	35 (14.1)	18 (7.3)	36 (14.5)		
3.3 ปริญญาโท	7 (4.5)	39 (25.0)	67 (42.9)	19 (12.2)	12 (7.7)	12 (7.7)		
3.4 ปริญญาเอก	-	1 (8.3)	8 (66.7)	-	3 (25.0)	-		

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ						χ^2
	อ่านเฉพาะ หัวข้อข่าว	อ่านข่าวหรือคอลัมน์ ที่สนใจแบบผ่าน ๆ	อ่านรายละเอียด ในคอลัมน์ที่สนใจ	อ่านทั้งฉบับ แบบผ่าน ๆ	อ่านทั้งฉบับ แบบละเอียด	ไม่แน่นอน แต่โอภาส	
4. อาชีพ							
4.1 นักศึกษา	1 (1.7)	11 (18.6)	16 (27.2)	12 (20.3)	11 (18.6)	8 (13.6)	41.210**
4.2 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	4 (4.5)	19 (21.6)	37 (42.0)	13 (14.8)	5 (5.7)	10 (11.4)	
4.3 พนักงานบริษัท	9 (3.9)	62 (26.8)	88 (38.1)	34 (14.7)	7 (3.0)	31 (13.5)	
4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4 (6.3)	9 (14.3)	28 (44.4)	8 (12.7)	11 (17.5)	3 (4.8)	
4.5 อื่น ๆ	1 (5.3)	4 (21.1)	9 (47.4)	-	3 (15.8)	2 (10.4)	
5. รายได้ต่อเดือน							
5.1 ไม่มีเงิน 10,000 บาท	3 (3.5)	13 (15.5)	22 (26.2)	20 (23.8)	13 (15.5)	13 (15.5)	43.468**
5.2 10,001-30,000 บาท	7 (4.8)	41 (27.9)	50 (34.0)	22 (15.0)	9 (6.1)	18 (12.2)	
5.3 30,001-50,000 บาท	5 (4.5)	30 (26.5)	47 (41.6)	8 (7.1)	6 (5.3)	17 (15.0)	
5.4 50,001-70,000 บาท	2 (3.6)	11 (20.0)	30 (54.5)	5 (9.1)	3 (5.5)	4 (7.3)	
5.5 70,001-90,000 บาท	1 (3.3)	6 (20.0)	12 (40.0)	7 (23.4)	3 (10.0)	1 (3.3)	
5.6 90,001 บาทขึ้นไป	1 (3.2)	4 (12.9)	17 (54.7)	5 (16.1)	3 (9.7)	1 (3.2)	

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4 ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ด้านอายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ

ด้านอายุ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จะอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ และอ่านทั้งฉบับแบบผ่านๆ จำนวนเท่ากัน ในขณะที่ผู้อ่านที่มีอายุ 20 - 60 ปี ส่วนใหญ่จะอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ และผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอายุ 61 ปี ขึ้นไป จะอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ อ่านทั้งฉบับแบบผ่าน ๆ และอ่านทั้งฉบับอย่างละเอียดจำนวนเท่ากัน

ส่วนระดับการศึกษา ผู้อ่านที่มีการศึกษาระดับต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ อันดंबरองลงมา ผู้อ่านที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จะอ่านทั้งฉบับแบบผ่าน ๆ ในขณะที่ผู้อ่านที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท จะอ่านข่าวหรือคอลัมน์ที่สนใจแบบผ่าน ๆ และผู้อ่านที่มีการศึกษาในระดับปริญญาเอก จะอ่านทั้งฉบับอย่างละเอียด

สำหรับด้านอาชีพ ผู้อ่านในทุก ๆ อาชีพ ส่วนใหญ่จะอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ อันดंबरองลงมา ผู้อ่านที่เป็นนักศึกษาจะอ่านทั้งฉบับแบบผ่านๆ ในขณะที่ผู้อ่านที่เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นพนักงานบริษัท และมีอาชีพอื่นๆ จะอ่านข่าวหรือคอลัมน์ที่สนใจแบบผ่านๆ และผู้อ่านที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จะอ่านทั้งฉบับอย่างละเอียด

ด้านรายได้ ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนในระดับต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ อันดंबरองลงมา ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือน 70,001 – 90,000 บาท และ 90,001 บาท ขึ้นไป จะอ่านทั้งฉบับแบบผ่านๆ ในขณะที่ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 70,000 บาท จะอ่านข่าวหรือคอลัมน์ที่สนใจแบบผ่าน ๆ

สำหรับคุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ พบว่า มีพฤติกรรมการอ่านเรื่องลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 2.1 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน เพศ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความแตกต่างระดับแรงงใจในการอ่านระหว่างกลุ่มผู้อ่านเพศชาย และเพศหญิง

เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	df.	Sig.
ชาย	236	3.55	0.58	-1.280	458	0.201
หญิง	224	3.61	0.51			
รวม	460	3.58	0.55			

จากตารางที่ 4.17 พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขต กรุงเทพมหานคร ด้านเพศ ที่แตกต่างกันเกิดแรงงใจในการอ่านไม่แตกต่างกัน ($t = -1.280$, Sig. = 0.201) กล่าวคือ กลุ่มผู้อ่านทั้งเพศชาย ($\bar{X} = 3.55$) และเพศหญิง ($\bar{X} = 3.61$) ต่างก็มีแรงงใจในการอ่านในระดับมากเช่นเดียวกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 2.2 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน อายุ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงงูใจในการอ่านแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงงูใจในการอ่าน จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่า 20 ปี	3.85	0.60
20 – 30 ปี	3.67	0.56
31 – 40 ปี	3.44	0.51
41 – 50 ปี	3.53	0.49
51 – 60 ปี	3.60	0.47
61 ปี ขึ้นไป	3.85	0.70
รวม	3.58	0.55

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 61 ปี ขึ้นไป มีแรงงูใจในการอ่านในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน คือ 3.85 รองลงมาคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอายุ 20-30 ปี ($\bar{X}=3.67$) ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอายุ 31-40 ปี มีแรงงูใจในการอ่านในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.44

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	7.505	5	1.501	5.277**	0.000
ภายในกลุ่ม	129.141	454	0.284		
รวม	136.646	459			

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอายุ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F = 5.277$, $Sig. = 0.000$) ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe แสดงดัง ตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจในการอ่านเป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ

อายุ		ต่ำกว่า 20 ปี	20-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี	61 ปี ขึ้นไป
	\bar{X}	3.85	3.67	3.44	3.53	3.60	3.85
ต่ำกว่า 20 ปี	3.85	-	0.18	0.41*	0.32	0.25	0.00
20-30 ปี	3.67	-	-	0.23*	0.14	0.07	0.18
31-40 ปี	3.44	-	-	-	0.09	0.16	0.41
41-50 ปี	3.53	-	-	-	-	0.07	0.32
51-60 ปี	3.60	-	-	-	-	-	0.25
61 ปี ขึ้นไป	3.85	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้อ่านที่มีอายุ 31-40 ปี มีแรงจูงใจในการอ่าน แตกต่างจากผู้อ่านที่มีอายุต่ำกว่า 20 และกลุ่มที่มีอายุ 20-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สำหรับคู่อื่น ๆ พบว่า มีแรงจูงใจในการอ่านไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 2.3 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน การศึกษา ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงจูงใจในการอ่านจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.74	0.56
ปริญญาตรี	3.59	0.55
ปริญญาโท	3.49	0.51
ปริญญาเอก	3.99	0.71
รวม	3.58	0.55

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาเอก มีแรงจูงใจในการอ่านในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.99 รองลงมาคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=3.74$) ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท มีแรงจูงใจในการอ่านในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.49

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.289	3	1.430	4.926**	0.002
ภายในกลุ่ม	132.357	456	0.290		
รวม	136.646	459			

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F= 4.926$, Sig. = 0.002) ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe แสดงดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจในการอ่านเป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
	\bar{X}	3.74	3.59	3.49	3.99
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.74	-	0.15	0.24	0.25
ปริญญาตรี	3.59	-	-	0.10	0.40
ปริญญาโท	3.49	-	-	-	0.50*
ปริญญาเอก	3.99	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้อ่านที่มีการศึกษาในระดับปริญญาเอก มีแรงจูงใจในการอ่านสูงกว่า ผู้อ่านที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับคู่อื่น ๆ พบว่ามีแรงจูงใจในการอ่านไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 2.4 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน อาชีพ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงงใจในการอ่านแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงงใจในการอ่าน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	S.D.
นักศึกษา	3.88	0.57
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.57	0.52
พนักงานบริษัท	3.47	0.53
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.74	0.53
อื่นๆ	3.47	0.36
รวม	3.58	0.55

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่เป็นนักศึกษา มีแรงงใจในการอ่านในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.88 รองลงมาคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 3.74$) และผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีอาชีพอื่นๆ มีแรงงใจในการอ่านในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากัน คือ 3.47

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแรงงูใจในการอ่าน จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	9.894	4	2.473	8.879**	0.000
ภายในกลุ่ม	126.752	455	0.279		
รวม	136.646	459			

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน อาชีพ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงงูใจในการอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F=8.879$, $Sig.=0.000$) ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe แสดงดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 การทดสอบความแตกต่างของแรงงูใจในการอ่านเป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นัก ศึกษา	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ	
	\bar{X}	3.88	3.57	3.47	3.74	3.47
นักศึกษา	3.88	-	0.31*	0.41*	0.14	0.41
ข้าราชการ/พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	3.57	-	-	0.10	0.17	0.10
พนักงานบริษัท	3.47	-	-	-	0.27*	0.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.74	-	-	-	-	0.27
อื่น ๆ	3.47	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้อ่านที่มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีแรงงูใจในการอ่านมากกว่าผู้อ่านที่มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลุ่มผู้อ่านที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีแรงงูใจในการอ่านมากกว่าผู้อ่านที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับคู่อื่นๆ พบว่าแรงงูใจในการอ่านไม่มีความแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 2.5 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรายได้ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามรายได้

รายได้	\bar{X}	S.D.
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.79	0.57
10,001-30,000 บาท	3.56	0.51
30,001-50,000 บาท	3.46	0.53
50,001-70,000 บาท	3.52	0.46
70,001-90,000 บาท	3.65	0.67
90,001 บาทขึ้นไป	3.58	0.55
รวม	3.58	0.55

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีแรงจูงใจในการอ่านในระดับมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.79 รองลงมาคือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีรายได้ต่อเดือน 70,001-90,000 บาท ($\bar{X}=3.65$) ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท มีแรงจูงใจในการอ่านในระดับปานกลางด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ 3.46

ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแรงจูงใจในการอ่าน จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	5.848	5	1.170	4.060**	0.001
ภายในกลุ่ม	130.798	454	0.288		
รวม	136.646	459			

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.28 พบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรายได้ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F=4.060$, $Sig.=0.001$) ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe แสดงดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจในการอ่านเป็นรายกลุ่ม จำแนกตามรายได้

รายได้		ไม่เกิน 10,000	10,001- 30,000	30,001- 50,000	50,001- 70,000	70,001- 90,000	90,001 บาทขึ้นไป
	\bar{X}	3.79	3.56	3.46	3.52	3.65	3.58
ไม่เกิน 10,000 บาท	3.79	-	0.23	0.33*	0.27	0.14	0.21
10,001-30,000 บาท	3.56	-	-	0.11	0.04	0.09	0.02
30,001-50,000 บาท	3.46	-	-	-	0.07	0.20	0.13
50,001-70,000 บาท	3.52	-	-	-	-	0.13	0.06
70,001-90,000 บาท	3.65	-	-	-	-	-	0.07
90,001 บาทขึ้นไป	3.58	-	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีแรงจูงใจในการอ่านสูงกว่า ผู้อ่านที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-50,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับกลุ่มอื่น ๆ พบว่าแรงจูงใจในการอ่านไม่มีความแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจในการอ่านแตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 3.1 คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจในการอ่านด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความแตกต่างระดับความพึงพอใจในการอ่านด้านเนื้อหา ระหว่างกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ The Nation

คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์	n	\bar{X}	S.D.	t	df.	Sig.
Bangkok Post	230	3.77	0.52	-0.780	458	0.436
The Nation	230	3.81	0.52			

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจในการอ่านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน ($t = -0.780$, $\text{Sig.} = 0.436$) กล่าวคือ กลุ่มผู้อ่านทั้งหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ($\bar{X} = 3.77$) และหนังสือพิมพ์ The Nation ($\bar{X} = 3.81$) ต่างก็มีความพึงพอใจในการอ่านด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ ในระดับมากเช่นเดียวกัน

การทดสอบสมมติฐานย่อยข้อที่ 3.2 คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจในการอ่านด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความแตกต่างระดับความพึงพอใจในการอ่านด้านรูปแบบ ระหว่างกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ The Nation

คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์	n	\bar{X}	S.D.	t	df.	Sig.
Bangkok Post	230	3.79	0.56	1.175	458	0.241
The Nation	230	3.72	0.67			

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจรูปแบบของหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน ($t = 1.175$, Sig. = 0.241) กล่าวคือ กลุ่มผู้อ่านทั้งหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ($\bar{X} = 3.79$) และหนังสือพิมพ์ The Nation ($\bar{X} = 3.72$) ต่างก็มีความพึงพอใจในการอ่านด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ในระดับมากเช่นเดียวกัน

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญมากในการเสนอข่าว และ ความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในแต่ละสังคมและสังคมต้องการข่าวสารด้วยเหตุผลเดียวกันกับคน ต้องการนัยน์ตาเพื่อให้มองเห็นว่าตนเองกำลังจะไป ณ ที่ใด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อยืนหยัด อยู่รอด ในสภาพสังคมธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขันอย่างเข้มข้น หนังสือพิมพ์ นอกจากจะมีสถานภาพเป็น สื่อมวลชน ยังต้องดำเนินสถานภาพความเป็นธุรกิจที่ต้องหล่อเลี้ยงตนเอง ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรม ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ จึงเป็นความจำเป็นเพื่อสนองความต้องการ และสร้างความ พึงพอใจสูงสุดให้กับผู้อ่าน รวมทั้งเกิดประโยชน์ต่อกิจการหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในด้าน การพัฒนาทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าว พฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation จึงเป็นประเด็นที่นำมาศึกษาวิจัยครั้งนี้ และได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาคุณลักษณะของประชากร ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เพื่อทราบพฤติกรรม แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ รายวันภาษาอังกฤษ ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ จำนวน 460 คน แบ่งเป็น Bangkok Post 230 คน และ The Nation 230 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 10.0

1.3 ผลการวิจัย

1.3.1 คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 460 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท

1.3.2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

จากผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 460 คน จำแนกตามพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ดังนี้

1) ระยะเวลาในการอ่าน ผู้อ่าน Bangkok Post มีระยะเวลาในการอ่านมากกว่า 3 ปี – 6 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ มากกว่า 6 ปี – 10 ปี ส่วนผู้อ่าน The Nation มีระยะเวลาในการอ่าน 1 ปี – 3 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ มากกว่า 3 ปี – 6 ปี

2) ความถี่ในการอ่าน ผู้อ่าน Bangkok Post และ The Nation มีความถี่ในการอ่านเหมือนกัน คืออ่าน 1 – 2 วัน/สัปดาห์ มากที่สุด รองลงมา คือ อ่าน 3-4 วัน/สัปดาห์

3) ระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อวัน ผู้อ่าน Bangkok Post และ The Nation ใช้เวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อวัน ½ - 1 ชั่วโมง มากที่สุด รองลงมาคือ อ่านมากกว่า 1 – 2 ชั่วโมงเหมือนกัน

4) ช่วงเวลาที่อ่านเป็นประจำ ผู้อ่าน Bangkok Post และ The Nation อ่านในเวลาที่ไม่แน่นอน แล้วแต่มีเวลาว่าง มากที่สุด รองลงมาคือ อ่านเวลาเช้าก่อนเข้างาน เหมือนกัน

5) วันที่อ่าน ผู้อ่าน Bangkok Post และ The Nation อ่านทั้งวันทำงาน และวันหยุดสุดสัปดาห์ มากที่สุด รองลงมา คือ อ่านเฉพาะวันทำงาน เหมือนกัน

6) สถานที่ที่อ่าน ผู้อ่าน Bangkok Post และ The Nation อ่านที่ทำงาน มากที่สุด รองลงมาคือ อ่านที่บ้าน เหมือนกัน

7) ลักษณะการอ่าน ผู้อ่าน Bangkok Post และ The Nation อ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ มากที่สุด รองลงมาคือ อ่านข่าวหรือคอลัมน์ที่สนใจแบบผ่าน ๆ เหมือนกัน

1.3.3 แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในภาพรวม ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation มีแรงจูงใจในการอ่านระดับมาก โดยต้องการฝึกทักษะและพัฒนาภาษาอังกฤษ มากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว

1.3.4 ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

1) ความพึงพอใจในกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าผู้อ่าน Bangkok Post และ The Nation พึงพอใจกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่เหมือนกัน คือ การแจกสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) มากที่สุด รองลงมา คือ การลดราคาค่าสมาชิก และการแถมร่วมกับสินค้าหรือบริการอื่น (Premium) ตามลำดับ

2) ความพึงพอใจในเนื้อหา และรูปแบบของหนังสือพิมพ์

(1) ด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ ผู้อ่าน Bangkok Post และ The Nation ในภาพรวม พึงพอใจ ด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ในระดับมากที่สุดทุกรายการเหมือนกันโดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post พึงพอใจความทันสมัยของข่าว มากที่สุด รองลงมาคือ ความรวดเร็วของข่าว ส่วนผู้อ่าน The Nation พึงพอใจความรวดเร็วของข่าว รองลงมาคือ การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

(2) ด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ในภาพรวม ผู้อ่านพึงพอใจ ด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์ระดับมากที่สุดทุกรายการเหมือนกัน โดยผู้อ่าน Bangkok Post พึงพอใจ ความสะดวกในการอ่านมากที่สุด รองลงมาคือ ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว ส่วนผู้อ่าน The Nation พึงพอใจรูปเล่ม/ภาพประกอบเหมาะสม ขนาดตัวอักษรเหมาะสม และความสะดวกในการอ่านเท่ากัน

1.3.5 ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

1) ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ในภาพรวม ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ และความละเอียด/การเจาะลึกระดับปานกลางทุกหัวข้อ ยกเว้น ความถูกต้องน่าเชื่อถือของข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์ที่ผู้อ่านต้องการให้ปรับปรุง ระดับน้อย เมื่อพิจารณาแต่ละหัวข้อ ผู้อ่านมากกว่า 50 % ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็วของข่าวหน้าหนึ่ง และข่าวการเมือง สำหรับด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ ผู้อ่านมากกว่า 50 % ต้องการให้ปรับปรุงข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวการเมือง ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ /การเงิน/ การธนาคาร และ ข่าวต่างประเทศ ตามลำดับ ส่วนด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านมากกว่า 50% ต้องการให้ปรับปรุง ข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวการเมือง และ ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร

2) ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ The Nation ในภาพรวม ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ The Nation ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ และความละเอียด/การเจาะลึก ระดับปานกลางเกือบทุกหัวข้อ ยกเว้น ความรวดเร็ว ของข่าวสังคม/บันเทิง และ สารคดี/บทความที่ผู้อ่านต้องการให้ปรับปรุงระดับน้อย และความละเอียด/เจาะลึกของข่าวสังคม/บันเทิง และจดหมายจากผู้อ่านที่ผู้อ่านต้องการให้ปรับปรุงระดับน้อย เมื่อพิจารณาแต่ละหัวข้อ ผู้อ่านมากกว่า 50 % ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็วของข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร ข่าวการเมือง และข่าวต่างประเทศ ตามลำดับ สำหรับด้านความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ผู้อ่านมากกว่า 50 %

ต้องการให้ปรับปรุงข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร ข่าวการเมือง และข่าวต่างประเทศ ส่วนด้านความละเอียด/เจาะลึก ผู้อ่านมากกว่า 50% ต้องการให้ปรับปรุง ข่าวหน้าหนึ่ง ข่าวการเมือง ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร และ ข่าวต่างประเทศ

1.3.6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการอ่านแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีระยะเวลาในการอ่านมีความถี่ในการอ่าน เวลาอ่านเฉลี่ยต่อวัน และมีลักษณะการอ่านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ยกเว้น ด้านเพศ พบว่าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่าคุณลักษณะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน เกิดแรงจูงใจในการอ่านแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ยกเว้นด้านเพศ พบว่าไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทำให้ระดับความพึงพอใจในการอ่านแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ทั้งด้านเนื้อหา และด้านรูปแบบ ทำให้ระดับความพึงพอใจในการอ่านไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

2. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว สามารถอภิปรายผล โดยแยกประเด็นได้ดังต่อไปนี้

2.1 คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 460 คน เป็นเพศชายและเพศหญิง จำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นรินทร์ บุญชู (2520: 90) ที่ศึกษา “ความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” พบว่า นิสิตชายและนิสิตหญิงที่อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีเหตุผลในการอ่านคล้ายคลึงกัน คือเพื่อปรับปรุงด้าน

การใช้ภาษาอังกฤษมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับคิมแพกซ์และเมอร์เรย์ อ้างถึงใน ศุภนิษฐ์ วงศ์ทางสวัสดิ์ (2542: 132) ที่วิจัยพบว่าระดับการศึกษาเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ กล่าวคือ ผู้มีการศึกษาสูงกว่าจะเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าและหลากหลายกว่า ทั้งนี้เพราะการอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษต้องอาศัยทักษะเฉพาะตัวที่จะต้องเข้าใจเนื้อหาที่อ่าน ดังนั้น ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าย่อมมีทักษะการอ่านมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาดำกว่า นอกจากนี้ ค้านอาชีพ ผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001–30,000 บาท แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่าน นอกจากจะมีความรู้พื้นฐานภาษาอังกฤษบ้างแล้ว ยังต้องมีสถานะทางเศรษฐกิจหรือสถานะทางสังคมค่อนข้างดีด้วย

2.2 พฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้อ่าน ทั้ง Bangkok Post และ The Nation ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการอ่านอยู่ในระดับกลาง คือ 3 ปี – 6 ปี แสดงให้เห็นว่า ระดับอายุระหว่าง 31 – 40 ปี เป็นวัยทำงาน ซึ่งส่งผลให้ความถี่ในการอ่านอยู่ในระดับกลาง คือ 1- 2 วัน/สัปดาห์ อาจเป็นเพราะเวลาไม่อำนวย นอกจากนี้ ยังส่งผลให้ระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อวันไม่มากเท่าที่ควร คือ ส่วนใหญ่ใช้เวลา 1/2 - 1 ชั่วโมงในการอ่าน ซึ่งก็อาจเป็นไปได้ว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษนั้น ส่วนใหญ่จะอ่านในที่ทำงาน ซึ่งค่อนข้างจะมีเวลาจำกัด นอกจากนี้ ผู้อ่านส่วนใหญ่จะใช้เวลาอ่านไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับเวลาว่าง อาจจะเป็นเวลาเช้าก่อนเข้างาน หรือเวลาพักกลางวันก็ได้ ในขณะที่วันที่อ่าน สถานที่อ่าน พบว่าผู้อ่านส่วนใหญ่จะอ่านทั้งวันทำงาน และวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยส่วนใหญ่จะอ่านที่ทำงาน จากข้อจำกัดเรื่องเวลาดังกล่าวทำให้ลักษณะการอ่านของผู้อ่านเลือกอ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ บุญส่ง แก้วรากรมุข (2537: 24-25) ที่ได้กล่าวถึงกระบวนการเลือกข่าวสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบด้านจิตใจ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. การเลือกสนใจ 2. การเลือกรับรู้และตีความ 3. การเลือกจดจำ

2.3 แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านมีแรงจูงใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ทั้ง Bangkok Post และ The Nation อยู่ในระดับมาก และไม่แตกต่างกัน คือ ต้องการฝึกทักษะและพัฒนาภาษาอังกฤษ มากที่สุด ส่วนแรงจูงใจรองลงมา คือ ความต้องการเพิ่มพูน ความรู้รอบตัว และ ต้องการทราบข่าวต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับ เบญจา รุ่งเรืองศิลป์ และคณะ (2531: 15 อ้างถึงใน วิวัฒน์ ใจเที่ยง 2539: 21) กล่าวไว้ว่า “นอกจากมุ่งอ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษเพื่อความรู้ ติดตามความเคลื่อนไหวในแวดวงต่าง ๆ แล้ว ยังมีผู้อ่านจำนวนไม่น้อยทีเดียว ที่อ่านด้วยจุดมุ่งหมายแตกต่างออกไป คือ อ่านเพื่อเสริมทักษะความรู้ ความเข้าใจในภาษาอังกฤษ โดยมีได้มุ่งหาข้อเท็จจริงในการเสนอข่าว” นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ไปรยา ตันติวงศ์ (2541: 32-33) ที่ได้กล่าวถึงความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของคน 4 ประการคือ 1. ต้องการข่าวสารที่เป็น

ประโยชน์กับตน 2. ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของตนเอง
3. ต้องการประสบการณ์ใหม่ และ 4. ต้องการรับความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร ซึ่งเนื่องมาจากผู้อ่านส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ต้องการที่จะพัฒนาทักษะทั้งด้านความรู้ภาษาอังกฤษ และข่าวสาร ความรู้ทั่วไป ทั้งในประเทศและนอกประเทศ ที่จะนำไปพัฒนางานและการดำเนินชีวิตที่ดี

อีกประการหนึ่ง ถึงแม้ว่า ในสมัยปัจจุบัน จะมีสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ เติเบิลทีวี หรืออินเทอร์เน็ต ที่สนับสนุนการฝึกทักษะและพัฒนาความรู้ ทั้งด้านภาษาอังกฤษและความรู้ทั่วไปก็ตาม แต่อย่างไรก็ตามหนังสือพิมพ์ก็เป็นสื่อที่มีความพิเศษเฉพาะ ที่แตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ ตรงกับที่สุชีลา เตชากวีวัฒน์พันธุ์ (2524: 67) ที่ได้ศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยของนักศึกษาวิทยาลัยครูจันทระเกษม กล่าวไว้ว่า หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชน ที่สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งให้ข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงแก่ผู้อ่าน แตกต่างจากวิทยุโทรทัศน์ เพราะเป็นข่าวสาร ความรู้ที่บันทึกไว้เพื่อวิเคราะห์ได้อย่างเป็นหลักฐาน สามารถอ่านทบทวนข่าวและความรู้ได้ หนังสือพิมพ์จะช่วยให้ผู้อ่านเป็นประจำได้ฝึกหัดใช้วิจารณญาณได้ทราบเหตุการณ์ และ ความเปลี่ยนแปลงของโลกอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ การศึกษาดังกล่าว ยังตรงกับ มณฑิรา อินคชสาร (2539: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเปรียบเทียบปริมาณข้อมูลที่อ่าน ความจำและความพึงพอใจของผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่าผู้อ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์สามารถอ่านข่าวในระดับความนำได้มากกว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ แต่เมื่อเทียบกับการอ่านข่าวถึงระดับเนื้อหาแล้ว พบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเนื้อหาข่าวได้มากกว่า กล่าวคือผู้อ่านสามารถอ่านเนื้อหาของข่าวที่สนใจได้ทันที ในขณะที่ผู้อ่านข่าวหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องค่อยๆ อ่านหัวข้อข่าวที่วางเรียงกันไปทีละหัวข้อก่อน จนกว่าจะพบข่าวที่สนใจแล้วจึงค่อยคลิกที่หัวข้อข่าว เพื่อเข้าไปอ่านข่าวนั้น ๆ

2.4 ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

2.4.1 ความพึงพอใจในกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้อ่านทั้ง Bangkok Post และ The Nation พึงพอใจกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เหมือนกัน โดยมีความพึงพอใจในการแจกสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) มากที่สุด รองลงมาคือ การลดราคาค่าสมาชิก และ การแถมร่วมกับสินค้าบริการอื่นๆ (Premium) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ของ Kotler (1997: 92 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2541: 84) ประกอบด้วย 1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ 2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา 3. สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางจัดจำหน่าย และ 4. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดดังกล่าว สามารถสร้างความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี ซึ่งอาจจะเป็นเพราะผู้อ่านส่วนใหญ่ไม่ต้องการบริโภคข่าวจากหนังสือพิมพ์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องการสิ่งที่เพิ่มพูนมากกว่า

เช่น การได้รับสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) หรือ การได้รับการแถมสินค้าหรือบริการอื่นๆ (Premium) โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม แม้กระทั่งการลดราคาค่าสมาชิก ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่พึงประสงค์สำหรับผู้อ่าน

2.4.2 ความพึงพอใจด้านเนื้อหา และรูปแบบของหนังสือพิมพ์

1) ความพึงพอใจด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation ต่างก็มีความพึงพอใจในรูปแบบของหนังสือพิมพ์ระดับมาก จะแตกต่างกัน คือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post พึงพอใจในความทันสมัยของข่าวมากที่สุด รองลงมาคือ ความรวดเร็วของข่าว ในขณะที่ความละเอียด/การเจาะลึกของบทความ ผู้อ่านพึงพอใจมาก ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดกว่าประเด็นอื่นๆ ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ The Nation พึงพอใจในความรวดเร็วของข่าวมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ส่วนความละเอียด/การเจาะลึกของบทความ ผู้อ่านพึงพอใจมาก ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดกว่าประเด็นอื่น ๆ เช่นเดียวกันกับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นความพึงพอใจของผู้อ่านในระดับมากเหมือนกัน ในส่วนที่แตกต่างกัน คือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post พึงพอใจความทันสมัยของข่าวมากที่สุด รองลงมา คือ ความรวดเร็วของข่าว ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ The Nation พึงพอใจ ความรวดเร็วของข่าวมากที่สุด รองลงมา คือ การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย จากผลวิจัยที่ได้ดังกล่าว สอดคล้องกับผลวิจัยของ พรศุภร์ พิพัฒน์วิไลกุล (2542: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง พฤติกรรม การเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งเขียนเยอะเปี๊ยะ” ว่า ความคาดหวังโดยรวม ที่ต้องการให้นำเสนอทุกๆ ไปอยู่ในระดับมากพอสมควร เรื่องที่มีความต้องการมากที่สุดได้แก่ ความต้องการให้นำเสนอข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น และนำเสนอข่าวที่สดและรวดเร็วมากขึ้น และการนำเสนอข่าวสารที่อ่านง่าย ทั้งในแง่การใช้ภาษาและรูปแบบการเขียน นอกจากนี้ อาจจะเป็นเพราะผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษทั้ง Bangkok Post และ The Nation พึงพอใจในเนื้อหา ซึ่งขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละบุคคล แต่ผู้อ่านมีความพึงพอใจความละเอียด/การเจาะลึกของบทความ ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดเช่นเดียวกัน คงเป็นเพราะผู้อ่านส่วนใหญ่ มีเวลาน้อย ไม่เพียงพอที่จะอ่านแบบเจาะลึก

2) ความพึงพอใจในด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation ต่างก็พึงพอใจในรูปแบบของหนังสือพิมพ์ในระดับมากเหมือนกัน โดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post พึงพอใจความสะดวกในการอ่านมากที่สุด รองลงมาคือ ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว ด้านสีสันของหนังสือ พบว่าผู้อ่านพึงพอใจ ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุด ส่วนผู้อ่านหนังสือพิมพ์ The Nation พึงพอใจใน รูปเล่ม/ภาพประกอบเหมาะสม ขนาดตัวอักษรเหมาะสม และความสะดวกในการอ่าน มากที่สุดเท่ากันในขณะที่ สีสันของหนังสือ พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจ ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดเช่นเดียวกันกับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post

จากผลวิจัย สามารถกล่าวได้ว่า ผู้อ่านพึงพอใจในรูปแบบตามความพึงพอใจของแต่ละบุคคล โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานความสะดวกในการอ่าน จุดเด่น จุดด้อยของแต่ละฉบับ หรือประโยชน์ในการใช้ ซึ่งสอดคล้องกับ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1981 อ้างถึงใน สุภนิษฐ์ วงศ์ทางสวัสดิ์ 2542: 26) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเลือกในการสื่อสารว่ามาจาก 5 ประการคือ 1. ความสะดวกในการใช้ 2. ความเด่น 3. ประสิทธิภาพของผู้อ่าน 4. การใช้ประโยชน์ และ 5. การศึกษาและสถานะทางสังคม อย่างไรก็ตาม ผู้อ่านพึงพอใจในลีลาของหนังสือ ด้วยค่าเฉลี่ยต่ำสุดเช่นกัน คงเป็นเพราะผู้อ่านส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาสาระข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ไม่ได้มุ่งเน้นความสวยงามที่ลีลา

2.5 ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

ผลวิจัยพบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ Bangkok Post และ The Nation ต้องการให้ปรับปรุงด้านความรวดเร็ว ด้านความถูกต้องน่าเชื่อถือ และด้านความละเอียด/เจาะลึก บ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ต้องการความรวดเร็วของการนำเสนอข่าว พร้อมกับมีความละเอียด/เจาะลึกในขณะเดียวกัน ผู้อ่านก็ต้องการข่าวที่มีความถูกต้องน่าเชื่อถือ ซึ่งจัดเป็นคุณลักษณะข่าวที่ดี ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิด ของ มาลี บุญศิริพันธ์ (2534 : 43-44) กล่าวถึงคุณลักษณะของข่าวที่ดี ประกอบด้วย 1. ความถูกต้อง (Accuracy) 2. ความสมดุล (Balance) 3. ความเป็นกลาง (Objectivity) 4. ความกระชับชัดเจน (Conciseness) และ 5. ความรวดเร็ว (Immediacy) นอกจากนี้ยังตรงกับ Cassatta อ้างถึงใน กฤติณี ประชาบาล (2539: 14) ได้กล่าวถึงสมาคมบรรณาธิการหนังสือพิมพ์แห่งสหรัฐอเมริกา (The American Society of Newspaper Editors) ที่บัญญัติหลักจรรยาบรรณเกี่ยวกับความถูกต้องว่า เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการรายงานข่าว และ หัวข่าวหนังสือพิมพ์จะต้องสอดคล้องหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเนื้อข่าวที่ตามมา

จากผลการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ ที่พบว่าไม่มีพฤติกรรมอ่านในเรื่องระยะเวลาในการอ่าน ความถี่ในการอ่าน เวลาอ่านเฉลี่ยต่อวัน และลักษณะการอ่านไม่แตกต่างกันของการวิจัยนี้ อาจเป็นไปได้ว่า สถานการณ์ชีวิตในสังคมปัจจุบันแตกต่างจากในอดีตมาก ทำให้วิถีชีวิตระหว่างชายและหญิงไม่แตกต่างกัน ความเสมอภาคระหว่างชายและหญิงมีมากขึ้น ผู้หญิงมีการศึกษาและอาชีพระดับเดียวกับผู้ชาย จึงทำให้พฤติกรรมอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษไม่แตกต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับ ประคอง นาควานิช (2513: 96-97) ที่ศึกษา การอ่านหนังสือพิมพ์รายวันของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดพระนครและธนบุรี ซึ่งพบว่าต่างกัน ไม่นัก โดยนักเรียนอาชีวศึกษาชายใช้เวลาอ่านหนังสือพิมพ์แต่ละวันมากกว่านักเรียนอาชีวศึกษาหญิง นักเรียนอาชีวศึกษาชายอ่านเฉพาะข่าวหรือบทความหรือรายการแจ้งความที่สนใจ ซึ่งแตกต่างไปจากนักเรียนอาชีวศึกษาหญิง ซึ่งส่วนใหญ่อ่านเพียงพาดหัวข่าว และรายละเอียดของข่าวที่ติดตามมาบ้าง นอกจากนี้ การทดสอบสมมติฐาน

ด้านเพศที่พบว่าไม่แตกต่างกัน ยังขัดแย้งกับ รมย์ อุปรมย์ (2512: 79) ที่ศึกษาความสนใจของอาจารย์มหาวิทยาลัย ที่มีต่อหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาอังกฤษและภาษาไทย ในกรุงเทพมหานคร พบว่า อาจารย์หญิงมีเปอร์เซ็นต์การอ่านหนังสือพิมพ์ที่บ้าน และห้องสมุด สูงกว่าอาจารย์ชาย ในขณะที่ อาจารย์ชายมีเปอร์เซ็นต์การอ่านหนังสือพิมพ์ในที่ทำงานมากกว่าอาจารย์หญิง อาจารย์หญิงจะอ่านหนังสือพิมพ์ในระยะเวลาสั้นมีเปอร์เซ็นต์สูงกว่าอาจารย์ชาย คือ จะอ่านเพียง 5-20 นาทีเท่านั้น ในขณะที่อาจารย์ชายจะอ่านตั้งแต่ 21 นาที - มากกว่า 30 นาที ดังนั้น อาจารย์หญิง ซึ่งอ่านหนังสือในระยะเวลาสั้น จึงสามารถอ่านได้เพียงพาดหัวข่าวและข่าวที่ติดตามมาบ้าง มีเปอร์เซ็นต์สูงกว่าอาจารย์ชาย

สำหรับ ผลการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ ของงานวิจัยนี้ ที่พบว่าเกิดแรงจูงใจในการอ่านไม่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเนื่องจากว่า ปัจจุบันนี้ เพศหญิงมีการศึกษา อาชีพ และรายได้ไม่แตกต่างกับเพศชาย ดังนั้น แรงจูงใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ที่เป็นไปเพื่อการพัฒนาความรู้ทั้งด้านภาษาอังกฤษ เพิ่มพูนความรู้รอบตัว และความรู้ข่าวสารต่างประเทศ ของเพศชาย และเพศหญิงจึงไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ นรินทร์ บุญชู (2520: 90) ที่ศึกษา “การศึกษาความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” พบว่า นิสิตชายและนิสิตหญิง มีเหตุผลคล้ายคลึงในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ กล่าวคือ นิสิตชายและนิสิตหญิง อ่านหนังสือพิมพ์เพื่อปรับปรุงในด้านการใช้ภาษาอังกฤษ และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาโดยตรง และผลการทดสอบสมมติฐานด้านเพศดังกล่าว ยังสอดคล้องกับ แสงรพี ภัทรกิจกุลธร (2543: 110) ที่ศึกษาการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อ ด้านเพศต่างกัน มีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษไม่แตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

3.1.1 ในฐานะที่สื่อมวลชน เป็นกระบอกส่งสถานการณ์ ความเคลื่อนไหวในสังคมองค์กรหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ควรตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยมีจรรยาบรรณของนักหนังสือพิมพ์ พร้อมกับวางเนื้อหา และรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ให้มีความหลากหลาย ทันสมัย ความรวดเร็ว ความถูกต้องน่าเชื่อถือ และความละเอียด/การเจาะลึก โดยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนผู้อ่านในสังคม

3.1.2 ในด้านที่เป็นธุรกิจสิ่งพิมพ์ องค์กรหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ควรตระหนักถึงกลยุทธ์ ด้านการตลาด 4 P คือ หนังสือพิมพ์ (Product) ราคาที่เหมาะสม (Price) สถานที่สะดวก (Place) และ การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อให้ยอดขายหนังสือพิมพ์สูงขึ้น อันจะก่อให้เกิดรายได้จากค่าโฆษณา ซึ่งเป็นรายได้หลักของธุรกิจหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ยังต้องศึกษาพฤติกรรมผู้อ่าน เพื่อที่จะทราบความต้องการ และสิ่งที่เป็นแรงจูงใจของผู้อ่านเพื่อตอบสนองความต้องการ ให้ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจสูงสุด

3.1.3 ในด้านคุณภาพและความทันสมัย เนื่องจากในปัจจุบัน มีสื่อสารสนเทศอื่นๆ มากมาย เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี เป็นต้น ซึ่งสามารถเสนอข่าวสารข้อมูลได้รวดเร็ว และทันเหตุการณ์ ดังนั้น หนังสือพิมพ์จะต้องปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อรักษาคุณค่าของความเป็นหนังสือพิมพ์ที่สามารถยืนหยัดอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันของธุรกิจอย่างรุนแรงในโลกของเทคโนโลยีสารสนเทศปัจจุบัน

3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในด้านกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด สำหรับเจ้าของธุรกิจที่มีทั้งหนังสือพิมพ์ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.2.2 ควรมีการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในด้านเนื้อหาของข่าวแต่ละประเภท เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวสังคม

3.2.3 ควรมีการสัมภาษณ์ผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในระดับลึก (Depth Interview) กับการ Focus Group เพื่อให้ผู้อ่านมีโอกาสดекแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่

3.2.4 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของหนังสือพิมพ์ ภาษาอังกฤษ Bangkok Post และ The Nation และศึกษาถึงผลกระทบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ที่มีผลต่อยอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ ทั้ง 2 ฉบับ ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาทั้งสื่อหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในอนาคต

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤตินี ประชาบาล “อิทธิพลของหัวข้อหนังสือพิมพ์ที่มีต่อความสนใจ การตีความ และความเชื่อถือของผู้อ่าน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2539
- กาญจนา กาญจนทวี “แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2542
- กิตติมา พิมพ์เสน “รูปแบบและการสื่อความหมายของปกนิตยสารข่าว” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2541
- จันทร์ฉัตร อุดมสิน “การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้อ่านบทวิเคราะห์การเมืองของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและข่าวสด” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2541
- จ่านอง วิบูลย์ศรี และดวงทิพย์ วรพันธุ์ “หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ในประเทศไทย” ใน *รายงานผลการวิจัยทุนอุดหนุนเพื่อเพิ่มพูนและพัฒนาประสิทธิภาพทางวิชาการ ลำดับที่ 13* หน้า 1 กรุงเทพมหานคร ฝ่ายวิจัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2530
- ชวลี อินมั้น “การอ่าน...สู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต” ใน *เอกสารทางวิชาการเพื่อพัฒนางานห้องสมุดประชาชน* หน้า 27 ฝ่ายการศึกษาข้อมูลข่าวสาร หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์การศาสนา 2533
- ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์ “เนื้อหาข่าวและแนวทางการคัดเลือกข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2534
- ครุณี หิรัญรักษ์ *การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์* กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2543
- ทะเบียนกลางกรุงเทพมหานคร, สำนักงาน “สถิติจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสำนักงานเขต จำนวน 50 เขต” กรุงเทพมหานคร สำนักงานทะเบียนกลาง กรุงเทพมหานคร 2543 (อัปเดต)

- ทรงวิทย์ กุลศักดิ์สินนท์ “บทบาทหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันในการให้การศึกษาด้านธุรกิจกับความพึงพอใจของนักศึกษา “คู่แข่ง MINI MBA” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2541
- ธงชัย สันติวงษ์ *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด* กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิช 2540
- นพพร ปรีปฎณะ “การศึกษาความสนใจของนิสิตมหาวิทยาลัยในพระนครต่อเรื่องต่างๆ ในหนังสือพิมพ์รายวัน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2509
- นรินทร์ บุญชู “การศึกษาความสนใจในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและภาษาอังกฤษของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2520
- นฤมล มังคลิกุล “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมและประชากรกับความถี่และความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2534
- บุญส่ง แก้วรากมูข “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันกับการนำเอาเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์มาใช้เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนระดับประถมศึกษา” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2537
- ประคอง นาควานิช “การศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันของนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดพระนครและธนบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2513
- ประไพ ไกรษรโกวิทย์ “การปรับตัวของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ เพื่อการแข่งขันในสังคมข่าวสาร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2540
- ประพจน์ ณ บางช้าง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของหนังสือพิมพ์กีฬารายวัน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2539

- ปัญญา จันทรา “การปรับกลยุทธ์การจัดจำหน่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์
 ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2542
- ไพบรียา ดันติวังศ์ “กลยุทธ์การแข่งขันของ นสพ. บางกอกโพสต์และเดอะเนชั่น ผ่านการจัดทำ
 นิตยสารแทรก Real Time & Weekend กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ
 ผู้รับสาร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์
 ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2541
- พรศุภกร พิพัฒน์วิไลกุล “ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้อ่าน
 หนังสือพิมพ์ ซิงเกิ้ลเยอะเป้า” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขา
 วิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย 2542
- มณฑิรา อินคชสาร “การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์และหนังสือพิมพ์ออนไลน์: ศึกษาเปรียบเทียบ
 ปริมาณข้อมูลที่ได้อ่าน ความจำ และความพึงพอใจของผู้อ่าน” วิทยานิพนธ์ปริญญา
 โทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย 2539
- มาลี บุญศิริพันธ์ **หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น** กรุงเทพมหานคร ประกายพริก 2534
- ยุทธนา ธรรมเจริญ “หน่วยที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค” ใน **ประมวลสาระชุดวิชา
 การวิเคราะห์ วางแผน และควบคุมทางการตลาด Marketing Analysis Planning and
 Control** หน้า 187-209 นนทบุรี สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัย
 ธรรมาราช 2544
- บุบล เบ็ญจรงค์กิจ **การวิเคราะห์ผู้รับสาร** กรุงเทพมหานคร คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย 2534
- รมย์ อุปรมย์ “การศึกษาความสนใจของอาจารย์มหาวิทยาลัย ที่มีต่อหนังสือพิมพ์รายวันฉบับ
 อังกฤษ และภาษาไทยในกรุงเทพฯ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
 แผนกวิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2512
- รัชณี วงศ์ปิ่นนันทกุล “เนื้อหา โครงสร้างรูปแบบและบทบาทหน้าที่ของหน้าบรรณาธิการใน
 หนังสือพิมพ์รายวัน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
 การหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 2541

- วันทนี้อย่างศักดิ์สิทธิ์ “ความคาดหวังความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา” วิทยานิพนธ์ปริญญา
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2533
- วิวัฒน์ ใจเที่ยง *การอ่านหนังสือพิมพ์ NEWSPAPER READING* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์
โอเคียนสโตร์ 2539
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ *กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา* กรุงเทพมหานคร
ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ 2541
- สุนิตย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ “ลักษณะเนื้อหา พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์ของเยาวชนไทย
จากบางกอกโพสต์ สตีเวนส์ตัน วีคลี่และเนชั่นจูเนียร์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2542
- สมฤดี มณีรัตน์พร นิภา ไหลสุภสิน และนำชัย ชิวศรีรุ่งเรือง “การตัดสินใจสมัครเป็นสมาชิก
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ (ฉบับภาษาไทย) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2541
- สิริทิพย์ ชันสุวรรณ *การหนังสือพิมพ์เบื้องต้น INTRODUCTION TO JOURNALISM*
กรุงเทพมหานคร ภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2539
- สิริพร จิตรักษ์ธรรม “การเปิดรับและการให้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ และนิตยสารด้าน
ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออก” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2537
- สุกัญญา ตีระวนิช *ประวัติการหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยภายใต้ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช
(พ.ศ. 2325 – 2475)* กรุงเทพมหานคร ไทยวัฒนาพานิช 2520
- สุชีลา เตชาภิวัฒน์พันธุ์ “การศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยของนักศึกษาวิทยาลัยครู
จันทระเกษม” วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2524

สุภาพงศ์ ระรวยทรง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2535

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์* กรุงเทพมหานคร คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา 2542

แสงรพี ภัทรกิจกุลธร “การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2543

อดุลย์ จาตุรงค์กุล *พฤติกรรมผู้บริโภค* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2543

Julian, Adams. *Press Time*. 2nd ed. New York: Prentice Hall, 1959.

Katz E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M. “Utilization of Mass Communication by the Individual.” In *the Uses of Mass Communications Current Perspectives on Gratifications Research*. London: Sage Publications, Beverly Hill, 1974.

Kotler, philip. *Marketing management : The Millennium Edition*. New Jersey: A Simon & Schuster Company, 2000.

Newsom, Doug, and Wollert, James A. *Media Writing: News For the Mass Media*. Belmont California: Wadsworth Publishing Company, 1985.

Schiffman L.G. and Kanuk LL. *Consumer Behavior*. 3rd ed. New Jersey: Prentice – Hall, 1987.

Taro Yamane, *Statistics an Introductory Analysis*. Third Edition. New York: Harper & Row Publishers, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามโครงการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช จุดประสงค์เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มี 5 ส่วน จำนวน 5 หน้า มีรายละเอียด ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ
- ส่วนที่ 5 ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านหรือตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
2. อายุ 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 20-30 ปี 3) 31-40 ปี
 4) 41-50 ปี 5) 51-60 ปี 6) 61 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี
 3) ปริญญาโท 4) ปริญญาเอก
4. อาชีพ
 1) นักศึกษา 2) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัท 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ต่อเดือน
 1) ไม่เกิน 10,000 บาท 2) 10,001-30,000 บาท 3) 30,001-50,000 บาท
 4) 50,001-70,000 บาท 5) 70,001-90,000 บาท 6) 90,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

6. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษฉบับใด (ถ้าอ่านทั้งสองฉบับกรุณาเลือกตอบฉบับที่อ่านบ่อยที่สุด)

- 1) Bangkok Post 2) The Nation

7. ท่านซื้อหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษโดยวิธีใด

- 1) เป็นสมาชิก 2) ซื้อจากแผงประจำ
 3) ไม่แน่นอน โดยซื้อจากร้านที่สะดวกที่สุด

8. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ รายวันภาษาอังกฤษมาเป็นระยะเวลานานเท่าใด

- 1) น้อยกว่า 1 ปี 2) 1 ปี - 3 ปี 3) มากกว่า 3 ปี - 6 ปี
 4) มากกว่า 6 ปี - 10 ปี 5) มากกว่า 10ปี - 20 ปี 6) 20 ปีขึ้นไป

9. ความถี่ในการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษของท่าน

- 1) 1-2 วัน/สัปดาห์ 2) 3-4 วัน/สัปดาห์ 3) 5-6 วัน/สัปดาห์
 4) ทุกวัน/สัปดาห์ 5) อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ระยะเวลาที่ท่านอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษโดยเฉลี่ยต่อวัน

- 1) น้อยกว่า ½ ชั่วโมง 2) ½ - 1 ชั่วโมง 3) มากกว่า 1-2 ชั่วโมง
 4) มากกว่า 2-3 ชั่วโมง 5) มากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป

11. ช่วงเวลาที่ท่านอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษเป็นประจำ

- 1) เวลาเข้าก่อนเข้างาน 2) เวลาพักกลางวัน 3) ระหว่างเวลางาน
 4) หลังเลิกงาน 5) ไม่แน่นอนแล้วแต่มีเวลาว่าง

12. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษเมื่อใด

- 1) เฉพาะวันทำงาน 2) เฉพาะวันหยุดสุดสัปดาห์
 3) ทั้งวันทำงานและวันหยุดสุดสัปดาห์ 4) อื่นๆ โปรดระบุ

13. สถานที่ที่ท่านอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษเป็นประจำ

- 1) ที่บ้าน 2) ในพาหนะระหว่างเดินทาง
 3) ที่ทำงาน 4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

14. ลักษณะการอ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษของท่าน โดยส่วนใหญ่มีลักษณะการอ่าน คือ
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) อ่านเฉพาะหัวข้อข่าว | <input type="checkbox"/> 2) อ่านข่าวหรือคอลัมน์ที่สนใจแบบผ่านๆ |
| <input type="checkbox"/> 3) อ่านรายละเอียดในคอลัมน์ที่สนใจ | <input type="checkbox"/> 4) อ่านทั้งฉบับแบบผ่านๆ |
| <input type="checkbox"/> 5) อ่านทั้งฉบับแบบละเอียด | <input type="checkbox"/> 6) ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส |

ส่วนที่ 3 : แรงจูงใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

15. แรงจูงใจที่ต้องการอ่าน	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15.1 ต้องการศึกษทักษะและพัฒนาภาษาอังกฤษ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.2 ต้องการเพิ่มพูนความรู้รอบตัว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.3 พาดหัวข่าวน่าสนใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.4 ติดตามสถานการณ์ประจำวัน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.5 ต้องการความรวดเร็วของข่าวสาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.6 ต้องการข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.7 ต้องการข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.8 ต้องการข่าว/บทความที่วิเคราะห์เจาะลึก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.9 ต้องการข้อคิดเห็นที่มีจุดยืนเป็นกลาง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.10 ต้องการเนื้อหาข่าว/ บทความหลากหลาย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.11 ต้องการทราบข่าวต่างประเทศ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.12 ต้องการสมัครงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.13 ต้องการความบันเทิง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.14 ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 4 : ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

16. กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดข้อใดต่อไปนี้ที่ท่านพึงพอใจ (โปรดเลือกเพียง 3 ข้อโดยเขียนตัวเลข 1, 2, 3 ในกรอบ หน้าข้อความที่ท่านพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) การแจกสิ่งพิมพ์ฉบับพิเศษ (Supplement) | <input type="checkbox"/> 2) การลดราคาค่าสมาชิก |
| <input type="checkbox"/> 3) การขายรวมกับนิตยสารฉบับอื่น | <input type="checkbox"/> 4) การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ |
| <input type="checkbox"/> 5) การแถมร่วมกับสินค้าหรือบริการอื่น (Premium) | <input type="checkbox"/> 6) การใช้พนักงานขายตรง |
| <input type="checkbox"/> 7) กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การชิงโชค | <input type="checkbox"/> 8) การมีส่วนร่วมงานนิทรรศการต่างๆ |

ความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

17. ด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17.1 ความรวดเร็วของข่าว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.2 ความละเอียด/การเจาะลึกของข่าว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.3 ความละเอียด/การเจาะลึกของบทความ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.4 ความถูกต้องของข้อมูล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.5 ความทันสมัยของข่าว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.6 ความทันสมัยของบทความ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.7 ความหลากหลายของเนื้อหา	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17.8 ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. ด้านรูปแบบของหนังสือพิมพ์

18.1 รูปเล่ม / ภาพประกอบเหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.2 สีสันของหนังสือ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.3 การจัดหน้ามีความเหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.4 ขนาดตัวอักษรเหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.5 ความชัดเจนของการจัดหมวดหมู่ข่าว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18.6 ความสะดวกในการอ่าน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ด้านเนื้อหาและรูปแบบ

.....

.....

.....

ด้านอื่น ๆ

.....

.....

ส่วนที่ 5 : ความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

20. ท่านต้องการให้หนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ ปรับปรุงด้านเนื้อหาในหัวข้อข่าว/บทความต่อไปนี้อย่างไร โดยใส่คะแนนตั้งแต่ 1 – 5, คะแนน 5 = ต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด
4 = ต้องการให้ปรับปรุงมาก, 3 = ต้องการให้ปรับปรุงปานกลาง
2 = ต้องการให้ปรับปรุงน้อย, 1 = ต้องการให้ปรับปรุงน้อยที่สุด
(โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านไม่ต้องการให้ปรับปรุง หรือ ไม่ได้อ่าน)

หัวข้อข่าว/บทความ	ใส่คะแนนตั้งแต่ 1 – 5			เขียนเครื่องหมาย ✓	
	ความรวดเร็ว	ความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	ความละเอียด/การเจาะลึก	ไม่ต้องการให้ปรับปรุง	ไม่ได้
1 ข่าวหน้าหนึ่ง					
2 ข่าวธุรกิจ/เศรษฐกิจ/การเงิน/การธนาคาร					
3 ข่าวการเมือง					
4 ข่าวต่างประเทศ					
5 ข่าว/บทความเกี่ยวกับรถยนต์					
6 ข่าวกีฬา					
7 ข่าวสังคม/บันเทิง					
8 ข่าวเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์/คอมพิวเตอร์					
9 ข่าวสุขภาพ/พลาณามัย/สิ่งแวดล้อม					
10 ข่าวการท่องเที่ยว					
11 ข่าวการศึกษาและอาชีพ					
12 สารคดี/บทความ					
13 บทบรรณาธิการ/บทวิเคราะห์/บทวิจารณ์					
14 จดหมายจากผู้อ่าน					
15 อื่นๆ โปรดระบุ					

ขอขอบคุณที่กรุณาสละเวลาของท่านในการตอบแบบสอบถาม ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะทุกประการจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำวิจัยเพื่อการศึกษา และเป็นแนวทางนำเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการปรับปรุงเนื้อหา และรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ให้ตรงกับความต้องการของท่านผู้อ่านต่อไป

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
สำนักบรรณสารสนเทศ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางประภา ชาญอนุเดช
วัน เดือน ปีเกิด	16 มกราคม 2490
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก
ประวัติการศึกษา	บช.บ. (บัญชี) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พ.ศ. 2512
สถานที่ทำงาน	บริษัท โพลัส พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) คลองเตย กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่ง	ผู้จัดการแผนกจัดซื้อ