

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ (1) ศึกษาลักษณะประชากรที่เปิดรับนิตยสาร a day (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและความพึงพอใจของนิตยสาร a day ในด้านรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอ นิตยสาร a day (3) นำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนานิตยสารให้มีคุณภาพต่อไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการหาค่าความสัมพันธ์โดย Pearson's product moment correlation coefficient ในกรณีที่ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียวแล้วพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 1 คู่ จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ ทดสอบเป็นรายคู่ โดยวิธีหาผลต่างนัยสำคัญ (LSD) เพื่อทดสอบว่าคู่ใดมีค่าเฉลี่ยต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า

ลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า มีผลต่อการเปิดรับและความพึงพอใจนิตยสาร a day ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยทางด้านพฤติกรรมการอ่านนิตยสารที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับและความพึงพอใจนิตยสาร a day ต่างกัน เช่น เมื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการได้มานิตยสาร พบว่า ผู้อ่านที่ชื่อนิตยสารมาอ่านเอง จะมีการเปิดรับนิตยสารสูงกว่า ผู้อ่านที่เช่าจากร้านหนังสือ ความต่างของค่าเฉลี่ย 0.11 ส่วนผู้อ่านที่ขอยืมผู้อื่นอ่าน จะมีการเปิดรับนิตยสารสูงกว่า เช่าจากร้านหนังสือ ความต่างของค่าเฉลี่ย 0.14 ทางด้านเหตุผลที่ชื่อนิตยสาร a day พบว่า ผู้อ่านที่ชื่อนิตยสารเพราะความคุ้มค่าของราคา จะมีการเปิดรับนิตยสารมากกว่าเหตุผลอื่น ความแตกต่างมีค่าเท่ากับ 0.17 และผู้ที่ชื่อนิตยสารมาอ่านเพราะภาพดาราและภาพประกอบสวยงาม จะมีการเปิดรับนิตยสารมากกว่าเหตุผลอื่น ๆ ความต่างมีค่าเท่ากับ 0.18

ผลการวิจัยทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบนิตยสาร a day กับการเปิดรับและความพึงพอใจนิตยสาร a day พบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเปิดรับที่และความพึงพอใจนิตยสาร a day ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 กล่าวคือ ข้อที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง คือ นักเขียนคอลัมน์ต่าง ๆ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .497 รองลงมา ได้แก่ การออกแบบจัดหน้าสวยงาม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .375 และความเหมาะสมของคุณภาพของภาพประกอบ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .352

ผลการวิจัยทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ นิตยสาร a day กับการเปิดรับและความพึงพอใจนิตยสาร พบว่า เนื้อหาและวิธีการนำเสนอ นิตยสาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเปิดรับและความพึงพอใจนิตยสาร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงสุด ได้แก่ คุณภาพของเนื้อหาสาระ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .599 รองลงมาคือ ความหลากหลายของเนื้อหา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .597 และความทันสมัยของเนื้อหาโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .594

This thesis delineates the demographical characteristics of selected respondents who have been exposed to “a day” magazine. In addition, investigated are the factors affecting this exposure and the attendant satisfaction generated by being exposed to “a day” magazine in respect to the aspects of style, content, and the modes of presentation of this magazine. Finally, indicated are guidelines which could be used to enhance this magazine’s quality.

The sample population consisted of 400 residents of Bangkok Metropolis who were fifteen years of age or older. A questionnaire was used as an instrument of research.

Techniques of descriptive statistics used in the analysis, formulation and tabulation of the data obtained were frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested using one-way analysis of variance (ANOVA) and Pearson's product moment correlation coefficient. In cases in which differences at a statistically significant level were found in the means for at least one pair, the Least Significant Difference (LSD) multiple comparison method was used to test these differences.

Findings are as follows:

The demographical characteristics of gender, age, educational level, occupation, and income of the respondents were not correlated with differences in the effects of exposure to and satisfaction derived from "a day" magazine.

A comparison of the mean of differences in respect to how the magazine was acquired found that those readers who had purchased the magazine manifested higher levels of exposure to the magazine than readers renting the magazine from rental bookstores with the mean difference being 0.11. Readers who borrowed the magazine from others had a higher level of exposure to the magazine than those renting the magazine from rental bookstores with the mean difference being 0.14.

In regard to reasons for purchasing "a day" magazine, it was found that readers buying the magazine because of the reasonableness of the price had a higher level of exposure to the magazine than those who purchased the magazine for other reasons with the mean difference being 0.17. Readers who purchased the magazine because of the beautiful pictures of stars and

illustrations in the magazine had a higher level of exposure to the magazine than those who purchased it for other reasons with the mean difference being 0.18.

The style of “a day” magazine was found to be positively correlated with exposure to and satisfaction with “a day” magazine at the statistically significant level of .01. A rather high level of correlation of exposure to and satisfaction with the magazine was found in regard to the writers of various columns with the correlation coefficient being 0.497. Next in order of importance were the beautiful lay-out designs of the magazine with the correlation coefficient being 0.375, and the appropriateness of the quality of illustrations in the magazine with the correlation coefficient being 0.352.

The content and the presentation of the magazine were found to be positively correlated with exposure to and satisfaction with the magazine at a statistically significant level of 0.01. The factor with the highest correlation was the quality of the content with the correlation coefficient being 0.599. Next in order of importance were the variety of the contents with the correlation coefficient being 0.597, and the content being up-to-date with the correlation coefficient being 0.54