

การศึกษาพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจาก
นิตยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา
ปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สุภา กิจวรเกียรติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
พ.ศ.2545
ISBN 974-281-756-1

A Study on Information-seeking for Job Selection from
Magazines and Newspapers : Case Study Graduates of
Bachelor Degree from Dhurakijpundit University,
2000.

Supa Kitvorakeat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of The Requirement
For The Degree of Master of Arts
Department of Business Communication Arts
Graduate School Dhurakijpundit University
2002
ISBN 974-281-756-1

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้บรรลุผลสำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือ และการสนับสนุนหลาย ๆ ด้านจากบุคคลหลายท่าน ไม่ว่าจะเป็นการให้คำแนะนำ คำปรึกษาและกำลังใจ ซึ่งข้าพเจ้ารู้สึกขอบคุณเป็นอย่างยิ่ง

ขอโน้มรำลึกถึงพระคุณของครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ให้การศึกษาก่อกำเนิด ตั้งแต่เริ่มเรียนอนุบาลจนถึงวันที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้คอยให้คำแนะนำและดูแลเอาใจใส่การทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้อย่างใกล้ชิดตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ รวมทั้งอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่าให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ได้แก่ อาจารย์อรุณ งามดี ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รศ.อรนุช เลิศจรยารักษ์ กรรมการวิทยานิพนธ์ และรศ.อรทัย ศรีสันติสุข กรรมการวิทยานิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.วารี เกิดคำ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา รศ.เทียน ทองแก้ว สถาบันราชภัฏรำไพพรรณี และอาจารย์บุญศิริ นิยมทัศน์ สถาบันราชภัฏพระนคร ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน คำแนะนำ คำปรึกษา และเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ของดิฉันด้วยดีตลอดมา ขอขอบคุณเพื่อน ๆ และพี่ ๆ ที่ทำงานทุกท่านสำหรับความช่วยเหลือต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณสุริดา หอวัฒนกุล ดร.จิตราภา คุณชลบุตรและคุณนวลอนงค์ บุตรแก้วแดง

นอกจากนี้ต้องขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ให้คำปรึกษาและแนะนำด้วยน้ำใจไมตรีอันดีตลอดมา และสุดท้ายดิฉันขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านและบรรณาธิการจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารประเภทสมัครงานทั้ง 5 ท่าน อันได้แก่ คุณกวี

อุรัสยานันท์ บริษัทสรรพสารจำกัด คุณปรมินทร์ ตั้งชัยวรรณ บริษัทริคрут พลัส จำกัด คุณปัญญา จรรยาเพศ บริษัทวัฏจักรคลาสสิกส์ คุณปกเกตุ บุรจรรย์ บริษัทวัฏสาร จำกัด คุณเชาวลิต ชูธรรมรัช บริษัทฐานเศรษฐกิจ จำกัด ที่เป็นส่วนสำคัญในการทำให้วิทยานิพนธ์เรื่องนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

หากวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ มีคุณประโยชน์และความดีใด ๆ ก็ตาม ดิฉันขอมอบคุณประโยชน์และความดีนั้น ๆ แด่บิดา มารดาและครอบครัว อันเป็นกำลังใจสูงสุดในการศึกษาของข้าพเจ้า

สุภา กิจวรเกียรติ

กุมภาพันธ์ 2544

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๑๐
สารบัญภาพ.....	๑๑
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	3
สมมติฐานในการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	16
หนังสือพิมพ์.....	18
นิตยสาร.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร.....	22
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	29
	รูปแบบการวิจัย.....	29
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	30
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
	ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม.....	31
	การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
	กรรมวิธีทางข้อมูล.....	32
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
4	ผลการวิจัย.....	36
	ผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	36
	ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	135
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	148
	สรุปผลการวิจัย.....	149
	อภิปรายผล.....	152
	ข้อเสนอแนะ.....	154
	บรรณานุกรม.....	155
	ภาคผนวก.....	159
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	163
	ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	169
	ประวัติผู้เขียน.....	170

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	37
2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร.....	42
3	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามนิตยสาร/หนังสือพิมพ์.....	45
4	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเนื้อหาที่สนใจอ่าน.....	48
5	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์.....	52
6	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นในเรื่อง ความต้องการของข้อมูลข่าวสาร.....	54
7	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นในเรื่อง โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร.....	55
8	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นในเรื่อง การได้แหล่งงานที่ต้องการสมัครแล้วมีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล.....	56
9	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นในเรื่อง การเลือกแหล่งข้อมูลข่าวสาร.....	57
10	จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็นในเรื่อง การใช้เวลาในการหาข้อมูลประเภทสมัครงาน.....	58
11	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง บัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	60
12	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่าง บัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	61
13	แสดงช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	62
14	แสดงการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	แสดงการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	64
16	แสดงแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	64
17	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิง ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	65
18	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง คณะที่สำเร็จด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	66
19	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่าง คณะที่สำเร็จด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	67
20	แสดงจำนวนช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างคณะที่สำเร็จด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	68
21	แสดงจำนวนการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างคณะที่สำเร็จด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	69
22	แสดงจำนวนการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างคณะที่สำเร็จด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	70
23	แสดงแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	71
24	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างคณะที่สำเร็จด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	72
25	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง เกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่าง เกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	74
27	แสดงช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างเกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	75
29	แสดงการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างเกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	76
29	แสดงการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างเกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	77
30	แสดงแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างเกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	78
31	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างเกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	79
32	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	80
33	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงาน ระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	81
34	แสดงช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	82
35	แสดงการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	83
36	แสดงการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	84
37	แสดงแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
38	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 86
39	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 87
40	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 88
41	แสดงช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 89
42	แสดงการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 90
43	แสดงการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 91
44	แสดงแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 92
45	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 93
46	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง งานที่ทำตรงสาขาด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 94
47	แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่าง งานที่ทำตรงสาขาด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 95
48	แสดงช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)..... 96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
49	แสดงการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาคำสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	97
50	แสดงการรับเป็นสมาชิกหรือซื้อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาคำสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	98
51	แสดงแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาคำสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	99
52	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาคำสถิติไค-สแควร์ (χ^2).....	100
53	แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test).....	101
54	แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test).....	101
55	แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาด้วยค่าสถิติ ที (t-test).....	102
56	แสดงความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test).....	102
57	แสดงความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test).....	103
58	แสดงความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาด้วยค่าสถิติ ที (t-test).....	103
59	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test).....	104
60	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test).....	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
61	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 105
62	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 105
63	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 106
64	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 107
65	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 107
66	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 108
67	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 108
68	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 109
69	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 109
70	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาด้วยค่าสถิติ ที (t-test)..... 110
71	แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)..... 111

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
72	แสดงวัตถุประสงคในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).....	111
73	แสดงวัตถุประสงคในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	112
74	แสดงวัตถุประสงคในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้อันต่ำที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	113
75	แสดงวัตถุประสงคในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้อันต่ำที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).....	113
76	แสดงวัตถุประสงคในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงาน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	114
77	แสดงความตองการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	115
78	แสดงความตองการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).....	115
79	แสดงความตองการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	116
80	แสดงความตองการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้อันต่ำที่ได้รับต่อเดือนด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	117
81	แสดงความตองการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีรายได้อันต่ำที่ได้รับต่อเดือนที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).....	117
82	แสดงความตองการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test) .	118
83	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	119

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
84	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).....	119
85	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	120
86	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับต่อเดือน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)...	121
87	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับต่อเดือน ที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).....	121
88	แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงาน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	122
89	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	123
90	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).	123
91	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	124
92	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....	125
93	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือน ที่ละคู่ด้วยค่าเอฟเฟ (Scheffe).....	125

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
94	แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงาน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)..... 126
95	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)..... 127
96	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe)..... 127
97	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)..... 128
98	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)..... 129
99	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).. 129
100	แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงาน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)..... 130
101	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....131
102	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).131
103	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)..... 132
104	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).....133

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
105	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนที่ละคู่ด้วยค่าเชฟเฟ (Scheffe).. 133
106	แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงาน ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test).. 134
107	เปรียบเทียบนโยบายในการจัดทำหนังสือของบริษัท..... 136
108	เปรียบเทียบกลุ่มเป้าหมายของหนังสือประเภทสมัครงานแต่ละฉบับ..... 137
109	เปรียบเทียบการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด..... 139
110	เปรียบเทียบเนื้อหาข่าวสารที่บรรณาธิการให้ความสำคัญ..... 144
111	เปรียบเทียบการตอบรับของกลุ่มผู้หางาน..... 145
112	เปรียบเทียบปัญหา/อุปสรรคในการจัดทำนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงาน..... 146

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดของการวิจัยเชิงปริมาณ.....	5
2	กรอบแนวคิดของการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	6
3	แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร.....	9
4	แบบจำลอง SMCR.....	10
5	องค์กรสื่อสารมวลชน.....	15
6	กระบวนการเรียนรู้.....	21
7	แบบจำลองคั่นเนอสูและทิปตัน (1973).....	25

ในขณะที่เพศ เกรดเฉลี่ย แตกต่างกัน บันทึกจะไม่มีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้วิธีสัมภาษณ์บรรณาธิการทั้ง 5 บริษัท
ได้แก่ บริษัทวิทยุสาร จำกัด บริษัทฐานเศรษฐกิจ จำกัด บริษัทวิทยุจักรคลาสสียาดีส์ บริษัทสรรพ
สาร จำกัด และบริษัททรูท พลัส จำกัด

ผลการสัมภาษณ์พบว่าทุกบริษัทให้ความสำคัญในการจัดทำนิตยสารและหนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานมากโดยกำหนดไว้เป็นนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อช่วยเหลือสังคมในภาวะ
เศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

Thesis Title A Study of Information-seeking for Job Selection from
 Magazines and Newspaper : Case Study Graduates of Bachelor
 Degree from Dhurakijpundit University, 2001.

Student's name Miss Supa Kitvorakeat

Thesis Advisor Dr.Asawin Nedpogaeo

Department Business Communication Arts

Academic year 2001

ABSTRACT

The Objective of this research is to study students' behavior in seeking job information from magazines and newspapers. This research also aims to study policies of the management from five magazines and newspaper companies which consist of Wattasan Co., Ltd., Tansetakit Co., Ltd., Wattachak Classifieds Co., Ltd., Sappasan Co., Ltd. and Recruit plus Co., Ltd.

The first part is a survey quantitative study. The questionnaires were used as the instruments to collect data.

The population were the bachelor degree graduates from Dhurakijpundit University, 2000. The sample size was drawn and random conveniently to 353 with Yamane Taro's random formula. The length of data collection was November-December 2001.

The samples' characteristic were explained with percentage and compare the relation of the Job-seeking behavior variables with t-test, F-test and Chi-Square.

The findings were the following :- there are significant differences in Job-seeking information behavior among the graduate faculty, the salary, work status, the job and the relevant major variables, while there are no significant differences between the sex differences and graded point average at $p > 0.05$.

The second part is the qualitative study from policy interview with the editors. The finding is that job-seeking market is the main policy in running the business to serve the economic changing environment.

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หลังจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา คือ ตั้งแต่กลางปี พ.ศ.2540 เป็นช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาต่าง ๆ อย่างมากมาย ธุรกิจทุกประเภทได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นักธุรกิจและผู้ประกอบการจำนวนมากก็พากันปิดกิจการไปเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดปัญหาอื่นตามมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะปัญหาการว่างงาน (สุกัลยา รัตนประภาพร, 2544 :1) ซึ่งในรอบปี 2543 ความต้องการแรงงานของนายจ้างภาคเอกชนที่ประกาศตำแหน่งทางหน้าหนังสือพิมพ์ 5 ฉบับ (กรุงเทพธุรกิจ เดลินิวส์ มติชน วัฏจักรและฐานเศรษฐกิจ) มีสถานประกอบการทั้งสิ้น 5,690 แห่ง แจ้งความต้องการแรงงานผ่านหนังสือพิมพ์ 5 ฉบับดังกล่าว จำนวน 45,113 อัตรา เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2542 พบว่า มีสถานประกอบการมีความต้องการแรงงานโดยรวมลดลงร้อยละ 13.84 (กรมการจัดหางาน, 2544 : 6)

ความต้องการแรงงานในปี 2543 มีจำนวนลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน อาจเนื่องมาจากในช่วงปลายปี 2543 ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยเริ่มชะลอตัว สาเหตุจากปัจจัยเสี่ยงภายนอกประเทศ อาทิ ราคาน้ำมันในตลาดโลก ภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าที่เป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ อย่างเช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ที่เริ่มมีสัญญาณว่าเศรษฐกิจเริ่มประสบปัญหาทำให้อุตสาหกรรมการผลิตส่งออกเริ่มชะลอตัว ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจและระบบการผลิตภายในประเทศยังฟื้นตัวเพียงบางส่วนและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการลงทุนยังทรงตัวตลอดปี 2543 จึงทำให้ภาคการผลิตยังไม่อาจขยายตัวได้มากนัก จึงอาจเป็นสาเหตุทำให้ความต้องการแรงงานยังไม่กระเตื้องขึ้นมากนัก (กรมการจัดหางาน, 2544 : 6) ตลาดแรงงานของบัณฑิต สถานประกอบการมีความต้องการแรงงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจำนวน 36,513 ตำแหน่ง มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 7.71 ในปี 2542 เป็นร้อยละ 7.86 ในปี 2543

ด้านผู้สมัครงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมาใช้บริการจัดหางานมีถึง 57,896คน มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วจากร้อยละ 18.18 เป็นร้อยละ 22.85 ส่วนใหญ่เป็นผู้สำเร็จการศึกษาใหม่ ซึ่งแนวโน้มการมาใช้บริการของผู้มีวุฒิการศึกษาระดับนี้เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่องและสามารถบรรจุเข้าทำงานได้ 18,748 คน ลดลงจากปีที่แล้วร้อยละ 14.43 แต่เพิ่มขึ้นจากปี 2541 และ 2542 ร้อยละ 33.52 และ 28.07 ตามลำดับ (กรมการจัดหางาน, 2544: 4)

โดยเฉพาะในปี 2544 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประเมินสภาพการว่างงานของประเทศว่า จะมีคนว่างงานทั้งสิ้น 1.3 ล้านคน ในขณะที่ปี 2545 จะเพิ่มขึ้น เป็น 1.7 ล้านคน แต่ตัวเลขดังกล่าวยังไม่ได้รวมผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจไทย หลังจากเหตุการณ์ก่อวินาศกรรม (สหรัฐอเมริกาถูกผู้ก่อการร้ายเปิดฉากบอมบ์อาคารเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์และตึกเพนตากอน เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544) โดยในการประชุมหารือเพื่อรับมือการว่างงานของ 4 กระทรวง คือ กระทรวงการคลัง ศึกษาธิการ อุตสาหกรรมและแรงงาน ฯ เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2544 ที่ผ่านมา สรุปปัญหาแรงงานว่ารัฐบาลจะต้องเตรียมตัวรองรับการตกงานของแรงงานที่เพิ่มขึ้น จากการลดคำสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมไอทีและธุรกิจการผลิตเพื่อส่งออกที่จะต้องมีการปลดคนงานในไม่ช้า ซึ่งคาดว่าจะทำให้จำนวนคนว่างงานเพิ่มสูงขึ้นจากที่ประมาณการไว้ นอกจากนี้ ยังต้องเตรียมหางานเพื่อรองรับแรงงานไทยที่จะต้องอพยพกลับจากต่างประเทศเนื่องจากภัยสงคราม (ระหว่างสหรัฐอเมริกากับอัฟกานิสถานที่มีพันธมิตรยุโรปและกลุ่มมุสลิมในตะวันออกกลางร่วมด้วย) อีกไม่ต่ำกว่า 63,000 คนอีกด้วย ทั้งนี้ ยังไม่นับบัณฑิตไทยที่กำลังจะจบและต้องออกมาเป็นคนตกงาน รวมทั้งบัณฑิตที่เคยได้รับการว่าจ้างในโครงการระยะสั้นของรัฐ ซึ่งทำให้ยอดคนตกงานของไทยปี 2545 อาจจะสูงกว่า 2 ล้านคน อย่างแน่นอน (ไทยรัฐ, 15 ตุลาคม, 2544 : 8)

จากปัญหาดังกล่าว จะเห็นว่าในยุคที่ประเทศไทยกำลังพัฒนาเศรษฐกิจแบบมุ่งไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ ระบบเศรษฐกิจสังคมสมัยใหม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีข่าวสารเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและการโฆษณาเผยแพร่มากขึ้น ประชาชนมีโอกาสและความสนใจที่จะรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนมากขึ้น สื่อมวลชนสามารถสื่อถึงประชาชนจำนวนมากและในเวลารวดเร็วขึ้นกว่าเดิม ทั้งนี้ทำให้สื่อมวลชนยังมีบทบาทเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว เพราะเป็นผู้นำในการควบคุมและเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและสิ่งที่เชื่อกันว่าเป็นข้อเท็จจริง โดยเฉพาะนิตยสารถือว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญและยังให้ข้อมูลข่าวสารในการหางานทำ ด้วยเหตุนี้ ในการศึกษาพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการหางานทำของบัณฑิต เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาข้อมูลข่าวสารให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมมากยิ่งขึ้นต่อไป

ปัญหาการวิจัย

1. บัณฑิตที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
2. บรรณาธิการของนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานมีนโยบายในการดำเนินงานจัดทำนิตยสารและหนังสือพิมพ์เหมือนกันหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
2. เพื่อศึกษาถึงนโยบายในการดำเนินงานจัดทำนิตยสารและหนังสือพิมพ์และเนื้อหา ด้านการหางานของบรรณาธิการจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ทั้ง 5 บริษัท ได้แก่ บริษัทวิทยุสาร จำกัด บริษัทฐานเศรษฐกิจ จำกัด บริษัทวิทยุจักรกลาสีฟายด์ส์ บริษัทสรรพสาร จำกัด และบริษัทริศรุท พลัส จำกัด

สมมติฐานในการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้ที่ได้รับเฉลี่ย ต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ ของบัณฑิตที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้ คือ

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือบัณฑิตระดับปริญญาตรี ที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2543 จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และบรรณาธิการนิตยสารและหนังสือพิมพ์
2. มุ่งศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์
3. ระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ.2544

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสารและหนังสือพิมพ์ จาก 5 บริษัท จำนวน 5 คน ได้แก่

3.1 คุณกวี อรรถะนันท์ บริษัทสรรพสารจำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์สมัครด่วน ราย 3 วัน และนิตยสาร Job Request รายสัปดาห์

3.2 คุณปรมินทร์ ตั้งชัยวรรณ บริษัทรีครูท พลัส จำกัด ได้แก่ นิตยสารรีครูท รายสัปดาห์

3.3 คุณปัญญา จรรยาเทศ บริษัทวัฏจักรคลาสสิกส์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์หางาน หาง่าย ราย 2 วัน หนังสือพิมพ์แหล่งงาน ราย 3 วัน นิตยสาร Smart Job รายสัปดาห์ และนิตยสารงานวันนี้ รายสัปดาห์

3.4 คุณปกเกตุ บุรจรรย์ บริษัทวัฏสาร จำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์รวมแหล่งงาน ราย 3 วัน และนิตยสาร รวมงาน Weekly รายสัปดาห์

3.5 คุณเชาวลิต ชูธรรมรัช บริษัทฐานเศรษฐกิจ จำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ Job & Sport (งานกับคน) ราย 2 วัน และนิตยสารสมัครงาน บริการทอง รายสัปดาห์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
2. เป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการหางานทำของบรรณาธิการ

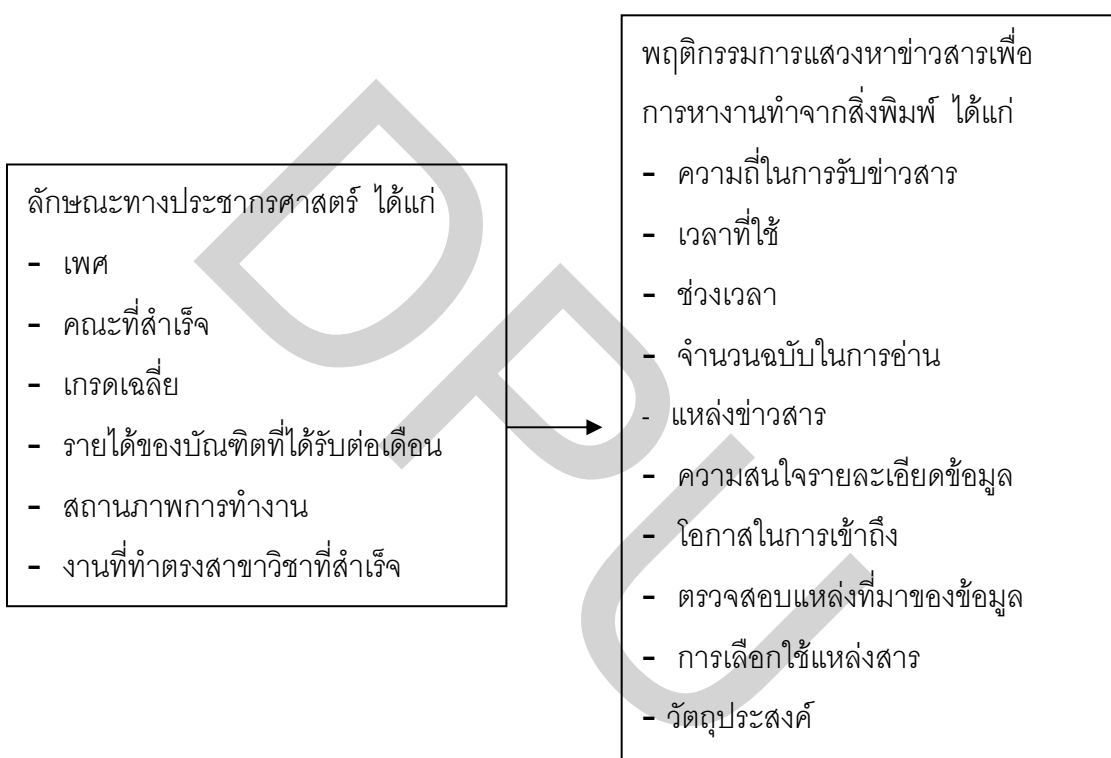
กรอบแนวคิดของการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดของการวิจัยเชิงปริมาณ

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

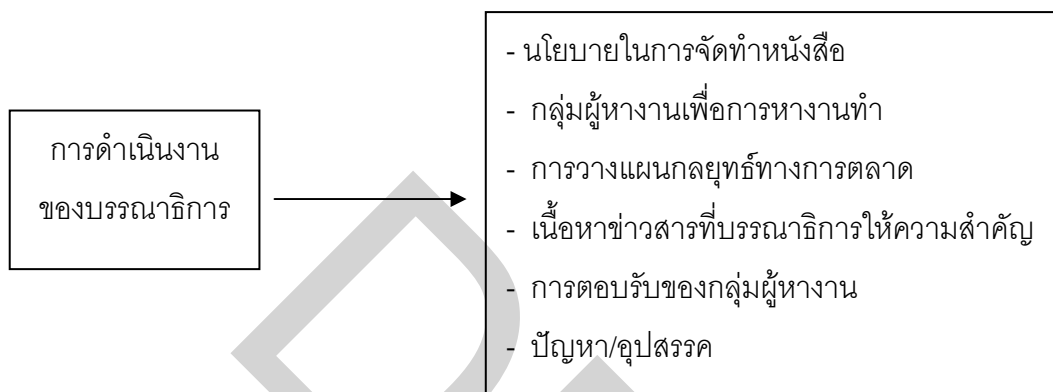


ภาพที่ 2

กรอบแนวคิดของการวิจัยเชิงคุณภาพ

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



นิยามศัพท์

สื่อ หมายถึง ตัวกลางหรือเครื่องมือในการส่งข่าวสารเพื่อการงานทำให้แก่นักศึกษา
สิ่งพิมพ์ หมายถึง นิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ที่ให้ข่าวสารเพื่อการงาน
งานทำแก่นักศึกษา

บัณฑิต หมายถึง นักศึกษามหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญา
ตรี ในปีการศึกษา 2543

บรรณาธิการ หมายถึง ผู้รับผิดชอบด้านข้อเขียนบทความและข่าวทุกชิ้นที่ลงพิมพ์ใน
หนังสือพิมพ์/นิตยสารตามกฎหมาย ในที่นี้หมายถึง บรรณาธิการจาก 5 บริษัท ได้แก่ บริษัทวัฏ
สาร จำกัด บริษัทฐานเศรษฐกิจ จำกัด บริษัทวัฏจักรคลาสสิกส์ บริษัทสรรพสาร จำกัด และ
บริษัทริศรุท พลัส จำกัด

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้
สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ

พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารเพื่อการงานทำ หมายถึง พฤติกรรมของผู้รับสารที่
ต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเพื่อการงานทำ ได้แก่ ความถี่ในการรับข่าวสาร เวลาที่ใช้
ช่วงเวลา จำนวนฉบับในการอ่าน แหล่งข่าวสาร ความสนใจรายละเอียดของข้อมูล โอกาสใน
การเข้าถึงข้อมูล การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล การเลือกใช้แหล่งสาร วัตถุประสงค์

นิตยสารรายสัปดาห์ ได้แก่

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. สมัครงาน บริการทอง | 4. จ๊อบ รีเคซท์ |
| 2. รีศรุท | 5. งานวันนี้ |
| 3. รวมงาน Weekly | 6. Smart Job |

หนังสือพิมพ์ ได้แก่

- | | |
|--------------------------------|-----------|
| 1. รวมแหล่งงาน | ราย 3 วัน |
| 2. แหล่งงาน (การศึกษาและอาชีพ) | ราย 3 วัน |
| 3. สมัครด่วน | ราย 3 วัน |
| 4. งานด่วน | ราย 2 วัน |
| 5. หางานหาง่าย | ราย 2 วัน |
| 6. Job & Sport (งานกับคน) | ราย 2 วัน |

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
4. หนังสือพิมพ์
5. นิตยสาร
6. ทฤษฎีการรับรู้
7. แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

1. ความหมายของการสื่อสาร

คำว่า “การสื่อสาร” หรือเรียกในภาษาอังกฤษ “communication” นั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน เช่น

โรเจอร์ (Rogers, 1973 :43 อ้าง ใน กมลทิพย์ ม้าคนอง, 2540 : 9) กล่าวว่า “การสื่อสารคือกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร”

วอเรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Warren W. Weaver, 1949 : 95 อ้างใน ประมว สตะเวทิน, 2533 : 28) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคน ๆ หนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนหนึ่ง การสื่อสารไม่ได้หมายความว่าเพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงดนตรี ภาพ การแสดง บัลเลต์ และพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย”

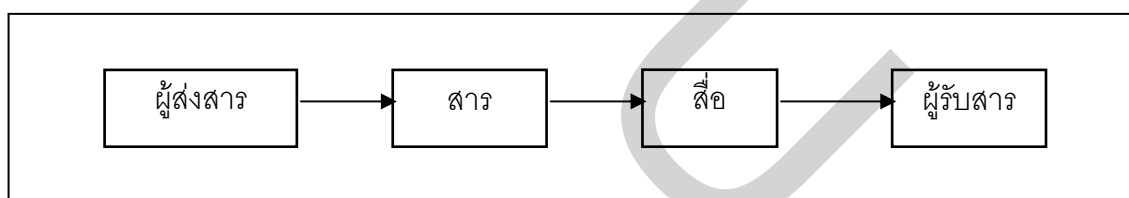
สมิธ (Smith อ้างใน พัทธนิ เษยจรรยา และคณะ, 2538 :5) กล่าวว่า การสื่อสารมนุษย์ (Human Communication) “เป็นกลุ่มของกระบวนการที่ลึกซึ้งและแยกย่อย การ

ว่าสารที่ถ่ายทอดต่อกันจะเรียบง่ายเพียงใด นอกจากนี้การสื่อสารของมนุษย์เป็นกลุ่มของกระบวนการที่มีความหลากหลาย ซึ่งอาจจะใช้วิธีการสื่อสารอย่างหนึ่งอย่างใดจากวิธีการต่าง ๆ จำนวนนับร้อย อาจจะใช้คำพูดหรือท่าทาง อาจใช้การสนทนาอย่างสนิทชิดเชื้อ หรือการติดต่อผ่านสื่อมวลชนถึงผู้รับทั่วโลก ฉะนั้น เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มนุษย์ก็กำลังสื่อสารกันอยู่ เมื่อมนุษย์มีการควบคุมซึ่งกันและกัน มนุษย์ก็ทำเช่นนั้นได้โดยผ่านการสื่อสารเป็นเบื้องต้น” จึงพอจะสรุปความหมายร่วมกันของคำว่า“การสื่อสาร” ได้ประการหนึ่งว่า การสื่อสารเป็นการสื่อความหมายในทางหนึ่งทางใด และมีลักษณะของการส่งและรับสาร (ไม่ว่าจะเป็นภายในตัวเอง ระหว่างผู้หนึ่งกับผู้อื่น หรือระหว่างกลุ่มกับกลุ่ม) ภายในปริบทหรือสภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ การสื่อสารจึงตั้งอยู่บนหลักแห่งความสัมพันธ์นี้เสมอ (พัชนี เชษจรรยา และคณะ, 2538 :5)

2. แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

การสื่อสารซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งนั้น มีรูปแบบและขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ภาพที่ 3
แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร



ที่มา : กิตติมา สุรสนธิ, 2531 : 33

จากแบบจำลองข้างต้น สามารถอธิบายขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสารได้ดังนี้
เมื่อผู้ส่งสารต้องการจะทำการสื่อสาร ผู้ส่งสารก็ต้องนำเอาสิ่งที่ตนต้องการจะสื่อสารมาผลิตให้ปรากฏเป็นสาร แล้วถ่ายทอดผ่านสื่อเพื่อส่งไปยังผู้รับสาร

เบอร์โล อธิบายกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ว่า เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยปัจจัยหรือส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 6 ประการ คือ (สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, 2531 : 137-138)

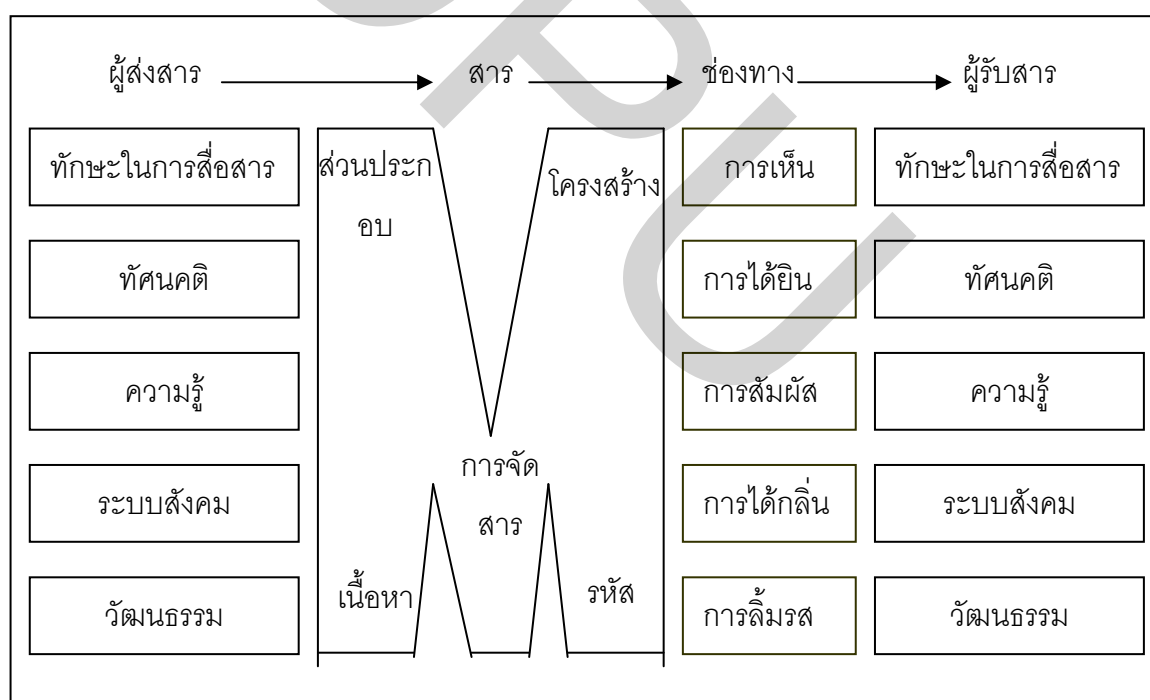
1. แหล่งสาร
2. ผู้เข้ารหัสสาร
3. เนื้อหาข่าวสาร

4. ช่องสาร
5. ผู้ถอดรหัสสาร
6. ผู้รับสาร

ตามแนวความคิดของเบอร์โล ผู้ส่งสารก็คือบุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสาร ทำหน้าที่ในการเข้ารหัสสาร โดยอาศัยคุณสมบัติและทักษะต่าง ๆ เช่น ความสามารถในการพูด การเขียน ทักษะคิดทั้งต่อตนเอง ต่อหัวข้อของการสื่อสาร ต่อผู้รับสาร ความรู้ในเรื่องและเหตุการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนระบบสังคมและระบบวัฒนธรรม ในส่วนของผู้รับสารก็ต้องมีคุณสมบัติและทักษะดังกล่าวเช่นเดียวกัน

เบอร์โลได้อธิบายแนวความคิดไว้ในรูปแบบจำลองที่เรียกกันว่า “แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล” ซึ่งเบอร์โลรวมเอาต้นแหล่งสารและผู้เข้ารหัสเอาไว้ด้วยกันในฐานะผู้ส่งสารและรวมผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารไว้ด้วยกัน ดังภาพ

ภาพที่ 4
แบบจำลอง SMCR



ที่มา : สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, 2531 : 138

3. องค์ประกอบของการสื่อสาร (สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย, 2531 :

144-149)

การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ ๆ 4 องค์ประกอบ คือ

3.1 ผู้ส่งสาร คือบุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นสร้างและส่งสารไปยังผู้อื่น โดยการแปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดสร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษา และอากัปกิริยาท่าทางต่าง ๆ

3.2 สาร มีส่วนประกอบ 3 ประการ คือ

3.2.1 รหัสของสาร คือภาษาหรือสัญลักษณ์หรือสัญญาณที่มนุษย์คิดขึ้นเพื่อใช้แสดงออกแทนความคิดเกี่ยวกับบุคคลและสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ ภาษาต่าง ๆ ระบบสัญลักษณ์ สัญญาณหรือเครื่องหมายใด ๆ ก็ตามที่มนุษย์ในแต่ละสังคมรับรู้ความหมายร่วมกัน

3.2.2 เนื้อหาของสาร เนื้อหาของสารที่มนุษย์สื่อสารกันนั้นครอบคลุมมวลความรู้และประสบการณ์ของมนุษย์ที่มนุษย์ต้องการที่จะถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกัน

3.2.3 การจัดสาร จะช่วยทำให้สารนั้นเป็นสารที่มีประสิทธิภาพ ในการจัดสารที่ดีนั้น ควรคำนึงถึงเรื่องของการเรียบเรียง ลำดับความ ระดับความยากง่าย และรูปแบบของการใช้ภาษา เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสาร

3.3 ช่องทางหรือสื่อ ในการสื่อสารใด ๆ ก็ตาม ผู้ส่งสารย่อมต้องอาศัยช่องทางหรือสื่อให้ทำหน้าที่นำสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งการสื่อสารแต่ละครั้งนั้น จำเป็นต้องเลือกใช้ช่องทางและสื่อให้เหมาะสมแก่การสื่อสารแต่ละประเภท ซึ่งได้แก่ สื่อระหว่างบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อประสม เป็นต้น

3.4 ผู้รับสาร ในกระบวนการสื่อสารใด ๆ ก็ตาม การสื่อสารจะเกิดประสิทธิผลได้ก็ต่อเมื่อผู้รับสารได้พัฒนาตนเองให้ผู้ที่มิทักตะในการสื่อสาร ได้แก่ การเป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน ตลอดจนการเป็นผู้ที่สามารถคิดและรับรู้ความหมายได้

คัตลิฟ และ เซนเตอร์ (Cutlip and Center, 1978) อธิบายถึง หลักสำคัญของการติดต่อสื่อสารที่ควรยึดถือไว้ 7 ประการ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ (credibility)

การติดต่อสื่อสารจะต้องเริ่มต้นด้วยบรรยากาศแห่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (sender) ซึ่งจะทำให้ผู้รับสาร (receiver) เกิดความเชื่อมั่นในแหล่งสาร ซึ่งผลแห่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ ย่อมจะมีไปถึงเนื้อหา สารระ เรื่องราว และข่าวสารด้วย

ฮอฟแลนด์และคณะ (Hovland, Janis and Kelly, 1953 อ้างใน สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย , 2531 : 629) กล่าวถึงปัจจัยสำคัญของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารว่าประกอบด้วย คุณสมบัติ 3 ประการ คือ ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ (expertise) ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) และความน่าดึงดูดใจ (attractiveness)

ดังนั้น ในเรื่องความน่าเชื่อถือ (credibility) ของผู้ส่งสารนับว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะบรรยากาศแห่งความน่าเชื่อถือนี้ เป็นการเอื้ออำนวยต่อกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication process) เพื่อให้ผู้ส่งสารมีโอกาสทราบถึงปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง (feedback) ของผู้รับสารมายังผู้ส่งสาร

2. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม (context)

การติดต่อสื่อสารนั้นจะต้องเหมาะสมกลมกลืนกับความจริงของสภาพแวดล้อม โดยที่อาจมีการนำเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาใช้สนับสนุนหรือเสริมคำพูด สาร และการกระทำต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้การติดต่อสื่อสารยังจะต้องมีความเหมาะสมกับสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (position within a social-cultural system) อีกด้วย

ปรมะ สตะเวทิน (2533 : 66) ให้ความเห็นว่า สถานภาพต่าง ๆ ของผู้ส่งสารมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร ตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ สักดิ์ศรี ความเชื่อและค่านิยมทางวัฒนธรรม พฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับในสังคม พฤติกรรมที่ต้องกระทำตามวัฒนธรรม ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร และเป็นที่คาดหวังว่าผู้ส่งสารควรจะปฏิบัติอย่างไรในการสื่อสาร

3. เนื้อหาสาระ (content)

ในการติดต่อสื่อสารนั้น เนื้อหาสาระของข่าวสารจะต้องมีความหมายเป็นที่น่าสนใจต่อผู้รับสารเสมอและจะต้องสอดคล้องไม่ขัดแย้งต่อวัฒนธรรมและค่านิยมในสังคมของผู้รับสาร เพราะหากข่าวสารใดขัดแย้งต่อค่านิยมและความเชื่อในสังคมนั้น ผู้รับสารก็อาจปฏิเสธการรับข่าวสารและไม่ปฏิบัติตามได้ ในทางตรงข้ามผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสารที่คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อ

เขา เมื่อข่าวสารแสดงถึงการได้สิทธิประโยชน์และให้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจ ผู้รับสารย่อมสนใจและเลือกที่จะเปิดรับ ตลอดจนปฏิบัติตามเนื้อหาในข่าวสารนั้น

4. ความชัดเจน (clarity)

เนื้อหาสาระของข่าวสารจะต้องมีความชัดเจน เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้ส่งสารควรหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีความสลับซับซ้อน เข้าใจยาก ในทางกลับกัน ผู้ส่งสารควรมีการตัดสินใจในการเลือกใช้และเรียบเรียงเนื้อหาสาระของสารให้สั้น กระชับ ชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจ

5. ความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอ (continuity and consistency)

การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการที่ไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้น การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการซ้ำเตือน (repetition) เสมอ เพื่อให้สารนั้นซึมซาบในจิตใจของผู้รับสาร

โรเจอร์ (Rogers,1971) ให้ความเห็นว่า การส่งสารซ้ำหลาย ๆ ครั้งจะทำให้สารนั้นถูกยอมรับโดยผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารจำเนื้อหาสารได้ดีขึ้นและสารนั้นจะมีประสิทธิภาพในการจูงใจเพิ่มขึ้นอีกด้วย

6. ช่องทางในการสื่อสาร (channels)

รีด (Read,1975) กล่าวว่า ช่องทางในการสื่อสารคือตัวเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร (the connecting link) ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถทำการติดต่อสื่อสารกันได้ ผู้ส่งสารจึงจำเป็นต้องมีช่องทางในการสื่อสารหรือสื่อที่สามารถเลือกใช้นำสารไปสู่ผู้รับสารได้ ช่องทางในการสื่อสารมีมากมายหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะตัว มีคุณค่าและให้ผลทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน

7. วัดความสามารถของผู้รับสาร (capability of cadence)

ในการติดต่อสื่อสารนั้น เราจะต้องคำนึงถึงความสามารถของผู้รับสารด้วย ซึ่งประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) เช่น ความคิดและความสามารถในการใช้ภาษา (thought and language competence) ความสามารถในการอ่าน (reading ability) รวมทั้งพื้นฐานความรู้และระดับการศึกษาของผู้รับสาร (receiver's knowledge) ซึ่งล้วนแต่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการตีความหมายของผู้รับสาร

4. ประเภทของการสื่อสาร

การแบ่งโดยใช้จำนวนผู้สื่อสารเป็นเกณฑ์แบ่งประเภทของการสื่อสารได้ 3 ประเภท คือ

4.1 การสื่อสารภายในตัวบุคคล เกิดขึ้นเมื่อเราสื่อความหมายกับตัวเราเอง คนเราสื่อสารกับตัวเองได้ 4 ระดับ คือ สื่อสารด้วยความคิด วาจาภาษา อวาจาภาษาและเสียงพูด

4.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึงการสื่อสารกับผู้อื่น อาจจะเป็นคนเดียวหรือกลุ่มเล็ก เราใช้ทั้งวาจาภาษาและเสียง ทำการสื่อสารกันในลักษณะที่ผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง และเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว

4.3 การสื่อสารกับมวลชน หมายถึงการสื่อสารกับคนจำนวนมาก โดยใช้สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และนิตยสารเป็นสื่อเพื่อนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน

จากแนวความคิดดังกล่าว จะเห็นว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง เมื่อผู้ส่งสารต้องการจะทำการสื่อสารไปยังผู้รับจะต้องมีการถ่ายทอดผ่านสื่อตามแบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล รวมทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน และข่าวสารนั้นจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม เนื้อหาสาระ ความชัดเจน ความต่อเนื่อง ความสม่ำเสมอ ช่องทางในการสื่อสาร และวัดความสามารถของผู้รับสารได้ ซึ่งสามารถนำแนวความคิดนี้มาใช้กับงานวิจัยนี้ได้ในการติดต่อสื่อสารกับสื่อมวลชนในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานเพื่อการหางานทำของบัณฑิตได้อย่างมากให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้ได้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น

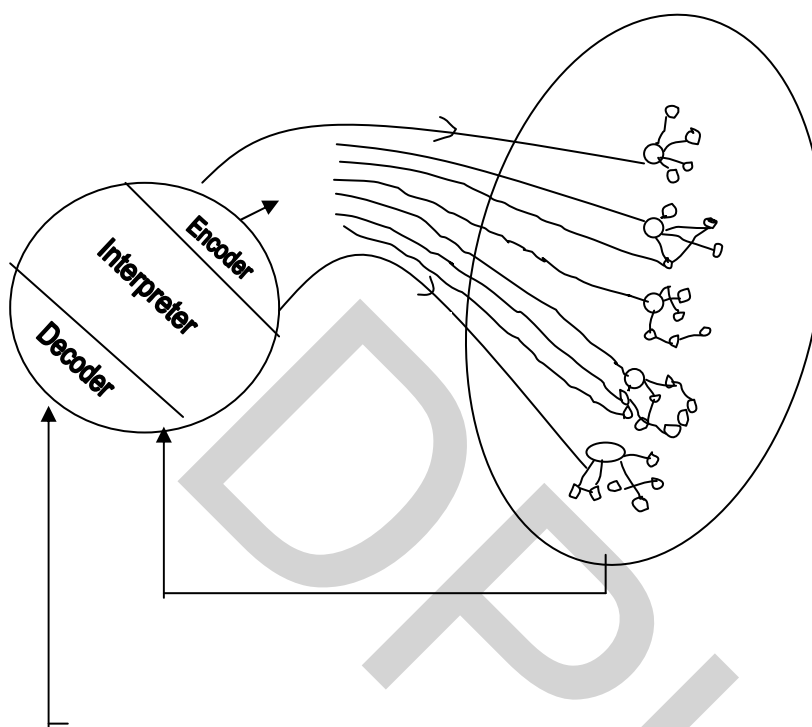
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2540 : 320) ให้ความหมายของการสื่อสารมวลชน ไว้หมายถึง กระบวนการซึ่งองค์กรสื่อ (Media Organizations) ผลิตและส่งผ่านข่าวสารไปยังกลุ่มชนขนาดใหญ่ และยังหมายถึงกระบวนการซึ่งกลุ่มชนนั้นแสวงหาข่าวสาร ใช้ข่าวสาร และบริโภคข่าวสารนั้น ๆ

พรสิทธิ์ พัฒนนานุรักษ์ (2532 : 373) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารมวลชนไว้หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดสารจากองค์กรการสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อมวลชนเป็นช่องทางหรือพาหนะในการสื่อสาร

แนวคิดของ วิลเบอร์ ชแรมม์ ได้วาดแผนภาพของการสื่อสารมวลชนเพื่อที่ว่าสื่อสารมวลชนนั้นทำงานอย่างไร (อรนุช เลิศจรยารักษ์และคาราวรรณ สุขุมลชาติ, 2531 : 43)

ภาพที่ 5
องค์กรสื่อสารมวลชน



ที่มา : อรุณฯ เลิศจรยารักษ์และคาราวรรณ สุขุมลชาติ, 2531 : 43

จากภาพนี้จะทำให้เข้าใจการทำงานของสื่อสารมวลชนได้ง่ายเข้าคือ

1. องค์กรของสื่อสารมวลชน ทำหน้าที่ทั้ง 3 อย่าง คือ เป็นผู้ถอดรหัส แปลความหมาย และลงรหัสข่าวสาร
2. อัตราข่าวสารที่ส่งเข้ามาในองค์กร และข่าวสารเพื่อองค์กรผลิตออกไปมีเป็นจำนวนมาก สารที่ผลิตออกไปนั้นเหมือนกัน
3. ผู้รับสารเป็นกลุ่มบุคคลผู้รับสาร หรือมวลชน อาทิ กลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ กลุ่มผู้ดูโทรทัศน์ กลุ่มผู้ฟังวิทยุ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มผู้รับสารหรือมวลชนผู้รับสารนี้มีเป็นจำนวนมากและกระจัดกระจายอยู่ทั่วไป ระหว่างมวลชนแต่ละกลุ่มไม่ค่อยจะได้ติดต่อสื่อสารกัน

4. ปฏิกริยาตอบกลับหรือผลย้อนกลับ...(feedback) จากมวลชนมายังองค์กร ซึ่งเป็นผู้ส่งสารนั้น มีจำนวนน้อย องค์กรจึงต้องศึกษาโดยทางอ้อม ต้องประเมินจากสารที่ส่งออกไปและใช้การวิจัยผู้รับสารเป็นส่วนสำคัญในการหาผลย้อนกลับ

สรุป การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกลุ่มคนจำนวนมากในสังคม โดยใช้ช่องทางคือสื่อมวลชน (Mass media) ซึ่งสื่อมวลชนนั้นหมายถึงหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ เป็นช่องทางของการสื่อสารมวลชน เมื่อสารนั้นถูกส่งออกไปแล้วจะไปถึงผู้รับสารจำนวนมากซึ่งเรียกว่ามวลชน ซึ่งหมายถึงผู้อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ผู้ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ และภาพยนตร์

จากแนวความคิดดังกล่าว จะเห็นว่าสื่อมวลชนเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดสารในฐานะผู้ส่งสารไปยังผู้รับโดยผ่านสื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารประเภทสมัครงาน เป็นช่องทางในการสื่อสาร ตามแนวคิดของวิลเบอร์ ชเรมม์ ที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการทำงานของสื่อมวลชน ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำมาใช้กับงานวิจัยนี้ในการศึกษาพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำของบัณฑิตจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ว่าบัณฑิตมีกระบวนการสื่อสารอย่างไรในการแสวงหาข่าวสารเพื่อให้ได้งานทำ

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของมวลชนผู้รับสาร หมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และภูมิสำเนา ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสารจำแนกมวลชนผู้รับสารออกได้เป็นกลุ่มต่าง ๆ ตามลักษณะทางประชากรแต่ละลักษณะ เช่น ลักษณะด้านอายุ อาจแบ่งมวลชนผู้รับสารออกเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยกลางคน กลุ่มหนุ่มสาว กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มเด็ก ลักษณะทางเพศแบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง ฯลฯ (ปรมะ สตะเวทิน, 2539 : 105)

ในการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2539 : 105-109) ซึ่งประกอบด้วย

1. อายุ (Age)

เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกันหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการบ้านการเมือง ฯลฯ

2. เพศ (Sex)

การวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งเพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status)

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนพื้นฐานทางครอบครัว การวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

4. การศึกษา (Education)

การศึกษาหรือความรู้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ในด้านความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยมและความต้องการที่แตกต่างกันไป

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาดำและคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ในขณะที่คนที่มีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

5. ศาสนา (Religion)

ศาสนาก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารทั้งในด้านความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

6. ภูมิลำเนา (Geographic Distribution)

ภูมิลำเนา หมายถึง ถิ่นที่อยู่อาศัยของมวลชนผู้รับสาร ในปัจจุบันมวลชนผู้รับสารในภูมิภาคแต่ละภูมิภาคภายในประเทศและในประเทศแต่ละประเทศในโลกย่อมมีความแตกต่างกันไปในเรื่องความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ รสนิยม ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตามวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ของแต่ละภูมิภาคและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และภูมิลำเนา ฯลฯ ที่มีความแตกต่างกัน สามารถนำมาปรับใช้กับงานวิจัยครั้งนี้ในการศึกษาพฤติกรรมและการแสวงหาข่าวสารเพื่อหางานทำของบัณฑิตจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ว่าบัณฑิตมีพฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

หนังสือพิมพ์

ความหมายของหนังสือพิมพ์

คาร์เตอร์ วิกู๊ด (Carter V. Good 1973 : 20 อ้างใน สุจิตฐา ศิริพงษ์) ได้ให้ความหมายของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า หนังสือพิมพ์ คือ หนังสือพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนดติดต่อกันไปเป็นลำดับ มีลักษณะเป็นกระดาษใหญ่หลาย ๆ แผ่น พบได้ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อเสนอข่าวและสิ่งที่น่าสนใจทั่วไป

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533 :162 อ้างใน สุจิตฐา ศิริพงษ์) กล่าวถึง หนังสือพิมพ์รายวันเป็นหนังสือพิมพ์ที่ต้องจำหน่ายให้ตลาดภายในแต่ละวัน หลังจากนั้นจะหมดค่าลงในการตลาด อายุของหนังสือพิมพ์จึงสั้น ๆ ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์จึงอยู่ที่ความสด ความรวดเร็วในการเสนอข่าว โดยเฉพาะต้องมีราคาถูก

สรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ หมายถึงสิ่งพิมพ์ที่คอยรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยจะมีระยะเวลาในการออกจำหน่ายในแต่ละวันที่แน่นอน ซึ่งกระดาษที่ใช้จะมีขนาดใหญ่ แต่จะไม่มีการเย็บเป็นเล่ม และข่าวที่เสนอแก่ประชาชนนั้นจะต้องมีความสด และรวดเร็ว ซึ่งก็จะเป็นจุดเด่นที่หนังสือ

พิมพ์เกือบทุกฉบับจะต้องทำให้ประชาชนเกิดความสนใจในข่าวของตนมากกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ

นิยตสาร

นิยตสาร มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Magazines” หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นและมีการเย็บเป็นรูปเล่มในลักษณะต่าง ๆ กัน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ผู้อ่านนิยตสารได้รับความบันเทิงจากเรื่องราวที่บรรจุอยู่ภายในเล่ม

นิยตสารฉบับแรกของโลกเกิดขึ้นที่อังกฤษราว พ.ศ.2247 แต่ยังมีลักษณะกึ่งหนังสือพิมพ์อยู่ นิยตสารที่มีความสมบูรณ์ในความหมายของนิยตสารเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกา เมื่อ พ.ศ.2427 สำหรับนิยตสารไทยนั้นปรากฏขึ้นมาไม่น้อยกว่า 100 ปี และหลังจากที่เริ่มมีตัวพิมพ์ภาษาไทยในปี พ.ศ.2371 ไม่นานจากนั้น นิยตสารในไทยก็แพร่หลายขึ้น เพราะในปี พ.ศ.2427 ได้มีการพัฒนาวรรณกรรมไทยจากร้อยกรองเป็นร้อยแก้ว ทั้งเกิดหนังสือพิมพ์และนิยตสารสำหรับประชาชน เป็นการเผยแพร่ความรู้ ความคิด และค่านิยมของสังคมใหม่ นอกจากนี้ ยังมีนักเขียนที่มาจากชนชั้นกลางและสามัญชนมากขึ้น แทนที่ราชสำนักและขุนนางเริ่มมีการใช้นามปากกาในปีเดียวกันดังกล่าว และในปีถัดมาก็ปรากฏนักเขียนเรื่องสั้นในนิยตสาร “วชิรญาณวิเศษ” ส่วนนิยตสารสตรี ก็เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ.2431 และหลังจากปี พ.ศ.2472 ก็เกิดนักเขียนอาชีพรุ่นแรก ในนิยตสารที่ชื่อ

ประวัติของหนังสือพิมพ์และนิตยสารประเภทสมัครงาน

ปัจจุบัน ถ้าหากได้เดินดูตามร้านแผงหนังสือใหญ่ ๆ จะพบว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสารประเภทสมัครงานได้วางจำหน่ายอยู่หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ราย 2 วัน 3 วัน หรือแม้กระทั่งนิตยสารรายสัปดาห์ ซึ่งได้มีบริษัทหลายบริษัทที่มีความคิดริเริ่มในการจัดทำขึ้น เพราะเล็งเห็นว่าหนังสือพิมพ์และนิตยสารประเภทสมัครงานน่าจะเป็นที่สนใจของตลาดอยู่บ้าง เนื่องจากยังไม่มีใครรวบรวมให้อยู่ในเล่มเดียวกัน และยังเป็นการสะดวกสำหรับผู้สนใจในการหาซื้อ/อ่านได้อีกด้วย ซึ่งมีการวางจำหน่ายอยู่ทั่วประเทศ บริษัทที่วางนี้ได้แก่

บริษัทฐานเศรษฐกิจ <http://www.thanews.th.com> สถานที่ตั้งเลขที่ 222 อาคารฐานเศรษฐกิจ ถนนวิภาวดีรังสิต ลาดยาว จตุจักร กรุงเทพฯ โดยมีผู้ก่อตั้งคือคุณสมเกียรติ ศรีวุฒิชาย ซึ่งมีคุณเชาวลิต ชูธรรมรัช บรรณาธิการบริหาร บริษัทฯมีหนังสือพิมพ์และนิตยสารประเภทสมัครงานประกอบด้วย

1. หนังสือพิมพ์งานกับคน (Job & Sport) (ราย 2 วัน) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2542 และต่อมาเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2544 ได้มีการเปลี่ยนชื่อหนังสือมาเป็น Job & Sport เนื่องจากต้องการให้มีชื่อติดชื่อเตือนใจ ตลกขบขันบ้าง กีฬาบ้าง และเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด วางแผงทุกวันจันทร์-ศุกร์
2. นิตยสารสมัครงาน บริการทอง (รายสัปดาห์) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2538 วางแผงทุกวันพฤหัสบดี

บริษัททรูท พลัส จำกัด สถานที่ตั้ง เลขที่ 411/2 ซอยนพเก้า (ซ.9) ถนนประชาชื่น บางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 <http://www.recruitmagthai.com> E-mail : recruithai@yahoo.com โดยมีผู้ก่อตั้งคือคุณประวิง พันธวุฒิชานนท์ ซึ่งมี คุณปรมินทร์ ตั้งชัยวรรณ เป็นหัวหน้ากองบรรณาธิการ บริษัทฯมีนิตยสารประเภทสมัครงาน คือ

นิตยสารริครูท (รายสัปดาห์) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2539

บริษัท วัฏจักรคลาสสิกฟายด์ส์ จำกัด www.wattachak.com email :
free AD@wattachak.com สถานที่ตั้งเลขที่ 71/30 ถนนบรมราชชนนี แขวงอรุณอมรินทร์ เขต
บางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700 โดยมีคุณปัญญา จรรยาเพศ เป็นบรรณาธิการบริหาร บริษัทมี
หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ประเภทสมัครงาน ประกอบด้วย

1. หนังสือพิมพ์หางานหาง่าย (ราย 2 วัน) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2544
2. หนังสือพิมพ์แหล่งงาน (การศึกษาและอาชีพ) (ราย 3 วัน) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2544
3. นิตยสาร งานวันนี้ (รายสัปดาห์) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2542
4. นิตยสาร Smart Job (รายสัปดาห์) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2544

บริษัทสรรพसार จำกัด สถานที่ตั้งเลขที่ 71/17 ถ.บรมราชชนนี แขวงอรุณอมรินทร์
เขตบางกอกน้อย กทม.10700 Email : sappason@hotmail.com โดยมี คุณกวี อรัศยนันท์ เป็น
บรรณาธิการบริหาร บริษัทมีหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ประเภทสมัครงาน ประกอบด้วย

1. หนังสือพิมพ์สมัครด่วน (ราย 3 วัน) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2543
2. นิตยสาร Job Request (รายสัปดาห์) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อวันที่ 28-30 เมษายน 2542

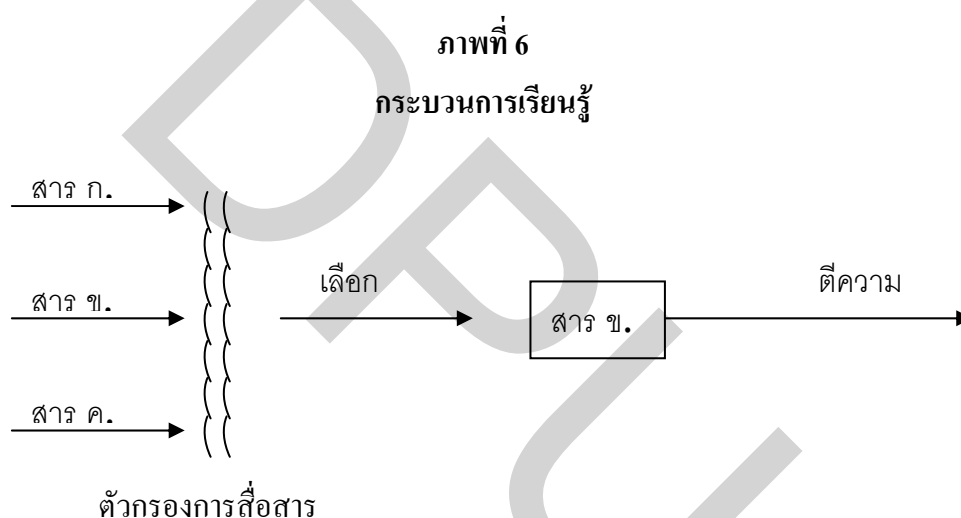
บริษัท วัฏสาร จำกัด 2 อาคาร ต.ขกเกียรติกลาส ชั้น 3-6 ถนนบรมราชชนนี แขวง
บางบำหรุ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700 Email : jobs classified@wattasarn.com บริษัทเริ่ม
ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2542 มีการออกหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ประเภทสมัครงานขึ้นครั้งแรกเมื่อเดือน
พฤษภาคม 2542 บริษัทวัฏสาร จำกัด ได้แยกตัวมาจากบริษัทวัฏจักร มหาชน จำกัด โดยมีพนักงาน
70% ได้มาร่วมกันตั้งบริษัทนี้ขึ้น โดยมีคุณปัญญา สุขสมบัติ เป็นผู้ก่อตั้ง และมีคุณปกเกศ
บุจจรรย์ เป็นบรรณาธิการ ซึ่งมีพนักงานปฏิบัติงานประมาณ 78-80 คน บริษัทมีหนังสือพิมพ์และ
นิตยสาร ประเภทสมัครงานประกอบด้วย

1. หนังสือพิมพ์งานด่วน (ราย 2 วัน) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2542
2. หนังสือพิมพ์รวมแหล่งงาน (ราย 3 วัน) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อปี 2542
3. นิตยสารรวมงาน Weekly (รายสัปดาห์) เริ่มจัดพิมพ์เมื่อ 2542

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้หมายถึง กระบวนการที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อม โดยผ่านทางประสาทสัมผัส กระบวนการนี้เริ่มต้นจากการใช้วัยวะสัมผัสจากสิ่งเร้าและจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ ภายในระบบการคิดในสมอง ภายหลังจากนั้นจึงจะแปลความหมายว่าสิ่งเร้าที่รับสัมผัส เข้ามานั้นคืออะไร ขึ้นแปลความหมายนี้เป็นขั้นที่อินทรีย์จะใช้ประสบการณ์เก่าเป็นพื้นฐานของการแปลความหมาย (สิทธิโชค วรรณสันติกุล, มปป. : 70)

การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับเป็นกระบวนการเลือก รับสาร การจัดสารเข้าด้วยกันและการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง



ที่มา: พັນิ เชยจรรยา และคณะ, 2538 : 105-106

โดยทั่วไป การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการตั้งสมทางสังคม (พັນิ เชยจรรยา และคณะ, 2538 : 105-106)

การรับรู้ของแต่ละคนอาจแตกต่างกันออกไปได้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความรู้ และการตอบสนองของคน แต่คนเรามักเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งที่ไม่ได้ขัดหรือทำลายสถานะการยกตนของตนเอง ชูลิแวน (H.S. Sullivan อ้างใน วีรศิริ ศิริวัฒนกุล , 2532 : 52) นักจิตวิเคราะห์ผู้มีชื่อเสียงคนหนึ่ง เคยกล่าวไว้ว่า “เราไม่ยอมรับรองสิ่งดี ๆ หลายอย่างที่เรารู้ เราได้ยิน เราคิด เราทำหรือเราพูด ทั้งนี้ไม่ใช่เป็นเพราะว่าสิ่งนั้น ๆ อยู่นอกเหนือความสามารถที่เราจะรับรู้ได้ แต่เป็นเพราะเราวิเคราะห์อนุมานแล้วเห็นว่าสิ่งนั้น ๆ มันขึ้นกับระบบตัวตนของเราด้วย”

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน

ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (filter) บางอย่าง (พัชนี เชยจรรยา และคณะ, 2538 : 106-107)

1. **แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (motives)** เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ตัวอย่างเช่น ถ้า ก. ไม่ชอบ ข. ก.จึงมักจะขัดแย้งกับ ข. ในเรื่องต่าง ๆ หาก ก.ได้รับสารซึ่ง ข.แสดงท่าทีเห็นด้วยกับ ก. ก.ก็จะยังตีความว่า ข. ไม่ได้หมายความว่า ข. พูดยจริง เป็นต้น

2. **ประสบการณ์เดิม (past experience)** คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบหาสมาคมกับคนต่างกัน เช่น คนที่ไปศึกษาต่อต่างประเทศและพบเพื่อนเจ้าของประเทศที่เอื้อเฟื้อช่วยเหลือ จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อคนของชาตินั้นมากกว่าคนที่พบกับเพื่อนซึ่งถูกเหยียดหยามชาติของตน

3. **กรอบอ้างอิง (frame of reference)** ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้น คนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ กันได้

4. **สภาพแวดล้อม** คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน การถูกดำเนินในห้วงส่วนตัวยอมทำให้ผู้ถูกดำเนินรู้สึกต่างจากการถูกดำเนินต่อหน้าผู้อื่น

5. **สภาวะจิตใจและอารมณ์** ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล

จากแนวคิดนี้ สามารถนำมาใช้กับงานวิจัยนี้ได้ โดยทั่วไปการรับรู้ข่าวสารของบัณฑิตที่แตกต่างกันมีผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพ การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะทางจิตวิทยา ที่ผลมีต่อการงานทำของบัณฑิตเพื่อให้มีโอกาสได้งานทำมากที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร

ความหมายของการแสวงหาข่าวสาร

ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน ได้ให้ความหมายของคำว่า “การแสวงหาข่าวสาร” ว่า หมายถึงกระบวนการที่ผู้รับสารหรือมวลชนสนใจใคร่ทราบเรื่องราวเหตุการณ์ต่าง ๆ และแสวงหาข่าวสารนั้นจากสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การแสวงหาข่าวสารจึงเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่ง แสดงให้เห็นว่าประชาชนเลือกใช้สื่อและเนื้อหาข่าวสารอย่างไร และทำไม จึงเป็นเช่นนั้น (สนั่น ปัทมะทิน (บรรณาธิการ), 2520 : ๕48)

ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin, 1973 อ้างใน สุเมธ จงศรีสวาท, 2539 : 18) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (reward value) กับการลงทุนลงแรง (expenditures) และพันธะผูกพัน (liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ สูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (information seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (information ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจหรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (information avoidance) ในบางครั้ง ถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่า การรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (information yielding)

ชาร์ลส์ แอตคิน ซึ่งให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือต้องการได้รับข่าวสาร (information) และความบันเทิง (entertainment)

แนวคิดในรูปแบบจำลองของดันเนอฮิวและทิปตัน (Donohew & Tipton) (เดนิส แมคเคลล และสเวน วินดาห์ล, 2528 : 165-166) ซึ่งว่าด้วยการแสวงหา การหลีกเลี่ยง และการจัดกระบวนการสารสนเทศ แบบจำลองนี้อาจชี้ให้เห็นลักษณะสำคัญได้ว่า มีที่มาอย่างน้อยส่วนหนึ่งก็จากแบบแผนทางจิตวิทยาสังคมว่าด้วยการลงรอยกันของทัศนคติ ข้อสมมติอันสำคัญข้อหนึ่งของทฤษฎีนี้ก็คือเห็นว่า บุคคลหนึ่งมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงความไม่ลงรอยกันของข่าวสารกับความ เป็นจริง ตามที่อยู่ในจินตภาพของเขา และความไม่ลงรอยกันทำให้เขารู้สึกว่าตัวเองถูกคุกคามมากเกินไป

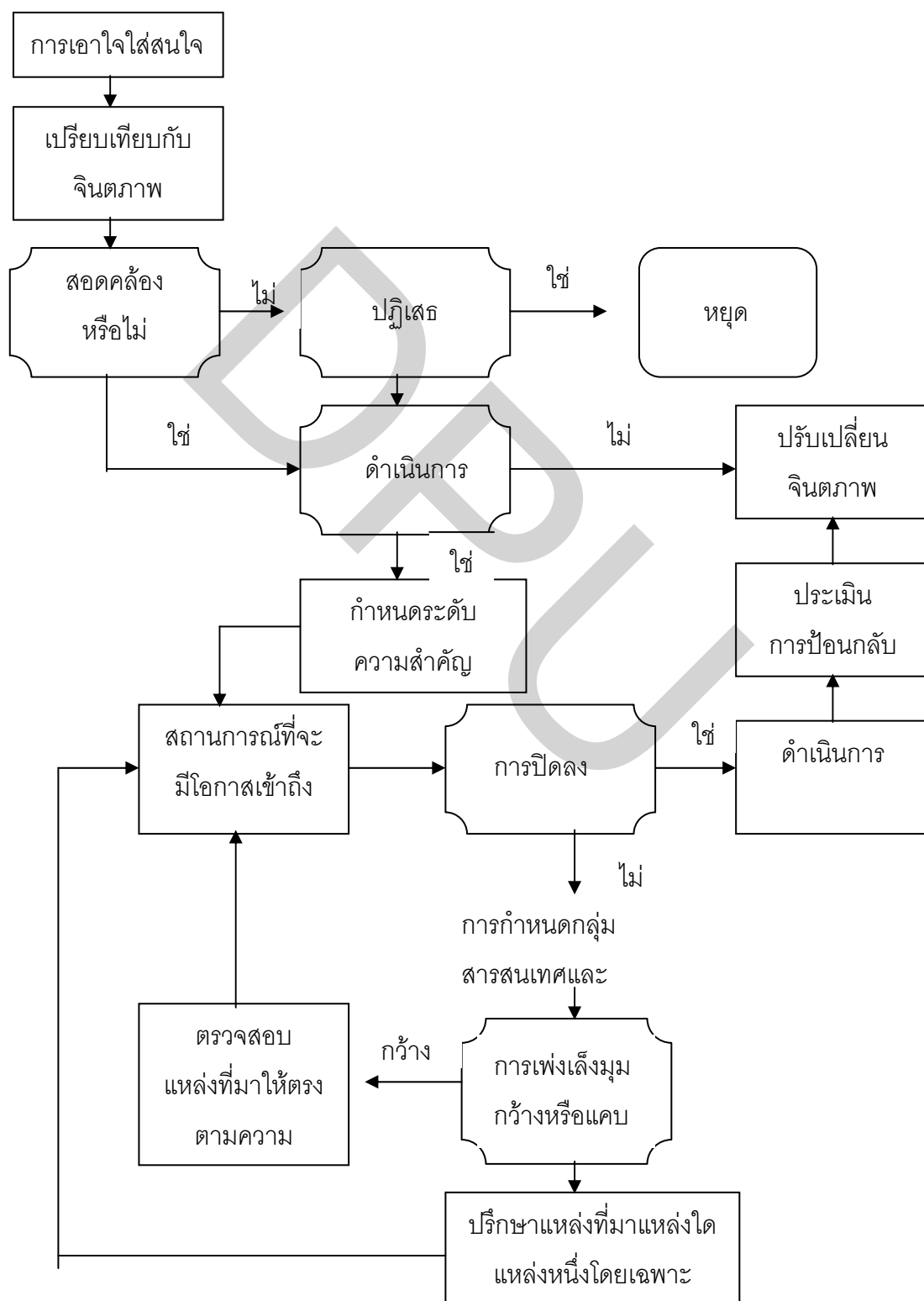
ส่วนประกอบสำคัญของรูปแบบจำลองนี้ เริ่มจากคำว่า “จินตภาพ” (image) หรือ “จินตภาพของความเป็นจริง” (image of reality) ซึ่ง กลอน สปากค์ และคณะ (Glenn G. Sparks, Cheri W. Spaks, and Kisten Gray อ้างใน สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย, 2540 : 342)) สรุปว่า “จินตภาพคือภาพที่สร้างขึ้นในระบบความคิดที่เสมือนกับวัตถุ หรือเหตุการณ์จริง จินตภาพทำให้เรามีความรู้สึกว่าได้สัมผัสกับความจริงนั้น ความเข้าใจเรื่องจินตภาพเป็นพื้นฐานของความเข้าใจอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคล จินตภาพเกิดขึ้นมักเกิดควบคู่ไปกับอารมณ์และมีผล

ส่วนที่สองของจินตภาพประกอบด้วย ความคิดรวบยอดเกี่ยวกับตนเองหรือความคิดส่วนตัว (self concept) ของปัจเจกบุคคล ซึ่งรวมทั้งการประเมินค่าความสามารถของตนเองในการจัดการกับสถานการณ์ต่าง ๆ ในส่วนที่สาม จินตภาพของความเป็นจริงประกอบด้วยการ “กำหนด” ไว้ในการใช้ข่าวสาร ซึ่งทำหน้าที่ควบคุมพฤติกรรมของแต่ละบุคคลในการแสวงหาและในการจัดกระบวนการสารสนเทศ

การแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ละบุคคลจะมีวิธีการหรือกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งในแบบจำลองนี้ได้แสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างวิธีการหรือกลยุทธ์ที่ใช้ทั้งในมุมกว้างและในมุมแคบ แต่ละบุคคลจะเริ่มค้นรวบรวมแหล่งที่มาของสารต่าง ๆ เท่าที่จะเป็นไปได้ไว้ ทบทวนแหล่งที่มาของ

สารที่ได้จัดรวมไว้และเลือกที่จะใช้แหล่งสารใด สำหรับวิธีการที่ใช้ในมุมแคบ แหล่งสารแหล่งเดียวจะถูกนำมาพิจารณาเป็นจุดเริ่มต้นและแสวงหาต่อไป โดยใช้แหล่งที่มาของสารนั้นเป็นฐานสำหรับการแสวงหาข่าวสาร ในแบบจำลองนี้ คำว่า “การปิดลง” (closure) ใช้เพื่อให้หมายถึงจุดเมื่อผู้แสวงหาข่าวสารหยุดพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารอีกต่อไป

ภาพที่ 7
แบบจำลองของดันเนอูและทิปตัน (1973)



ที่มา : เดนิส แมกเคลล และสเวน วินดาห์ล, 2528 : 165-166

จากแบบจำลองข้างต้น การเริ่มต้นของกระบวนการแสวงหาข่าวสารเกิดขึ้นเมื่อแต่ละบุคคลเปิดรับสิ่งเร้ากลุ่มหนึ่งโดยที่เราอาจจะให้ความสนใจหรือไม่ต่อสิ่งเร้านั้นก็ได้ ต่อมาบุคคลนั้นจะเปรียบเทียบสิ่งเร้า (ข่าวสาร) กับจินตภาพของเขา ตรงจุดนี้จะมีการตรวจสอบความสอดคล้องและความเกี่ยวพันกันระหว่างสิ่งเร้ากับจินตภาพ เนื้อหาของข่าวสารใดที่มีลักษณะถูกความเกินไปหรือไม่มีความสำคัญพอที่จะถูกตัดออกไป รวมทั้งที่มีความจำเอนาเบื่อก็ตัดออกไปด้วย ในเมื่อสิ่งเร้าใดถูกปฏิเสธก็จะนำไปสู่การสิ้นสุดกระบวนการ (หยุด) ในขั้นต่อมาจะมีการตั้งคำถามว่าสิ่งเร้านั้นจะทำให้ต้องมีการดำเนินการอีกหรือไม่ ถ้าคำตอบ “ไม่” ผลของสิ่งเร้านั้นก็คือ การเพิ่มขึ้นของจินตภาพ เช่น ประสบการณ์ ความคิดเกี่ยวกับตัวเอง จะมีส่วนในการกำหนดว่าจะต้องดำเนินการใดต่อไป ในขณะที่บุคคลนั้นให้คำตอบในทางบวกต่อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินการนั้น หากสมมติว่าบุคคลนั้นให้ความสำคัญต่อสิ่งเร้าในระดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งเร้าอื่น ในการประเมินสถานการณ์โดยมีคำถามว่า “คำถามข้อใดที่จะต้องตอบ บุคคลนั้นอาจเลือกใช้วิธีการ “ปิด” เมื่อคิดว่าตนเองมีข่าวสารเพียงพอแล้วหรืออาจเลือกที่จะใช้การแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมอีก ในกรณีที่บุคคลนั้นต้องการข่าวสารเพิ่มเติมอีกและพิจารณาเพื่อประเมินแหล่งข่าวสารที่มีอยู่ว่าแหล่งสารใดเป็นแหล่งที่ตนเองต้องการ เพื่อที่จะตอบคำถามของตนเอง หากแหล่งข่าวสารมีมากกว่า 1 แหล่ง บุคคลนั้นจะต้องตัดสินใจว่าจะใช้วิธีการหรือกลยุทธ์ใด (มุมมองกว้างหรือมุมมองแคบ) ในการแสวงหาข่าวสารที่ต้องการในการเลือกวิธีการหรือกลยุทธ์ ซึ่งบุคคลนั้นก็อาจจะมาถึงจุดปิดได้ หลังจากที่ได้มีการดำเนินการบางอย่างไปแล้ว ขณะเดียวกันบุคคลนั้นอาจจะสนใจในปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) จากการดำเนินการนั้น ๆ ทำให้เขาสามารถประเมินสิ่งต่าง ๆ ได้ เช่น ประสิทธิภาพหรือผลกระทบของตัวเขาเป็นต้น และในจุดนี้เขาอาจตัดสินใจได้ว่าข่าวสารของตนมีประโยชน์หรือสอดคล้องกับการกระทำของตนเองหรือไม่ในขั้นตอนสุดท้ายกระบวนการดังกล่าวอาจมีผลต่อการปรับเปลี่ยนจินตภาพของเขา ประสบการณ์ใหม่ ๆ อาจจะเปลี่ยนการรับรู้ที่แต่ละบุคคลมีต่อสิ่งแวดล้อม และความคิดส่วนตัวของเขาเองก็ได้ นอกจากนี้ในการแสวงหาข่าวสารของแต่ละบุคคลอาจมีการปรับเปลี่ยนหรือเสริมสร้างมากยิ่งขึ้นเมื่อผลลัพธ์ของกระบวนการแสวงหาข่าวสารเสร็จสมบูรณ์แล้ว

จะเห็นได้ว่าแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาใช้ในการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำของบัณฑิตซึ่งต่างคาดหวังว่าจะได้รับข่าวสารจากสื่อหรือแหล่งข่าวสารประเภทสมัครงานหรือตำแหน่งงาน เพื่อให้ได้มีโอกาสในการทำงานมากขึ้น บัณฑิตจึงต้องมีการแสวงหาข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ซึ่งผลที่ได้รับก็คือความพึงพอใจเพราะได้ข่าวสารที่ต้องการและมีความคาดหวังที่จะได้งานต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนุสิทธิ์ ดังคนานุกุลชัย (2534) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับข่าวสารเพื่อการหางานทำของบัณฑิตปี 2532 สาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 295 คน โดยใช้แบบสอบถามทางไปรษณีย์พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานแล้วและเริ่มติดต่อสมัครงานก่อนจบการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร วารสาร วิทยุและโทรทัศน์ อยู่ในระดับสูง

แหล่งที่ให้ข่าวสารเพื่อการหางานทำแก่กลุ่มตัวอย่างในระดับ “มาก” คือจากหน่วยงานของมหาวิทยาลัย รองลงมาคือได้รับจากหนังสือพิมพ์ เพื่อน พ่อแม่ พี่น้องและญาติ ตามลำดับ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานแล้ว ได้รับแหล่งที่ให้ข่าวสารในตำแหน่งงานที่ทำนั้นมากที่สุดตามลำดับคือ เพื่อน งานแนะแนวของกองกิจการนิสิตนักศึกษา หนังสือพิมพ์ พ่อแม่ พี่น้อง และญาติ งานแนะแนวของคณะที่สังกัด และอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ผู้สอน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากบุคคล ได้แก่ พ่อแม่ พี่น้อง ญาติและเพื่อน มากกว่าอาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์ผู้สอน ไม่เคยติดต่อขอข้อมูลจากหน่วยงานราชการอื่นหรือหน่วยงานเอกชน และส่วนใหญ่จะอ่านจากหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจที่มีบริการเรื่องการหางานทำด้วย ส่วนวิทยุและโทรทัศน์นั้นแทบจะไม่มีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการหางานทำเลย

ทั้งยังใช้บริการด้านแนะแนวอาชีพจากหน่วยงานของมหาวิทยาลัยโดยเริ่มใช้ขณะศึกษาอยู่ในภาคสุดท้ายก่อนจบการศึกษา บริการที่ใช้ส่วนมากเป็นการดูประกาศจากบอร์ดประกาศว่างาน ส่วนบริการให้คำปรึกษานั้นกลุ่มตัวอย่างใช้บริการน้อยมาก สำหรับความต้องการข้อมูลนั้น ส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงานที่จะต้องทำและข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งจ้างงานในสาขาวิชาที่เรียน และต้องการให้มหาวิทยาลัยเป็นสื่อกลางในการจ้างงานกับนายจ้าง

นฤมล แก้วทิพรรัตน์ (2537) ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชนของพนักงานในบริษัทโฆษณา” จากจำนวน 19 คน โดยเก็บรวบรวมจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ได้ทำงานในบริษัทโฆษณาต่าง ๆ ซึ่งแบ่งตามลักษณะของการได้งานและจำนวนครั้งในการเปลี่ยนงาน

ผลการศึกษาพบว่า

1. รูปแบบการสื่อสารในการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชนของพนักงานในบริษัทโฆษณามีทั้งสื่อมวลชน และสื่อบุคคล

2. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชนของพนักงานในบริษัทโฆษณาครั้งแรก ส่วนใหญ่จะได้รับจากสื่อมวลชน และการเปลี่ยนงานในครั้งต่อ ๆ ไป ส่วนใหญ่จะได้รับจากสื่อบุคคล

3. รูปแบบการสื่อสารเกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชนของพนักงานในบริษัทโฆษณาที่ใช้สื่อบุคคลจะมีทั้งระดับความสัมพันธ์แบบผิวเผิน และแบบใกล้ชิด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นระดับความสัมพันธ์แบบผิวเผินมากกว่าระดับความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อาจสรุปได้ว่า ผู้รับสารนั้นมีความสำคัญมากในกระบวนการและองค์ประกอบของการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง หรือเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองเป็นหลัก ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องคำนึงถึงข้อเท็จจริงเหล่านี้ในการส่งข่าวสารด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางาน
ทำจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต" ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ
(survey research) เพื่อวัดผลเพียงครั้งเดียว (one-shot case study) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะวิเคราะห์ถึงเหตุ
และผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม 5 คน

ส่วนที่ 1 เป็นการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่สำเร็จการศึกษา
ปีการศึกษา 2543 จำนวน 3,003 คน

กลุ่มตัวอย่าง

เลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากประชากรโดยใช้สูตร Yamane (บุญธรรม
กิจปรีดาวิสุทธิ, 2540 : 71) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 353 คน จากสูตรดังนี้คือ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของประชากรตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ดังนั้น e = 0.05

แทนค่าตามสูตร ได้ผลดังนี้

$$n = \frac{3,003}{1+3,003 (.05)^2}$$

$$= 353.29 \text{ (353 คน)}$$

การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสะดวก (Convenience sampling) (วันทนีย์ ชูศิลป์, 2525 : 127) ให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ ซึ่งจะนำแบบสอบถามไปแจกในวันซ่อมรับปริญญาในวันที่ 18 พฤศจิกายน 2545 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จในปีการศึกษา 2543 โดยมีได้แบ่งตามสัดส่วนของคณะที่สำเร็จ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่

- เพศ
- คณะที่สำเร็จ
- เกรดเฉลี่ย
- รายได้ที่บัณฑิตได้รับเฉลี่ยต่อเดือน
- สถานภาพการทำงาน
- งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ

ตัวแปรตาม ได้แก่

พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารจากสิ่งพิมพ์ ได้แก่

- ความถี่ในการรับข่าวสาร
- เวลาที่ใช้
- ช่วงเวลา
- จำนวนฉบับในการอ่าน
- แหล่งข่าวสาร
- ความสนใจรายละเอียดข้อมูล
- โอกาสในการเข้าถึง

- ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล
- การเลือกใช้แหล่งสาร
- วัตถุประสงค์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามจะมีข้อคำถามทั้งหมด 28 ข้อ ซึ่งผู้ตอบกรอกด้วยตนเอง (self administered questionnaire) ประกอบด้วยคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด โดยแบบสอบถามมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนตัว มี 12 ข้อ (ข้อ 1-12)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวกับงาน มี 16 ข้อ (ข้อ 1-16)

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อสร้างเป็นข้อคำถาม
3. จัดทำร่างแบบสอบถาม

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การประเมินคุณภาพของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย มีการจัดทำ 2 วิธี คือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสร้างและใช้แบบทดสอบ เพื่อพิจารณาความครอบคลุมในเนื้อหาของแบบสอบถาม และเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม รวมถึงให้ได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การทดสอบความน่าเชื่อถือหรือความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (try out) โดยเลือกทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริง เป็นการทดสอบก่อน (pre-test)

จำนวน 30 ชุด แล้วนำแบบสอบถามนั้นมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาช (Cronbach) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \times \frac{(1 - \sum V_i)}{\sqrt{t}}$$

เมื่อ α = ความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อของแบบสอบถาม

V_i = ความแปรปรวนของคะแนนให้แต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ

ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้ = 0.76 ซึ่งแสดงว่าคำถามในแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (questionnaire) ที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกเอง จำนวน 353 คน ซึ่งผู้วิจัยได้เริ่มแจกแบบสอบถามในวันที่ 18 พฤศจิกายน 2544 ซึ่งเป็นวันซ้อมรับปริญญา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าหนังสือ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ

กรรมวิธีทางข้อมูล

แบบสอบถาม เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด และนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลแล้ว จึงดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลดังนี้

1. ให้คะแนนและลงรหัส (coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลข (รหัส) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านได้

2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (statistical package for the social science) ในการป้อนข้อมูล ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเพื่อการวิจัย

3. แปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผลแล้วเพื่อทำรายงานผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำผลที่ได้จากการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS มาวิเคราะห์สรุปและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการบรรยายข้อมูล โดยวิธีการหาค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร (วาริ เกิดคำ, 2540 : 175-176)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนที่ต้องการเปรียบเทียบ}}{\text{จำนวนเต็ม}} \quad 10$$

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) เป็นการทดสอบสมมติฐาน (hypothesis testing) ที่ตั้งไว้ที่นัยสำคัญ 0.05 โดยใช้สถิติดังนี้ คือ

2.1 สถิติไค-สแควร์ (chi-square, χ^2) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, รัชชัย อาทรธุระสุข และพิสิฐ สุกรีพงษ์, สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์, 2523 : 27-28) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ศึกษา เป็นดังนี้

$$\chi^2 = \sum \frac{(O-E)^2}{E}$$

χ^2 = คือสัญลักษณ์ของ ไค-สแควร์

Σ = คือสัญลักษณ์แสดงการรวมผลตั้งแต่ช่องแรกถึงช่องสุดท้าย

O = คือค่าเป็นจริง (Observed values)

E = คือค่าคาดหวัง (Expected values)

2.2 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรสองกลุ่มขึ้นไป โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2534 : 249)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ F แทน ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มากกว่าสองกลุ่ม

MS_B แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองระหว่างกลุ่ม

MS_W แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองภายในกลุ่ม

กรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ตามวิธีของนิวแมน-คูลส์ (Newman-Keuls Method) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2534 : 268)

$$W = q(\alpha ; r; df) \sqrt{\frac{MS_w}{n}}$$

เมื่อ q แทน ค่าที่ใช้ตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

α แทน ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ 0.05

r แทน ค่าที่นับจากค่าเฉลี่ยตัวหลักไปยังค่าเฉลี่ยตัวที่จะเปรียบเทียบ

df แทน $N-K$

MS_w แทน ค่าความคลาดเคลื่อนภายใน (Mean Square Within)

n แทน ค่าจำนวนคนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม

$$n = \frac{k}{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} + \dots + \frac{1}{n_k}}$$

2.3 เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ t-test แบบ Independent ใช้สูตร (วิทยุ
 วิชาการณ์, 2531 : 244)

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

เมื่อ t แทน ค่าความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย

$\bar{X}_1$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1

$\bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 2

S_1^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1

S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 2

n_1 และ n_2 แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์บรรณาธิการนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานโดยตรง
 จำนวน 5 บริษัท จำนวน 5 คน ได้แก่

1. คุณกวี อรุณษะนันท์ บริษัทสรรพสารจำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์สมัครด่วน ราย 3 วัน และนิตยสาร Job Request รายสัปดาห์
2. คุณปรมิินทร์ ตั้งชัยวรรณ บริษัทริครูท พลัส จำกัด ได้แก่ นิตยสาร ริครูท รายสัปดาห์
3. คุณปัญญา จรรยาเพศ บริษัทวัฏจักรกาลาสติฟายด์ส ได้แก่ หนังสือพิมพ์หางาน หาง่าย ราย 2 วัน แหล่งงาน ราย 3 วัน นิตยสาร Smart Job รายสัปดาห์ และนิตยสารงานวันนี้ รายสัปดาห์
4. คุณปกเกตุ บุรจรรย์ บริษัทวิทยุสาร จำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์รวมแหล่งงาน ราย 3 วัน และนิตยสาร รวมงาน Weekly รายสัปดาห์
5. คุณเชาวลิต ชูธรรมรัช บริษัทฐานเศรษฐกิจ จำกัด ได้แก่ หนังสือพิมพ์ Job & Sport (งานกับคน) ราย 2 วัน และนิตยสารสมัครงาน บริการทอง รายสัปดาห์

ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการในการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

1. นโยบายในการจัดทำนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
2. กลุ่มผู้หางานเพื่อหางานทำ
3. การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
4. เนื้อหาข่าวสารที่บรรณาธิการให้ความสำคัญ
5. การตอบรับจากกลุ่มผู้หางาน
6. ปัญหาหรืออุปสรรค วิธีการแก้ปัญหาในการจัดทำนิตยสารและหนังสือพิมพ์

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บรรณาธิการของนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน จำนวน 5 คน ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อเรื่องแล้วแยกวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ตลอดจนสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาปี 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” แบ่งผลการวิจัยตามเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 353 ชุด สามารถนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ตอน ได้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบด้วย

1. ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำ

จากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน

ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ในการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้การบรรยายข้อมูลโดยวิธีการแสดงเป็นคำร้อยละ

1. ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ คณะที่สำเร็จ สาขาที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย สถานภาพสมรส รายได้ที่บัณฑิตได้รับเฉลี่ยต่อเดือน อาชีพบิดาอาชีพมารดา ภูมิลำเนา สถานภาพการทำงาน ประเภทของงานที่ทำ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	69	19.5
	หญิง	284	80.5
รวม		353	100.0
2. อายุ	19-21 ปี	46	13.0
	22-24 ปี	265	75.1
	25 ปี ขึ้นไป	42	11.9
รวม		353	100.0
3. คณะที่สำเร็จ	บัญชี	26	7.4
	บริหารธุรกิจ	262	74.2
	นิเทศศาสตร์	39	11.0
	อื่น ๆ	26	7.4
รวม		353	100.0
4. สาขาวิชาที่สำเร็จ	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	99	28.0
	การจัดการทั่วไป	74	21.0
	สื่อสารมวลชน	10	2.8
	การประชาสัมพันธ์	19	5.4
	การเงิน	33	9.3
	การตลาด	21	6.0
	ธุรกิจระหว่างประเทศ	18	5.1
	บัญชี	28	8.0
	อื่น ๆ	51	14.4
รวม		353	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์และการแสวงหาข่าวสาร		จำนวน	ร้อยละ
5.เกรดเฉลี่ย	2.00-2.50	162	45.9
	2.51-3.00	104	29.5
	3.01 ขึ้นไป	87	24.6
รวม		353	100.0
6.ภูมิลำเนา	กรุงเทพฯ	96	27.2
	ภาคเหนือ	15	4.2
	ภาคกลาง	85	24.1
	ภาคตะวันออก	59	16.7
	ภาคตะวันตก	20	5.7
	ภาคใต้	78	22.1
รวม		353	100.0
9.บิดาประกอบอาชีพ	เจ้าของธุรกิจ	58	16.4
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	39	11.1
	ค้าขาย	88	25.0
	รับจ้างใช้แรงงาน	12	3.4
	ไม่มีอาชีพ (พ่อบ้าน)	27	7.6
	อื่น ๆ	129	36.5
รวม		353	100.0
10.มารดาประกอบอาชีพ	เจ้าของธุรกิจ	42	11.9
	พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง	23	6.5
	ค้าขาย	98	27.8
	รับจ้างใช้แรงงาน	11	3.1
	ไม่มีอาชีพ (พ่อบ้าน)	88	25.0
	อื่น ๆ	91	25.7
รวม		353	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
11. สถานภาพการทำงาน	ทำงานแล้ว	227	64.3
	ยังไม่ได้ทำ	126	35.7
รวม		353	100.0
12. ประเภทของงานที่ทำ	ประกอบอาชีพส่วนตัว	27	7.6
	รับราชการ	24	6.8
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	3.7
	บริษัทเอกชน/ห้างร้าน	155	43.9
	ค้าขาย	1	0.3
	อื่น ๆ	7	2.0
	ไม่ตอบ	126	35.7
รวม		353	100.0
13. งานที่ทำอยู่ตรงตามสาขาวิชาที่สำเร็จ	ตรง	104	29.5
	ไม่ตรง	123	34.8
	ไม่ตอบ	126	35.7
รวม		353	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง

1. เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 เพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5
2. อายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 22-24 ปี มากที่สุด จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 75.1 รองลงมาอยู่ระหว่าง 19-21 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ อายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9
3. คณะที่สำเร็จ ส่วนใหญ่ที่คณะบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมาเป็นคณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 คณะบัญชี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และคณะอื่น ๆ ได้แก่ คณะนิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4

4. สาขาวิชาที่สำเร็จ ส่วนใหญ่เป็นสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุด

จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาเป็นสาขาวิชาการจัดการทั่วไป จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 สาขาวิชาอื่นๆ ได้แก่ สาขาวิชาบริหารอุตสาหกรรม ไฟฟ้า การโฆษณา สื่อสาร การตลาด บริหารสำนักงาน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ออกแบบนิเทศศิลป์ กระบวนการ ยุติธรรมทางอาญา บริหารงานบุคคล ภาษาอังกฤษ กฎหมาย ภาษาจีนธุรกิจ เลขานุการ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 สาขาวิชาการเงิน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 สาขาวิชา บัญชี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 สาขาการตลาด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 สาขา การประชาสัมพันธ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 และสาขาสื่อสารมวลชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

5. เกรดเฉลี่ย ส่วนใหญ่เกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.00-2.50 มากที่สุด จำนวน 162 คน

คิดเป็นร้อยละ 45.9 รองลงมาเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.00 จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และเกรดเฉลี่ย 3.01 ขึ้นไป จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6

6. ภูมิลำเนา ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯ มากที่สุด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ

27.2 รองลงมาเป็นภาคกลาง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ภาคใต้ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 ภาคตะวันออก จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 ภาคตะวันตก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และภาคเหนือ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

7. สถานภาพสมรส ส่วนใหญ่เป็นคนโสดมากที่สุด จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ

97.2 และรองลงมาแต่งงานแล้ว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

8. รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มากที่สุด

จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมา 2,001-5,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 มากกว่า 10,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และต่ำกว่า 2,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

9. บิดาประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่มีบิดาประกอบอาชีพอื่น ๆ มากที่สุด ได้แก่ รับ

ราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และถึงแก่กรรม จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา ประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 เจ้าของธุรกิจ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง จำนวน 39 คน ไม่มีอาชีพ (พ่อบ้าน) จำนวน 27 คน และ รับจ้างใช้แรงงาน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

10. มารดาประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่มีมารดาประกอบอาชีพค้าขายมากที่สุด จำนวน 98

คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาประกอบอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรับ

11. สถานภาพการทำงาน ส่วนใหญ่ทำงานแล้วมากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และยังไม่ได้ทำงาน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

12. ประเภทของงานที่ทำ ส่วนใหญ่ทำงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน มากที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมาไม่ตอบ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ประกอบอาชีพส่วนตัว จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 รับราชการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ค้าขาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3 และอื่น ๆ ได้แก่ รับจ้างแรงงาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

13. งานที่ทำอยู่ตรงตามสาขาวิชาที่สำเร็จ ส่วนใหญ่ไม่ตอบ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 งานที่ทำอยู่ไม่ตรงตามสาขาวิชาที่สำเร็จ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 งานที่ทำอยู่ตรงตามสาขาวิชาที่สำเร็จ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการ
แสวงหาข่าวสาร

พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสาร		จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนครั้งที่อ่านหนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงาน	เป็นประจำทุก 2-3 วัน	71	20.1
	สัปดาห์/ครั้ง	122	34.6
	4-6 สัปดาห์/ครั้ง	85	24.1
	ไม่ได้อ่านเลย	75	21.2
	รวม	353	100.0
2. จำนวนครั้งที่อ่านนิตยสาร ประเภทสมัครงาน	เป็นประจำทุกสัปดาห์	68	19.3
	สัปดาห์/ครั้ง	105	29.7
	4-6 สัปดาห์/ครั้ง	83	23.5
	ไม่ได้อ่านเลย	97	27.5
	รวม	353	100.0
3. ช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/ . หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน	ตอนเช้า	46	13.0
	ตอนกลางวัน	36	10.2
	ตอนเย็น	59	16.7
	ตอนกลางคืน	37	10.5
	ไม่แน่นอน	106	30.3
	ไม่ได้อ่าน	68	19.3
	รวม	353	100.0
4. เวลาที่ใช้ในการอ่านนิตยสาร/ หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน	น้อยกว่า 10 นาที	24	6.8
	10-20 นาที	130	36.8
	21-40 นาที	83	23.5
	41-60 นาที	35	9.9
	มากกว่า 60 นาที	13	3.7
	ไม่ได้อ่าน	68	19.3
	รวม	353	100.0

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร		จำนวน	ร้อยละ
5.การรับเป็นสมาชิก/ชื่อนิตยสาร/ หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน	รับเป็นสมาชิก	-	-
	ซื้อ	221	62.6
	ไม่ซื้อ/เป็นสมาชิกเลย	132	37.4
รวม		353	100.0
6.จำนวนฉบับที่อ่านนิตยสาร/ หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน	1 ฉบับ	25	7.0
	2 ฉบับ	128	36.3
	3 ฉบับ	84	23.8
	4 ฉบับ	35	9.9
	5 ฉบับ	13	3.7
	ไม่ได้อ่าน	68	19.3
7.แหล่งที่อ่านนิตยสาร/ หนังสือพิมพ์	ซื้อเอง	214	60.6
	รับเป็นสมาชิก	-	-
	อ่านตามแผงหนังสือ	47	13.3
	ห้องสมุด	12	3.4
	อื่น ๆ	12	3.4
	ไม่ได้อ่าน	68	19.3
8.การติดต่อสอบถามจาก แหล่งข้อมูลข่าวสาร	เคย	146	41.4
	ไม่เคย	207	58.6
รวม		353	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง

1. จำนวนครั้งที่อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ส่วนใหญ่อ่านสัปดาห์/ครั้งมากที่สุด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมาอ่าน 4-6 สัปดาห์/ครั้ง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ไม่ได้อ่านเลย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 และอ่านเป็นประจำทุก 2-3 วัน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1

2. จำนวนครั้งที่อ่านนิตยสารประเภทสมัครงาน ส่วนใหญ่อ่านสัปดาห์/ครั้งมากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมาไม่ได้อ่านเลย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 อ่าน 4-6 สัปดาห์/ครั้ง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 และอ่านเป็นประจำทุกสัปดาห์ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

3. ช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ส่วนใหญ่อ่านในช่วงเวลาไม่แน่นอนมากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาไม่ได้อ่านเลย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อ่านในช่วงเวลาตอนเย็น จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 อ่านในช่วงเวลาตอนเช้า จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อ่านในช่วงเวลาตอนกลางวัน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และอ่านในช่วงเวลาตอนกลางคืน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

4. เวลาที่ใช้ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านประมาณ 10-20 นาที มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาใช้เวลาในการอ่านประมาณ 21-40 นาที จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ไม่ได้อ่าน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ประมาณ 41-60 นาที จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และมากกว่า 60 นาที จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

5. การรับเป็นสมาชิก/ซื้อนิตยสารหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ส่วนใหญ่ซื้ออ่านเองมากที่สุด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 และไม่ซื้อ/รับเป็นสมาชิก จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4

6. จำนวนฉบับที่อ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่อ่านมากที่สุด 2 ฉบับ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาอ่าน 3 ฉบับ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ไม่ได้อ่าน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อ่าน 4 ฉบับ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 อ่าน 1 ฉบับ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และ อ่าน 5 ฉบับ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

7. แหล่งที่อ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่ซื้ออ่านเองมากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมาไม่ได้อ่านเลย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อ่านตามแผงหนังสือ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ห้องสมุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 และอื่น ๆ ได้แก่ ยืมเพื่อนอ่าน บิдамารดาซื้อให้อ่าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

8. การติดต่อสอบถามจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่ไม่เคยติดต่อสอบถามเลยมากที่สุด จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาเคยติดต่อสอบถาม จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามนิตยสาร/หนังสือพิมพ์

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์		จำนวน	ร้อยละ
1.รวมแหล่งงาน	อ่าน	70	19.8
	ไม่อ่าน	283	80.2
รวม		353	100.0
2.แหล่งงาน (การศึกษาและอาชีพ)	อ่าน	119	33.7
	ไม่อ่าน	234	66.3
รวม		353	100.0
3.งานด่วน	อ่าน	65	18.4
	ไม่อ่าน	288	81.6
รวม		353	100.0
4.หางาน หาง่าย	อ่าน	25	7.1
	ไม่อ่าน	328	92.9
รวม		353	100.0
5.Job & Sport (งานกับคน)	อ่าน	34	9.6
	ไม่อ่าน	319	90.4
รวม		353	100.0
6.สมัครด่วน	อ่าน	55	15.6
	ไม่อ่าน	298	84.4
รวม		353	100.0
7.สมัครงาน บริการทอง	อ่าน	35	9.9
	ไม่อ่าน	318	90.1
รวม		353	100.0

ตารางที่ 3 (ต่อ)

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์		จำนวน	ร้อยละ
8.รีক্রูท	อ่าน	55	15.6
	ไม่อ่าน	298	84.4
รวม		353	100.0
9.รวมงาน Weekly	อ่าน	40	11.3
	ไม่อ่าน	313	88.7
รวม		353	100.0
10.จ๊อบ รีเคซท์	อ่าน	73	20.7
	ไม่อ่าน	280	79.3
รวม		353	100.0
11.งานวันนี้	อ่าน	83	23.5
	ไม่อ่าน	270	76.5
รวม		353	100.0
12.Smart Job	อ่าน	51	14.4
	ไม่อ่าน	302	85.6
รวม		353	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง

1. หนังสือพิมพ์รวมแหล่งงาน ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 80.2 รองลงมาอ่าน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8
2. หนังสือพิมพ์แหล่งงาน (การศึกษาและอาชีพ) ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 66.3 รองลงมาอ่าน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7
3. หนังสือพิมพ์งานด่วน ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 รองลงมาอ่าน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4
4. หนังสือพิมพ์หางานหาง่าย ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมาอ่าน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

5. หนังสือพิมพ์ Job & Sport (งานกับคน) ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 90.4 รองลงมาอ่าน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6

6. หนังสือพิมพ์สมัครด่วน ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 รองลงมาอ่าน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6

7. นิตยสารสมัครงาน บริการทอง ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 90.1 รองลงมาอ่าน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

8. นิตยสารริศรุท ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 84.4 รองลงมาอ่าน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6

9. นิตยสารรวมงาน Weekly ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาอ่าน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

10. นิตยสารจ๊อบ รีเคซท์ ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาอ่าน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7

11. นิตยสารงานวันนี้ ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาอ่าน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

12. นิตยสาร Smart Job ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 85.6 รองลงมาอ่าน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเนื้อหาที่สนใจอ่าน

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์		จำนวน	ร้อยละ
1.รวมแหล่งงาน	งานเอกชน	52	14.7
	งานราชการ	17	4.8
	ไม่ได้อ่าน	284	80.5
	รวม	353	100.0
2.แหล่งงาน (การศึกษาและอาชีพ)	งานเอกชนบริษัทชั้นนำ	81	23.0
	งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	40	11.3
	ไม่ได้อ่าน	232	65.7
	รวม	353	100.0
3.งานด่วน	ข่าวรับสมัคร	45	13.0
	ข่าวการศึกษา	15	4.2
	งานเด่นวันนี้	10	2.8
	ไม่ได้อ่าน	283	80.0
	รวม	353	100.0
4.หางาน หาง่าย	งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	4.0
	รับสมัครงาน	9	2.5
	ไม่ได้อ่าน	330	93.5
	รวม	353	100.0
5.Job & Sport (งานกับคน)	งานราชการ	16	4.5
	Star Talk	10	2.8
	Job & Sport Classified	8	2.3
	ไม่ได้อ่าน	319	90.4
	รวม	353	100.0
6.สมัครด่วน	งานเอกชน	41	11.6
	งานราชการ	9	2.5
	ไม่ได้อ่าน	303	85.8
	รวม	353	100.0

ตารางที่ 4 (ต่อ)

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์		จำนวน	ร้อยละ
7.สมัครงาน บริการทอง	Job on Net/ตลาดนัด	14	4.0
	คนหางาน		
	งานเอกชน	14	4.0
	งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	9	2.5
	ไม่ได้อ่าน	316	89.5
รวม		353	100.0
8.รีक्रูท	เจาะใจคนทำงาน	30	8.5
	จุดประกายความคิด	19	5.4
	ชวนดูหนัง	10	2.8
	ไม่ได้อ่าน	294	83.3
รวม		353	100.0
9.รวมงาน Weekly	งานราชการ	16	4.5
	รายงาน	11	3.1
	Job by you	13	3.7
	ไม่ได้อ่าน	313	88.7
รวม		353	100.0
10.จ๊อบ รีเคซท์	Section 1 Advertisement	16	4.5
	Section 2 Education today	14	4.0
	Section 3 Job Today	47	13.3
	ไม่อ่าน	276	78.2
รวม		353	100.0
11.งานวันนี้	งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	35	9.9
	เวทีร้องทุกข์ข้าวเค็ด 7 วัน	13	3.7
	งานเอกชน	16	4.5
	ไม่อ่าน	289	81.9
รวม		353	100.0

ตารางที่ 4 (ต่อ)

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์		จำนวน	ร้อยละ
12.Smart Job	งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	5.1
	สรุปงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	15	4.2
	โอกาสทางการศึกษา	11	3.1
	Job Center	9	2.6
	ไม่ได้อ่าน	300	85.0
รวม		353	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านเนื้อหาจาก

1. หนังสือพิมพ์รวมแหล่งงาน ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาสนใจอ่านงานเอกชน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และสนใจอ่านงานราชการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

2. หนังสือพิมพ์แหล่งงาน (การศึกษาและอาชีพ) ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมาสนใจอ่านข่าวงานเอกชนบริษัทชั้นนำ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 และสนใจอ่านข่าวงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

3. หนังสือพิมพ์งานด่วน ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาสนใจอ่านข่าวรับสมัครจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 สนใจอ่านข่าวการศึกษาจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และสนใจอ่านข่าวงานเด่นวันนี้จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

4. หนังสือพิมพ์หางานหาง่าย ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมาสนใจอ่านข่าวงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และสนใจอ่านข่าวรับสมัครงาน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

5. หนังสือพิมพ์ Job & Sport (งานกับคน) ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 90.4 รองลงมาอ่านข่าวงานราชการ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ข่าว Star Talk จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และข่าว Job & Sport Classified จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

6. หนังสือพิมพ์สมัครด่วน ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 85.8 รองลงมาสนใจอ่านข่าวงานเอกชน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และสนใจอ่านข่าวงานราชการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

7. นิตยสารสมัครงาน บริการทอง ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 รองลงมาสนใจอ่านข่าว Job on Net/ตลาดนัดคนหางาน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 สนใจอ่านข่าวงานเอกชนจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และสนใจอ่านข่าวงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

8. นิตยสารริศรุท ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่าน จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาสนใจอ่านข่าวเจาะใจคนทำงาน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 สนใจอ่านข่าวจุดประกายความคิด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4 และสนใจอ่านข่าวชวนดูหนัง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

9. นิตยสารรวมงาน Weekly ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาอ่านข่าวงานราชการจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 สนใจอ่านข่าวรายงาน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และสนใจอ่านข่าว Job by you จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

10. นิตยสารจ๊อบ รีเคซท์ ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 รองลงมาสนใจอ่านข่าว Section 1 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 สนใจอ่านข่าว Section 2 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และสนใจอ่านข่าว Section 3 จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

11. นิตยสารงานวันนี้ ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 81.9 รองลงมาสนใจอ่านข่าว งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 สนใจอ่านข่าวเวทีร้องทุกข์ข่าวเด็ด 7 วัน จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 3.7 และสนใจอ่านข่าวงานเอกชน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

12. นิตยสาร Smart Job ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านมากที่สุด จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมาสนใจอ่านข่าวงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1 สนใจอ่านข่าวสรุปงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 สนใจอ่านข่าวโอกาสทางการศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 และสนใจอ่านข่าว Job Center จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์		จำนวน	ร้อยละ
1. เพื่อทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับงาน	ไม่ใช่เลย	3	0.8
	น้อย	9	2.5
	ปานกลาง	86	24.4
	มาก	187	53.0
	ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม		353	100.0
2. เพื่ออ่านประกาศ โฆษณา	ไม่ใช่เลย	27	7.6
	น้อย	70	19.8
	ปานกลาง	141	39.9
	มาก	47	13.3
	ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม		353	100.0
3. เพื่อฆ่าเวลา/แก้เหงา	ไม่ใช่เลย	60	17.0
	น้อย	104	29.5
	ปานกลาง	93	26.3
	มาก	28	7.9
	ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม		353	100.0
4. เพื่อความบันเทิงและการพักผ่อน	ไม่ใช่เลย	57	16.1
	น้อย	83	23.5
	ปานกลาง	101	28.6
	มาก	44	12.5
	ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม		353	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานโดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับงาน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก จำนวน 187 คน
คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาในระดับปานกลาง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 ไม่ได้อ่าน
จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ระดับน้อย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และ
ไม่ใช่เลย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8
2. เพื่ออ่านประกาศ โฆษณา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 141 คน
คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาอยู่ในระดับน้อย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ไม่ได้อ่าน
จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อยู่ในระดับมาก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ
ไม่ใช่เลย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6
3. เพื่อฆ่าเวลา/แก้เหงา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับน้อย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5
รองลงมาอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 ไม่ได้อ่าน จำนวน 68 คน คิด
เป็นร้อยละ 19.3 ไม่ใช่เลย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และอยู่ในระดับมาก จำนวน 28
คน คิดเป็นร้อยละ 7.9
4. เพื่อความบันเทิงและการพักผ่อน ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 101 คน
คิดเป็นร้อยละ 28.6 ระดับน้อย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ไม่ใช่เลย จำนวน 57 คน คิด
เป็นร้อยละ 16.1 และอยู่ในระดับมาก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็น
ในเรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสาร

ระดับความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	-	-
น้อย	-	-
ปานกลาง	65	18.4
มาก	70	19.8
มากที่สุด	150	42.5
ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสาร ระดับมากที่สุด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา ระดับมาก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และระดับปานกลาง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็น
ในเรื่องโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

ระดับความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	1	0.2
น้อย	6	1.7
ปานกลาง	62	17.6
มาก	98	27.8
มากที่สุด	118	33.4
ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่องโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 รองลงมาอยู่ในระดับมาก จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ไม่ได้อ่าน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 อยู่ในระดับน้อย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 และอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็น
ในเรื่องการได้แหล่งงานที่ต้องการสมัครแล้วมีการตรวจสอบ
แหล่งที่มาของข้อมูล

ระดับความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	4	1.1
น้อย	27	7.6
ปานกลาง	140	39.7
มาก	86	24.4
มากที่สุด	27	7.6
ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในระดับการได้แหล่งงานที่ต้องการแล้วมีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลอยู่ระดับปานกลาง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ระดับมาก จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 ไม่ได้อ่าน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ระดับมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ระดับน้อย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และระดับน้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็น
ในเรื่องการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสาร

ระดับความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	5	1.4
น้อย	33	9.3
ปานกลาง	113	32.0
มาก	101	28.6
มากที่สุด	33	9.3
ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในเรื่องการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาอยู่ในระดับมาก จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ไม่ได้อ่าน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ระดับน้อย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และระดับน้อยที่สุด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็น
ในเรื่องการใช้เวลาในการหาข้อมูลประเภทสมัครงาน

ระดับความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
น้อยที่สุด	2	0.6
น้อย	25	7.1
ปานกลาง	127	36.0
มาก	92	26.1
มากที่สุด	39	11.0
ไม่ได้อ่าน	68	19.3
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่องการใช้เวลาในการหาข้อมูลประเภทสมัครงานอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาระดับมาก จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 ไม่ได้อ่าน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ระดับมากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ระดับน้อย จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และระดับน้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรที่ศึกษาว่ามีผลต่อการหา
งานทำหรือไม่ ใช้การทดสอบสมมติฐานทางสถิติค่า ไคสแควร์ (Chi-Square, χ^2) เพื่อหา
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยสูตรค่าสัมประสิทธิ์ความเกี่ยวพัน (Cramer's V) เพื่อหาระดับ
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สถิติ t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร และ
สถิติ

F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มขึ้นไป โดยพิจารณาจากค่า
Significance ที่ตั้งไว้ที่นัยสำคัญ 0.05 ถ้า Significance มากกว่า 0.05 แสดงว่าสมมติฐาน (H_0) ไม่เป็น
จริง และยอมรับ (H_1)

สมมติฐาน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้ที่ได้รับเฉลี่ย
ต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ ของบัณฑิตที่ต่างกันจะมี
พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

จากสมมติฐาน ตั้งเป็นสมมติฐานการทดสอบได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน
สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ ของบัณฑิตที่ต่างกันจะมี
พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน
สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ ของบัณฑิตที่ต่างกันจะมี
พฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

H_0 : เพศที่ต่างกันจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่ต่างกันจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง

บัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

เพศ	เป็นประจำ ทุก 2-3 วัน	สัปดาห์/ครั้ง	4-6 สัปดาห์/ ครั้ง	ไม่ได้อ่านเลย	รวม
ชาย	16	21	15	17	69
หญิง	55	101	70	58	284
รวม	71	122	85	75	353

$$\chi^2 = 1.485 \quad df = 3 \quad (p > .686)$$

จากตารางที่ 11 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ จำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับเพศ

H_0 : เพศต่างกันจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศต่างกันจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานแตกต่างกัน

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่าง

บัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)

เพศ	เป็นประจำ ทุกสัปดาห์	2-4 สัปดาห์/ ครั้ง	5-6 สัปดาห์/ ครั้ง	ไม่ได้อ่านเลย	รวม
ชาย	14	19	13	23	69
หญิง	54	86	70	74	284
รวม	68	105	83	97	353

$$\chi^2 = 5.793 \quad df = 4 \quad (p > .215)$$

จากตารางที่ 12 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับเพศ

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 38 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท สมัครงานระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

รายได้	เคย	ไม่เคย	รวม
ต่ำกว่า 2,000	15	10	25
2,001-5,000	32	46	78
5,001-10,000	87	111	198
มากกว่า 10,000	12	40	52
รวม	146	207	353

$$\chi^2 = 20.138^* \quad df = 6 \quad (p < .003 \quad \text{Cramer's } V < .003)$$

จากตารางที่ 38 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับรายได้

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง
สถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)

สถานภาพ การทำงาน	เป็นประจำ ทุก 2-3 วัน	สัปดาห์/ ครั้ง	4-6 สัปดาห์/ ครั้ง	ไม่ได้อ่านเลย	รวม
ทำงานแล้ว	47	63	63	52	225
ยังไม่ได้ทำ	24	59	22	23	127
รวม	71	122	85	75	353

$$\chi^2 = 12.891^* \quad df = 3 \quad (p < .005)$$

จากตารางที่ 39 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ จำนวนครั้งใน
การอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับ
สถานภาพการทำงาน

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่าง

สถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

สถานภาพ การทำงาน	เป็นประจำ ทุกสัปดาห์	2-4 สัปดาห์/ ครั้ง	5-6 สัปดาห์/ ครั้ง	ไม่ได้อ่านเลย	รวม
ทำงานแล้ว	32	57	65	71	225
ยังไม่ได้ทำ	36	48	18	26	128
รวม	68	105	83	97	353

$$\chi^2 = 23.941^* \quad df = 4 \quad (p < .000)$$

จากตารางที่ 40 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานขึ้นอยู่กับสถานภาพการทำงาน

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน ช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน ช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 41 แสดงช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง
สถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

สถานภาพ การทำงาน	ตอนเช้า	ตอน กลางวัน	ตอน เย็น	ตอน กลางคืน	ไม่ แน่นอน	ไม่ได้ อ่านเลย	รวม
ทำงานแล้ว	27	20	36	21	72	49	225
ยังไม่ได้ทำ	19	16	23	16	34	20	127
รวม	46	36	59	37	106	69	353

$$\chi^2 = 13.347 \quad df = 10 \quad (p > .205)$$

จากตารางที่ 41 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน การใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน การใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 42 แสดงการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง
สถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

สถานภาพ การทำงาน	น้อยกว่า 10 นาที	10-20 นาที	21-40 นาที	41-60 นาที	มากกว่า 60 นาที	ไม่ได้ อ่านเลย	รวม
ทำงานแล้ว	20	90	42	22	3	48	225
ยังไม่ได้ทำ	4	40	41	13	10	20	128
รวม	24	130	83	35	13	68	353

$$\chi^2 = 22.572^* \quad df = 5 \quad (p < .000 \text{ Cramer's } V < .000)$$

จากตารางที่ 42 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ การใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน การรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน การรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 43 แสดงการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)

สถานภาพการทำงาน	รับเป็นสมาชิก	ชื่อเอง	ไม่ได้รับ/ชื่อเลย	รวม
ทำงานแล้ว	-	124	101	225
ยังไม่ได้ทำ	-	97	31	128
รวม	-	221	132	353

$$\chi^2 = 16.782^* \quad df = 4 \quad (p < .000)$$

จากตารางที่ 43 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน การรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน การรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 44 แสดงแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง
สถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

สถานภาพ การทำงาน	ชื่อเอง	รับเป็น สมาชิก	อ่านตาม แผง	ห้องสมุด	อื่น ๆ	รวม
ทำงานแล้ว	118	-	40	10	57	225
ยังไม่ได้ทำ	96	-	7	2	23	128
รวม	214	-	47	12	80	353

$$\chi^2 = 20.812^* \quad df = 5 \quad (p < .001 \quad \text{Cramer's } V = .001)$$

จากตารางที่ 44 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจาก
นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจาก
นิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 45 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

สถานภาพ การทำงาน	เคย	ไม่เคย	รวม
ทำงานแล้ว	88	137	225
ยังไม่ได้ทำ	58	69	128
รวม	146	207	353

$$\chi^2 = 2.144 \quad df = 2 \quad (p > .342)$$

จากตารางที่ 45 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือการ
ตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการ
ทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของ
ข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำ
ตรงตามสาขาด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)

งานที่ทำ	เป็นประจำ ทุก 2-3 วัน	สัปดาห์/ ครั้ง	4-6 สัปดาห์/ ครั้ง	ไม่ได้อ่านเลย	รวม
ตรง	18	26	33	27	104
ไม่ตรง	29	36	31	27	123
ยังไม่ได้ทำ	24	60	21	21	126
รวม	71	122	85	75	353

$$\chi^2 = 19.005^* \quad df = 6 \quad (p < .004)$$

จากตารางที่ 45 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงตามสาขาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าจำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำ
ตรงสาขาด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

งานที่ทำ	เป็นประจำ ทุกสัปดาห์	2-4 สัปดาห์/ ครั้ง	5-6 สัปดาห์/ ครั้ง	ไม่ได้อ่านเลย	รวม
ตรง	10	26	30	38	104
ไม่ตรง	22	32	35	34	123
ยังไม่ได้ทำ	36	47	18	25	126
รวม	68	105	83	97	353

$$\chi^2 = 29.413^* \quad df = 8 \quad (p < .000)$$

จากตารางที่ 47 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ จำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานระหว่างงานทำที่ทำตรงสาขาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าจำนวนครั้งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน ช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 48 แสดงช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง
งานที่ทำตรงสาขาด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

งานที่ทำ	ตอนเช้า	ตอน กลางวัน	ตอน เย็น	ตอน กลางคืน	ไม่ แน่นอน	ไม่ได้ อ่านเลย	รวม
ตรง	10	12	16	6	33	27	104
ไม่ตรง	18	9	20	15	35	23	123
ยังไม่ได้ทำ	18	15	23	16	38	19	126
รวม	46	36	59	37	106	69	353

$$\chi^2 = 10.177 \quad df = 10 \quad (p > .425)$$

จากตารางที่ 48 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ ช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน การใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน การใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 49 แสดงการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง
งานที่ทำตรงสาขาคำสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

งานที่ทำ	น้อยกว่า 10 นาที	10-20 นาที	21-40 นาที	41-60 นาที	มากกว่า 60 นาที	ไม่ได้ อ่านเลย	รวม
ตรง	6	42	20	9	1	26	104
ไม่ตรง	14	48	22	14	2	19	123
ยังไม่ได้ทำ	4	40	41	12	10	23	126
รวม	24	130	83	35	13	68	353

$$\chi^2 = 27.723^* \quad df = 10 \quad (p < .002 \text{ Cramer's } V < .002)$$

จากตารางที่ 49 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ การใช้
เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาแตกต่างกัน อย่าง
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัคร
งานขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน การรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน การรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 50 แสดงการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

งานที่ทำ	รับเป็นสมาชิก	ชื่อเอง	ไม่ได้รับ/ชื่อเลย	รวม
ตรง	-	53	51	104
ไม่ตรง	-	73	50	123
ยังไม่ได้ทำ	-	95	31	126
รวม	-	221	132	353

$$\chi^2 = 16.493^* \quad df = 4 \quad (p < .002)$$

จากตารางที่ 50 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน การรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน การรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์

ตารางที่ 51 เปรียบเทียบแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง
งานที่ทำตรงสาขาด้วยค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2)

งานที่ทำ	ชื่อเอง	รับเป็น สมาชิก	อ่านตาม แผง	ห้องสมุด	อื่น ๆ	รวม
ตรง	51	-	17	5	31	104
ไม่ตรง	69	-	22	5	27	123
ยังไม่ได้ทำ	94	-	8	2	22	126
รวม	214	-	47	12	80	353

$$\chi^2 = 20.613^* \quad df = 10 \quad (p > .024 \quad \text{Cramer's } V > .024)$$

จากตารางที่ 51 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ แหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าแหล่งในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 52 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาด้วยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2)

งานที่ทำ	เคย	ไม่เคย	รวม
ตรง	39	65	104
ไม่ตรง	50	73	123
ยังไม่ได้ทำ	57	69	126
รวม	146	207	353

$$\chi^2 = 3.937 \quad df = 4 \quad (p > .415)$$

จากตารางที่ 52 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 53 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงาน

ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

เพศ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ชาย	69	8.1884	5.0331	1.562
หญิง	284	9.2007	4.7776	
รวม	353	17.3891	9.8107	1.562

จากตารางที่ 53 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับเพศ

H_0 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานที่แตกต่างกัน วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 54 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน

ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

สถานภาพการทำงาน	N	$\bar{X}$	SD.	t
ทำงานแล้ว	225	8.7067	5.0199	1.528
ยังไม่ได้ทำงาน	128	9.5234	4.4721	
รวม	353	18.2301	9.4920	1.528

จากตารางที่ 54 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 55 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงาน
ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

งานที่ทำ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ตรง	104	8.0385	5.1463	1.770
ไม่ตรง	123	9.2195	4.8898	
รวม	227	17.258	10.0361	1.770

จากตารางที่ 55 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน ความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน ความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 56 แสดงความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

เพศ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ชาย	69	3.04	1.87	1.473
หญิง	284	3.40	1.80	
รวม	353	6.44	3.67	1.473

จากตารางที่ 56 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับเพศ

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน ความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน ความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 57 แสดงความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่าง
สถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

สถานภาพการทำงาน	N	$\bar{X}$	SD.	t
ทำงานแล้ว	225	3.17	1.83	2.221
ยังไม่ได้ทำ	128	3.61	1.77	
	353	6.78	3.6	2.221

จากตารางที่ 57 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ ความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่าง

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน ความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน ความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตาราง 58 แสดงความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสัปดาห์ระหว่าง
งานที่ทำตรงสาขาวิชา ด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

งานที่ทำ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ตรง	104	2.92	1.90	1.583
ไม่ตรง	123	3.31	1.77	
รวม	227	6.21	3.67	1.583

จากตารางที่ 58 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ ความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสัปดาห์ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาวิชาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าจากความต้องการข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสัปดาห์ไม่ขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : เพศแตกต่างกัน โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกัน โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตาราง 59 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสัปดาห์
ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

เพศ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ชาย	69	2.52	1.65	1.182
หญิง	284	2.76	1.50	
รวม	353	5.28	3.15	1.182

จากตารางที่ 59 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสัปดาห์ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงไม่

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตาราง 60 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างสถานภาพการทำงาน ด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

สถานภาพการทำงาน	N	$\bar{X}$	SD.	t
ทำงานแล้ว	225	2.61	1.57	1.690
ยังไม่ได้ทำ	128	2.90	1.45	
รวม	353	5.51	3.02	1.690

จากตารางที่ 60 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 61 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างงานที่ทำตรงสาขา ด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

งานที่ทำ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ตรง	104	2.42	1.63	1.672
ไม่ตรง	123	2.77	1.51	
รวม	227	5.19	3.14	1.672

จากตารางที่ 61 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 62 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิง ด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

เพศ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ชาย	69	2.57	1.68	1.220
หญิง	284	2.82	1.56	
รวม	353	5.39	3.24	1.220

จากตารางที่ 62 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิต

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 63 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

สถานภาพการทำงาน	N	$\bar{X}$	SD.	t
ทำงานแล้ว	225	2.66	1.61	1.756
ยังไม่ได้ทำงาน	128	2.97	1.52	
รวม	253	5.63	3.13	1.756

จากตารางที่ 63 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือการตรวจสอบ
แหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจาก
นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 64 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

งานที่ทำ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ตรง	104	2.58	1.72	.644
ไม่ตรง	123	2.72	1.52	
รวม	227	5.30	3.24	.644

จากตารางที่ 64 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานทำตรงสาขาไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน การเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกัน การเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 65 แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงด้วย ค่าสถิติ ที (t-test)

เพศ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ชาย	69	2.55	1.59	1.588
หญิง	284	2.89	1.58	
รวม	253	5.44	3.17	1.588

จากตารางที่ 65 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงไม่

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน การเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน การเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 66 แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงาน ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วย ค่าสถิติ ที (t-test)

สถานภาพการทำงาน	N	$\bar{X}$	SD.	t
ทำงานแล้ว	225	2.74	1.63	1.320
ยังไม่ได้ทำงาน	128	2.97	1.49	
รวม	353	5.71	3.12	1.320

จากตารางที่ 66 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน การเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน การเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 67 แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ประเภทสมัครงาน
ระหว่างงานที่ทำตรงสาขาด้วย ค่าสถิติ ที (t-test)

งานที่ทำ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ตรง	104	2.57	1.69	1.213
ไม่ตรง	123	2.83	1.56	
รวม	227	5.4	3.25	1.213

จากตารางที่ 67 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การเลือกใช้
แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาไม่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการเลือกใช้แหล่งข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน การใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกัน การใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 68 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิง ด้วยค่าสถิติ ที (t-test)

เพศ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ชาย	69	2.54	1.64	1.552
หญิง	284	2.87	1.59	
รวม	353	5.41	3.23	1.552

จากตารางที่ 68 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การใช้เวลาใน
การหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างบัณฑิตชายและบัณฑิตหญิงไม่

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน การใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน การใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 69 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างสถานภาพการทำงานด้วย ค่าสถิติ ที (t-test)

สถานภาพการทำงาน	N	$\bar{X}$	SD.	t
ทำงานแล้ว	225	2.67	1.63	2.152
ยังไม่ได้ทำงาน	128	3.05	1.54	

จากตารางที่ 69 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : งานที่ทำแตกต่างกัน การใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : งานที่ทำแตกต่างกัน การใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 70 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างงานที่ทำตรงสาขากับ ค่าสถิติ ที (t-test)

งานที่ทำ	N	$\bar{X}$	SD.	t
ตรง	104	2.53	1.68	.977
ไม่ตรง	123	2.74	1.57	
รวม	227	5.27	3.25	.977

จากตารางที่ 70 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างงานที่ทำตรงสาขาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการใช้เวลาในการหาข้อมูลจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับงานที่ทำ

H_0 : คณะที่สำเร็จแตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คณะที่สำเร็จแตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 71 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	441.271	3	147.090	6.583	.000
ภายในกลุ่ม	7797.726	349	22.343		
รวม	8238.997	352			

จากตารางที่ 71 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ กลุ่ม บัณฑิต
คณะต่าง ๆ ได้แก่ คณะการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ คณะ
เศรษฐศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ และคณะมนุษยศาสตร์ มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าวัตถุประสงค์
ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับบัณฑิตคณะต่าง ๆ

ตารางที่ 72 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)

คณะที่สำเร็จ	การบัญชี ($\bar{X} = 9.00$)	บริหารธุรกิจ ($\bar{X} = 9.55$)	นิเทศศาสตร์ ($\bar{X} = 6.13$)	อื่น ๆ ($\bar{X} = 7.77$)
การบัญชี	-	.55	-2.87	-1.23
บริหารธุรกิจ	-.55	-	-3.43*	-1.78
นิเทศศาสตร์	2.87	3.43*	-	1.64
อื่น ๆ	1.23	1.78	-1.64	-

จากตารางที่ 72 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตคณะที่มีความแตกต่างกันคือคณะบริหารธุรกิจกับคณะนิเทศศาสตร์ ส่วนบัณฑิตคณะอื่นไม่พบความแตกต่าง

H_0 : เกเรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เกเรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 73 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีเกเรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	116.973	3	38.991	1.675	.172
ภายในกลุ่ม	8122.024	349	23.272		
รวม	8238.997	352			

จากตารางที่ 73 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างเกเรดเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับเกเรดเฉลี่ย

H_0 : รายได้แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 74 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน

ระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	525.901	3	175.300	7.932	.000
ภายในกลุ่ม	7713.096	349	22.101		
รวม	8238.997	352			

จากตารางที่ 74 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตขึ้นกับรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 75 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน

ระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ

(Scheffe)

รายได้	ต่ำกว่า 2,000 ($\bar{X} = 9.60$)	2,001-5,000 ($\bar{X} = 10.23$)	5,001-10,000 ($\bar{X} = 9.16$)	มากกว่า 10,000 ($\bar{X} = 6.25$)
ต่ำกว่า 2,000 บาท	-	.63	-.43	-3.35*
2,001-5,000 บาท	-.63	-	-1.06	-3.98*
5,001-10,000 บาท	.43	1.06	-	-2.92*
มากกว่า 10,000 บาท	3.35*	3.98*	2.92*	-

ตารางที่ 75 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างที่ละคู่ พบว่าบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนที่มีความแตกต่างกัน 3 คู่ คู่แรกคือบัณฑิตที่มีรายได้ที่ต่ำกว่า 2,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท คู่ที่สองคือบัณฑิตที่มีรายได้ 2,001-5,000 บาทกับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท และคู่ที่สามคือบัณฑิตที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กับรายได้มากกว่า 10,000 แสดงว่าบัณฑิตมีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 76 แสดงวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	54.656	1	54.427	2.334	.127
ภายในกลุ่ม	8184.341	351	23.318		
รวม	8238.997	352			

จากตารางที่ 76 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีสถานภาพการทำงานไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : คณะที่สำเร็จแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : คณะที่สำเร็จแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 77 แสดงความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	70.802	3	23.601	7.575	.000
ภายในกลุ่ม	1087.419	349	3.116		
รวม	1158.221	352			

จากตารางที่ 77 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ บัณฑิตคณะต่าง ๆ มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับบัณฑิตคณะต่าง ๆ

ตารางที่ 78 แสดงความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)

คณะที่สำเร็จ	การบัญชี ($\bar{X} = 3.31$)	บริหารธุรกิจ ($\bar{X} = 3.55$)	นิเทศศาสตร์ ($\bar{X} = 2.18$)	อื่น ๆ ($\bar{X} = 2.85$)
การบัญชี	-	.25	-1.13	-.46
บริหารธุรกิจ	-.25	-	-1.37*	-.71
นิเทศศาสตร์	1.13	1.37*	-	.67
อื่น ๆ	.46	.71	-.67	-

จากตารางที่ 78 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตคณะที่มีความต้องการข้อมูล ข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน คือคณะบริหารธุรกิจ กับคณะนิเทศศาสตร์ ส่วนบัณฑิตคณะอื่นไม่พบความแตกต่าง

H_0 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 79 แสดงความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.091	3	1.364	.412	.744
ภายในกลุ่ม	1154.130	349	3.307		
รวม	1158.221	352			

จากตารางที่ 79 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 กล่าวคือ ความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีเกรดเฉลี่ย ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าความต้องการข้อมูลข่าวสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับเกรดเฉลี่ย

H_0 : รายได้แตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 80 แสดงความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท

สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือน ด้วยค่าสถิติเอฟ(F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	66.138	3	22.046	7.045	.000
ภายในกลุ่ม	1092.083	349	3.129		
Total	1158.221	352			

จากตารางที่ 80 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 กล่าวคือ ความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มี รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 005 แสดงว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตขึ้นกับรายได้

ตารางที่ 81 แสดงความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท

สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับต่อเดือน ที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)

รายได้	ต่ำกว่า 2,000 ($\bar{X} = 3.84$)	2,001-5,000 ($\bar{X} = 3.79$)	5,001-10,000 ($\bar{X} = 3.32$)	มากกว่า 10,000 ($\bar{X} = 2.42$)
ต่ำกว่า 2,000 บาท	-	-4.51	-.52	-1.42*
2,001-5,000 บาท	4.51	-	-.47	-1.37*
5,001-10,000 บาท	.52	.47	.90*	-.90*
มากกว่า 10,000 บาท	1.42*	1.37*	-	-

ตารางที่ 81 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนที่มีความแตกต่างกัน 3 คู่ คู่แรกคือบัณฑิตที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท คู่ที่สองคือบัณฑิตที่มีรายได้ 2,001-5,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท และคู่ที่สาม คือบัณฑิตที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กับมากกว่า 10,000 บาท แสดงว่าบัณฑิตมีความต้องการข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 82 แสดงความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีสถานภาพการทำงาน
ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	16.544	2	8.272	2.536	.081
ภายในกลุ่ม	1141.677	350	3.262		
รวม	1158.221	352			

จากตารางที่ 82 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 กล่าวคือ ความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีสถานภาพการทำงานต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าความต้องการข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตขึ้นกับสถานภาพการทำงาน

H_0 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 83 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	44.101	3	14.700	6.598	.000
ภายในกลุ่ม	777.571	349	2.228		
Total	821.671	352			

จากตารางที่ 83 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 กล่าวคือ บัณฑิต
คณะต่าง ๆ มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับบัณฑิตคณะต่าง ๆ

ตารางที่ 84 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ ด้วยเอฟเฟฟเฟ(Scheffe)

คณะที่สำเร็จ	การบัญชี ($\bar{X} = 2.58$)	บริหารธุรกิจ ($\bar{X} = 2.91$)	นิเทศศาสตร์ ($\bar{X} = 1.92$)	อื่น ๆ ($\bar{X} = 2.12$)
การบัญชี	-	.33	-.65	-.46
บริหารธุรกิจ	-.33	-	.99*	-.79
นิเทศศาสตร์	.65	.99*	-	.19
อื่น ๆ	.46	.79	-.19	-

ตารางที่ 84 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตคณะที่มีความแตกต่าง
กัน คือบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจกับบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ ส่วนบัณฑิตคณะอื่น ไม่พบความ
แตกต่าง

H_0 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 85 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.072	3	1.024	.437	.727
ภายในกลุ่ม	818.600	349	2.346		
รวม	821.671	352			

จากตารางที่ 85 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 กล่าวคือ โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีเกรดเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับเกรดเฉลี่ย

H_0 : รายได้แตกต่างกัน มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
แตกต่างกัน

ตารางที่ 86 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท

สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับต่อเนื่องด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	30.022	3	10.007	4.412	.005
ภายในกลุ่ม	791.649	349	2.268		
รวม	821.671	352			

จากตารางที่ 86 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 กล่าวคือ โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเนื่อง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตขึ้นกับรายได้

ตารางที่ 87 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท

สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับต่อเนื่องที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)

รายได้	ต่ำกว่า 2,000 ($\bar{X} = 3.84$)	2,001-5,000 ($\bar{X} = 3.79$)	5,001-10,000 ($\bar{X} = 3.32$)	มากกว่า 10,000 ($\bar{X} = 2.42$)
ต่ำกว่า 2,000 บาท	-	-2.56	-.25	-.94
2,001-5,000 บาท	2.56	-	-.22	-.92*
5,001-10,000 บาท	.25	.22	.69*	-.69*
มากกว่า 10,000 บาท	.94	.92*	-	-

ตารางที่ 87 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างที่ละคู่ พบว่าบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเนื่องที่มีความแตกต่างกัน 2 คู่ คู่แรกคือบัณฑิตที่มีรายได้ 2,001-5,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท และคู่ที่สองคือบัณฑิตที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กับมากกว่า 10,000 บาท แสดงว่าบัณฑิตมีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 88 แสดงโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	7.855	2	3.927	1.689	.186
ภายในกลุ่ม	813.817	350	2.325		
รวม	821.671	352			

จากตารางที่ 88 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงานของบัณฑิต

H_0 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 89 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	44.198	3	14.733	6.153	.000
ภายในกลุ่ม	835.672	349	2.394		
รวม	879.870	352			

จากตารางที่ 89 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ บัณฑิตคณะต่าง ๆ มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับบัณฑิตคณะต่าง ๆ

ตารางที่ 90 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)

คณะที่สำเร็จ	การบัญชี ($\bar{X} = 2.50$)	บริหารธุรกิจ ($\bar{X} = 2.97$)	นิเทศศาสตร์ ($\bar{X} = 2.03$)	อื่น ๆ ($\bar{X} = 2.15$)
การบัญชี	-	.47	-.47	-.35
บริหารธุรกิจ	-.47	-	-.95*	-.82
นิเทศศาสตร์	.47	.95*	-	.13
อื่น ๆ	.35	.82	-.13	-

ตารางที่ 90 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตคณะที่มีความแตกต่างกันในการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ คือบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจกับบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ ส่วนบัณฑิตคณะอื่นไม่พบความแตกต่าง

H_0 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 91 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/

หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ย ด้วยค่าสถิติเอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	6.321	3	2.107	.842	.472
ภายในกลุ่ม	873.549	349	2.503		
รวม	879.870	352			

จากตารางที่ 91 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับเกรดเฉลี่ยของบัณฑิต

H_0 : รายได้แตกต่างกัน มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 92 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับต่อเดือนด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	40.963	3	13.654	5.681	.001
ภายในกลุ่ม	838.906	349	2.404		
รวม	879.870	352			

จากตารางที่ 92 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับรายได้

ตารางที่ 93 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่ละคู่ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)

รายได้	ต่ำกว่า 2,000 $\bar{X} = 3.16$	2,001-5,000 $\bar{X} = 3.12$	5,001-10,000 $\bar{X} = 2.78$	มากกว่า 10,000 $\bar{X} = 2.04$
ต่ำกว่า 2,000 บาท	-	-4.46	-.38	-1.12*
2,001-5,000 บาท	4.46	.33	-.33	-1.08*
5,001-10,000 บาท	.38	-	-	-.74*
มากกว่า 10,000 บาท	1.12*	1.08*	.74*	-

ตารางที่ 93 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนที่มีความแตกต่างกัน 3 คู่ คู่แรกคือบัณฑิตที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท คู่ที่สองบัณฑิตที่มีรายได้ 2,001-5,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 94 แสดงการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	8.612	2	4.306	1.730	.179
ภายในกลุ่ม	871.258	350	2.489		
รวม	879.870	352			

จากตารางที่ 94 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงานของบัณฑิต

H_0 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 95 แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท

สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	50.482	3	16.827	7.065	.000
ภายในกลุ่ม	831.275	349	2.382		
รวม	881.756	352			

จากตารางที่ 95 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ บัณฑิตคณะต่าง ๆ มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับบัณฑิตคณะต่าง ๆ

ตารางที่ 96 แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท

สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)

คณะที่สำเร็จ	การบัญชี ($\bar{X} = 2.62$)	บริหารธุรกิจ ($\bar{X} = 3.03$)	นิเทศศาสตร์ ($\bar{X} = 1.92$)	อื่น ๆ ($\bar{X} = 2.31$)
การบัญชี	-	.41	-.69	-.31
บริหารธุรกิจ	-.41	-	1.10*	-.72
นิเทศศาสตร์	.69	1.10*	-	.38
อื่น ๆ	.31	.72	-.38	-

จากตารางที่ 96 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตคณะที่มีความแตกต่างกันในการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน คือ บัณฑิตคณะบริหารธุรกิจกับบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ ส่วนคณะอื่นไม่พบความแตกต่าง

H_0 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 97 แสดงผลการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	6.321	3	2.107	.842	.472
ภายในกลุ่ม	873.549	349	2.503		
รวม	879.870	352			

จากตารางที่ 97 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับเกรดเฉลี่ยของบัณฑิต

H_0 : รายได้แตกต่างกัน มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 98 แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท

สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	32.828	3	10.943	4.499	.004
ภายในกลุ่ม	848.929	349	2.432		
รวม	881.756	352			

จากตารางที่ 98 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ การเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับรายได้

ตารางที่ 99 แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท

สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)

รายได้	ต่ำกว่า 2,000 ($\bar{X} = 3.08$)	2,001-5,000 ($\bar{X} = 3.17$)	5,001-10,000 ($\bar{X} = 2.82$)	มากกว่า 10,000 ($\bar{X} = 2.17$)
ต่ำกว่า 2,000 บาท	-	8.67	-.26	-.91
2,001-5,000 บาท	.867	.34	-.34	-.99*
5,001-10,000 บาท	.26	.99*	-	-.65
มากกว่า 10,000 บาท	.91	-	.65	-

ตารางที่ 99 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนที่มีความแตกต่างกัน คือ บัณฑิตที่มีรายได้ 2,001-5,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท แสดงว่าบัณฑิตที่มีรายได้ 2,001-5,000 บาท มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันกับบัณฑิตที่มีรายได้ต่ำกว่า 2,000 บาท , 5,001-10,000 บาท และมากกว่า 10,000 บาท

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 100 แสดงการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงาน ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.352	1	4.352	1.741	.188
ภายในกลุ่ม	877.404	351	2.500		
รวม	881.756	352			

จากตารางที่ 100 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตไม่ขึ้นกับสถานภาพการทำงานของบัณฑิต

H_0 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความสำเร็จแตกต่างกัน มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

**ตารางที่ 101 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)**

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	41.688	3	13.896	5.614	.001
ภายในกลุ่ม	863.825	349	2.475		
รวม	905.513	352			

จากตารางที่ 101 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับบัณฑิตคณะต่าง ๆ

**ตารางที่ 102 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างกลุ่มบัณฑิตคณะต่าง ๆ ที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)**

คณะที่สำเร็จ	การบัญชี ($\bar{X} = 2.54$)	บริหารธุรกิจ ($\bar{X} = 2.99$)	นิเทศศาสตร์ ($\bar{X} = 1.95$)	อื่น ๆ ($\bar{X} = 2.50$)
การบัญชี	-	.45	-.59	-3.85
บริหารธุรกิจ	-.45	-	1.04*	-.49
นิเทศศาสตร์	.59	1.04*	-	.55
อื่น ๆ	3.85	.49	-.55	-

ตารางที่ 102 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตคณะที่มีความแตกต่างกันในการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานคือ บัณฑิตคณะบริหารธุรกิจกับบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ ส่วนคณะอื่นไม่พบความแตกต่าง

H_0 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/
หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

**ตารางที่ 103 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)**

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	6.605	3	2.202	.855	.465
ภายในกลุ่ม	898.908	349	2.576		
รวม	905.513	352			

จากตารางที่ 103 พบว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 คือ การใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มเกรดเฉลี่ยแตกต่างกันไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่ขึ้นกับเกรดเฉลี่ย

H_0 : รายได้แตกต่างกัน มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
แตกต่างกัน

**ตารางที่ 104 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ด้วยค่าสถิติ เอฟ (F-test)**

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	44.358	3	14.786	5.992	.001
ภายในกลุ่ม	861.154	349	2.467		
รวม	905.513	352			

จากตารางที่ 104 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงว่าการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานขึ้นกับรายได้

**ตารางที่ 105 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภท
สมัครงานระหว่างกลุ่มรายได้ที่ได้รับต่อเดือนที่ละคู่ ด้วยเชฟเฟ (Scheffe)**

รายได้	ต่ำกว่า 2,000 $\bar{X} = 2.96$	2,001-5,000 $\bar{X} = 3.15$	5,001-10,000 $\bar{X} = 2.86$	มากกว่า 10,000 $\bar{X} = 2.00$
ต่ำกว่า 2,000 บาท	-	.19	-.10	-.96
2,001-5,000 บาท	-.19	-	-.30	-1.15*
5,001-10,000 บาท	.10	.38	-	-.86*
มากกว่า 10,000 บาท	.96	1.15*	.86*	-

ตารางที่ 105 เมื่อนำไปทดสอบความแตกต่างทีละคู่ พบว่าบัณฑิตที่มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนที่มีความแตกต่างกัน 2 คู่ คู่แรกคือบัณฑิตที่มีรายได้ 2,001-5,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท และคู่ที่สองคือบัณฑิตที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท กับบัณฑิตที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท แสดงว่าบัณฑิตมีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพการทำงานแตกต่างกัน มีการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 106 แสดงการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์
ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงาน ด้วยค่าสถิติ
เอฟ (F-test)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	11.796	2	5.898	2.310	.101
ภายในกลุ่ม	893.717	350	2.553		
รวม	905.513	352			

จากตารางที่ 106 พบว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ การใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานระหว่างกลุ่มที่มีสถานภาพการทำงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 แสดงว่าการใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสารจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานของบัณฑิตขึ้นกับสถานภาพการทำงานของบัณฑิต

2. ผลวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างระดับบรรณาธิการ ในเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม 2544 จำนวน 5 คน คือ

- 1.1 นายทวี อรรถะนันท์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2544
- 1.2 นายปกเกศ บุรจรรย์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2544
- 1.3 นายเชาวลิต ชูธรรมรัช สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2544
- 1.4 นายปัญญา จรรยาเทศ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2544
- 1.5 นายปรมินทร์ ตั้งชัชวรรณา สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2544

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็นประเด็นสรุปได้ดังนี้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำของบัณฑิตจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์
2. เพื่อศึกษาถึงนโยบายในการดำเนินงานของบรรณาธิการจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ทั้ง 5 บริษัท ได้แก่ บริษัทวิทยุสาร จำกัด บริษัทฐานเศรษฐกิจ จำกัด บริษัทวิทยุจักรกลาส-สียาต์ส บริษัทสรรพสาร จำกัด และบริษัทริศรุท พลัส จำกัด

ผลที่ได้รับ คือ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำของบัณฑิตจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์
2. เป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการหางานทำของบรรณาธิการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ในปีการศึกษา 2543 จำนวน 3,003 คน กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาศึกษาโดยสุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์การวิจัยทางสังคมศาสตร์ จำนวน 353 คน ตัวแปรอิสระได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ สาขาที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้ที่บัณฑิตได้รับเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความถี่ในการรับข่าวสาร เวลาที่ใช้ช่วงเวลา จำนวนฉบับในการอ่าน แหล่งข่าวสาร ความสนใจรายละเอียดข้อมูล โอกาสในการเข้าถึง ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล การเลือกใช้แหล่งข่าวสาร วัตถุประสงค์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าไค-สแควร์ ค่า t-test เพื่อหาความแตกต่างกันระหว่างตัวแปร และค่า F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปร 2 กลุ่มขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

พอสรุปได้เป็น 3 ตอน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 มีอายุระหว่าง 22-24 ปีมากที่สุด จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 75.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 74.2 และสำเร็จสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจมากที่สุด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 โดยได้รับเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.00-2.50 มากที่สุด ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯมากที่สุด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 และมีสถานภาพสมรสเป็นคนโสดมากที่สุด จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 97.2 โดยมีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 198 คนคิดเป็นร้อยละ 56.1 กลุ่มตัวอย่างมีบิดาประกอบอาชีพอื่น ๆ มากที่สุด ได้แก่ รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และถึงแก่กรรม จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 ส่วนมารดาประกอบอาชีพค้าขายมากที่สุด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานแล้วมากที่สุด จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 และทำงานบริษัทเอกชน/ห้างร้านมากที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 43.9 และส่วนใหญ่ได้ทำงานตรงตามสาขาวิชาที่เรียนมา จำนวน 123 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวนครึ่งในการอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานมากที่สุด คือสัปดาห์/ครั้ง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 และจำนวนครึ่งในการอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานมากที่สุด คือ สัปดาห์/ครั้ง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่แน่นอนมากที่สุด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และเวลาที่ใช้ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานประมาณ 10-20 นาที มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

การรับเป็นสมาชิก/ซื้อนิตยสารหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อมากที่สุด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6

จำนวนฉบับที่อ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่อ่านมากที่สุด 2 ฉบับ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิตยสารงานวันนี้มากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5

เนื้อหาที่สนใจอ่านจากนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจอ่านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รวมแหล่งงานด้านงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 หนังสือพิมพ์แหล่งงาน (การศึกษาและอาชีพ) ด้านงานเอกชนบริษัทชั้นนำมากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 หนังสือพิมพ์งานด่วนด้านข่าวรับสมัครมากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 หนังสือพิมพ์หางานหาง่ายด้านงานราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 Job & Sport (งานกับคน) ด้านงานราชการมากที่สุด 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 หนังสือพิมพ์สมัครด่วน ด้านงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 นิตยสารสมัครงานบริการทองด้าน Job on Net/ตลาดนัดคนหางานมากที่สุด จำนวน 14 คน ร้อยละ 4.0 และงานเอกชน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 นิตยสารริกระทด้านเจาะใจคนทำงานมากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 นิตยสารรวมงาน Weekly ด้านงานราชการมากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 นิตยสารจ๊อบ รีเคซท์ ด้าน Section 1 มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 นิตยสารงานวันนี้ ด้านงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และนิตยสาร Smart Job ด้านงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1

วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับงานระดับมาก มากที่สุด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0

ความต้องการข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสารมาก จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5

โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1

แหล่งงานที่ต้องการสมัครแล้วมีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นปานกลาง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7

การเลือกใช้แหล่งข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นปานกลาง จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

การใช้เวลาในการหาข้อมูลประเภทสมัครงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นปานกลาง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0

แหล่งที่อ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้ออ่านเองมากที่สุด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6

การติดต่อสอบถามจากแหล่งข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยติดต่อสอบถามเลยมากที่สุด จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน “ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ ของบัณฑิตที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน”

จากการวิเคราะห์ด้วยค่าไค-สแควร์ พบว่า คณะที่สำเร็จ รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ ที่ต่างกัน บัณฑิตจะมีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ในขณะที่เพศ เกรดเฉลี่ย แตกต่างกัน บัณฑิตจะไม่มีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ด้วยค่า t-test พบว่า เพศ สถานภาพการทำงาน งานที่ทำ ที่ต่างกัน บัณฑิตจะมีวัตถุประสงค์ในการอ่าน ความต้องการข้อมูล โอกาสในการเข้าถึงข้อมูล การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล การเลือกใช้แหล่งข้อมูล และใช้เวลาในการหาแหล่งข้อมูลจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์ด้วยค่า F-test พบว่า คณะที่สำเร็จ รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน บัณฑิตจะมีวัตถุประสงค์ในการอ่าน ความต้องการข้อมูล โอกาสในการเข้าถึงข้อมูล การตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล การเลือกใช้แหล่งข้อมูล และใช้เวลาในการหาแหล่งข้อมูลจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การยอมรับสมมติฐานนี้จึงเป็นเพียงบางส่วนเท่านั้น

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างของบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปี 2543 ผู้วิจัยขอนำมาอภิปรายดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 22-24 ปี จบการศึกษาระดับบริหารธุรกิจมากที่สุด โดยได้รับเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.00-2.50 มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพฯมากที่สุด และมีสถานภาพสมรสเป็นโสด มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-10,000 บาท บิดาประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และถึงแก่กรรม ส่วนมารดาประกอบอาชีพค้าขายมากที่สุด ส่วนใหญ่ทำงานแล้วและทำงานบริษัทเอกชน/ห้างร้านมากที่สุด และได้ทำงานตรงตามสาขาวิชาที่เรียนมา

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 34.6 อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานมากที่สุดคือสัปดาห์ต่อครั้ง และร้อยละ 29.7 อ่านนิตยสารประเภทสมัครงานมากที่สุด คือ สัปดาห์ต่อครั้ง ส่วนใหญ่ร้อยละ 30.0 อ่านในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน ร้อยละ 36.8 ใช้เวลาในการอ่านประมาณ 10-20 นาที ส่วนใหญ่ร้อยละ 62.6 จะซื้ออ่านเอง และร้อยละ 36.3 จะอ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสารประเภทสมัครงาน จำนวน 2 ฉบับ และร้อยละ 23.5 ที่ซื้อนิตยสารงานวันนี้อ่านมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจอ่านเนื้อหาในหนังสือพิมพ์/นิตยสารประเภทสมัครงานด้านงานเอกชน ด้านข่าวรับสมัคร ด้านงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ ด้าน Job on Net/ตลาดนัดคนหางาน และด้านเจาะใจคนทำงาน และร้อยละ 53.0 มีวัตถุประสงค์ในการอ่านเพื่อทราบแหล่งข้อมูลประเภทสมัครงาน

ส่วนใหญ่ร้อยละ 42.5 มีระดับความคิดเห็นในเรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 33.1 มีระดับความคิดเห็นในเรื่องโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 39.7 มีระดับความคิดเห็นในเรื่องแหล่งงานที่ต้องการสมัครแล้วมีการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 32.0 มีระดับความคิดเห็นในเรื่องการใช้เวลาในการหาข้อมูลประเภทสมัครงานอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนใหญ่ร้อยละ 60.6 แหล่งที่อ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน จะซื้ออ่านเอง และร้อยละ 58.6 ไม่เคยมีการติดต่อสอบถามเลย

3. การทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ คณะที่สำเร็จ เกรดเฉลี่ย รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จ ของบัณฑิตที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

คณะที่สำเร็จ รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรง สาขาวิชาที่สำเร็จ ที่ต่างกัน บัณฑิตจะมีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ในขณะที่เพศ เกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน บัณฑิตจะไม่มีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้นแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารที่มีอิทธิพลอย่างสำคัญ ต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ศาสนา ภูมิฐานะ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจหมายถึงอาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนพื้นฐานทางครอบครัว

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารตามแบบจำลองของดันเนอฮิวและทูปตัน ที่ว่า “บุคคลหนึ่งมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงความไม่ลงรอยกันของข่าวสารกับความ เป็นจริง ตามที่อยู่ในจินตภาพของเขา และความไม่ลงรอยกันทำให้เขารู้สึกว่าตัวเองถูกคุกคามมาก จนเกินไป” ทั้งนี้ เพราะบัณฑิตมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ตนเองไม่สนใจ ตามความเชื่อ และ ความรู้ของตน ในขณะที่เนื้อหาข่าวสารไม่มีความสำคัญพอจึงหยุดสนใจ หากบัณฑิต ต้องการข่าวสารเพิ่มก็มีการสอบถามแหล่งข่าวสารนั้นเพิ่มเติมอีกต่อไปเพื่อให้ได้มีโอกาสในการมี งานทำ

ตามแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ดังรูปแบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล ที่ว่าผู้ ส่งสารและผู้รับสารเมื่อมีการติดต่อสื่อสารกัน จะต้องอาศัยทักษะในการสื่อสาร ทักษะนี้ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม

ดังที่ ประมะ สตะเวทิน (2538) ให้ความเห็นว่า สถานภาพต่าง ๆ ของผู้ส่งสารมี อิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมสื่อสารของผู้ส่งสาร สถานะ ตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ ศักดิ์ศรี ความเชื่อ และค่านิยมของสังคมและวัฒนธรรม ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม การสื่อสารของผู้ส่งสาร และเป็นที่คาดหวังว่าผู้ส่งสารควรจะปฏิบัติอย่างไรในการสื่อสาร

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยต่าง ๆ ได้แก่

อนุสิทธิ์ ดังคณานุกุลชัย (2534) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับข่าวสารเพื่อการหางานทำของ บัณฑิตปี 2532 สาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานแล้ว เริ่มติดต่อสมัครงานก่อนจบ

สุภาพร อัทธกุลวัฒน์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของประชาชนกรุงเทพมหานคร หลังการประกาศค่าเงินบาทลอยตัว” พบว่าส่วนใหญ่มีการแสวงหาข่าวสารเศรษฐกิจจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง

นฤมล แก้วทิพรรัตน์ (2537) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชนของพนักงานในบริษัทโฆษณา” พบว่า การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชนของพนักงานในบริษัทโฆษณารั้งแรก ส่วนใหญ่จะได้รับจากสื่อมวลชน และการเปลี่ยนงานในครั้งต่อไป ส่วนใหญ่จะได้รับจากสื่อบุคคล

สรุปผลจากการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพในครั้งนี้ พบว่าบัณฑิตมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำในเนื้อหาข่าวสารด้านการหางานมากกว่าเนื้อหาข่าวสารอื่นที่บรรณาธิการได้นำเสนอ ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาข่าวสารที่บรรณาธิการให้ความสำคัญ ซึ่งบรรณาธิการทั้ง 5 บริษัท จะให้ความสำคัญต่อเนื้อหาข่าวสารด้านการหางานมากที่สุด ดังแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนตามแบบจำลองการสื่อสารมวลชนของชเรมม์ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจมีทางที่จะผ่านจากผู้รับที่เป็นปัจเจกบุคคลไปยังสมาชิกของกลุ่มที่อยู่แวดล้อมได้ และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิยสารและหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบข้อมูลข่าวสารเพื่อการหางานทำของบรรณาธิการด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า บรรณาธิการควรมีปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการหางานทำให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาถึงพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำของบัณฑิตในครั้งนี้ ผู้วิจัยมิได้แยกการกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน หากมีการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการแยกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน เช่น คณะที่สำเร็จ ฯลฯ

2. ควรมีการศึกษาวิจัยหัวข้อนี้เพิ่มเติม เช่น เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกหนึ่งกลุ่มคือกลุ่มคนหางานทำ จากแหล่งจัดหางาน กรมจัดหางาน หรือสถาบันการศึกษาอื่น ๆ เพื่อบรรณาธิการจะได้นำมาปรับปรุงเนื้อหาข่าวสารด้านการหางานเหมาะสมกับกลุ่มผู้หางานมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ เช่น ตลาครด ฯลฯ ในประเด็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดว่าบรรณาธิการมีการสื่อสารกับกลุ่มผู้อ่านอย่างไรที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

DRU

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

เดนิส แมคเคลว และสเวน วินดาห์ล แปลโดย สวนิต ชมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล.

การสื่อสารสำหรับการศึกษาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, 2528.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7 นครปฐม :

มหาวิทยาลัยมหิดล, 2540.

ปรเม สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7, กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์,
2533.

พรสิทธิ์ พัฒนนานุรักษ์. การสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,
2532.

พัชนี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2538 : 5

วาริ เกิดคำ. เอกสารคำสอนวิชาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ

สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา, 2540.

วันทนิ์ ชูศิลป์. สถิติและการวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : อักษรบัณฑิต, 2525.

สนั่น ปัทมะทิน (บรรณาธิการ). ศัพทานุกรมการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2520.

สิทธิโชค วรานุสันติกุล. ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม. นครปฐม : วิทยาลัยครู
นครปฐม, ม.ป.ป.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร

หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,
2531.

-----, เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15.

พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531.

-----, เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8 (ฉบับปรับปรุง).

กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540.

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

หน่วยที่ 9-15 (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,
2540.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสิทธิ์ และคณะ. สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. ไทยวัฒนาพานิช :
กรุงเทพฯ, 2523.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2533.

อรนุช เลิศจรยารักษ์และดาราวรรณ สุขุมลชาติ. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ :
รุ่งศิลป์การพิมพ์, 2531.

วารสาร

การจัดหางาน, กรม. “ความต้องการแรงงานภาคเอกชน ปี 2543” วารสารข่าวสารตลาด
แรงงาน. 8,97 เมษายน 2544.

-----, “สถานการณ์ตลาดแรงงาน ปี 2543” วารสารข่าวสารตลาดแรงงาน. 8, 97
เมษายน 2544.

ทีมเศรษฐกิจ. “ข่าวเศรษฐกิจไทยรัฐ” ไทยรัฐ. 15 ,ตุลาคม , 2544.

ศุกลียา รัตนประภาพร. “นโยบายและมาตรการส่งเสริมกิจการ (SMEs) ของรัฐบาลไทย”
นักบริหาร. 21,1 มกราคม-มีนาคม, 2544.

วิทยานิพนธ์

กมลทิพย์ ม้าคนอง. เทคนิควิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้แทนจำหน่ายในธุรกิจขายตรง
หลายชั้น. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

นฤมล แก้วทิพรัดน์. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานด้านสื่อสารมวลชนของพนักงานใน
บริษัทโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

- วีรศิริ ศิริวัฒนกุล. กลยุทธ์การโน้มน้าวผู้ชมรายการโทรทัศน์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. ศึกษากรณีรายการดูดีไม่มีรางวัล. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2532.
- สุปิฎกา ศิริพงษ์. บทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันที่มีต่อการประกอบอาชีพอาจารย์
ศึกษากรณีจังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขา
นิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2539.
- อนุสิทธิ์ ตั้งคณานุกูลชัย. การรับข่าวสารเพื่อการหางานทำของบัณฑิตปี 2532 สาขาวิชา
สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

สัมภาษณ์

- กวี อรรถะนันท์, บรรณาธิการบริหาร. บริษัทสรรพสาร จำกัด. 1 พฤศจิกายน 2544.
- เขาวลิต ชูธรรมรัช, บรรณาธิการบริหาร. บริษัทฐานเศรษฐกิจ. 9 พฤศจิกายน 2544.
- ปกเกศ บุรจรรย์, บรรณาธิการบริหาร. บริษัท วิทยสาร จำกัด. 5 พฤศจิกายน 2544.
- ปรมินทร์ ตั้งชัยวรรณ, หัวหน้ากองบรรณาธิการ. บริษัทกรูท พลัส จำกัด. 15 ธันวาคม 2544.
- ปัญญา จรรยาเพศ. บรรณาธิการบริหาร. บริษัทวัฏจักรคลาสสิกฟายด์ส จำกัด. 5 ธันวาคม
2544.

ภาษาอังกฤษ

Books

- Cutlip, M., Scott and Center, H., Allen. **Effective Public Relations** (5th ed.). Englewood
Cliff N.J. : Prentice-Hall, 1978.
- Read., Hadley. **Communication : Method for All Media**. Urbana : University of Illinois
Press, 1975.

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต”

.....

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องหน้าคำตอบที่ท่านเลือก และเติมข้อความในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. คณะที่สำเร็จ.....สาขาวิชาที่สำเร็จ.....
4. เกรดเฉลี่ย.....
5. ภูมิลำเนาตั้งอยู่จังหวัด.....
6. ปัจจุบันท่านมีสถานภาพสมรส
 1. โสด 2. แต่งงานแล้ว 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยก
7. ท่านได้รับรายได้เฉลี่ยประมาณเดือนละ
 1. ต่ำกว่า 2,000 บาท 2. 2,001-5,000 บาท
 3. 5,001-10,000 บาท 4. มากกว่า 10,000 บาท
8. บิดาของท่านประกอบอาชีพ
 1. เจ้าของธุรกิจ 2. พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง
 3. ค้าขาย (เจ้าของร้านหรือพ่อค้าทั่วไป) 4. รับจ้างใช้แรงงาน
 5. ไม่มีอาชีพ (พ่อบ้าน) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
9. มารดาของท่านประกอบอาชีพ
 1. เจ้าของธุรกิจ 2. พนักงานบริษัท/ลูกจ้าง
 3. ค้าขาย (เจ้าของร้านหรือแม่ค้าทั่วไป) 4. รับจ้างใช้แรงงาน
 5. ไม่มีอาชีพ (แม่บ้าน) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
10. ปัจจุบันท่านทำงานแล้วหรือยัง
 1. ทำงานแล้ว 2. ยังไม่ได้ทำ (ให้ไปตอบตอนที่ 2)

11. หากท่านทำงานแล้ว ปัจจุบันทำงานประเภทใด

- | | | |
|-------------------------|--------------|---------------------------|
| 1. ประกอบอาชีพส่วนตัว | 2. รับราชการ | 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| 4. บริษัทเอกชน/ห้างร้าน | 5. ค้าขาย | 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

12. ปัจจุบันงานที่ท่านทำอยู่ตรงตามสาขาวิชาที่สำเร็จหรือไม่

- | | |
|--------|-----------|
| 1. ตรง | 2. ไม่ตรง |
|--------|-----------|

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารจากนิตยสารและหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน

1. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานบ่อยครั้งเพียงใด

- | | |
|-------------------------|------------------|
| 1. เป็นประจำทุก 2-3 วัน | 2. สัปดาห์/ครั้ง |
| 3. 4-6 สัปดาห์/ครั้ง | 4. ไม่ได้อ่านเลย |

2. ท่านอ่านนิตยสารประเภทสมัครงานบ่อยครั้งเพียงใด

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1. เป็นประจำทุกสัปดาห์ | 2. 2-4 สัปดาห์/ครั้ง |
| 3. 5-6 สัปดาห์/ครั้ง | 4. ไม่ได้อ่านเลย |

3. ท่านอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานช่วงเวลาใด

- | | |
|------------|---------------|
| 1. ตอนเช้า | 2. ตอนกลางวัน |
| 3. ตอนเย็น | 4. ตอนกลางคืน |
| | 5. ไม่แน่นอน |

4. ท่านใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานครั้งหนึ่งต่อฉบับเป็นเวลาเท่าใด

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. น้อยกว่า 10 นาที | 2. 10-20 นาที (ประมาณ 15 นาที) |
| 3. 21-40 นาที (ประมาณครึ่งชั่วโมง) | 4. 41-60 นาที (ประมาณเกือบหนึ่งชั่วโมง) |
| 5. มากกว่า 60 นาที/1 ชั่วโมง | |

5. ท่านรับเป็นสมาชิกหรือชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน หรือไม่

- | | | |
|------------------|------------|----------------------|
| 1. รับเป็นสมาชิก | 2. ชื่อเอง | 3. ไม่ได้รับ/ชื่อเลย |
|------------------|------------|----------------------|

6. ถ้ารับ/ชื่อ ท่านรับ/ชื่อนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน จำนวน.....ฉบับ

7. ท่านอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานฉบับใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|-----------------------------|
| 1. หนังสือพิมพ์รวมแหล่งงาน | 2. หนังสือพิมพ์งานด่วน |
| 3. หนังสือพิมพ์แหล่งงาน (การศึกษาและอาชีพ) | 4. หนังสือพิมพ์หางาน หาง่าย |
| 5. หนังสือพิมพ์ Job & Sport (งานกับคน) | 6. หนังสือพิมพ์สมัครด่วน |
| 7. หนังสือพิมพ์สมัครงาน บริการทอง | 8. นิตยสาร ไร่ครูท |
| 9. นิตยสาร รวมงาน Weekly | 10. นิตยสาร จ๊อบ รีเคียวท์ |
| 11. นิตยสาร งานวันนี้ | 12. นิตยสาร Sport Job |

8. จากข้อ 7 ท่านคิดว่าเนื้อหาส่วนใดของนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงาน
ที่ท่านสนใจมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	เนื้อหา
นิตยสารงานวันนี้	1. งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ 2. เวย์ร็องท์ทุกซ์ข่าวเด็ด 7 วัน 3. งานเอกชน 4. ช่องทางอาชีพ 5. แนะนำบริษัท 6. รายงาน 7. ตำแหน่งงานว่างภูมิภาค 8. รายงานพิเศษ 9. ตำแหน่งงานว่างต่างประเทศ 10. สนามนี้มีคำตอบ 11. สรุปงานเอกชน 12. เรื่องควรรู้คุณหางาน 13. สรุปงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ 14. ปัญจตันตระ 15. ejobeasy 16. อารมณ์ขัน 17. แวดวงบันเทิง 18. จ๊อบพยากรณ์ 19. งานทำเงิน 20. แวดวงบันเทิง 21. คนกับงาน
นิตยสาร จ๊อบ รีเคซท์	1. Section 1 Advertisement 2. Section 2 Education today 3. Section 3 Job Today
นิตยสารรีครูท	1. บทบรรณาธิการ 2. เจาะใจคนทำงาน 3. จุดประกายความคิด 4. คุณคือที่หนึ่ง 5. ชวนดูหนัง
นิตยสาร Smart Job	1. Smart Application 2. Jobs Focus 3. Click แล้วค้น 4. Job Center 5. สรุปงานราชการ-รัฐวิสาหกิจ 6. งานราชการ-รัฐวิสาหกิจ 7. ที่นี่...มีทุน 8. กลยุทธ์เด็ด SMEs 9. โอกาสทางการศึกษา

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	เนื้อหา
นิตยสารสมัครงาน บริการทอง	1. บทบรรณาธิการ 2. นำดูน่าฟัง 3. Job on Net/ตลาดนัดคนหางาน 4. Beauty Complex 5. งานเอกชน 6. สถานฝึกตั้งแต่วินาที 7. รายงานพิเศษ 8. การศึกษาว่าไรดี 9. งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ 10. หนังสือที่น่าอ่าน 11. โอกาสทอง+Mr.Training 12. แผนที่ชีวิต 13. เบื้องหลังความสำเร็จ 14. บนเส้นฟิล์ม 15. Vision บริหารงานบุคคล 16. คลับคนดูหนัง/ฟรีสไตล์ 17. สารพันอาชีพ 18. สัตว์เลี้ยงแสนรัก 19. แรงงานสร้างสรรค์ 20. อนามัยยุคไฮเทค 21. รู้รอบ-ตอบได้ 22. หน้าต่างบันเทิง 23. กลยุทธ์เพื่อความอยู่รอดของ SMEs เพื่อประชาชน 24. ฮัลโหลไทยแลนด์ 25. สังคมสัมพันธ์
นิตยสาร รวมงาน Weekly	1. งานราชการ 2. ปัญหาทางราชการ 3. รายงาน 4. งานว่างภูมิภาค 5. Job by you 6. แก้ปมปัญหาทาง 7. ใบสมัคร 8. บริหารคน บริหารงาน 9. โฆษณาย่อย 10. ครูชอกแซก 11. โฟกัสงานเอกชน 12. กฎหมายแรงงานน่ารู้ 13. งานเอกชน
หนังสือพิมพ์แหล่งงาน (การศึกษา และอาชีพ)	1. งานเอกชนบริษัทชั้นนำ 2. งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ
หนังสือพิมพ์รวมแหล่งงาน	1. งานเอกชน 2. งานราชการ
หนังสือพิมพ์งานด่วน	1. บทบรรณาธิการ 2. ข่าวรับสมัคร 3. ข่าวการศึกษา 4. งานเด่นวันนี้ 5. สินค้า-เบ็ดเตล็ด 6. บันเทิง 7. เก็บมาฝาก 8. ตำแหน่งงานว่างผ่าน...อินเทอร์เน็ต 9. โฆษณางาน 10. บทความ-ปกิณกะ 11. สกู๊ปพิเศษ 12. สรุปข่าวรับสมัครเอกชน

นิตยสาร/หนังสือพิมพ์	เนื้อหา
หนังสือพิมพ์สมัครด่วน	1. งานเอกชน 2. งานราชการ
หนังสือพิมพ์ Job & Sport (งานกับคน)	1. บทบรรณาธิการ 2. Star Talk 3. ไฮไลต์ สปอร์ตนิวส์ 4. งานราชการ 5. New Request 6. Market place 7. Job & Sport Classified 8. Super Jobs 9. ชะแวบ...แซะ 10. ขำกลิ้ง 11. ที่เด็ด เอียนอส 11. How To 12. Art Life 13. Lady vision 14. Sport Preview 14. เมาท์ให้ Z 15. Sport Travel
หนังสือพิมพ์หางาน หาง่าย	1. ไฟก๊ส...งานเด็ด 2. รายงานพิเศษ 3. งานราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4. รับสมัครงาน

9. ท่านอ่านนิตยสาร/หนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานด้วยวัตถุประสงค์ใด มากน้อยเพียงใด

ถ้าต้องการตอบ มาก ค่าคะแนน = 4 ถ้าต้องการตอบ ปานกลาง ค่าคะแนน = 3
ถ้าต้องการตอบ น้อย ค่าคะแนน = 2 ถ้าต้องการตอบ ไม่ใช่เลย ค่าคะแนน = 1

วัตถุประสงค์ในการอ่าน	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ใช่เลย
1. เพื่อทราบแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับงาน				
2. เพื่ออ่านประกาศ โฆษณา				
3. เพื่อฆ่าเวลา/แก้เหงา				
4. เพื่อความบันเทิงและการพักผ่อน				
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....				

แบบสัมภาษณ์

1. นโยบายในการจัดทำหนังสือ
 - กระบวนการนำเสนอและคัดเลือกข่าว
 - รูปแบบการนำเสนอ มีสัดส่วนในการนำเสนออย่างไร
 - มีการกำหนดเนื้อหาอย่างไร
 - วัตถุประสงค์ในการจัดทำ
2. กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร มียอดจำหน่ายเท่าไร มีสมาชิกหรือไม่ ถ้ามีจำนวนเท่าไร สมาชิกส่วนใหญ่เป็นใครบ้าง
3. ท่านได้มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดไว้อย่างไรบ้าง
 - การกำหนดราคา
 - การจัดจำหน่าย
 - การส่งเสริมการตลาด
 - ขนาด รูปแบบของหนังสือ
4. ท่านให้ความสำคัญในการเสนอเนื้อหาข่าวมากน้อยเพียงใด บอกเหตุผล
5. ท่านคิดว่าจะมีความสัมฤทธิ์ผลในการเสนอข่าวเกี่ยวกับงานมากน้อยเพียงใด บอกเหตุผล
6. ท่านมีปัญหาหรืออุปสรรคในการจัดทำบ้างหรือไม่ อย่างไร ในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ มีการปรับตัวและมีวิธีการแก้ปัญหานั้นอย่างไร ให้ธุรกิจอยู่รอดได้

ประวัติผู้เขียน

นางสาวสุภา กิจวรเกียรติ เกิดเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ.2501 ณ กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาศาสตรบัณฑิต จากวิทยาลัยครูสวนดุสิต เมื่อปีการศึกษา 2529

ประวัติการทำงานได้เข้ารับราชการในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ธุรการ กองแผนงาน กรมการฝึกหัดครู ในปี พ.ศ.2523 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ เมื่อปี พ.ศ.2542 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานธุรการ ระดับ 6 ส่วนอำนวยการ สำนักพัฒนาระบบบริหาร สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ