

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมและความพึงพอใจนิเทศสารดิจิทัล ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร" ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาจำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาทำการวิเคราะห์ ด้วยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ไว้ 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่าน และเลือกซื้อสื่อนิเทศสารดิจิทัล

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านสื่อนิเทศสารดิจิทัล

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ สามารถสรุปผลได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	189	47.2
หญิง	211	52.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 และเพศชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21-30 ปี	150	37.5
31-40 ปี	158	39.5
41-50 ปี	69	17.2
51-60 ปี	23	5.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา อายุ 21-30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 อายุ 41-50 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 อายุ 51-60 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	30	7.5
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	30	7.5
พนักงานเอกชน	310	77.5
ค้าขาย	18	4.5
เกษตรกร	2	0.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	1.0
อื่นๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับเจ้าของธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ค้าขาย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 อาชีพอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	9	2.2
มัธยมศึกษา	23	5.8
ปวช./ปวส.	33	8.2
ปริญญาตรี	304	76.0
สูงกว่าปริญญาตรี	31	7.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมา ปวช./ปวส. จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 มัธยมศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และประถมศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	23	5.8
10,001-20,000 บาท	140	35.0
20,001-30,000 บาท	119	29.8
30,001-40,000 บาท	63	15.7
40,000 บาทขึ้นไป	55	13.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 รายได้ 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลจำแนกตาม ความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์)	274	68.5
เกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์)	53	13.3
สม่ำเสมอ (5-6 วัน/สัปดาห์)	24	6.0
อื่นๆ	49	12.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัลนานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมา เกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 อื่นๆ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และสม่ำเสมอ (5-6 วัน/สัปดาห์) จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลจำแนกตามจำนวนการชื่อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย)

จำนวนการชื่อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ซื้อเลย	354	88.5
1-3 เล่ม/สัปดาห์	38	9.5
3-5 เล่ม/สัปดาห์	8	2.0
มากกว่า 5 เล่ม/สัปดาห์	-	-
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ชื่อนิตยสารดิจิทัลเลย จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมา ชื่อ 1-3 เล่ม/สัปดาห์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และชื่อ 3-5 เล่ม/สัปดาห์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/วัน)

ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ย นาที/วัน)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15 นาที	154	38.5
ประมาณ 15-30 นาที	149	37.5
ประมาณ 30-45 นาที	41	10.3
มากกว่า 45 นาที	10	2.5
อื่นๆ	46	11.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ย
นาที/วัน) น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา ประมาณ 15-30 นาที
จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 อื่นๆ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ประมาณ 30-45 นาที
จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และมากกว่า 45 นาที จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัล
จำแนกตาม ลักษณะการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ลักษณะการอ่านนิตยสารดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจอ่านอย่างเดียว	15	3.8
อ่านและทำงานไปด้วย	31	7.7
เปิดดูแต่ภาพ	71	17.8
อ่านผ่านๆ ไม่เจาะจง	94	23.5
อ่านแต่หยุดเมื่อทำอย่างอื่น	36	9.0
อ่านเฉพาะเนื้อหาที่สนใจ	123	30.7
อื่นๆ	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ อ่านเฉพาะเนื้อหาที่สนใจ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมา อ่านผ่านๆ ไม่เจาะจง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 เปิดดูแต่ภาพ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 อ่านแต่หยุดเมื่อทำอย่างอื่น จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 อ่านและทำงานไปด้วย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 อื่นๆ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และตั้งใจอ่านอย่างเดียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัล

จำแนกตาม ช่องทางในการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ช่องทางในการอ่านนิตยสารดิจิทัล	ความถี่	ร้อยละ
ผ่านโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน	287	52.9
เว็บไซต์ออนไลน์	114	21.0
ผ่านแท็บเล็ต	114	21.0
อื่นๆ	28	5.1
รวม	543	100.0

หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.10 พบว่า มีการตอบทั้งหมด 543 ครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่องทางในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ ผ่านโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา เว็บไซต์ออนไลน์ กับ ผ่านแท็บเล็ต จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และอื่นๆ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัล

จำแนกตาม อ่านนิตยสารดิจิทัลร่วมกับ

อ่านนิตยสารดิจิทัลร่วมกับ	จำนวน	ร้อยละ
อ่านคนเดียว	338	84.5
อ่านร่วมกับคนในครอบครัว	6	1.5
อ่านร่วมกับผู้อื่น (เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน)	29	7.2
อื่นๆ	27	6.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิตยสารดิจิทัลอ่านคนเดียว จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมา อ่านร่วมกับผู้อื่น (เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน) จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 อื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และอ่านร่วมกับคนในครอบครัว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัล

จำแนกตาม สถานที่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล

สถานที่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
อ่านที่บ้าน	248	62.0
อ่านที่ทำงาน	79	19.8
อ่านในรถ	22	5.5
อื่นๆ	51	12.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานที่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ อ่านที่บ้าน จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา อ่านที่ทำงาน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 อื่นๆ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และอ่านในรถ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัล

จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล

วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มความรู้	63	15.8
ติดตามข่าวสารบ้านเมือง	56	14.0
ติดตามเรื่องที่สนใจ	209	52.2
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	42	10.5
อื่นๆ	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ ติดตามเรื่องที่สนใจ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา เพิ่มความรู้ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ติดตามข่าวสารบ้านเมือง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และอื่นๆ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล

n = 400

ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความพึงพอใจด้านคุณภาพ	3.35	0.70	ปานกลาง
ความพึงพอใจเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล	3.63	0.75	มาก
ความพึงพอใจด้านความสะดวกในการอ่านนิตยสาร	3.47	0.74	มาก
ความพึงพอใจด้านช่วงเวลาและเวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล	3.72	0.99	มาก
ภาพรวม	3.54	0.71	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ภาพรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจด้านช่วงเวลาและเวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.72 รองลงมา ความพึงพอใจเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล มีค่าเฉลี่ย 3.63 ความพึงพอใจด้านความสะดวกในการอ่านนิตยสารดิจิทัล มีค่าเฉลี่ย 3.47 และความพึงพอใจด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.35

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการ
อ่านนิตยสารดิจิทัล ความพึงพอใจด้านคุณภาพ

n = 400

ความพึงพอใจด้านคุณภาพ	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เนื้อหาที่น่าสนใจเชื่อถือ ถูกต้อง แม่นยำ ทำให้ ได้รับความรู้เพิ่มเติม	3.35	0.79	ปานกลาง
2. เนื้อหาครบถ้วน กระชับและตรงประเด็น	3.33	0.78	ปานกลาง
3. เนื้อเป็นกลางอย่างเท่าเทียมกัน	3.20	0.75	ปานกลาง
4. มีความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์	3.52	0.89	มาก
ภาพรวม	3.35	0.70	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ด้านคุณภาพ อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.52 รองลงมา เนื้อหาที่น่าสนใจเชื่อถือ ถูกต้อง แม่นยำ ทำให้ได้รับความรู้เพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 3.35 เนื้อหาครบถ้วน กระชับและตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ย 3.33 และเนื้อเป็นกลางอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.20

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการ
อ่านนิตยสารดิจิทัล ความพึงพอใจเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล

n = 400

ความพึงพอใจเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ภาพกราฟิกประกอบการเนื้อหา สวยงาม สมจริง อ่านง่าย	3.70	0.85	มาก
2. มีรูปแบบที่ทันสมัย	3.78	0.83	มาก
3. พาดหัวและไตเติ้ลเหมาะสม	3.42	0.90	มาก
4. องค์ประกอบโดยรวมของนิตยสาร	3.60	0.87	มาก
5. มีภาพและเสียงคมชัด	3.66	0.89	มาก
ภาพรวม	3.63	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ด้านเทคนิค ภายในนิตยสารดิจิทัล อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีรูปแบบที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.78 รองลงมา ภาพกราฟิกประกอบการเนื้อหา สวยงาม สมจริง อ่านง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีภาพและเสียงคมชัด มีค่าเฉลี่ย 3.66 องค์ประกอบโดยรวมของ นิตยสาร มีค่าเฉลี่ย 3.60 และพาดหัวและไตเติ้ลเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.42

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการ อ่านนิตยสารดิจิทัล ความพึงพอใจด้านความสะดวกในการอ่านนิตยสาร

n = 400

ความพึงพอใจด้านความสะดวกในการอ่าน นิตยสาร	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีให้เลือกหลากหลาย	3.57	0.88	มาก
2. แหล่งที่หาซื้อง่าย	3.50	0.86	มาก
3. เก็บไว้ได้นาน	3.71	0.92	มาก
4. อ่านได้หลายอุปกรณ์	3.78	0.91	มาก
5. จดบันทึก หรือโน้ตข้อความได้	3.32	0.95	ปานกลาง
6. มีราคาเหมาะสม	3.20	0.81	ปานกลาง
7. ชำระได้หลายช่องทาง	3.24	0.86	ปานกลาง
ภาพรวม	3.47	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ด้านความสะดวก ในการอ่านนิตยสาร อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อ่าน ได้หลายอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.78 รองลงมา เก็บไว้ได้นาน มีค่าเฉลี่ย 3.71 มีให้เลือก หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.57 แหล่งที่หาซื้อง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.50 จดบันทึก หรือโน้ตข้อความได้ มี ค่าเฉลี่ย 3.32 ชำระได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 และมีราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.20

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการ
อ่านนิตยสารดิจิทัล ความพึงพอใจด้านช่วงเวลาและเวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล

n = 400

ความพึงพอใจด้านช่วงเวลา และเวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. สามารถอ่านได้ทุกวัน จันทร์-อาทิตย์	3.72	0.99	มาก
ภาพรวม	3.72	0.99	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ด้านช่วงเวลาและ
เวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ในเรื่อง สามารถอ่านได้ทุกวัน จันทร์-อาทิตย์ มี
ค่าเฉลี่ย 3.72

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์
แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ

ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	3.55	0.75	3.53	0.67	.231	.819

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสาร
ดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า คนวัยทำงานในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ไม่แตกต่าง
กัน

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ

ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	6.155	4	1.539	3.090	.008*
	ภายในกลุ่ม	196.695	395	.498		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ พบว่า คณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม อายุ

อายุ	\bar{X}	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51-60 ปี
		3.51	3.44	3.75	3.79
21-30 ปี	3.51	-	0.07	-0.24	-0.28
31-40 ปี	3.44		-	-0.31*	-0.35*
41-50 ปี	3.75			-	-0.04
51-60 ปี	3.79				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของ
 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม อายุ พบว่าแตกต่างกันที่ระดับ
 นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 41-50 ปี และคนวัย
 ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 51-61 ปี มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
 มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 31-40 ปี

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
 ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อาชีพ

	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	ระหว่างกลุ่ม	10.764	6	1.794	3.670	.001*
	ภายในกลุ่ม	192.086	393	.489		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสาร
 ดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า คนวัยทำงานในเขต
 กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นราย
 คู่โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เป็นรายคู่ อาชีพ

อาชีพ	\bar{X}	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เจ้าของธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน เอกชน	ค้าขาย	เกษตรกร	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่นๆ
		3.16	3.70	3.58	3.37	2.50	3.00	4.02
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.16	-	-0.54	-0.42	-0.21	0.66*	0.16	-0.86*
เจ้าของธุรกิจ ส่วนตัว	3.70		-	0.12	0.33	1.20*	0.70*	-0.32
พนักงานเอกชน	3.58			-	0.21	1.08*	0.58	-0.44
ค้าขาย	3.37				-	0.87*	0.37	-0.65*
เกษตรกร	2.50					-	-0.50	-1.52*
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.00						-	-1.02*
อื่นๆ	4.02							-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม อาชีพ พบว่า แตกต่างกันที่ระดับ
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจที่
มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพข้าราชการ/
รัฐวิสาหกิจ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพค้าขาย คนวัยทำงานในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพเกษตรกร และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพพ่อบ้าน/
แม่บ้าน

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คนวัยทำงานใน
เขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานเอกชน และคนวัยทำงานในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพค้าขาย มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัย
ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพเกษตรกร

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจที่มี
ต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพพ่อบ้าน/
แม่บ้าน

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม การศึกษาสูงสุด

ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	2.302	4	.575	1.133	.340
	ภายในกลุ่ม	200.548	395	.508		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษาสูงสุด พบว่า คณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	9.754	4	2.438	4.988	.001*
	ภายในกลุ่ม	193.096	395	.489		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า คณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	\bar{x}	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001- 40,000 บาท	40,000 บาท ขึ้นไป
		3.51	3.41	3.46	3.79	3.77
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.51	-	0.10	0.05	-0.28	-0.26
10,001-20,000 บาท	3.41		-	-0.05	-0.38*	-0.36*
20,001-30,000 บาท	3.46			-	-0.33	-0.31
30,001-40,000 บาท	3.79				-	0.02
40,000 บาทขึ้นไป	3.77					-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001.40,000 บาท และคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลแตกต่างกัน ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	54.896	3	18.299	48.977	.000*
	ภายในกลุ่ม	147.954	396	.374		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัลแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม ความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล	\bar{X}	นานๆ ครั้ง (1-2 วันสัปดาห์)	เกือบทุกวัน (3-4 วันสัปดาห์)	สม่ำเสมอ (5-6 วันสัปดาห์)	อื่นๆ
		3.63	3.93	3.58	2.59
นานๆ ครั้ง (1-2 วันสัปดาห์)	3.63	-	-0.30	0.05	1.04*
เกือบทุกวัน (3-4 วันสัปดาห์)	3.93		-	0.35	1.34*
สม่ำเสมอ (5-6 วันสัปดาห์)	3.58			-	0.99*
อื่นๆ	2.59				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม ความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล เกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล สม่ำเสมอ (5-6 วัน/สัปดาห์) มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่อื่นๆ ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม การชื่อนิตยสารดิจิทัล ในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย)

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	ระหว่างกลุ่ม	7.440	2	3.720	7.557	.001*
	ภายในกลุ่ม	195.410	397	.492		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม การชื่อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย) พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการชื่อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม การชื่อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย)

การชื่อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย)	\bar{X}	ไม่ชื่อนิตยสาร	1-3 เล่ม/สัปดาห์	3-5 เล่ม/สัปดาห์
ไม่ชื่อนิตยสาร	3.49	-	-0.37	-0.65*
1-3 เล่ม/สัปดาห์	3.86		-	-0.28
3-5 เล่ม/สัปดาห์	4.14			-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม การชื่อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย) พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการชื่อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย) 3-5 เล่ม/สัปดาห์ มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ชื่อนิตยสาร

ตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม การใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน)

ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	36.994	4	9.248	22.026	.000*
	ภายในกลุ่ม	165.856	395	.420		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน)

ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน)	\bar{x}	น้อยกว่า 15 นาที	ประมาณ 15-30 นาที	ประมาณ 30-45 นาที	มากกว่า 45 นาที	อื่นๆ
		3.59	3.60	3.82	4.33	2.78
น้อยกว่า 15 นาที	3.59	-	-0.01	-0.23	-0.74*	0.81*
ประมาณ 15-30 นาที	3.60		-	-0.22	-0.73*	0.82*
ประมาณ 30-45 นาที	3.82			-	-0.51*	1.04*
มากกว่า 45 นาที	4.33				-	1.55*
อื่นๆ	2.78					-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) น้อยกว่า 15 นาที คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) ประมาณ 15-30 นาที คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) ประมาณ 30-45 นาที และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) มากกว่า 45 นาที มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสาร

ดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ย นาที/ต่อวัน) เวลาอื่นๆ

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ย นาที/ต่อวัน) มากกว่า 45 นาที มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ย นาที/ต่อวัน) น้อยกว่า 15 นาที คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ย นาที/ต่อวัน) ประมาณ 15-30 นาที คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ย นาที/ต่อวัน) ประมาณ 30-45 นาที

ตารางที่ 4.33 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ลักษณะอ่านนิตยสารดิจิทัล

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	ระหว่างกลุ่ม	73.285	6	12.214	37.048	.000*
	ภายในกลุ่ม	129.565	393	.330		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ลักษณะอ่านนิตยสารดิจิทัล พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่
จำแนกตาม ลักษณะอ่านนิตยสารดิจิทัล

ลักษณะอ่าน นิตยสารดิจิทัล	\bar{x}	ตั้งใจอ่าน อย่างเดียว	อ่านและ ทำงานไป ด้วย	เปิดดูแต่ ภาพ	อ่านผ่านๆ ไม่เจาะจง	อ่านแต่ หยุดเมื่อ ทำอย่าง อื่น	อ่าน เฉพาะ เนื้อหาที่ สนใจ	อื่นๆ
		3.87	3.86	3.66	3.68	3.57	3.60	2.07
ตั้งใจอ่านอย่างเดียว	3.87	-	0.01	0.21	0.19	0.30	0.27	1.80*
อ่านและทำงานไป ด้วย	3.86		-	0.20	0.18	0.29	0.26	1.79*
เปิดดูแต่ภาพ	3.66			-	-0.02	0.09	0.06	1.59*
อ่านผ่านๆ ไม่ เจาะจง	3.68				-	0.11	0.08	1.61*
อ่านแต่หยุดเมื่อทำ อย่างอื่น	3.57					-	-0.03	1.50*
อ่านเฉพาะเนื้อหาที่ สนใจ	3.60						-	1.53*
อื่นๆ	2.07							-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม ลักษณะอ่านนิตยสารดิจิทัล
พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตั้งใจ
อ่านอย่างเดียว คณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านและทำงานไปด้วย คณวิทย์ทำงานใน
เขตกรุงเทพมหานครที่เปิดดูแต่ภาพ คณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านผ่าน ๆ ไม่เจาะจง
คณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อ่านแต่หยุดเมื่อทำอย่างอื่น และคณวิทย์ทำงานในเขต
กรุงเทพมหานครที่อ่านเฉพาะเนื้อหาที่สนใจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
มากกว่า คณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะการอ่านอื่นๆ

ตารางที่ 4.35 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อ่านนิตยสารดิจิทัล

ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	84.073	3	28.024	93.433	.000*
	ภายในกลุ่ม	118.777	396	.300		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อ่านนิตยสารดิจิทัล พบว่า คณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของคณวิทย์ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม
การอ่านนิตยสารดิจิทัล

อ่านนิตยสาร ดิจิทัล	\bar{x}	อ่านคนเดียว	อ่านร่วมกับคนใน ครอบครัว	อ่านร่วมกับผู้อื่น (เพื่อน บ้านเพื่อนร่วมงาน)	อื่นๆ
		3.65	4.05	3.76	1.85
อ่านคนเดียว	3.65	-	-0.40	-0.11	1.80*
อ่านร่วมกับคนใน ครอบครัว	4.05		-	0.29	2.20*
อ่านร่วมกับผู้อื่น (เพื่อนบ้านเพื่อน ร่วมงาน)	3.76			-	1.91*
อื่นๆ	1.85				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม การอ่านนิตยสารดิจิทัล พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อ่านคนเดียว คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านร่วมกับคนในครอบครัว และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านร่วมกับผู้อื่น (เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน) มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการอ่านนิตยสารดิจิทัลแบบอื่นๆ

ตารางที่ 4.37 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานที่ที่อ่านนิตยสารดิจิทัล

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	ระหว่างกลุ่ม	53.289	3	17.763	47.032	.000*
	ภายในกลุ่ม	149.561	396	.378		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม สถานที่ที่อ่านนิตยสารดิจิทัล พบว่า ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานที่ที่อ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่
จำแนกตาม สถานที่ที่อ่านนิตยสารดิจิทัล

สถานที่ที่อ่าน นิตยสารดิจิทัล	\bar{X}	อ่านที่บ้าน	อ่านที่ทำงาน	อ่านในรถ	อื่นๆ
		3.66	3.73	3.71	2.59
อ่านที่บ้าน	3.66	-	-0.07	-0.05	1.07*
อ่านที่ทำงาน	3.73		-	0.02	1.14*
อ่านในรถ	3.71			-	1.12*
อื่นๆ	2.59				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม สถานที่ที่อ่านนิตยสารดิจิทัล
พบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านที่
บ้าน คณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านที่ทำงาน และคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่อ่านในรถ มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คณวิทำงานในเขต
กรุงเทพมหานคร ที่อ่านสถานที่อื่นๆ

ตารางที่ 4.39 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล
ของของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการอ่าน
นิตยสารดิจิทัล

ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	62.990	4	15.747	44.475	.000*
	ภายในกลุ่ม	139.860	395	.354		
	รวม	202.850	399			

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเซฟเฟ้ (Scheffé) ดังแสดงในตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล

คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่

จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล

วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล	\bar{x}	เพิ่มความรู	ติดตามข่าวสารบ้านเมือง	ติดตามเรื่องที่สนใจ	ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	อื่นๆ
		3.72	3.76	3.62	3.56	2.16
เพิ่มความรู	3.72	-	-0.04	0.10	0.16	1.56*
ติดตามข่าวสารบ้านเมือง	3.76		-	0.14	0.20	1.60*
ติดตามเรื่องที่สนใจ	3.62			-	0.06	1.46*
ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	3.56				-	1.40*
อื่นๆ	2.16					-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นรายคู่ จำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัลพบว่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความรู คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมือง คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ติดตามเรื่องที่สนใจ และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในการอ่านหนังสือดิจิทัล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลพฤติกรรม การอ่านนิตยสารดิจิทัล ข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล และผลการทดสอบสมมติฐาน สามารถนำไปสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ในบทที่จะกล่าวถึงต่อไป