

บทที่ 5

บทสรุป การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของผู้อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสรุปเนื้อหาได้พอสังเขปดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับและการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก CLEO รองลงมาอ่านนิตยสาร ELLE และอ่านนิตยสารลิซ่า (Lisa) เฮอร์ เวิลด์ (Her World) อินสไตล์ (Instyle) น้อยที่สุด โดยผู้อ่านส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกเพราะเนื้อหา และ ปก เป็นเวลา ครึ่งชั่วโมง โดยส่วนใหญ่ อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในลักษณะอ่านทั้งเล่ม/เกือบหมดทั้งเล่ม

3. ผู้อ่านหญิงส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในนิตยสารผู้หญิงหัวนอก และพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีความพึงพอใจมากในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ รองลงมา พึงพอใจในคอลัมน์บันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของคนในแวดวงบันเทิง ดารา นักร้อง นางแบบ นายแบบ

แนะนำและวิจารณ์ภาพยนตร์ แนะนำเพลง หนังสือ ในขณะที่มีความพึงพอใจในคอลัมน์แม่บ้าน การเรียนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ การตกแต่งบ้านเรือน สำนักงาน สินค้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบและตกแต่งบ้าน การดูแลบ้านให้สะอาดเรียบร้อย การประดิษฐ์สิ่งของ การทำอาหารและเครื่องดื่ม เคล็ดลับแม่บ้าน น้อยที่สุด

4. ผู้อ่านเพศหญิงส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก อยู่ในระดับมาก และพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้ และการพัฒนาตนเอง ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก น้อยที่สุด

5. ผลการศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของผู้อ่านเพศหญิงรายด้าน ได้ผลดังนี้

5.1 ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารจากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ได้มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก รองลงมา คือ การอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกทำให้สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเองได้ ในระดับมาก ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการได้ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

5.2 ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ในการเป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจ มากที่สุด รองลงมา คือ ทำให้สามารถเพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง โดยมีประโยชน์ในระดับมาก ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการอ่านนิตยสารหัวนอกเพื่อช่วยในการคบเพื่อน แต่ยังมีประโยชน์ในระดับมาก

5.3 ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า การอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเลี้ยงชีพและค้นหารางวัล โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

5.4 ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอกในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการมากกว่าใช้ประโยชน์เพื่อสามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

6. ผลการศึกษาพฤติกรรมการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกโดยจำแนกตามอายุ พบว่า

เหตุผลในการอ่าน ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงอายุ 20-25 ปี, 26-30 ปี, 31-35 ปี และ 36-40 ปี ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกเพราะเนื้อหามากที่สุด

เวลาในการอ่าน ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงอายุ 20-25 ปี, 26-30 ปี ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกครั้งละครึ่งชั่วโมง และผู้อ่านช่วงอายุ 31-35 ปี ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก น้อยกว่าครึ่งชั่วโมงในแต่ละครั้ง

ลักษณะการอ่าน ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ช่วงอายุ 20-25 ปี, 31-35 ปี ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก ทั้งเล่ม/เกือบหมดทั้งเล่ม ผู้อ่านหญิงช่วงอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอก เฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ และผู้อ่านหญิงอายุ 36-40 ปี เลือกอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจก่อนแล้วค่อยอ่านทั้งหมด

7. ผลการศึกษาคความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอกโดยจำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก โดยพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีความพึงพอใจมากในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ รองลงมา พื่อใจในคอลัมน์บันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของคนในแวดวงบันเทิง ดารา นักร้อง นางแบบ นายแบบ แนะนำและวิจารณ์ภาพยนตร์ แนะนำเพลง หนังสือ ในขณะที่มีความพึงพอใจในคอลัมน์แม่บ้านการเรือนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านเรือน สำนักงาน สินค้าและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบและตกแต่งบ้าน การดูแลบ้านให้สะอาด เรียบร้อย การประดิษฐ์สิ่งของ การทำอาหารและเครื่องดื่ม เคล็ดลับแม่บ้าน น้อยที่สุด

ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี ผู้อ่านหญิงส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสื่อ นิตยสารผู้หญิงหัวนอก โดยพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีความพึงพอใจในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ รองลงมา พื่อใจในคอลัมน์สุขภาพและเช็กส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพร่างกาย

การออกกำลังกาย และเรื่องเพศ ในขณะที่มีความพึงพอใจในคอลัมน์ข่าวสังคมที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวคราวความเคลื่อนไหวของบุคคลในแวดวงสังคม งานแถลงข่าว งานประชาสัมพันธ์ น้อยที่สุด

ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิง ห้วนอก โดยพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีความพึงพอใจมากในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ รองลงมา พื่อใจในคอลัมน์ท่องเที่ยวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว วิธีท่องเที่ยว ในขณะที่มีรู้สึกเฉย ๆ กับคอลัมน์โฆษณาหน้าที่มีภาพและข้อความซึ่งเป็นการโฆษณาสินค้าต่าง ๆ น้อยที่สุด

ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในสื่อนิตยสารผู้หญิง ห้วนอก โดยพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีความพึงพอใจคอลัมน์ดวงชะตาราศีที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการพยากรณ์ดวงชะตา ทำนายอนาคต รองลงมา พื่อใจในคอลัมน์แฟชั่นและความงามที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งกาย การแต่งหน้า การทำผม การดูแลรูปร่างและผิวพรรณ ในขณะที่มีความพึงพอใจในคอลัมน์สุขภาพและเช็กส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพร่างกาย การออกกำลังกาย และเรื่องเพศ น้อยที่สุด

8. ผลการศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอกโดยจำแนกตามอายุพบว่า

8.1 ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านความรู้และการพัฒนาตนเองมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านข่าวสาร ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอก น้อยที่สุด

ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ได้มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการได้ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการเป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจ มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการอ่านนิตยสารผู้หญิงห้วนอกเพื่อช่วยในการคบเพื่อน แต่ยังมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี มีความเห็นว่าการอ่าน นิตยสารผู้หญิงห้วนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัล โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 20-25 ปี ใช้ประโยชน์ในการ ตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการมากกว่าใช้ประโยชน์เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

8.2 ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านโฆษณา ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอก น้อยที่สุด

ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ได้มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการได้ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีความเห็นว่าการอ่านนิตยสารผู้หญิงห้วนอกทำให้สามารถเพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการอ่านนิตยสารห้วนอกเพื่อช่วยในการคบเพื่อน แต่ยังมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี มีความเห็นว่าการอ่านนิตยสารผู้หญิงห้วนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัล โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 26-30 ปี ใช้ประโยชน์เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา มากกว่าใช้ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

8.3 ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี มีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อนิตยสารผู้หญิงห้วนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์

ในด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อวิทยุสารผู้หญิงห้วนอก น้อยที่สุด

ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการทำให้สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง ได้มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการเป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติและการตัดสินใจและทำให้สามารถปรับปรุงบุคลิกภาพของตนเอง มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการอ่านนิตยสารห้วนอกเพื่อช่วยในการคบเพื่อน แต่ยังมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี มีความเห็นว่าการอ่านนิตยสารผู้หญิงห้วนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัล โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 31-35 ปี ใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการมากกว่าใช้ประโยชน์เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

8.4 ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุสารผู้หญิงห้วนอก อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี มีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อวิทยุสารผู้หญิงห้วนอก ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านข่าวสารมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง ในขณะที่มีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงจากสื่อวิทยุสารผู้หญิงห้วนอก น้อยที่สุด

ด้านข่าวสาร พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ได้มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก

ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี มีการใช้ประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง ได้มากที่สุด และมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุดในการใช้ความรู้มาพัฒนาอาชีพและการงาน โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

ด้านบันเทิง พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี มีความเห็นว่าการอ่าน นิตยสารผู้หญิงหันนอกทำให้สามารถผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่าอ่านเพื่อเลี้ยงชีพและค้นหารางวัล โดยมีการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้ในระดับปานกลาง

ด้านโฆษณา พบว่า ผู้อ่านเพศหญิงอายุ 36-40 ปี ใช้ประโยชน์ในการ ตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งมีการใช้ประโยชน์มากกว่า อ่านเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของโฆษณา โดยมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลเพิ่มเติมได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการอภิปรายคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี อาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสารสามารถนำมา อภิปรายได้ว่า

ผู้หญิงกลุ่มนี้เป็นกลุ่มผู้หญิงที่เรียกว่าเป็นคนรุ่นใหม่ มีวิถีชีวิตแบบคนสมัยใหม่ จึงต้องเปิดรับข้อมูลข่าวสารจำนวนมากเพื่อตอบสนองต่อการตัดสินใจทางด้านการทำงาน หรือการเรียน โดยเฉพาะในปัจจุบัน การดำรงชีวิตในสังคมยุคข้อมูลข่าวสาร ทำให้บุคคลต้องแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ เพื่อมาใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงจัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่ต้องการข้อมูลข่าวสารมากที่สุดกลุ่มหนึ่ง นิตยสารผู้หญิงหันนอกจึงเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินชีวิตและเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองต้องการได้ สอดคล้องกับ Maxwell E. Mccombs and Lee B. Becker (อ้างถึงใน ทิพย์วรรณ แสงศรี, 2541, น. 169) ที่ศึกษาว่ามนุษย์มีความจำเป็นต้องหาข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างด้านการรอบรู้สิ่งรอบตัว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ

นอกจากนี้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร ในด้านการศึกษายังพบว่าคนที่มีความรู้ระดับการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้

กว้างขวางในหลายเรื่อง และมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มึ่ระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า สอดคล้องกับ Robinson (1972, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, น. 49) ที่พบว่า กลุ่มคนที่มีความรู้สูงจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน สอดคล้องการศึกษาโดยวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารผู้หญิงของ กุลธิดา ท้วมสุข (2534) วิจัยเรื่องทัศนคติของนักศึกษาหญิงในมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่มีต่อนิตยสารสตรี ได้ข้อสรุปว่าผู้หญิงนิยมอ่านนิตยสารผู้หญิงโดยเฉพาะผู้หญิงยุคใหม่ เนื่องจากเหตุผลที่ว่านิตยสารเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้หญิงในการเข้าสู่โลกสมัยใหม่และโลกภายนอก

2. พฤติกรรมการอ่านนิตยสารผู้หญิง

จากการศึกษาพฤติกรรมการอ่านนิตยสารผู้หญิงหวนอกของกลุ่มตัวอย่างที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่อ่านนิตยสารผู้หญิงหวนอกเพราะพิจารณาจากเนื้อหา และปก โดยใช้เวลาอ่านครึ่งชั่วโมงเป็นส่วนใหญ่ และอ่านนิตยสารผู้หญิงหวนอกในลักษณะอ่านทั้งเล่ม/เกือบหมดทั้งเล่ม โดยพฤติกรรมการอ่านนิตยสารผู้หญิงนี้สามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารมาอธิบายได้ คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ เช่น ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ความต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ดังนั้นบุคคลจึงมีการเปิดรับสื่อมวลชน และสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้น คือ (Katz, Blumer, and Gurevitch, 1986, pp. 21-22)

1. มนุษย์สนใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดูหรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหนีข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าสิ่งเร้าอีกหลายอย่างที่จะตอบสนองความต้องการรู้ของ มนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับนิตยสารผู้หญิงหวนอกตามความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของตนเอง ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้เปิดรับ ดังเช่นผลการวิจัยพบว่าเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านนิตยสารผู้หญิงหวนอก โดยพิจารณาถึงเนื้อหาของนิตยสารด้วยตนเองว่าตรงกับความต้องการหรือความสนใจของตน และอ่านในลักษณะทั้งเล่มหรือเกือบทั้งเล่ม ซึ่งถ้าเนื้อหาของนิตยสาร

ไม่ตรงกับความต้องการกลุ่มตัวอย่างมีสิทธิที่จะหลบเลี่ยงได้ เพราะกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง

ปัจจัยที่กำหนดการเปิดรับนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของกลุ่มตัวอย่าง สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้นมีปัจจัยอื่น ๆ มาประกอบหลายอย่าง เช่น ประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลังที่แตกต่างกัน สภาพแวดล้อม ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ อารมณ์และทัศนคติ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการอ่านนิตยสารผู้หญิงหัวนอกแตกต่างกันออกไป ดังเช่น ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านทั้งเล่มหรือเกือบหมดทั้งเล่ม บางส่วนก็อ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจ บางส่วนก็อ่านคอลัมน์ที่สนใจก่อนแล้วค่อยอ่านทั้งหมด

3. ความพึงพอใจในนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของผู้อ่านเพศหญิง อยู่ในระดับพอใจ โดยมีความพึงพอใจประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับคอลัมน์แฟชั่นและความงามมากที่สุด และพึงพอใจประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับคอลัมน์แม่บ้านการเรือนน้อยที่สุด ผลการศึกษานี้สามารถอธิบายด้วยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุไม่เกิน 25 ปี จัดว่าอายุน้อย เป็นคนรุ่นใหม่ ยังเป็นนักเรียน นักศึกษา และมีสถานภาพโสด จึงไม่ค่อยสนใจเนื้อหาประเภทคอลัมน์แม่บ้านและการเรือน แต่กลับต้องการอ่านเนื้อหาเกี่ยวกับคอลัมน์แฟชั่นและความงาม ซึ่งสามารถสนองความสนใจตามวัย และสามารถนำมาใช้ปรับปรุงพัฒนาตนเอง จึงเป็นผลให้กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับคอลัมน์แฟชั่นและความงามมากกว่าคอลัมน์แม่บ้านการเรือน

นอกจากนี้ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านต่าง ๆ สามารถอธิบายได้กับการศึกษาของแคทซ์ และคณะ (Katz, Blumer, and Gurevitch, อ้างถึงใน ล้ำค่า ไพธิกระจำ, 2538, น. 24) ที่ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจของผู้อ่าน ก่อให้เกิดความจำเป็นหรือความต้องการของผู้อ่านในเรื่องใดเรื่องหนึ่งและเขาจะเกิดความคาดหวังว่าสื่อจะตอบสนองความต้องการนี้แก่เขาได้ จึงนำไปสู่การอ่าน รวมทั้งการชอบไม่ชอบเนื้อหาบางประเภทในนิตยสารผู้หญิง ทั้งนี้การที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับคอลัมน์แฟชั่นและความงามมากที่สุด สอดคล้องกับพฤติกรรมการอ่านของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งนิตยสารผู้หญิงหัวนอกเล่มที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบอ่านมากที่สุด คือ คลีโอ (CLEO) และแอล (ELLE) (กนิษฐา พิงวร, อ้างถึงใน ทิพย์วรรณ แสงศรี, 2541, น. 166) ซึ่งการศึกษพบว่า เนื้อหาหลักในนิตยสารแอล (ELLE) เป็น

เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น ความสวยงาม และสุขภาพ ส่วนเนื้อหาหลักในนิตยสารคลีโอ (CLEO) เน้นเรื่องแฟชั่น การบำรุงรักษาร่างกาย ความสวยงาม แนะนำเครื่องสำอางค์ เป็นหลัก เนื้อหาส่วนใหญ่จึงตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

4. การใช้ประโยชน์จากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก

ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ในทุก ๆ ด้านจากสื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอก โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารมากที่สุด นั่นคือ ใช้เพื่อติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลก ใช้เพื่อสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รองลงมา คือ ด้านความรู้และการพัฒนาตนเอง โดยส่วนใหญ่ใช้ในการเป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติ และการตัดสินใจ อันดับต่อไปคือใช้ประโยชน์ด้านโฆษณา คือ ใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเพื่อซื้อสินค้าและบริการ และมีการใช้ประโยชน์ด้านบันเทิงน้อยที่สุด สามารถนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมาอธิบายได้ว่า (กัลยกร นรภัทรทวีพร, 2538, น. 121) นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่าง คือ Physiological needs, Security needs, Love needs, Self-esteem needs, และ Self-actualization needs มนุษย์เรายังมีความต้องการอีกประเภทหนึ่งนั่นคือความต้องการอยากรู้อะไร (need for cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่แสวงหาระเบียบและสภาวะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม (เสรี วงษ์มณฑา, 2523, น. 5) ดังนั้นการใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจึงตรงกับความต้องการของมนุษย์ที่ต้องการรู้เรื่องราวต่าง ๆ โดยใช้นิตยสารผู้หญิงหัวนอกเป็นสื่อ

นอกจากนี้ผลการวิจัยต่าง ๆ ยังชี้ให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อ เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ การรับฟังวิทยุ และการชมรายการโทรทัศน์ รวมทั้งการเปิดรับนิตยสารผู้หญิงหัวนอก ขึ้นอยู่กับเหตุผล 6 ประการคือ (Mccombs & Becker, 1979, pp. 51-52, อ้างถึงใน กัลยกร นรภัทรทวีพร, 2538, น. 122)

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบของสังคม และการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)

4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกรู้ว่าได้มีส่วนร่วมในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย

5. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือ ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

เหตุผล 6 ประการนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุสารผู้หญิงหัวนอกของกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารมากที่สุด นั่นคือผู้อ่านเพศหญิงมีการใช้ประโยชน์ด้านข่าวสารจากสื่อวิทยุสารผู้หญิงหัวนอกในการติดตามข่าวสารเหตุการณ์และความเคลื่อนไหวในสังคมและโลกหรือเพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อให้ทันสมัย การอ่านวิทยุสารผู้หญิงหัวนอกยังทำให้สามารถสนองความสนใจและความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง และได้ใช้เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือเพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication) สำหรับเหตุผลเพื่อความบันเทิง (Entertainment) กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ในระดับมากเช่นกัน นั่นคือใช้เพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน มากกว่าการใช้ประโยชน์เพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัลซึ่งมีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นคนรุ่นใหม่ อายุน้อย มีการศึกษามีรายได้พอประมาณ จึงอาจเป็นผลให้กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ต้องการอ่านวิทยุสารผู้หญิงหัวนอกอ่านเพื่อเสี่ยงโชคและค้นหารางวัล

นอกจากนี้ ผลการศึกษาในส่วนของการใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุสารผู้หญิงหัวนอกนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพย์วรรณ แสงศรี (2541, บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหา ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากวิทยุสารลิซ่า” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับมากที่สุด คือ ด้านข่าวสาร ใช้เป็นสื่อเพื่อเพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้ศึกษาด้วยตนเอง อันดับต่อมาคือ ใช้เป็นสื่อเพื่อผ่อนคลาย ใช้เป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติ สมองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจ เพื่อความทันสมัย เพื่อติดตามข่าวสารในสังคม และความเป็นไปในโลกกว้าง ใช้เป็นหัวข้อในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ และเป็นแบบอย่างของความประพฤติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลของการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของ ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร นั้น ทำให้ผู้วิจัยค้นพบข้อมูลที่คาดว่าจะ เป็นประโยชน์ในเชิงสังคมและเชิงวิชาการหลายประเด็นด้วยกันได้แก่

1. ในด้านผู้รับสาร เนื่องจากปัจจุบันมีนิตยสารผู้หญิงหัวนอกเป็นจำนวนมาก แต่ละ เล่มก็จะมีเนื้อหาแตกต่างกันไป ซึ่งผู้อ่านควรพิจารณาเลือกเปิดรับ เนื่องจากมีข้อสรุปที่ได้งานวิจัย ประการหนึ่งว่า นิตยสารมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตและวิถีชีวิตของผู้หญิงค่อนข้างสูง และสภาพ สังคมไทยในปัจจุบันยังยึดติดอยู่กับวัฒนธรรมบริโภคนิยม ถ้าสังเกตจากเนื้อหาของนิตยสารหลาย ๆ ฉบับ จะเห็นว่าเน้นผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจโดยการมุ่งเอาใจเจ้าของสินค้าและบริการที่ลงโฆษณา มีการแนะนำสินค้า และบริการต่าง ๆ ในส่วนที่เป็นเนื้อหา รวมทั้งมีโฆษณาแฝง (Advertorial) จำนวนมาก และกลุ่มผู้อ่านบางส่วนก็พึงพอใจในเนื้อหาประเภทนี้อีกด้วย ทั้งหมดนี้เป็นสัญญาณ บอกว่าสังคมไทยยังยึดติดกับค่านิยมผิด ๆ บางประการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้รับสารต้องตระหนักรู้เท่าทัน เข้าใจวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่แฝงมากับนิตยสาร เพื่อให้ตนเองสามารถเลือกรับสื่อได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. สำหรับผู้ผลิตนิตยสาร สามารถนำผลการวิจัยในด้านข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง สื่อนิตยสารผู้หญิงหัวนอกมาพิจารณาได้ ได้แก่

2.1 ในด้านเนื้อหา มีเนื้อหาในนิตยสารผู้หญิงหัวนอกหลายส่วนที่กลุ่มตัวอย่าง ต้องการให้ปรับปรุง เช่น เนื้อหาบางเรื่องที่เป็นตะวันตกมากเกินไป ควรปรับให้เข้ากับสังคมไทย มากขึ้น เช่น เนื้อหาเรื่องแฟชั่นที่เป็นแฟชั่นเสื้อผ้าสำหรับฤดูหนาวของประเทศตะวันตก ซึ่งไม่จำเป็น สำหรับสวมใส่ในประเทศไทย และเนื้อหาเรื่องแฟชั่นที่นิตยสารผู้หญิงหัวนอกมักนำเสนอโดยเน้น ไปที่สินค้าแบรนด์เนมราคาแพง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเสนอว่าควรปรับให้มีการเสนอสินค้าที่ไม่ใช่ แแบรนด์เนมมากขึ้น หรือนำเสนอสินค้าที่มีราคาถูกลงซึ่งผู้อ่านทั่วไปซึ่งมีรายได้ปานกลางสามารถ หาซื้อได้จริง นอกจากนี้เนื้อหาที่นิตยสารนำเสนอควรมีความหลากหลาย ไม่จำกัดเพียงเรื่อง แฟชั่นและความสวยงามเพียงอย่างเดียว ควรมีเนื้อหาด้านอื่นประกอบด้วย เช่น เพิ่มเนื้อหาใน เรื่องสุขภาพและเรื่องเพศ โดยเฉพาะในเรื่องเพศนั้น การนำเสนอเรื่องเพศของนิตยสารผู้หญิง หัวนอกถือเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ เพราะสังคมไทยยังมีความรู้ในเรื่องนี้ไม่มากนัก อย่างไรก็ตาม ผู้จัดทำควรคัดเลือกเรื่องที่เหมาะสมกับสภาพสังคมและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านอย่างแท้จริงมานำเสนอ

2.2 ในด้านราคา กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่าราคาควรถูกลง เพื่อเป็นการช่วยให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถซื้อหนังสือผู้หญิงหัวนอกอ่านได้

2.3 ด้านโฆษณา กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ามีจำนวนโฆษณามากเกินไป ควรลดจำนวนโฆษณาลง

2.4 ในด้านรูปแบบ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่หนังสือผู้หญิงหัวนอกในปัจจุบัน มีน้ำหนักมาก ทำให้ไม่สะดวกในการพกพา และเรื่องกระดาษ ที่อ่านแล้วทำให้ปวดตา

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการอ่านและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอกของ ผู้อ่านเพศหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ เป็นการวัดความพึงพอใจในนิตยสารผู้หญิงหัวนอก และการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอกเท่านั้น ไม่ได้ศึกษาในเรื่องรูปแบบ การนำเสนอ รูปเล่มและการจัดหน้า หรือลีลาการเขียน ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความน่าสนใจไม่น้อย เนื่องจากนิตยสารผู้หญิงหัวนอกมีรูปแบบการนำเสนอ การจัดหน้า ปก หรือลีลาการเขียนค่อนข้างแตกต่างจากนิตยสารผู้หญิงฉบับอื่น ๆ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงอาจทำการศึกษาในเรื่องดังกล่าว เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากผู้อ่านเพศหญิง ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปน่าจะมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบนิตยสารผู้ชาย โดยใช้วิธีการสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านเพศชาย ในเรื่องของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ต่อนิตยสารผู้ชาย เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบ

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการวิจัยเฉพาะกลุ่มผู้อ่านเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของผู้อ่านทั้งหมด การวิจัยในอนาคตจึงควรมีการวิจัยในลักษณะเช่นเดียวกันกับผู้อ่านทั้งหมด เช่น ในพื้นที่ต่างจังหวัด หรือในภาคอื่น ๆ ของประเทศ เนื่องจากลักษณะประชากรในแต่ละพื้นที่อาจจะมีความแตกต่างกันในด้านบริบททางสังคม ที่อาจส่งผลให้มีพฤติกรรมการอ่าน ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากนิตยสารผู้หญิงหัวนอกแตกต่างกันได้