

การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสาร
จากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก



นางสาวสิริพร จิตรักษ์ธรรม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการหนังสือพิมพ์

บัณฑิตวิทยาลัย จฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2537

ISBN 974-584-038-6

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I14140304

**EXPOSURE AND UTILIZATION OF NEWS
IN BUSINESS NEWSPAPERS AND MAGAZINES BY EXPORTERS**

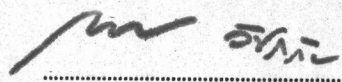
Miss Siriporn Jitrugtham

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Journalism
Graduate School
Chulalongkorn University
1994
ISBN 974-584-038-6**

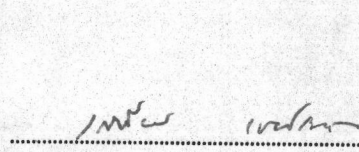
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
ด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก
โดย นางสาวสิริพร จิตรักษ์ธรรม
ภาควิชา การหนังสือพิมพ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิรโสภณ

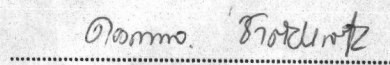


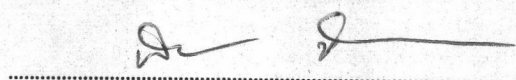
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร. ดาวร วิชราภัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสถียร เขยประทับ)


..... กรรมการ
(ดร. ดวงกมล ชาติประเสริฐ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิรโสภณ)



พิมพ์ต้นฉบับบทความวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

สิริพร จิตรภักษ์ธรรม : การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร
ด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก (EXPOSURE AND UTILIZATION OF NEWS IN
BUSINESS NEWSPAPERS AND MAGAZINES BY EXPORTERS) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.พีระ
จิรโสภณ, 139 หน้า. ISBN 974-584-038-6

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการเปิดรับ
ข่าวสารด้านธุรกิจ และหาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความ
พึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก

ผลการวิจัยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย พบว่าผู้ประกอบธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวสารจาก
หนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร และเคเบิลทีวี โดยมีแรงจูงใจด้านการ
รับทราบความคิดเห็น การใช้ประโยชน์ด้านวิเคราะห์ข้อมูล และความพึงพอใจด้านความบันเทิงจากสื่อโทรทัศน์
มากที่สุด

การวิจัยยังพบว่าระดับอายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับ
หนังสือพิมพ์ด้านธุรกิจแตกต่างกัน นอกจากนี้ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน การเป็นเจ้าของธุรกิจที่แตกต่าง
กัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

สำหรับแรงจูงใจนั้น พบว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในแง่ต่อตนเองสูงสุด ($r=0.55$) ซึ่ง
เท่ากับในแง่เพื่อความบันเทิง โดยมีความแปรปรวนร่วมกันหรือระดับแรงจูงใจสามารถอธิบายระดับการใช้
ประโยชน์ในเรื่องดังกล่าวได้ 30% ส่วนในแง่เพื่อการติดตามข่าวสารนั้นความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำสุด
($r=0.19$) โดยมีความแปรปรวนร่วมกันเพียง 4% นอกจากนี้แรงจูงใจในแง่เพื่อประโยชน์ต่อตนเองจากการเปิดรับ
สื่อหนังสือพิมพ์นั้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องเดียวกันอยู่ในระดับสูงกว่าด้านอื่นๆ ($r=0.42$) คือมี
ความแปรปรวนร่วมกัน 18% และแรงจูงใจในแง่เพื่อการรับทราบความคิดเห็นนั้น พบว่าจากสื่อเคเบิลทีวี
มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจดังกล่าวต่ำสุด ($r=0.14$, ความแปรปรวนร่วมกัน 2%) ซึ่งอยู่ในระดับเดียวกัน
กับกรณีของสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร/วารสารในแง่เพื่อความบันเทิง

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างระดับการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจในแง่เพื่อการบริหารงานนั้น พบ
ความสัมพันธ์ในสื่อหนังสือพิมพ์สูงสุด ($r=0.35$) โดยสามารถอธิบายร่วมกันได้ 12% นอกจากนี้พบว่าในแง่เพื่อ
ความบันเทิงนั้น ความสัมพันธ์ของตัวแปรคู่ดังกล่าวมีค่าต่ำที่สุดในกรณีของสื่อเคเบิลทีวี ($r=0.17$, ความแปรปรวน
ร่วมกัน 3%)

ภาควิชา การหนังสือพิมพ์
สาขาวิชา การหนังสือพิมพ์
ปีการศึกษา 2536

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C250088 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: EXPOSURE/ MOTIVATION/ UTILIZATION/ GRATIFICATION/ BUSINESS NEWS

SIRIPORN JITRUGHAM: EXPOSURE AND UTILIZATION OF NEWS IN BUSINESS NEWSPAPERS AND MAGAZINES BY EXPORTERS. THESIS ADVISOR: ASSO.PROF. PIRA CHIRASOPONE, Ph.D. 139 pp. ISBN 974-584-038-6

This study is aimed to analyze the variation among exporters respondents on mass media, exposure and to find out the relationship between the exporters' motivation, utilization, and gratification of business information in newspapers and magazines.

The results show that exporters received most business news from newspapers, television, radio, magazines and cable T.V. respectively. Television media demonstrated the respondents' greatest motivation in obtaining variety of opinion, the highest utilization of analyzed data, and the biggest satisfaction on entertainment contents.

Differences on respondents' ages, educational levels, and monthly incomes indicated the significant differences on general media exposure. Moreover, differences on educational levels, monthly incomes and business ownerships indicated the significant differences on magazine media exposure.

Regarding the relationship between motivation and utilization, the highest correlation coefficient ($r=0.55$) was found in two aspects: self-aggrandizement and entertainment. This shows that the respondents' utilization of mass media could be explained by their motivation about 30%. On the other hand, their lowest relationship was discovered in the aspect of news watching ($r=0.19$, and variation at 4%).

In regard to the relationship between motivation and gratification, findings reveal the highest correlation in exposure to newspaper media concerning the self-aggrandizement. ($r=0.42$, and variation at 18%) In contrast, the lowest correlation was found in exposure to cable T.V. media in terms of obtaining opinion and in newspaper and magazine media in case of entertainment ($r=0.14$, variation at 2%).

With regard to the relationship between utilization and gratification, results point out that newspaper exposure produced the highest correlation with respect to the utility for administrative purposes ($r=0.35$, variation at 12%). On contrary, cable T.V. media produced the lowest relation in terms of entertainment ($r=0.17$, variation at 3%).

ภาควิชา..... JOURNALISM
สาขาวิชา..... JOURNALISM
ปีการศึกษา..... 1993

ลายมือชื่อนิติ.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ก็ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจากบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รศ.ดร. พีระ จิโรสมณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องอย่างละเอียดและให้กำลังใจตลอดมา อันส่งผลให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งแก่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างยิ่งพร้อมทั้ง รศ.ดร. เสถียร เขยประทับ ที่เมตตาเป็นประธานกรรมการสอบ และดร. ดวงกมลชาติประเสริฐ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับทุนบางส่วนมาจากการอุดหนุนของบัณฑิตวิทยาลัย จึงขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัยมา ณ ที่นี้ด้วย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในน้ำใจของพี่ๆ และน้องที่กรมส่งเสริมการส่งออกที่คอยช่วยในการจัดเรียงข้อมูลสำหรับการพิมพ์ เพื่อนๆ ภาควิชาการ หนังสือพิมพ์ที่คอยเป็นกำลังใจในยามที่ผู้วิจัยเกิดความท้อแท้ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ที่ให้ความช่วยเหลือในการสืบค้นหาข้อมูล

อนึ่งขอกราบเท้าบิดา มารดา ที่คอยกระตุ้นและเป็นแรงสนับสนุนอันสำคัญยิ่งให้ผู้วิจัยเกิดความมานะบากบั่น จนกระทั่งสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลงได้ด้วยดี

สิริพร จิตรักษ์ธรรม

สารบัญ



ช

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ท

บทที่

1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ปัญหาคำถามการวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	7
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	9
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดด้านการเปิดรับและแสวงหาข่าวสาร.....	10
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	12
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. ระเบียบวิธีการวิจัย.....	24
กำหนดประชากร.....	24
เลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	25
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	33
4. ผลการวิจัย.....	36
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนทั่วไป.....	43
- ระดับความถี่ในการเปิดรับตามประเภทของสื่อต่าง ๆ.....	43
- เนื้อหาและปริมาณที่เปิดรับจากสื่อทั่วไป.....	46
ตอนที่ 3 การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ.....	48
- หนังสือพิมพ์แนวทั่วไปประเภทรายวัน ที่มีหน้าธุรกิจและเศรษฐกิจ.....	48
- หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจประเภทรายวัน ราย 3 วันและรายสัปดาห์.....	51
- นิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ ทั้งรายสัปดาห์และรายเดือน.....	55
- ความสนใจอ่านหรือติดตามเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจและเศรษฐกิจ...	58
- สิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจที่ผู้ประกอบการส่งออก สนใจและเห็นว่าเป็นประโยชน์.....	60
ตอนที่ 4 เหตุผลจูงใจในการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจและเศรษฐกิจ..	61
- เหตุจูงใจในการติดตามข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์.....	61

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 5 การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร.....	63
- การใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/ วารสารด้านธุรกิจ.....	63
ตอนที่ 6 การสนองความพึงพอใจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก.....	65
- ความพึงพอใจด้านต่าง ๆ จากข่าวสารในสื่อแต่ละประเภท....	65
ตอนที่ 7 การทดสอบสมมติฐาน.....	68
- สมมติฐานที่ 1.....	68
- สมมติฐานที่ 2.....	81
- สมมติฐานที่ 3.....	91
- สมมติฐานที่ 4.....	93
- สมมติฐานที่ 5.....	96
5. สรุปผลการศึกษาวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
สรุปผลการศึกษาวิจัย.....	101
อภิปรายผล.....	111
ข้อเสนอแนะ.....	116
บรรณานุกรม.....	118
ภาคผนวก.....	122
ก. จดหมายขอความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลในแบบสอบถาม.....	123
ข. แบบสอบถามการวิจัย.....	124
ประวัติผู้เขียน.....	139

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก.....	38
2	แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการเปิดรับ ข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนทั่วไป.....	44
3	แสดงอันดับของความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือเนื้อหาในสื่อมวลชนทั่วไป....	47
4	แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจ จากหนังสือพิมพ์แนวทั่วไป.....	49
5	แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ แนวธุรกิจเศรษฐกิจประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์.....	53
6	แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารธุรกิจและเศรษฐกิจ จากนิตยสาร/ วารสารด้านธุรกิจ.....	56
7	แสดงค่าเฉลี่ยของความสนใจอ่านหรือการติดตามเนื้อหาเกี่ยวกับ ธุรกิจและเศรษฐกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก.....	59
8	แสดงค่าเฉลี่ยของเหตุผลสนใจในการติดตามข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ ของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก.....	62
9	แสดงค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/ วารสาร ด้านธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก.....	64
10	แสดงค่าเฉลี่ยและอันดับของสื่อแต่ละประเภทที่ผู้ประกอบธุรกิจการส่งออก พึงพอใจข่าวสารด้านต่าง ๆ.....	66
11	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (T-Test) โดยการทดสอบ ความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างเพศกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์ แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	69
12	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับปริมาณ การเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	70
13	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบ ความแปรปรวน.....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	72
15	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน.....	73
16	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (T-Test) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างสาขาที่จบการศึกษากับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	74
17	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างรายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	75
18	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยภายหลังการทดสอบความแปรปรวน.....	76
19	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	77
20	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างการเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	78
21	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	79
22	แสดงค่าคำนวณ T-Test, F-Ratio สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันไปด้วย.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
23	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (T-Test) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างเพศกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	82
24	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	83
25	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	84
26	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างสาขาที่จบการศึกษากับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	85
27	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างรายได้ต่อเดือนกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	86
28	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างตำแหน่งการบริหารกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	87
29	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างการเป็นเจ้าของธุรกิจกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	88
30	แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างขนาดของหน่วยธุรกิจที่สังกัดกับปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	89
31	แสดงค่าคำนวณ T-Test, F-Ratio สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจแตกต่างกันไปด้วย.....	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
32	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ.....	92
32	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจด้านต่าง ๆ.....	95
34	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์กับความพึงพอใจ ด้านต่าง ๆ จากสื่อแต่ละประเภท.....	98

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ.....	35
2	กราฟแท่งแสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวธุรกิจ-เศรษฐกิจจากสื่อมวลชน ทั่วไป.....	45
3	กราฟแท่งแสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวธุรกิจ-เศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ ทั่วไป.....	50
4	กราฟแท่งแสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวธุรกิจ-เศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ แนวธุรกิจประเภทรายวัน ราย 3 วัน และรายสัปดาห์.....	54
5	กราฟแท่งแสดงค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวธุรกิจ-เศรษฐกิจจาก นิตยสาร/ วารสารแนวธุรกิจ-เศรษฐกิจ.....	57