บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง " การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ (วิทยุติดตามตัว)" สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากร (Demographic) ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และ อาชีพ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ และความต้องการติดตามข่าว ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- การเปิดรับสื่อเพจเจอร์ จำแนกตามความบ่อยครั้งของการติดตามอ่านข่าว โดยแบ่งข่าวออกเป็น 3 หมวดข่าวมีประเภทของข่าว 9 ประเภท
- การเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ ของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ จำแนกตามความบ่อยครั้งของการติดตามอ่านข่าว / ดูข่าว / ฟังข่าว
- การเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตามอ่านข่าว / ดูข่าว / ฟังข่าว จำแนกตามความต้องการติดตามข่าวประเภทต่าง ๆ โดยแบ่งข่าวออกเป็นประเภทของข่าว 9 ประเภท
- การจัดอันดับของข่าวตามความต้องการติดตามข่าวมากที่สุด แสดงเป็นคะแนนรวมสูงสุดของ 3 อันดับข่าวแรกที่ต้องการติดตาม
- ลักษณะของความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ หลังจากรับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์
- ความนิยมต่อไปในอนาคตของการรับข่าวจากสื่อเพจเจอร์
- ความนิยมต่อไปถ้าหากต้องชำระเงินเพื่อการรับข่าวจากสื่อเพจเจอร์
- ข้อด้อยของข่าวจากสื่อเพจเจอร์เพื่อปรับปรุงข่าวตามความคาดหวังต่อข่าว

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการและลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวจากสื่อเพจเจอร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

- ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว
  จำแนกตามเหตุผลของความต้องการ
- การใช้ประโยชน์จากข่าวที่รับผ่านสื่อเพจเจอร์
  จำแนกตามระดับของการใช้ประโยชน์
- ความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์
  จำแนกตามคุณลักษณะของข่าว

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานข้อ 1 ความต้องการและลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวจากสื่อเพจเจอร์จะแตกต่างกันตามผู้รับข้อความข่าวฯที่แตกต่างกัน

1. การทดสอบ - ผู้รับข้อความข่าวฯที่มี เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน มีความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวตามเหตุผลของความต้องการที่แตกต่างกัน

2. การทดสอบ - ผู้รับข้อความข่าวฯที่มี เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์จากข่าวที่รับผ่านสื่อเพจเจอร์ที่แตกต่างกัน

3. การทดสอบ - ผู้รับข้อความข่าวฯที่มี เพศ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ที่แตกต่างกัน

<u>สมมุติฐานข้อ 2</u> การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าวมีความสัมพันธ์กับ ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ ของผู้รับข้อความข่าวฯ

ผลการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบ

ความสัมพันธ์ ระหว่าง
ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว (X)
กับ การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว (Y) และ
ความสัมพันธ์ ระหว่าง
การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว (Y)
กับ ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ (Z)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถแจกแจงได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ D1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	N	%
ชาย	183	61.0
หญิง	117	39.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ D1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย เพศชายมีจำนวนมากกว่าเพศหญิง โดยสัดส่วนเพศชายต่อเพศหญิงคิดเป็น 61 : 39

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ D2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	N	%
15 - 20	72	24.0
21 - 25	108	36.0
26 - 30	56	18.7
31 - 35	25	8.3
36 - 40	19	6.3
41 - 45	14	4.7
46 - 50	3	1.0
51 ปี ขึ้นไป	3	1.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ D2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุ 21-25 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็น 36.0 % และกลุ่มช่วงอายุที่มีจำนวนมากรองลงมา คือ อายุ 15-20 ปี (24.0 %) และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยมาก คือ กลุ่มช่วงอายุนับตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ D3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	N	%
ประถมศึกษา	7	2.3
มัธยมศึกษา, ปวช.	130	43.3
ปวส., ปวท., อนุปริญญา	50	16.7
ปริญญาตรี	105	35.0
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	8	2.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ D3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษา ในระดับมัธยมศึกษา, ปวช. มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น 43.3 % และระดับการศึกษาที่มีจำนวนมากใกล้เคียงกัน คือ ระดับปริญญาตรี (35.0 %)

สำหรับกลุ่มการศึกษา 2 กลุ่มที่มีจำนวนน้อยมาก คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี และ ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา คือ ประถมศึกษา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ D4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ (บาท)	N	%
ไม่เกิน 10,000 บาท	167	55.7
10,001 - 20,000 บาท	81	27.0
20,001 - 30,000 บาท	25	8.3
30,001 - 40,000 บาท	12	4.0
40,001 - 50,000 บาท	4	1.3
50,001 บาท ขึ้นไป	11	3.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ D4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็น 55.7 %

ช่วงรายได้ที่สูงมากขึ้นตามลำดับ จะปรากฏจำนวนของกลุ่มตัวอย่างลดน้อยลงตามลำดับด้วยโดยรวม

สำหรับกลุ่มที่มีจำนวนน้อยมาก คือ ช่วงรายได้นับตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ D5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	N	%
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	104	34.7
พนักงานบริษัทฯ เอกชน	110	36.7
รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	20	6.6
ทำกิจการส่วนตัว/ค้าขาย/รับจ้างอิสระ/อื่น ๆ	66	22.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ D5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในอาชีพพนักงานบริษัทฯเอกชนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็น 36.7 % และอาชีพที่มีจำนวนมากใกล้เคียงกันคือ อาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา (34.7 %) โดยมีอัตราส่วนต่างกันเพียง 2 % (6 ราย)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ และความต้องการติดตามข่าว ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 6 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์จำแนกตามความบ่อยครั้งของการติดตามข่าวจากเพจเจอร์ในทุกหมวดข่าว

การติดตามข่าว % (N) / ช่องหมวดข่าว	ทุก ๆ วัน	2-3 วัน / ครั้ง	สัปดาห์ / ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่อ่าน/ดู/ฟังเลย	$\bar{X}$
หมวดข่าวทั่วไป	76.0 (228)	14.7 (44)	2.3 (7)	5.7 (17)	1.3 (4)	**4.60**
หมวดข่าวเศรษฐกิจ	59.7 (179)	19.0 (57)	5.6 (17)	10.7 (32)	5.0 (15)	**4.17**
หมวดข่าวบันเทิงและรายงานผลกีฬา,จราจร,พยากรณ์อากาศ	74.3 (223)	12.7 (38)	4.7 (14)	6.7 (20)	1.6 (5)	**4.51**

N = 300

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความบ่อยครั้งของการเปิดรับสื่อเพจเจอร์ ทุก ๆ วัน จำนวนมากที่สุดในทุกหมวดข่าว โดยหมวดข่าวทั่วไปมีจำนวนเปอร์เซ็นต์สูงกว่าหมวดอื่น *(รายละเอียดประเภทข่าวในแต่ละหมวดข่าวโปรดดูที่หน้า 133)*

จากผลของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าวในแต่ละหมวดข่าว พบว่า สามารถเรียงลำดับหมวดข่าวใหม่ตามค่าเฉลี่ยที่ปรากฏจากมากไปน้อยได้ดังนี้

1. หมวดข่าวทั่วไป
2. หมวดข่าวบันเทิงฯ
3. หมวดข่าวเศรษฐกิจ

ตารางที่ 7 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ ของผู้รับข้อความข่าวฯ
โดยภาพรวมทุกสื่อ
จำแนกตามความบ่อยครั้งของการติดตาม อ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าว

การติดตามข่าว % (N) / ประเภทสื่อ	ทุก ๆ วัน	2-3 วัน / ครั้ง	สัปดาห์ / ครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่อ่าน/ดู/ฟังเลย	$\bar{x}$
หนังสือพิมพ์	56.7 (170)	27.3 (82)	6.0 (18)	9.3 (28)	0.7 (2)	4.30
วิทยุ	50.7 (152)	19.7 (59)	2.3 (7)	21.3 (64)	6.0 (18)	3.88
โทรทัศน์	80.0 (240)	13.7 (41)	1.3 (4)	4.3 (13)	0.7 (2)	4.68
เพจเจอร์ (PAGER)	82.3 (247)	5.3 (16)	0.3 (1)	8.7 (26)	3.3 (10)	4.50
อินเตอร์เน็ต (INTERNET)	3.0 (9)	2.7 (8)	3.3 (10)	21.0 (63)	70.0 (210)	1.46
นิตยสาร, วารสารต่าง ๆ	6.0 (18)	23.3 (70)	25.0 (75)	34.3 (103)	11.3 (34)	2.79
อื่น ๆ	2.3 (7)	0.7 (2)	0.3 (1)	0.0 (0)	96.7 (290)	1.12

N = 300

<u>จากตารางที่ 7</u> พบว่า กลุ่มตัวอย่าง

- ติดตามอ่านข่าวทุก ๆ วันจากสื่อเพจเจอร์ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็น 82.3 % และจำนวนที่ใกล้เคียงกันมากคือ สื่อโทรทัศน์ คิดเป็น 80.0 %
- ติดตามข่าว 2-3 วัน/ครั้ง จากสื่อหนังสือพิมพ์ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็น 27.3 %
- ติดตามข่าวสัปดาห์/ครั้ง และ นาน ๆ ครั้ง จากสื่อนิตยสาร วารสารต่าง ๆ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็น 25.0 % และ 34.3 % ตามลำดับ
- และไม่ติดตามข่าวจากสื่ออินเตอร์เน็ตเลย มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็น 70.0 %
- นอกจากสื่อต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว กลุ่มตัวอย่างได้ติดตามข่าวทุก ๆ วัน จากสื่ออื่น ๆ เป็นเปอร์เซ็นต์น้อยที่สุด ได้แก่ สื่อวิทยุสื่อสารของราชการ, E-Mail, และ สื่อบุคคล

จากผลของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อทุกสื่อ เพื่อติดตามอ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าว พบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้รับข้อความข่าวฯ ได้เปิดรับเพื่อติดตามข่าวสูงที่สุด และสื่อเพจเจอร์อยู่ในลำดับรองลงมา โดยมีลำดับของสื่อตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

1. โทรทัศน์ 2. เพจเจอร์ 3. หนังสือพิมพ์ 4. วิทยุ

นอกจากสื่อโทรทัศน์, สื่อเพจเจอร์, สื่อหนังสือพิมพ์, สื่อวิทยุ จะเป็น 4 สื่อแรกที่ใช้เปิดรับเพื่อติดตามข่าวแล้ว ยังพบว่าเป็นสื่อที่ผู้รับข้อความข่าวฯใช้ในทุก ๆ วัน จำนวนมากที่สุดเหมือนกันด้วย ตามระดับความบ่อยครั้งของการติดตามข่าวทุก ๆ วัน ของทั้ง 4 สื่อ ปรากฏจำนวนเปอร์เซ็นต์สูงสุดกว่าระดับอื่น เช่นเดียวกัน

การติดตามเนื้อหาข่าวประเภทต่าง ๆ จากสื่อต่าง ๆ ในตารางที่ 7 นี้ สามารถแสดงสื่อที่ใช้เพื่อติดตามข่าวแต่ละประเภทได้ ในตารางที่ 8 -17

แสดงภาพรวมของทุกประเภทข่าวกับทุกประเภทสื่อที่ใช้ ในตารางที่ 18

แสดงภาพรวมของประเภทข่าวที่ได้จัดอันดับตามความต้องการติดตามข่าวโดยใช้เกณฑ์คะแนนรวม ในตารางที่ 19

ตารางที่ 8 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตาม อ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวอาชญากรรม, เหตุด่วนเหตุร้าย, ไฟไหม้ฯ

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	239	79.7
วิทยุ	148	49.3
โทรทัศน์	254	84.7
เพจเจอร์	191	63.7
อินเตอร์เน็ต	4	1.3
นิตยสาร, วารสาร	39	13.0
อื่น ๆ	2	0.7
ไม่ได้ติดตาม	3	1.0

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวอาชญากรรม, เหตุด่วนเหตุร้าย, ไฟไหม้ฯ จากสื่อ 3 ลำดับแรกคือ

โทรทัศน์	84.7 %
หนังสือพิมพ์	79.7 %
เพจเจอร์	63.7 %

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวอาชญากรรม, เหตุด่วนเหตุร้าย, ไฟไหม้ ฯ คิดเป็น 1.0 % ซึ่งเป็นประเภทข่าวที่มีจำนวนผู้ไม่ได้ติดตามน้อยที่สุด

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตามอ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวต่างประเทศ

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	127	42.3
วิทยุ	87	29.0
โทรทัศน์	258	86.0
เพจเจอร์	102	34.0
อินเตอร์เน็ต	12	4.0
นิตยสาร, วารสาร	31	10.3
อื่น ๆ	2	0.7
ไม่ได้ติดตาม	14	4.7

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวต่างประเทศ จากสื่อ 3 ลำดับแรก คือ

โทรทัศน์ 86.0 %

หนังสือพิมพ์ 42.3 %

เพจเจอร์ 34.0 %

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวต่างประเทศ คิดเป็น 4.7 %

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตามอ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวการเมือง

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	207	69.0
วิทยุ	128	42.7
โทรทัศน์	252	84.0
เพจเจอร์	156	52.0
อินเตอร์เน็ต	8	2.7
นิตยสาร, วารสาร	30	10.0
อื่น ๆ	0	0.0
ไม่ได้ติดตาม	7	2.3

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวการเมืองจากสื่อ 3 ลำดับแรก คือ

โทรทัศน์ 84.0 %

หนังสือพิมพ์ 69.0 %

เพจเจอร์ 52.0 %

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวการเมือง คิดเป็น 2.3 %

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตามอ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวกีฬา

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	172	57.3
วิทยุ	98	32.7
โทรทัศน์	247	82.3
เพจเจอร์	152	50.7
อินเตอร์เน็ต	2	0.7
นิตยสาร, วารสาร	37	12.3
อื่น ๆ	1	0.3
ไม่ได้ติดตาม	11	3.7

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวกีฬาจากสื่อ 3 ลำดับแรกคือ

โทรทัศน์ 82.3 %

หนังสือพิมพ์ 57.3 %

เพจเจอร์ 50.7 %

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวกีฬา คิดเป็น 3.7 %

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตาม อ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวรายงานการจราจร, การพยากรณ์อากาศ

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	49	16.3
วิทยุ	167	55.7
โทรทัศน์	181	60.3
เพจเจอร์	192	64.0
อินเตอร์เน็ต	2	0.7
นิตยสาร, วารสาร	11	3.7
อื่น ๆ	2	0.7
ไม่ได้ติดตาม	14	4.7

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวรายงานการจราจร, การพยากรณ์อากาศ จากสื่อ 3 ลำดับแรก คือ

เพจเจอร์	64.0 %
โทรทัศน์	60.3 %
วิทยุ	55.7 %

สำหรับประเภทข่าวรายงานการจราจร, การพยากรณ์อากาศนี้ ปรากฏลำดับของสื่อเพจเจอร์ที่เปลี่ยนตำแหน่งของลำดับไป โดยขึ้นมาเป็นลำดับแรก, สื่อวิทยุขึ้นมาเป็นลำดับ 3, และสื่อโทรทัศน์อยู่ลำดับ 2

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวรายงานการจราจร, การพยากรณ์อากาศ คิดเป็น 4.7 %

ตารางที่ 13 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตามอ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวเศรษฐกิจ, ข่าวหุ้น

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	120	40.0
วิทยุ	68	22.7
โทรทัศน์	171	57.0
เพจเจอร์	158	52.7
อินเตอร์เน็ต	5	1.7
นิตยสาร, วารสาร	31	10.3
อื่น ๆ	1	0.3
ไม่ได้ติดตาม	34	11.3

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวเศรษฐกิจ, ข่าวหุ้น จากสื่อ 3 ลำดับแรกคือ

โทรทัศน์	57.0 %
เพจเจอร์	52.7 %
หนังสือพิมพ์	40.0 %

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวเศรษฐกิจ, ข่าวหุ้น คิดเป็น 11.3 %

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตาม อ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวบันเทิง, นิทรรศการ, ดนตรี, คอนเสิร์ต ฯ

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	197	65.7
วิทยุ	151	50.3
โทรทัศน์	247	82.3
เพจเจอร์	110	36.7
อินเตอร์เน็ต	9	3.0
นิตยสาร, วารสาร	94	31.3
อื่น ๆ	3	1.0
ไม่ได้ติดตาม	9	3.0

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวบันเทิง นิทรรศการ ดนตรี คอนเสิร์ต ฯ จากสื่อ 3 ลำดับแรก คือ

โทรทัศน์	82.3 %
หนังสือพิมพ์	65.7 %
วิทยุ	50.3 %

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวบันเทิง นิทรรศการ ดนตรี คอนเสิร์ตฯ คิดเป็น 3.0 %

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตาม อ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวผลการออกสลากกินแบ่งฯ, สลากออมสิน

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	163	54.3
วิทยุ	62	20.7
โทรทัศน์	22	7.3
เพจเจอร์	190	63.3
อินเตอร์เน็ต	4	1.3
นิตยสาร, วารสาร	3	1.0
อื่น ๆ	2	0.7
ไม่ได้ติดตาม	44	14.7

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวผลการออกสลากกินแบ่งฯ, สลากออมสิน จากสื่อ 3 ลำดับแรก คือ

เพจเจอร์	63.3 %
หนังสือพิมพ์	54.3 %
วิทยุ	20.7 %

สำหรับประเภทข่าวผลการออกสลากกินแบ่งฯ, สลากออมสินนี้ ปรากฏลำดับของสื่อเพจเจอร์ที่เปลี่ยนตำแหน่งของลำดับไป โดยขึ้นมาเป็นลำดับแรก, สื่อวิทยุขึ้นมาเป็นลำดับ 3 (เช่นเดียวกับตารางที่ 12) และสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ลำดับ 2

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวผลการออกสลากกินแบ่งฯ, สลากออมสิน คิดเป็น 14.7 %

ตารางที่ 16 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตามอ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวสังคมและบริการข้อมูลทั่วไป

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	159	53.0
วิทยุ	93	31.0
โทรทัศน์	181	60.3
เพจเจอร์	102	34.0
อินเตอร์เน็ต	8	2.7
นิตยสาร, วารสาร	57	19.0
อื่น ๆ	0	0.0
ไม่ได้ติดตาม	22	7.3

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสังคมและบริการข้อมูลทั่วไปจากสื่อ 3 ลำดับแรก คือ

โทรทัศน์ 60.3 %
หนังสือพิมพ์ 53.0 %
เพจเจอร์ 34.0 %

ส่วนผู้ไม่ได้ติดตามข่าวสังคมและข่าวบริการข้อมูลทั่วไป คิดเป็น 7.3 %

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตามอ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวอื่น ๆ
ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ระบุเอง

ประเภทสื่อที่ใช้	จำนวน / 300	%
หนังสือพิมพ์	4	1.3
วิทยุ	3	1.0
โทรทัศน์	5	1.7
เพจเจอร์	0	0.0
อินเตอร์เน็ต	1	0.3
นิตยสาร, วารสาร	6	2.0
อื่น ๆ	1	0.3

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวอื่น ๆ คือ รายงานการพยากรณ์ โชคชะตาราศรี ทำนายดวง จากสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร วารสารต่าง ๆ และข่าวรับสมัครงาน, ข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จากสื่อต่าง ๆ

ประเภทข่าวอื่นที่ผู้รับข้อความข่าวฯต้องการและอยู่ในความสนใจ ซึ่งได้จากข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างในคำถาม open-ended โดยสรุปแล้วส่วนใหญ่ต้องการข่าวบันเทิงประเภทการพยากรณ์โชคชะตาราศรี ทำนายดวง ด้วยเช่นกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 แสดงการเปิดรับสื่อเพจเจอร์และสื่ออื่น ๆ เพื่อติดตาม อ่านข่าว/ดูข่าว/ฟังข่าวโดยภาพรวม จำแนกตามความต้องการติดตามข่าวประเภทต่าง ๆ

(ผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 สื่อ)

ประเภทสื่อ / % (N) / ประเภทข่าว	หนังสือพิมพ์	วิทยุ	โทรทัศน์	เพจเจอร์	อินเตอร์เน็ต	นิตยสาร วารสาร	อื่น ๆ	ไม่ได้ติดตาม
ข่าวอาชญากรรม, เหตุด่วนเหตุร้าย,ไฟไหม้ฯ	79.7 (239)	49.3 (148)	84.7 (254)	63.7 (191)	1.3 (4)	13.0 (39)	0.7 (2)	1.0 (3)
ข่าวต่างประเทศ	42.3 (127)	29.0 (87)	86.0 (258)	34.0 (102)	4.0 (12)	10.3 (31)	0.7 (2)	4.7 (14)
ข่าวการเมือง	69.0 (207)	42.7 (128)	84.0 (252)	52.0 (156)	2.7 (8)	10.0 (30)	0.0 (0)	2.3 (7)
ข่าวกีฬา	57.3 (172)	32.7 (98)	82.3 (247)	50.7 (152)	0.7 (2)	12.3 (37)	0.3 (1)	3.7 (11)
ข่าวรายงานการจราจร, การพยากรณ์อากาศ	16.3 (49)	55.7 (167)	60.3 (181)	64.0 (192)	0.7 (2)	3.7 (11)	0.7 (2)	4.7 (14)
ข่าวเศรษฐกิจ, ข่าวหุ้น	40.0 (120)	22.7 (68)	57.0 (171)	52.7 (158)	1.7 (5)	10.3 (31)	0.3 (1)	11.3 (34)
ข่าวบันเทิง, นิทรรศการ, ดนตรี, คอนเสิร์ตฯ	65.7 (197)	50.3 (151)	82.3 (247)	36.7 (110)	3.0 (9)	31.3 (94)	1.0 (3)	3.0 (9)
ข่าวผลออกสลากกินแบ่งฯ, สลากออมสิน	54.3 (163)	20.7 (62)	7.3 (22)	63.3 (190)	1.3 (4)	1.0 (3)	0.7 (2)	14.7 (44)
ข่าวสังคมและบริการข้อมูลทั่วไป	53.0 (159)	31.0 (93)	60.3 (181)	34.0 (102)	2.7 (8)	19.0 (57)	0.0 (0)	7.3 (22)
ข่าวอื่น ๆ	1.3 (4)	1.0 (3)	1.7 (5)	0.0 (0)	0.3 (1)	2.0 (6)	0.3 (1)	- -

N = 300

จากตารางที่ 18 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์เพื่อติดตามข่าว โดยข่าว 5 ประเภทแรกที่มีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุดและรองลงมา คือ ข่าวอาชญากรรม เหตุด่วนเหตุร้าย ไฟไหม้ฯ (79.7 %), ข่าวการเมือง (69.0 %), ข่าวบันเทิง นิทรรศการ ดนตรี คอนเสิร์ตฯ (65.7 %), ข่าวกีฬา (57.3 %), และข่าวผลออกสลากกินแบ่งฯ (54.3 %)

กลุ่มตัวอย่างฟังข่าวจากวิทยุเพื่อติดตามข่าว โดยข่าว 5 ประเภทแรกที่มีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุดและรองลงมา คือ ข่าวรายงานการจราจร การพยากรณ์อากาศ (55.7 %), ข่าวบันเทิงฯ (50.3 %), ข่าวอาชญากรรมฯ (49.3 %), ข่าวการเมือง (42.7 %), และข่าวกีฬา (32.7 %)

กลุ่มตัวอย่างดูข่าวจากโทรทัศน์เพื่อติดตามข่าว โดยข่าว 5 ประเภทแรกที่มีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุดและรองลงมา คือ ข่าวต่างประเทศ (86.0 %), ข่าวอาชญากรรมฯ (84.7 %), ข่าวการเมือง (84.0 %), ข่าวกีฬา (82.3 %), และข่าวบันเทิงฯ (82.3 %)

กลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวจากเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว โดยข่าว 5 ประเภทแรกที่มีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุดและรองลงมา คือ ข่าวรายงานการจราจรฯ (64.0 %), ข่าวอาชญากรรมฯ (63.7 %), ข่าวผลออกสลากกินแบ่งฯ สลากออมสิน (63.3 %), ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวหุ้น (52.7 %), และข่าวการเมือง (52.0 %) โดยที่ประเภทข่าวรายงานการจราจรฯและข่าวผลการออกสลากกินแบ่งฯ มีจำนวนเปอร์เซ็นต์ของการติดตามข่าวจากสื่อเพจเจอร์สูงมากกว่าสื่ออื่นทุกสื่อด้วย ตามตารางที่ 12 และ 15

กลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวจากอินเตอร์เน็ตเพื่อติดตามข่าว โดยข่าว 5 ประเภทแรกที่มีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุดและรองลงมา คือ ข่าวต่างประเทศ (4.0 %), ข่าวบันเทิงฯ (3.0 %), ข่าวการเมือง (2.7 %), ข่าวสังคมฯ (2.7 %), และข่าวเศรษฐกิจฯ (1.7 %)

กลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวจากนิตยสาร วารสารต่าง ๆ เพื่อติดตามข่าว โดยข่าว 5 ประเภทแรกที่มีจำนวนผู้ติดตามมากที่สุดและรองลงมา คือ ข่าวบันเทิงฯ (31.3 %), ข่าวสังคมฯ (19.0 %), ข่าวอาชญากรรมฯ (13.0 %), ข่าวกีฬา (12.3 %), และข่าวเศรษฐกิจฯ และข่าวต่างประเทศ (10.3 %)

กลุ่มตัวอย่างบริโภคข่าวจากสื่อต่าง ๆ เพื่อติดตามข่าวประเภทอื่น รวม 6.6 %

ประเภทข่าวที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ติดตาม โดยปรากฏจำนวนผู้ไม่ได้ติดตามน้อยที่สุด คือ ข่าวอาชญากรรม, เหตุด่วนเหตุร้าย, ไฟไหม้ ฯ (1 %) ซึ่งสอดคล้องกับคะแนนของการจัดอันดับข่าวโดยได้เป็นอันดับ 1 คู่กันกับข่าวการเมือง และเป็นอันดับ 2 รองจากข่าวการเมืองตามเกณฑ์ของคะแนนรวมจากสื่อทุกสื่อ ตามตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงความต้องการติดตามข่าวมากที่สุดด้วยการจัดอันดับของข่าว เป็น 3 อันดับข่าวแรกที่ต้องการติดตาม โดยแสดงคะแนนรวมจากการถ่วงน้ำหนักคะแนน

ประเภทข่าว *% (N)*	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	คะแนนรวม
อาชญากรรม, เหตุด่วนเหตุร้าย, ไฟไหม้ฯ	26.0 (78)	15.7 (47)	17.3 (52)	**380**
ต่างประเทศ	4.7 (14)	9.7 (29)	13.3 (40)	**140**
การเมือง	26.0 (78)	26.7 (80)	16.7 (50)	**444**
กีฬา	14.0 (42)	16.0 (48)	10.7 (32)	**254**
จราจร, พยากรณ์อากาศ	4.0 (12)	4.7 (14)	6.7 (20)	**84**
เศรษฐกิจ, หุ้น	5.3 (16)	8.0 (24)	7.0 (21)	**117**
บันเทิง, นิทรรศการ, ดนตรี, คอนเสิร์ต ฯ	17.3 (52)	15.0 (45)	15.7 (47)	**293**
สลากกินแบ่งฯ, สลากออมสิน	0.7 (2)	0.3 (1)	1.3 (4)	**12**
สังคม, บริการข้อมูลทั่วไป	2.0 (6)	4.0 (12)	11.3 (34)	**76**

N = 300

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 19 พบว่า ประเภทข่าวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการติดตามมากที่สุด โดยการจัดอันดับเป็น อันดับ 1, อันดับ 2, และอันดับ 3 จากข่าวที่กำหนดให้ทั้งหมด 9 ประเภท

ปรากฏผลว่า ประเภทข่าวที่มีผู้ต้องการติดตามมากที่สุดเป็น 3 อันดับข่าวแรกตามเกณฑ์คะแนนรวมสูงสุด ได้แก่

อันดับ 1 คือ ข่าวการเมือง
อันดับ 2 คือ ข่าวอาชญากรรม เหตุด่วนเหตุร้าย ไฟไหม้ฯ
อันดับ 3 คือ ข่าวบันเทิง นิทรรศการ ดนตรี คอนเสิร์ตฯ

การจัดอันดับข่าวนี้ เป็นการให้คะแนนแก่ประเภทของข่าวโดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้เปิดรับข่าวจากสื่อต่าง ๆ ทุกสื่อ ตามตารางที่ 18

และ จากการจัดอันดับข่าวตามความต้องการติดตามข่าวจากสื่อทุกสื่อข้างต้นนี้ พบว่า

- ข่าวการเมือง ที่ได้รับความสนใจติดตามข่าวมากที่สุดเป็นอันดับ 1 และข่าวอาชญากรรมฯ ที่ได้เป็นอันดับ 2 ปรากฏว่าเป็น 2 ประเภทข่าวที่อยู่ในช่องหมวดข่าวทั่วไปในสื่อเพจเจอร์ ซึ่งเป็นหมวดข่าวที่มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสูงที่สุดด้วยเช่นกัน ตามตารางที่ 6

- ข่าวบันเทิงฯ ที่ได้รับความสนใจติดตามข่าวมากเป็นอันดับ 3 ปรากฏว่าเป็นประเภทข่าวที่อยู่ในช่องหมวดข่าวบันเทิงฯในสื่อเพจเจอร์ ซึ่งเป็นหมวดข่าวที่มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสูงเป็นลำดับ 2 รองจากหมวดข่าวทั่วไป ตามตารางที่ 6

โดยที่การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าวตามตารางที่ 6 นี้ ก็มีความสัมพันธ์กับ ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ ด้วย ดังแสดงผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ในตารางที่ 41.1

ตารางที่ 20 แสดงลักษณะของความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ ของผู้รับข้อความข่าวฯ

การติดตามข่าว	N	%
มีผลให้ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ มีมากขึ้น	145	48.3
มีผลให้ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ ลดน้อยลง	31	10.3
ไม่มีผลกระทบใด ๆ	124	41.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่า การรับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์มีผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ ใน 3 ลักษณะ ดังนี้
(เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างได้สรุปไว้ในบทที่ 5)

กลุ่มที่มีผลให้ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ มีมากขึ้นมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น 48.3 % และ มีผลให้ความต้องการฯน้อยลง 10.3 % สำหรับกลุ่มที่ไม่มีผลกระทบใด ๆ คิดเป็น 41.3 %

กลุ่มที่มีผลต่อความต้องการฯ มีมากกว่า กลุ่มที่ไม่มีผลกระทบใด ๆ โดยมีช่วงห่างจากกัน 17.3 %

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 แสดงความนิยมต่อไปในอนาคต ของการรับข่าวจากสื่อเพจเจอร์

ความนิยม	N	%
ได้รับความนิยมจากผู้ใช้ต่อไป	269	89.7
ไม่ได้รับความนิยม	31	10.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าการรับข่าวจากสื่อเพจเจอร์จะยังคงได้รับความนิยมจากผู้ใช้ต่อไปมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น 89.7 % และจะไม่ได้รับความนิยม 10.3 % *(เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างได้สรุปไว้ในบทที่ 5)*

ตารางที่ 21.1 แสดงความนิยมต่อไป ถ้าหากต้องชำระเงินเพื่อการรับข่าวจากสื่อเพจเจอร์

ความนิยม	N	%
ยังคงใช้บริการต่อไป	81	27.0
ยกเลิกบริการทันที	219	73.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 21.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าจะยกเลิกการรับข่าวจากสื่อเพจเจอร์ทันทีถ้าหากต้องชำระเงินเพื่อการรับข่าวมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็น 73.0 % และจะยังคงรับข่าวต่อไปโดยชำระเงินคิดเป็น 27.0 % *(เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างได้สรุปไว้ในบทที่ 5)*

จากตารางที่ 21 และ 21.1 ข้างต้นนี้ เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับข่าวจากสื่อเพจเจอร์เช่นเดียวกัน แต่ต่างกันที่ ตาราง 21.1 ได้เพิ่มเงื่อนไขในคำถามด้วย

ตารางที่ 22 แสดงข้อด้อยของข่าวจากสื่อเพจเจอร์เพื่อการปรับปรุง จำแนกตามความคาดหวังต่อข่าว

ความคาดหวังต่อข่าว	เห็นด้วย N	%	ไม่เห็นด้วย N	%
จำนวนครั้งของข่าวที่ได้รับต่อวัน (15 ข่าว/วัน)ยังน้อยเกินไป	243	81.0	57	19.0
จำกัดกลุ่มผู้รับข่าว เพราะต้องเป็นผู้อ่านหนังสือได้เท่านั้น	145	48.3	155	51.7
เพจเจอร์สื่อเพียงตัวอักษร ไม่มีเสียงหรือภาพ	190	63.3	110	36.7
ไม่สามารถเก็บข่าว(save) ไว้ได้ เพราะข่าวใหม่จะเข้าทับแทนที่ข่าวเดิม จึงทำให้พลาดข่าวได้ในบางครั้ง	232	77.3	68	22.7
ข่าวจากเพจเจอร์ที่คัดเลือกส่งมาให้นั้น ไม่น่าสนใจ	135	45.0	165	55.0
ข่าวที่ได้ มีแหล่งที่มาของข่าวผูกขาด จากไม่กี่แหล่งเท่านั้น	238	79.3	62	20.7
เนื้อหาข่าวถูกย่อจนสั้นเกินไป ทำให้สื่อความหมายไม่ดีเท่าที่ควร	219	73.0	81	27.0
อื่นๆ (ไม่ออกความเห็น 271ราย (90.3))	29	9.7	0	0.0

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<u>จากตารางที่ 22</u> พบว่า ความคาดหวังต่อข่าวซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน และเป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งสามารถแสดงเปอร์เซ็นต์เห็นด้วย ≥ 50 % ได้ โดยเรียงตามลำดับในแต่ละส่วน ดังนี้

1. <u>ด้านรูปแบบข่าว</u>

- จำนวนครั้งของข่าวที่ได้รับต่อวันน้อยเกินไป (81.0)
- ข่าวที่ได้มีแหล่งที่มาของข่าวผูกขาดจากไม่กี่แหล่งเท่านั้น (79.3)
- เนื้อหาข่าวถูกย่อจนสั้นเกินไปฯ (73.0)

2. <u>ด้านเทคโนโลยี</u>

- ไม่สามารถเก็บข่าว(save)ไว้ได้ฯ (77.3)
- เพจเจอร์สื่อเพียงตัวอักษรไม่มีเสียงหรือภาพ (63.3)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะความต้องการและลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวจากสื่อเพจเจอร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมาย ของการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข้อความข่าว จำแนกตามเหตุผลของความต้องการ

เหตุผลของการใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว	N	$\bar{X}$	ความหมาย
ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อน, ญาติ, พนักงานขาย ฯ	186	0.6	มาก
ทราบข่าวจากโฆษณา เช่น ในหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ ฯ	213	0.7	มาก
ต้องการทราบหัวข้อข่าวของแต่ละวัน	255	0.9	มาก
เป็นบริการข่าวที่ได้ฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย	251	0.8	มาก
ต้องการใช้บริการใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อยุคสมัย	245	0.8	มาก
ต้องการให้เพจเจอร์เกิดประโยชน์ใช้สอยเพิ่มขึ้น	270	0.9	มาก
สถานที่ทำงานทำการสมัครเป็นสมาชิก ฯ ให้	92	0.3	น้อย
อื่น ๆ	7	0.0	น้อย

จากตารางที่ 23 พบว่า เหตุผลของการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน มีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับในแต่ละส่วน ดังนี้

1. ปัจจัยภายนอก

- ทราบข่าวจากโฆษณา เช่น ในหนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ ฯ (0.7)
- ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อน, ญาติ, พนักงานขาย ฯ (0.6)
- สถานที่ทำงานทำการสมัครเป็นสมาชิกฯ ให้ (0.3)

2. ปัจจัยภายใน

- ต้องการให้เพจเจอร์เกิดประโยชน์ใช้สอยเพิ่มขึ้น (0.9)
- ต้องการทราบหัวข้อข่าวของแต่ละวัน (0.9)
- เป็นบริการข่าวที่ได้ฟรีโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (0.8)
- ต้องการใช้บริการใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อยุคสมัย (0.8)

จากผลของค่าเฉลี่ย พบว่า ค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายนอกทุกข้อ ปรากฏค่าที่น้อยกว่าค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายใน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมาย ของการใช้ประโยชน์จากข่าว ที่รับผ่านสื่อเพจเจอร์ จำแนกตามระดับของการใช้ประโยชน์ 5 ระดับ

ระดับของการใช้ประโยชน์	N	$\bar{X}$	ความหมาย
มาก	69	2.4	ปานกลาง
ค่อนข้างมาก	83		
ปานกลาง	113		
ค่อนข้างน้อย	25		
น้อยมาก	10		

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการนำข่าวที่ได้ไปใช้ประโยชน์ โดยมีค่าเฉลี่ยของระดับการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและความหมายของความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ จำแนกตามคุณลักษณะของข่าวที่มีต่อผู้ใช้

ความพึงพอใจต่อข่าว	N	$\bar{X}$	ความหมาย
ข่าวสั้น ๆ ทำให้ประหยัดเวลาอ่านข่าว	205	0.7	มาก
ข่าวมีความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์	249	0.8	มาก
ข่าวจากเพจเจอร์ทำให้มีสื่อทางเลือกเพื่อการอ่านข่าวมากขึ้น	252	0.8	มาก
ข่าวจากเพจเจอร์ทำให้ได้รับข้อมูลมาโดยไม่มีค่าใช้จ่าย	259	0.9	มาก
ข่าวที่ได้ ทำให้ได้เลือกหัวข้อข่าวเพื่อไปติดตามข่าวที่สนใจต่อได้	217	0.7	มาก
ผู้รับข่าวสามารถรับข่าวได้ทุกสถานที่ทุกเวลา	247	0.8	มาก
ข่าวมีหลายประเภทให้อ่าน มีความหลากหลายดี	242	0.8	มาก
อื่น ๆ	8	0.0	น้อย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 25 พบว่า ความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ปรากฏค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงตามลำดับในแต่ละส่วน ได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจต่อมูลค่าข่าว

- ข่าวจากเพจเจอร์ทำให้ได้รับข้อมูลมาโดยไม่มีค่าใช้จ่าย (0.9)

2. ความพึงพอใจต่อคุณค่าข่าว

- ข่าวมีความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ (0.8)
- ผู้รับข่าวสามารถรับข่าวได้ทุกสถานที่ทุกเวลา (0.8)
- ข่าวจากเพจเจอร์ทำให้มีสื่อทางเลือกเพื่อการอ่านข่าวมากขึ้น (0.8)
- ข่าวมีหลายประเภทให้อ่าน มีความหลากหลายดี (0.8)
- ข่าวที่ได้ ทำให้ได้เลือกหัวข้อข่าวเพื่อไปติดตามข่าวที่สนใจต่อได้ (0.7)
- ข่าวสั้น ๆ ทำให้ประหยัดเวลาอ่านข่าว (0.7)

จากผลของค่าเฉลี่ย พบว่า ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อมูลค่าข่าว ปรากฏค่าที่สูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องในทิศทางเดียวกันด้วย กับตารางที่ 21.1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานข้อ 1 ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว และระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวที่รับผ่านสื่อเพจเจอร์ และความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ของผู้รับข้อความข่าวจะแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว ระหว่างกลุ่มที่มีเพศต่างกัน

กลุ่ม	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	t Value
1	ชาย	183	5.0055	1.66	- 0.88
2	หญิง	117	5.1795	1.67	

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว ระหว่างกลุ่มที่มีช่วงอายุต่างกัน

กลุ่ม	อายุ	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	15 - 20 ปี	5.1389	1.70	2.20 *
2	21 - 25 ปี	5.2963	1.44	
3	26 - 30 ปี	4.7143	1.81	
4	31 - 35 ปี	4.9600	1.88	
5	36 - 40 ปี	5.5789	1.35	
6	41 ปีขึ้นไป	4.3000	2.03	

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่อยู่ในกลุ่มช่วงอายุแตกต่างกัน มีความต้องการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐาน

โดยกลุ่มช่วงอายุ 36 - 40 ปี มีความต้องการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวมากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 26 - 30 ปี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว ระหว่างกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

กลุ่ม	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	มัธยมศึกษา, ปวช, หรือ ต่ำกว่า	5.1679	1.59	0.85
2	อนุปริญญา, ปวส, ปวท.	5.1800	1.65	
3	ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	4.9115	1.77	

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความต้องการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

กลุ่ม	ช่วงรายได้	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	ไม่เกิน 10,000 บาท	5.1257	1.67	0.51
2	10,001 - 20,000 บาท	4.9630	1.75	
3	20,001 - 30,000 บาท	5.3200	1.38	
4	30,001 บาทขึ้นไป	4.8519	1.68	

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความต้องการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

กลุ่ม	อาชีพ	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	5.2212	1.67	0.96
2	พนักงานบริษัทเอกชน	5.1273	1.60	
3	รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	4.7500	1.80	
4	ทำกิจการส่วนตัว / ค้าขาย / รับจ้างอิสระ / อื่น ๆ	4.8485	1.74	

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความต้องการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าวไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีเพศต่างกัน

กลุ่ม	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	t Value
1	ชาย	183	2.4536	1.02	0.84
2	หญิง	117	2.3504	1.05	

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่ม	อายุ	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	15 - 20 ปี	2.4583	0.84	4.18 **
2	21 - 25 ปี	2.2778	1.07	
3	26 - 30 ปี	2.3929	1.07	
4	31 - 35 ปี	2.1600	1.03	
5	36 - 40 ปี	2.4211	1.07	
6	41 ปีขึ้นไป	3.3500	0.99	

** $p < 0.001$

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐาน

โดยกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป มีระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์มากกว่ากลุ่มช่วงอายุ 31 - 35 ปี, อายุ 21 - 25 ปี, อายุ 26 - 30 ปี, และ อายุ 15 - 20 ปี ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

กลุ่ม	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	มัธยมศึกษา, ปวช, หรือ ต่ำกว่า	2.4380	1.05	0.66
2	อนุปริญญา, ปวส, ปวท.	2.2600	1.05	
3	ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	2.4513	1.02	

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับของการใช้การใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

กลุ่ม	ช่วงรายได้	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	ไม่เกิน 10,000 บาท	2.3713	1.03	1.84
2	10,001 - 20,000 บาท	2.3210	1.03	
3	20,001 - 30,000 บาท	2.5600	1.04	
4	30,001 บาทขึ้นไป	2.8148	1.00	

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีรายได้แตกต่างกันมีระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

กลุ่ม	อาชีพ	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	2.4327	0.94	0.85
2	พนักงานบริษัทเอกชน	2.3000	0.97	
3	รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	2.5000	1.10	
4	ทำกิจการส่วนตัว / ค้าขาย / รับจ้างอิสระ / อื่น ๆ	2.5455	1.24	

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีเพศต่างกัน

กลุ่ม	เพศ	N	$\bar{X}$	SD	t Value
1	ชาย	183	5.5792	1.61	- 0.23
2	หญิง	117	5.6239	1.70	

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน

กลุ่ม	อายุ	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	15 - 20 ปี	5.5556	1.65	1.59
2	21 - 25 ปี	5.5093	1.70	
3	26 - 30 ปี	5.3393	1.70	
4	31 - 35 ปี	6.2800	0.98	
5	36 - 40 ปี	6.1053	1.45	
6	41 ปีขึ้นไป	5.6000	1.79	

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

กลุ่ม	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	มัธยมศึกษา, ปวช, หรือ ต่ำกว่า	5.3431	1.76	3.06 *
2	อนุปริญญา, ปวส, ปวท.	5.8400	1.61	
3	ปริญญาตรี หรือ สูงกว่า	5.7965	1.47	

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐาน

โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา, ปวส, ปวท มีความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์มากกว่ากลุ่มมัธยมศึกษา, ปวช, หรือต่ำกว่า และกลุ่มปริญญาตรีหรือสูงกว่า

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน

กลุ่ม	ช่วงรายได้	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	ไม่เกิน 10,000 บาท	5.5689	1.65	1.28
2	10,001 - 20,000 บาท	5.4198	1.77	
3	20,001 - 30,000 บาท	5.8400	1.52	
4	30,001 บาทขึ้นไป	6.0741	1.21	

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน

กลุ่ม	อาชีพ	$\bar{X}$	SD	F Ratio
1	นักเรียน นิสิต นักศึกษา	5.5865	1.60	0.25
2	พนักงานบริษัทเอกชน	5.5545	1.70	
3	รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	5.9000	1.12	
4	ทำกิจการส่วนตัว / ค้าขาย / รับจ้างอิสระ / อื่น ๆ	5.5909	1.75	

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้รับข้อความข่าวฯ ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมุติฐานข้อ 2 การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว มีความสัมพันธ์ กับ ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ ของผู้รับข้อความข่าวฯ

ตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว กับ การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับ การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว
ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว	0.37 **

** $p < 0.001$

จากตารางที่ 41 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์เพื่อเปิดรับข่าว กับ การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลางและสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันหรือเชิงบวก

และ การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าวนี้ก็มีความสัมพันธ์กับความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ ด้วย ดังนั้น ความสัมพันธ์ในตารางที่ 41 และตารางที่ 41.1 ในหน้าถัดไป จึงเป็นความสัมพันธ์แบบลำดับด้วย โดยปรากฏเป็นดังนี้

ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์ฯ (สมมุติให้เป็น X) มีความสัมพันธ์ กับ การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว (Y) และ การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว (Y) มีความสัมพันธ์กับ ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ (Z)

ตารางที่ 41.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง
การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว กับ
ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ
(แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแต่ละหมวดข่าว)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับ ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ
การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว (หมวดข่าวทั่วไป)	0.25 ** ** $p < 0.001$
การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว (หมวดข่าวเศรษฐกิจ)	0.21 * * $p < 0.01$
การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว (หมวดข่าวบันเทิงฯ)	0.22 * * $p < 0.01$

จากตารางที่ 41.1 พบว่า การเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าว (ในทุกหมวดข่าว) มีความสัมพันธ์กับ ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ ที่ระดับนัยสำคัญ < 0.01 และ < 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐาน

โดยมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำและสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน หรือเชิงบวก กับ

หมวดข่าวทั่วไป > หมวดข่าวบันเทิงฯ และ
หมวดข่าวบันเทิงฯ > หมวดข่าวเศรษฐกิจ

จากตารางที่ 41.1 นี้ พบว่า ระดับของค่าสัมประสิทธิ์ฯ ในแต่ละหมวดข่าว มีความสอดคล้อง กับ ระดับของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าวในแต่ละหมวดข่าวด้วย ตามตารางที่ 6