

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอก ของ ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจาก ผู้หญิงซึ่งมีอายุระหว่าง 20-40 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน หลังจากนั้นได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลักษณะทางประชากรศาสตร์
 - ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับและการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก
 - ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในนิตยสารผู้หญิงหัวนอก
 - ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอก
 - ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงนิตยสารผู้หญิงหัวนอก
- ได้ผลการศึกษาดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ
ทางประชากรจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-25 ปี	248	62.0
26-30 ปี	86	21.5
31-35 ปี	46	11.5
36-40 ปี	20	5.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมา มีอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.5 กลุ่มอายุ 36-40 ปี มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.2
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ
ทางประชากรจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

อาชีพปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	190	47.5
ข้าราชการ	28	7.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	4.5
พนักงานบริษัทเอกชน	74	18.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	48	12.0
ลูกจ้างอิสระ (ฟรีแลนซ์)	28	7.0
แม่บ้าน	12	3.0
อื่น ๆ	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และกลุ่มอื่นมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0 คือ นักดนตรี

ตารางที่ 4.3
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ
ทางประชากรจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	144	36.0
10,001-20,000 บาท	164	41.0
20,001-30,000 บาท	62	15.5
มากกว่า 30,000 บาท	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.4
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลักษณะ
ทางประชากรจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	12	3.0
มัธยมศึกษา	46	11.5
อนุปริญญา	64	16.0
ปริญญาตรี	228	57.0
สูงกว่าปริญญาตรี	50	12.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมา มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.5 ระดับประถมศึกษา มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.5
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลักษณะทาง
ประชากรจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	328	82.0
สมรส	60	15.0
หย่า	8	2.0
แยกกันอยู่	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีสัดส่วนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมา สมรส คิดเป็นร้อยละ 15.0 แยกกันอยู่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับและการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
หนังสือนิตยสารผู้หญิงหัวนอกที่อ่านเป็นประจำ

นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสารคลีโอ (CLEO)	172	43.0
แอล (ELLE)	150	37.5
เซเวนทีน (Seventeen)	112	28.0
คอสโมโพลิแทน (Cosmopolitan)	56	14.0
ฮาร์เปอร์ส บาร์ซาร์ (Harper's Bazaar)	24	6.0
แมรีแคลร์ (Marie Claire)	16	4.0
มาดามฟิกาโร (Madame Figaro)	6	1.5
ลิซ่า (Lisa)	2	0.5
เฮอร์ เวิลด์ (Her World)	2	0.5
อินสไตล์ (Instyle)	2	0.5

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก นิตยสารคลีโอ (CLEO) คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา อ่านนิตยสาร แอล (ELLE) คิดเป็นร้อยละ 37.5 และอ่านนิตยสารลิซ่า (Lisa) เฮอร์ เวิลด์ (Her World) อินสไตล์ (Instyle) น้อยที่สุด และมีสัดส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.7
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
เหตุผลที่อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อหา	196	49.0
ปก	118	29.5
ของแถมที่มาพร้อมกับหนังสือ	34	8.5
เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ	16	4.0
เห็นจากโฆษณาประชาสัมพันธ์ของนิตยสารบนสื่ออื่น ๆ	16	4.0
อื่น ๆ	16	4.0
เพื่อส่งชิงรางวัล	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกเพราะเนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา อ่านเพราะปก คิดเป็นร้อยละ 29.5 และอ่านเพราะเพื่อส่งชิงรางวัล น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.8
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
เวลาในการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในแต่ละครั้ง

เวลาในการอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าครึ่งชั่วโมง	80	20.0
ครึ่งชั่วโมง	144	36.0
1 ชั่วโมง	114	28.5
มากกว่า 1 ชั่วโมง	62	15.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกเป็นเวลา ครึ่งชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา อ่านเป็นเวลาน้อยกว่าครึ่งชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีกลุ่มผู้อ่านมากกว่า 1 ชั่วโมง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.5

ตารางที่ 4.9
แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะ
ในการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกแต่ละฉบับ

ลักษณะในการอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
อ่านทั้งเล่ม/เกือบหมดทั้งเล่ม	160	40.0
อ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ	130	32.5
เลือกอ่านคอลัมน์ที่สนใจก่อนแล้วค่อยอ่านทั้งหมด	102	25.5
อื่น ๆ	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในลักษณะอ่านทั้งเล่ม/เกือบหมดทั้งเล่ม คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา อ่านในลักษณะอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 32.5

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจใน
สื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก**

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

ประเภทเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
	พอใจ มาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอ ใจ	ไม่พอ ใจมาก			
1. คอลัมน์แฟชั่นและ ความงาม	146 (36.5)	198 (49.5)	56 (14.0)	- -	- -	4.22	.67	พอใจมาก
2. คอลัมน์บันเทิง	86 (21.5)	194 (48.5)	112 (28.0)	8 (2.0)	- -	3.90	.75	พอใจ
3. คอลัมน์ดวงชะตาราศี	114 (28.5)	154 (38.5)	106 (26.5)	14 (3.5)	12 (3.0)	3.86	.97	พอใจ
4. คอลัมน์ท่องเที่ยว	86 (21.5)	166 (41.5)	134 (33.5)	10 (2.5)	4 (1.0)	3.80	.84	พอใจ
5. คอลัมน์สุขภาพและ เช็กส์	84 (21.0)	154 (38.5)	140 (35.0)	20 (5.0)	2 (.5)	3.74	.86	พอใจ
6. คอลัมน์ข่าวสังคม	64 (16.0)	160 (40.0)	140 (35.0)	28 (7.0)	8 (2.0)	3.61	.91	พอใจ
7. คอลัมน์งานและอาชีพ	60 (15.0)	146 (36.5)	166 (41.5)	26 (6.5)	2 (.5)	3.59	.84	พอใจ
8. โฆษณา	70 (17.5)	128 (32.0)	158 (39.5)	36 (9.0)	8 (2.0)	3.54	.95	พอใจ
9. คอลัมน์แม่บ้าน การเรือน	56 (14.0)	130 (32.5)	168 (42.0)	38 (9.5)	8 (2.0)	3.47	.92	พอใจ
รวม						3.75	.43	พอใจ

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสื่อ นิตยสารผู้หญิงหัวนอก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้อ่าน เพศหญิงมีความพึงพอใจมากในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.22 รองลงมา พื่อใจใน คอลัมน์บันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของคนในแวดวงบันเทิง ดารา นักร้อง นางแบบ นายแบบ แนะนำและวิจารณ์ภาพยนตร์ แนะนำเพลง หนังสือ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ในขณะที่มีความพึงพอใจในคอลัมน์แม่บ้านการเรือนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านเรือน สำนักงาน สินค้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบและตกแต่งบ้าน การดูแลบ้านให้สะอาดเรียบร้อย การประดิษฐ์สิ่งของ การทำอาหารและเครื่องดื่ม เคล็ดลับแม่บ้าน น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

ตารางที่ 4.11

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้
ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

การใช้ประโยชน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
ด้านข่าวสาร	3.77	0.62	มาก
ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง	3.76	0.51	มาก
ด้านโฆษณา	3.68	0.75	มาก
ด้านบันเทิง	3.50	0.72	มาก
รวม	3.71	0.45	มาก

จากตารางที่ 4.11 ชี้ให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก ในระดับมาก โดยมี การใช้ประโยชน์ในด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.77 และ 3.76 ตามลำดับ ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50

ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ
การใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารจากสื่อวิทยุสื่อสารผู้หญิงหัวนอก

ด้านข่าวสาร	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ การใช้ ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ทำให้สามารถติดตาม ข่าวสาร เหตุการณ์ และ ความเคลื่อนไหวในสังคม และโลก	88 (22.0)	168 (42.0)	128 (32.0)	12 (3.0)	4 (1.0)	3.81	.85	มาก
2. ทำให้สามารถสนองความ สนใจและความอยากรู้ อยากเห็นของตนเอง	82 (20.5)	170 (42.5)	128 (32.0)	18 (4.5)	2 (.5)	3.78	.84	มาก
3. ใช้เป็นสื่อกลางในการพูด คุยและแลกเปลี่ยนความ คิดเห็น	58 (14.5)	190 (47.5)	132 (33.0)	16 (4.0)	4 (1.0)	3.71	.80	มาก
รวม						3.77	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์ด้าน
ข่าวสารจากสื่อวิทยุสื่อสารผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.77 เมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อแล้ว พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารจากสื่อวิทยุสื่อสารผู้หญิงหัวนอกใน
การติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ได้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ
3.81 และมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก รองลงมา คือ การอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกทำให้
สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเองได้ ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ
3.78 ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการได้ใช้ เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยน
ความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.71 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ตารางที่ 4.13
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ
การใช้ประโยชน์ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง
จากสื่อนิเทศสารผู้หญิงหัวนอก

ด้านความรู้และ การพัฒนาตนเอง	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ การใช้ ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ใช้เป็นข้อแนะนำในการ ปฏิบัติและการตัดสินใจ	100 (25.0)	188 (47.0)	98 (24.5)	10 (2.5)	4 (1.0)	3.93	.83	มาก
2. ทำให้สามารถเพิ่มพูน ความรู้ เป็นการเรียนรู้ และศึกษาด้วยตนเอง	91 (22.8)	189 (47.3)	102 (25.5)	14 (3.5)	4 (1.0)	3.87	.84	มาก
3. ทำให้สามารถปรับปรุง บุคลิกภาพของตนเอง	76 (19.0)	210 (52.5)	94 (23.5)	18 (4.5)	2 (.5)	3.85	.79	มาก
4. ทำให้สามารถใช้ความรู้ มาพัฒนาอาชีพและ การทำงาน	66 (16.5)	176 (44.0)	140 (35.0)	18 (4.5)	- -	3.72	.79	มาก
5. เพื่อช่วยในการคบเพื่อน	44 (11.0)	160 (40.0)	144 (36.0)	30 (7.5)	22 (5.5)	3.43	.97	มาก
รวม						3.76	0.51	มาก

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ด้านความรู้และการพัฒนาตนเองจากสื่อนิเทศสารผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ในการเป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.93 รองลงมา คือ ทำให้สามารถเพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง โดยมีประโยชน์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.87 ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการอ่านนิเทศสารหัวนอกเพื่อช่วยในการคบเพื่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.43 แต่ยังมีประโยชน์ในระดับมาก

ตารางที่ 4.14
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ
การใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก

ด้านบันเทิง	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียดเพื่อความสุขสนุกสนานเพลิดเพลิน	116 (29.0)	170 (42.5)	106 (26.5)	4 (1.0)	4 (1.0)	3.98	.83	มาก
2. ใช้เพื่อเสียงไซค์และคันทาราววัล	22 (5.5)	128 (32.0)	138 (34.5)	62 (15.5)	50 (12.5)	3.03	1.09	ปานกลาง
รวม						3.50	0.72	มาก

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า การอ่านวิทยุผู้หญิงหัวนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสุขสนุกสนานเพลิดเพลิน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเสียงไซค์และคันทาราววัล ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.03 โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.15
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ
การใช้ประโยชน์ด้านโฆษณาจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก

ด้านโฆษณา	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ใช้ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	64 (16.0)	194 (48.5)	124 (31.0)	12 (3.0)	6 (1.5)	3.75	.81	มาก
2. สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา	72 (18.0)	158 (39.5)	118 (29.5)	48 (12.0)	4 (1.0)	3.62	.95	มาก
รวม						3.68	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์ด้านโฆษณาจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการมากกว่าใช้ประโยชน์เพื่อสามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 และ 3.62 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง สื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

เป็นคำถามปลายเปิดที่ให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงข้อเสนอแนะที่มีต่อสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก ในด้านต่าง ๆ

จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก พบว่ากลุ่มตัวอย่าง มีข้อเสนอแนะด้านต่าง ๆ ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะต่อนิตยสารผู้หญิงด้านเนื้อหา โดยกลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าเนื้อหาควรมีการปรับเนื้อหาให้มีความสอดคล้องกับสังคมไทยมากขึ้นเช่น เนื้อหาเรื่องแฟชั่นที่เป็นแฟชั่นเสื้อผ้าสำหรับฤดูหนาวของประเทศตะวันตก ซึ่งไม่จำเป็นสำหรับสวมใส่ในประเทศไทย และเนื้อหาเรื่องแฟชั่นที่นิตยสารผู้หญิงหัวนอกมักนำเสนอโดยเน้นหลักไปที่สินค้าแบรนด์เนมราคาแพง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเสนอว่าควรปรับให้มีการเสนอสินค้าที่ไม่ใช่แบรนด์เนมมากขึ้นหรือนำเสนอสินค้าที่มีราคาถูกลงซึ่งผู้อ่านทั่วไปซึ่งมีรายได้ปานกลางสามารถหาซื้อได้จริง นอกจากนี้เนื้อหาที่นิตยสารนำเสนอควรมีความหลากหลาย ไม่จำกัดเพียงเรื่องแฟชั่นและความสวยงามเพียงอย่างเดียว ควรมีเนื้อหาด้านอื่นประกอบด้วย เช่น เพิ่มเนื้อหาในเรื่องสุขภาพและเรื่องเพศ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในประเด็นต่อมาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นคือ ด้านราคา โดยกลุ่มตัวอย่างเสนอว่าราคาควรถูกลง และด้านโฆษณา กลุ่มตัวอย่างเสนอว่าควรมีโฆษณาน้อยลง

สำหรับด้านขนาดและน้ำหนัก กลุ่มตัวอย่างเสนอว่าไม่ควรมีขนาดใหญ่และหนักเกินไป นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อเสนอแนะด้านกระดาษ โดยกลุ่มตัวอย่างเสนอว่าควรใช้กระดาษเบา คุณภาพดี และถนอมสายตา

ตารางที่ 4.16
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของความพึงพอใจในสื่อวิทยุสารผู้หญิงหัวนอก
ของผู้อ่านหญิงอายุ 20-25 ปี

(n=248 คน)

ประเภทเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	พอใจมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก			
1. คอลัมน์แฟชั่นและความงาม	96 (38.7)	118 (47.6)	34 (13.7)	- -	- -	4.25	.68	พอใจมาก
2. คอลัมน์บันเทิง	56 (22.6)	116 (46.8)	72 (29.0)	4 (1.6)	- -	3.90	.76	พอใจ
3. คอลัมน์ดวงชะตาราศี	68 (27.4)	94 (37.9)	66 (26.6)	12 (4.8)	8 (3.2)	3.81	1.00	พอใจ
4. คอลัมน์ท่องเที่ยว	52 (21.0)	96 (38.7)	92 (37.1)	6 (2.4)	2 (.8)	3.77	.84	พอใจ
5. คอลัมน์สุขภาพและเช็กส์	42 (16.9)	100 (40.3)	94 (37.9)	12 (4.8)	- -	3.69	.81	พอใจ
6. คอลัมน์ข่าวสังคม	40 (16.1)	96 (38.7)	94 (37.9)	10 (4.0)	8 (3.2)	3.60	.92	พอใจ
7. คอลัมน์งานและอาชีพ	32 (12.9)	92 (37.1)	104 (41.9)	18 (7.3)	2 (.8)	3.54	.84	พอใจ
8. โฆษณา	34 (13.7)	84 (33.9)	102 (41.1)	20 (8.1)	8 (3.2)	3.47	.94	พอใจ
9. คอลัมน์แม่บ้าน การเรือน	32 (12.9)	70 (28.2)	114 (46.0)	28 (11.3)	4 (1.6)	3.40	.91	เฉย ๆ
รวม						3.72	.45	พอใจ

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมากในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.25 รองลงมา พื่อใจในคอลัมน์บันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของคนในแวดวงบันเทิง ดารา นักร้อง นางแบบ นายแบบ แนะนำและวิจารณ์ภาพยนตร์ แนะนำเพลง หนังสือ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ในขณะที่มีความพึงพอใจในคอลัมน์แม่บ้านการเรือนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านเรือน สำนักงาน สินค้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบและตกแต่งบ้าน การดูแลบ้านให้สะอาดเรียบร้อย การประดิษฐ์สิ่งของ การทำอาหารและเครื่องดื่ม เคล็ดลับแม่บ้านน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.40

ตารางที่ 4.17

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก
ของผู้อ่านหญิงอายุ 26-30 ปี

(n=86)

ประเภทเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	พอใจมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก			
1. คอลัมน์แฟชั่นและความงาม	26 (30.2)	48 (55.8)	12 (14.0)	- -	- -	4.16	.65	พอใจ
2. คอลัมน์บันเทิง	32 (37.2)	30 (34.9)	18 (20.9)	4 (4.7)	2 (2.3)	4.00	.99	พอใจ
3. คอลัมน์ดวงชะตาราศี	16 (18.6)	46 (53.5)	22 (25.6)	2 (2.3)	- -	3.88	.73	พอใจ
4. คอลัมน์ท่องเที่ยว	22 (25.6)	34 (39.5)	24 (27.9)	2 (2.3)	4 (4.7)	3.79	1.01	พอใจ
5. คอลัมน์สุขภาพและเช็กส์	24 (27.9)	24 (27.9)	30 (34.9)	8 (9.3)	- -	3.74	.97	พอใจ

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

(n=86)

ประเภทเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	พอใจมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก			
6. คอลัมน์ข่าวสังคม	14 (16.3)	38 (44.2)	32 (37.2)	- -	2 (2.3)	3.72	.82	พอใจ
7. คอลัมน์งานและอาชีพ	14 (16.3)	30 (34.9)	38 (44.2)	4 (4.7)	- -	3.63	.81	พอใจ
8. โฆษณา	14 (16.3)	32 (37.2)	32 (37.2)	8 (9.3)	- -	3.60	.87	พอใจ
9. คอลัมน์แม่บ้าน การเรือน	14 (16.3)	36 (41.9)	22 (25.6)	14 (16.3)	- -	3.58	.95	พอใจ
รวม						3.79	.41	พอใจ

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี ผู้อ่านหญิงส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีความพึงพอใจในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.16 รองลงมา พพอใจในคอลัมน์สุขภาพและเช็ทส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพร่างกาย การออกกำลังกาย และเรื่องเพศ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 ในขณะที่มีความพึงพอใจในคอลัมน์ข่าวสังคมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวคราวความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงสังคมงานแถลงข่าว งานประชาสัมพันธ์ น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.58

ตารางที่ 4.18
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของความพึงพอใจในสื่อวิทยสารผู้หญิงหัวนอก
ของผู้อ่านหญิงอายุ 31-35 ปี

(n=46)

ประเภทเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	พอใจมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก			
1. คอลัมน์แฟชันและความงาม	18 (39.1)	26 (56.5)	2 (4.3)	- -	- -	4.35	.57	พอใจมาก
2. คอลัมน์บันเทิง	16 (34.8)	22 (47.8)	6 (13.0)	2 (4.3)	- -	4.13	.81	พอใจ
3. คอลัมน์ดวงชะตาราศี	18 (39.1)	14 (30.4)	14 (30.4)	- -	- -	4.09	.84	พอใจ
4. คอลัมน์ท่องเที่ยว	14 (30.4)	22 (47.8)	8 (17.4)	2 (4.3)	- -	4.04	.82	พอใจ
5. คอลัมน์สุขภาพและเช็กส์	12 (26.1)	14 (30.4)	18 (39.1)	2 (4.3)	- -	3.78	.89	พอใจ
6. คอลัมน์ข่าวสังคม	8 (17.4)	20 (43.5)	16 (34.8)	2 (4.3)	- -	3.74	.80	พอใจ
7. คอลัมน์งานและอาชีพ	10 (21.7)	16 (34.8)	16 (34.8)	4 (8.7)	- -	3.70	.92	พอใจ
8. โฆษณา	6 (13.0)	18 (39.1)	18 (39.1)	2 (4.3)	2 (4.3)	3.52	.94	พอใจ
9. คอลัมน์แม่บ้าน การเรือน	6 (13.0)	12 (26.1)	22 (47.8)	6 (13.0)	- -	3.39	.88	เฉย ๆ
รวม						3.86	.40	พอใจ

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีความพึงพอใจมากในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 รองลงมาพอใจในคอลัมน์ท่องเที่ยวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว วิธีท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.13 ในขณะที่มีรู้สึกเฉย ๆ กับคอลัมน์โฆษณาหน้าที่มีภาพและข้อความซึ่งเป็นการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.39

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก
ของผู้อ่านหญิงอายุ 36-40 ปี

(n=20)

ประเภทเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	พอใจมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก			
1. คอลัมน์แฟชั่นและความงาม	6 (30.0)	12 (60.0)	2 (10.0)	- -	- -	4.20	.62	พอใจ
2. คอลัมน์บันเทิง	6 (30.0)	6 (30.0)	8 (40.0)	- -	- -	3.90	.85	พอใจ
3. คอลัมน์ดวงชะตาราศี	6 (30.0)	8 (40.0)	4 (20.0)	2 (10.0)	- -	3.90	.97	พอใจ
4. คอลัมน์ท่องเที่ยว	4 (20.0)	10 (50.0)	4 (20.0)	2 (10.0)	- -	3.80	.89	พอใจ
5. คอลัมน์สุขภาพและเช็กส์	4 (20.0)	10 (50.0)	4 (20.0)	- -	2 (10.0)	3.70	1.13	พอใจ
6. คอลัมน์ข่าวสังคม	- -	12 (60.0)	8 (40.0)	- -	- -	3.60	.50	พอใจ

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

(n=20)

ประเภทเนื้อหา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	พอใจมาก	พอใจ	เฉย ๆ	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก			
7. คอแล้งนังงานและอาชีพ	2 (10.0)	10 (50.0)	6 (30.0)	2 (10.0)	- -	3.60	.82	พอใจ
8. โฆษณา	- -	10 (50.0)	10 (50.0)	- -	- -	3.50	.51	พอใจ
9. คอแล้งนังแม่บ้าน การเรือน	2 (10.0)	4 (20.0)	12 (60.0)	2 (10.0)	- -	3.30	.80	เฉย ๆ
รวม						3.72	.36	พอใจ

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสื่อวิทยสารผู้หญิงหัวนอก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีความพึงพอใจคอแล้งนังดวงชะตาราศีที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการพยากรณ์ดวงชะตา ทำนายอนาคต ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.20 รองลงมา พพอใจในคอแล้งนังแฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ในขณะที่มีความพึงพอใจในคอแล้งนังสุขภาพและเช็กส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพร่างกาย การออกกำลังกาย และเรื่องเพศ น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47

ตารางที่ 4.20
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของการใช้ประโยชน์จากสื่อนิเทศสารผู้หญิงหัวนอก
ของผู้อ่านหญิงอายุ 20-25 ปี

(n=248)

ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ด้านข่าวสาร						3.69	0.62	มาก
1.1 ทำให้สามารถติดตามข่าวสารเหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก	44 (17.7)	112 (45.2)	76 (30.6)	12 (4.8)	4 (1.6)	3.73	.87	มาก
1.2 ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	32 (12.9)	110 (44.4)	92 (37.1)	10 (4.0)	4 (1.6)	3.63	.82	มาก
1.3 ทำให้สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง	42 (16.9)	108 (43.5)	82 (33.1)	14 (5.6)	2 (.8)	3.70	.84	มาก
2. ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง						3.79	0.51	มาก
2.1 ใช้เป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจ	72 (29.0)	108 (43.5)	62 (25.0)	6 (2.4)	- -	3.99	.80	มาก
2.2 ทำให้สามารถเพิ่มพูนความรู้เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง	65 (26.2)	104 (41.9)	70 (28.2)	8 (3.2)	1 (.4)	3.90	.84	มาก
2.3 ทำให้สามารถปรับปรุงบุคลิกภาพของตนเอง	56 (22.6)	130 (52.4)	50 (20.2)	12 (4.8)	- -	3.93	.79	มาก
2.4 ทำให้สามารถใช้ความรู้มาพัฒนาอาชีพและการงาน	30 (12.1)	132 (53.2)	74 (29.8)	12 (4.8)	- -	3.73	.73	มาก
2.5 เพื่อช่วยในการคบเพื่อน	24 (9.7)	108 (43.5)	80 (32.3)	20 (8.1)	16 (6.5)	3.42	.99	มาก
3. ด้านบันเทิง						3.49	0.72	มาก
3.1 ทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	76 (30.6)	108 (43.5)	58 (23.4)	4 (1.6)	2 (.8)	4.02	.82	มาก

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

(n=248)

ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.2 ใช้เพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัล	8 (3.2)	80 (32.3)	86 (34.7)	42 (16.9)	32 (12.9)	2.96	1.07	ปานกลาง
4. ด้านโฆษณา						3.65	0.77	มาก
4.1 ใช้ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	42 (16.9)	116 (46.8)	78 (31.5)	8 (3.2)	4 (1.6)	3.74	.83	มาก
4.2 สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา	40 (16.1)	92 (37.1)	86 (34.7)	26 (10.5)	4 (1.6)	3.56	.94	มาก
รวม						3.69	0.47	มาก

จากตารางที่ 4.20 ชี้ให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านความรู้และการพัฒนาตนเองมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านข่าวสาร ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 และ 3.69 ตามลำดับ ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.49

ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ได้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.73 และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการได้ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.63 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการเป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.99 และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการอ่านนิตยสารหัวนอกเพื่อช่วยในการคบเพื่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.42 แต่ยังมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีความเห็นว่าการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.02 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเสี่ยงโชค และค้นหารางวัล ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.96 โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี ใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการมากกว่าใช้ประโยชน์เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.74 และ 3.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยสารผู้หญิงหัวนอก
ของผู้อ่านหญิงอายุ 26-30 ปี

(n=86)

ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ด้านข่าวสาร						3.90	0.57	มาก
1.1 ทำให้สามารถติดตามข่าวสารเหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก	22 (25.6)	40 (46.5)	24 (27.9)	- -	- -	3.98	.74	มาก
1.2 ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	12 (14.0)	46 (53.5)	24 (27.9)	4 (4.7)	- -	3.77	.75	มาก
1.3 ทำให้สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง	22 (25.6)	38 (44.2)	26 (30.2)	- -	- -	3.95	.75	มาก
2. ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง						3.67	0.54	มาก
2.1 ใช้เป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจ	10 (11.6)	54 (62.8)	18 (20.9)	2 (2.3)	2 (2.3)	3.79	.77	มาก
2.2 ทำให้สามารถเพิ่มพูนความรู้เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง	12 (14.0)	52 (60.5)	18 (20.9)	3 (3.5)	1 (1.2)	3.83	.75	มาก
2.3 ทำให้สามารถปรับปรุงบุคลิกภาพของตนเอง	10 (11.6)	42 (48.8)	30 (34.9)	2 (2.3)	2 (2.3)	3.65	.81	มาก
2.4 ทำให้สามารถใช้ความรู้มาพัฒนาอาชีพและการงาน	22 (25.6)	24 (27.9)	36 (41.9)	4 (4.7)	- -	3.74	.90	มาก

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

(n=86)

ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.5 เพื่อช่วยในการคบเพื่อน	12 (14.0)	24 (27.9)	36 (41.9)	8 (9.3)	6 (7.0)	3.33	1.06	ปานกลาง
3. ด้านบันเทิง						3.53	0.81	มาก
3.1 ทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	30 (34.9)	32 (37.2)	22 (25.6)	- -	2 (2.3)	4.02	.91	มาก
3.2 ใช้เพื่อเสียงโชคและค้นหารางวัล	10 (11.6)	24 (27.9)	26 (30.2)	12 (14.0)	14 (16.3)	3.05	1.25	ปานกลาง
4. ด้านโฆษณา						3.79	0.73	มาก
4.1 ใช้ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	16 (18.6)	38 (44.2)	28 (32.6)	2 (2.3)	2 (2.3)	3.74	.87	มาก
4.2 สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา	24 (27.9)	32 (37.2)	22 (25.6)	8 (9.3)	- -	3.84	.94	มาก
รวม						3.72	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.21 ชี้ให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านโฆษณา ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 และ 3.79 ตามลำดับ ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.53

ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ได้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98 และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการได้ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.77 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีความเห็นว่าการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกทำให้สามารถเพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง

มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการอ่านนิตยสารหัวนอกเพื่อช่วยในการคบเพื่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.33 แต่ยังมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีความเห็นว่าการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเลี้ยงชีพและค้นหารางวัล ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.05 โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี ใช้ประโยชน์เพื่อสามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณามากกว่าใช้ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.84 และ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ของการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

ของผู้อ่านหญิงอายุ 31-35 ปี

(n=46)

ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					— x	S.D.	ระดับ การใช้ ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ด้านข่าวสาร						3.96	0.66	มาก
1.1 ทำให้สามารถติดตามข่าวสารเหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก	16 (34.8)	10 (21.7)	20 (43.5)	- -	- -	3.91	.89	มาก
1.2 ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุย และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	10 (21.7)	26 (56.5)	8 (17.4)	2 (4.3)	- -	3.96	.76	มาก
1.3 ทำให้สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง	14 (30.4)	20 (43.5)	10 (21.7)	2 (4.3)	- -	4.00	.84	มาก
2. ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง						3.80	0.47	มาก
2.1 ใช้เป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติ และการตัดสินใจ	12 (26.1)	18 (39.1)	14 (30.4)	2 (4.3)	- -	3.87	.86	มาก
2.2 ทำให้สามารถเพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง	8 (17.4)	23 (50.0)	12 (26.1)	2 (4.3)	1 (2.2)	3.76	.87	มาก

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

(n=46)

ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.3 ทำให้สามารถปรับปรุงบุคลิกภาพของตนเอง	8 (17.4)	26 (56.5)	10 (21.7)	2 (4.3)	- -	3.87	.75	มาก
2.4 ทำให้สามารถใช้ความรู้มาพัฒนาอาชีพและการงาน	12 (26.1)	16 (34.8)	16 (34.8)	2 (4.3)	- -	3.83	.88	มาก
2.5 เพื่อช่วยในการคบเพื่อน	6 (13.0)	20 (43.5)	18 (39.1)	2 (4.3)	- -	3.65	.77	มาก
3. ด้านบันเทิง						3.52	0.59	มาก
3.1 ทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	8 (17.4)	20 (43.5)	18 (39.1)	- -	- -	3.78	.73	มาก
3.2 ใช้เพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัล	2 (4.3)	18 (39.1)	18 (39.1)	6 (13.0)	2 (4.3)	3.26	.91	ปานกลาง
4. ด้านโฆษณา						3.72	0.74	มาก
4.1 ใช้ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	4 (8.7)	30 (65.2)	10 (21.7)	2 (4.3)	- -	3.78	.66	มาก
4.2 สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา	8 (17.4)	24 (52.2)	4 (8.7)	10 (21.7)	- -	3.65	1.02	มาก
รวม						3.78	0.39	มาก

จากตารางที่ 4.22 ชี้ให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี มีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.96 และ 3.80 ตามลำดับ ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.52

ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการทำ สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง ได้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00

และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.91 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการเป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจและทำให้สามารถปรับปรุงบุคลิกภาพของตนเอง มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.87 และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการอ่านนิตยสารหัวนอกเพื่อช่วยในการคบเพื่อน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.65 แต่ยังมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี มีความเห็นว่าการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัล ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.26 โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี ใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการมากกว่าใช้ประโยชน์เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 และ 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ของการใช้ประโยชน์จากสื่อนิเทศสารผู้หญิงหัวนอก
ของผู้อ่านหญิงอายุ 36-40 ปี

(n=20)

ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ด้านข่าวสาร						3.73	0.66	มาก
1.1 ทำให้สามารถติดตามข่าวสารเหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก	6 (30.0)	6 (30.0)	8 (40.0)	- -	- -	3.90	.85	มาก
1.2 ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น	4 (20.0)	8 (40.0)	8 (40.0)	- -	- -	3.80	.77	มาก
1.3 ทำให้สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง	4 (20.0)	4 (20.0)	10 (50.0)	2 (10.0)	- -	3.50	.95	มาก
2. ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง						3.69	0.51	มาก
2.1 ใช้เป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจ	6 (30.0)	8 (40.0)	4 (20.0)	- -	2 (10.0)	3.80	1.20	มาก
2.2 ทำให้สามารถเพิ่มพูนความรู้เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง	6 (30.0)	10 (50.0)	2 (10.0)	1 (5.0)	1 (5.0)	3.95	1.05	มาก
2.3 ทำให้สามารถปรับปรุงบุคลิกภาพของตนเอง	2 (10.0)	12 (60.0)	4 (20.0)	2 (10.0)	- -	3.70	.80	มาก
2.4 ทำให้สามารถใช้ความรู้มาพัฒนาอาชีพและการงาน	2 (10.0)	4 (20.0)	14 (70.0)	- -	- -	3.40	.68	ปานกลาง
2.5 เพื่อช่วยในการคบเพื่อน	2 (10.0)	8 (40.0)	10 (50.0)	- -	- -	3.60	.68	มาก
3. ด้านบันเทิง						3.45	0.54	มาก
3.1 ทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	2 (10.0)	10 (50.0)	8 (40.0)	- -	- -	3.70	.66	มาก

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

(n=20)

ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์					$\bar{x}$	S.D.	ระดับการใช้ประโยชน์
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.2 ใช้เพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัล	2 (10.0)	6 (30.0)	8 (40.0)	2 (10.0)	2 (10.0)	3.20	1.11	ปานกลาง
4. ด้านโฆษณา						3.50	0.56	มาก
4.1 ใช้ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	2 (10.0)	10 (50.0)	8 (40.0)	- (0.0)	- (0.0)	3.70	.66	มาก
4.2 สามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา	- (0.0)	10 (50.0)	6 (30.0)	4 (20.0)	- (0.0)	3.30	.80	ปานกลาง
รวม						3.63	0.30	มาก

จากตารางที่ 4.23 ชี้ให้เห็นว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี มีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.73 และ 3.69 ตามลำดับ ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อวิทยุผู้หญิงหัวนอก น้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.45

ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ได้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.50 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง ได้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการใช้ความรู้มาพัฒนาอาชีพและการทำงาน ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.40 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี มีความเห็นว่าการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.70 โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเสียงไซค์ และคันหารางวัล ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.20 โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี ใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.70 ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.30