

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพอใจต่อนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. : นิตยสารเล่มแรกในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์” จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และความพอใจของผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag.
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ในเขตกรุงเทพมหานคร

รูปแบบการศึกษา คือ ใช้การศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) จากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ให้กลุ่มตัวอย่างตอบด้วยตนเอง (Self-administered Questionnaire)

การวิเคราะห์ข้อมูลวิเคราะห์ ใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Windows สำหรับการศึกษาด้านสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science for windows) Version 12.0 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่า S.D และค่าไคร์สแควร์ ( $\chi^2$ ) สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

## สรุปผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงที่อยู่ในวัยทำงาน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และโสด ซึ่งระดับอายุนี้มักจะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีแล้ว และเพิ่งเริ่มทำงาน โดยอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร/ห้างร้าน มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน เนื่องจากเป็นผู้หญิงวัยเพิ่งเริ่มต้นทำงานฐานเงินเดือนจึงอยู่ในระดับปานกลาง

### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารเล่มแรก FLASH mag.

ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ที่ทำการศึกษ ส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์มาอ่านเอง โดยอ่านจากที่ทำงาน เนื่องจากผู้ศึกษามุ่งเก็บข้อมูลตามองค์กรที่เป็นสมาชิกของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ซึ่งองค์กรเหล่านี้มีหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์และนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ไว้ให้พนักงานได้อ่านในส่วนกลาง สำหรับผู้ที่ซื้อหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ มาอ่านเอง ส่วนใหญ่ซื้อมาจากร้านขายหนังสือ

ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ส่วนใหญ่ติดตามและรู้จักนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. มาแล้ว 1-2 ปี โดยใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้ง 15-30 นาที และผู้อ่านเพศหญิงมักอ่านทั้งเล่มเพราะมีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ ในขณะที่เพศชายเลือกอ่านเนื้อหาเป็นบางส่วน เนื่องจากมีคอลัมน์บางส่วน เช่น คอลัมน์สุขภาพ คอลัมน์เกี่ยวกับกีฬา และการสัมภาษณ์ผู้ชายทำงานรุ่นใหม่ที่น่าสนใจแล้วว่าจะอยู่ในความสนใจของผู้อ่านที่เป็นผู้ชาย

คอลัมน์ในนิตยสาร FLASH mag. ที่ผู้อ่านนิยมอ่านมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ คอลัมน์ Exclusive Interview รองลงมา คือ คอลัมน์ Trend, Beauty, Entertainment และ Horoscope ตามลำดับ สำหรับในเนื้อหาของแต่ละคอลัมน์นั้น คอลัมน์ Exclusive Interview เป็นคอลัมน์สัมภาษณ์บุคคลที่มาเป็นแบบปกในเรื่องของการทำงาน แนวความคิดการใช้ชีวิต และเรื่องราวที่น่าสนใจเกี่ยวกับบุคคลนั้น ๆ คอลัมน์ Trend เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องวแฟชั่นจากทั่วโลก คอลัมน์ Beauty เน้นการนำเสนอเกี่ยวกับเรื่องความสวยความงาม การแต่งหน้า การบำรุง

รักษาผิวพรรณ แนะนำเครื่องสำอาง และเคล็ดลับความสวยความงาม คอลัมน์ Entertainment เป็นการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของดาราต่างประเทศรวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมระดับโลกด้วย และคอลัมน์ Horoscope คือคอลัมน์การทำนายโชคชะตาที่มีการทำนายจาก นายกสมาคมโหรแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชินูปถัมภ์ คุณธนกร สีนเกษม

### ส่วนที่ 3 ความพอใจเกี่ยวกับนิตยสารเล่มแรก

ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ ในภาพรวมแล้ว มีความพอใจต่อนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ในระดับมาก เนื่องจากนิตยสารเล่มแรกนี้เป็นสาระและความบันเทิงที่ได้มาพร้อมกับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. มีความพอใจต่อด้านเนื้อหามากที่สุด พอใจด้านประโยชน์ที่ได้รับรองลงมา และพอใจต่อรูปลักษณ์ตามลำดับ

สำหรับความพอใจต่อรูปลักษณ์ของนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. พบว่า ผู้อ่านมีความพอใจในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้อ่านมีความพอใจต่อ คุณภาพการจัดพิมพ์ รองลงมา คือ คุณภาพกระดาษที่ใช้เพราะเป็นกระดาษแอลดับเบิลยูซึ่งที่นำเข้ามาจากต่างประเทศและนิตยสารในต่างประเทศนิยมใช้จึงให้ความรู้สึกทันสมัย ในขณะที่มีความพอใจในจำนวนหน้าทั้งหมดของนิตยสารน้อยที่สุด เพราะเนื่องจากเป็นนิตยสารเล่มแรกจึงมีความหนาไม่มาก โดยมีจำนวนหน้าเพียง 36 หน้าเท่านั้น

สำหรับความพอใจในด้านเนื้อหาของนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. พบว่า ผู้อ่านมีความพอใจในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายมากที่สุด เพราะคอลัมน์ภายในเล่มจะนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันแต่ครบทุกความต้องการของผู้อ่าน เช่น คอลัมน์เกี่ยวกับดวงสังคม คอลัมน์สัมภาษณ์ คอลัมน์เกี่ยวกับความงาม คอลัมน์เกี่ยวกับแฟชั่น เคล็ดลับการทำงาน เคล็ดลับการแต่งตัว คอลัมน์บันเทิง คอลัมน์เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว คอลัมน์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สัมภาษณ์ผู้ชาย-ผู้หญิงทำงานรุ่นใหม่ รองลงมา คือ มีการแนะนำใหู้จักกับคนรุ่นใหม่ในสังคมที่ประสบความสำเร็จ เช่น ผู้หญิงที่ได้รับรางวัลจากการแข่งขันเกมส์อัจฉริยะ

สำหรับความพอใจในประโยชน์ที่ได้รับของนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. พบว่า ผู้อ่านมีความพอใจในด้านกรรับรู้ความเคลื่อนไหวของบุคคลต่าง ๆ ในสังคมมากที่สุด เพราะส่วนใหญ่แล้วบุคคลที่อยู่ในสังคมมักจะเป็นที่สนใจของคนทั่วไปและการที่นิตยสารเล่มแรก FLASH mag. นำเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวของบุคคลในสังคมจึงทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าได้รับทราบความเคลื่อนไหวของบุคคลต่าง ๆ ตลอดเวลา นอกจากนี้ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ยังพอใจใน

ด้านการเรียนรู้แนวคิดของบุคคลในสังคม เนื่องจากมีคอลัมน์เกี่ยวกับการสัมภาษณ์ซึ่งแสดงถึงแนวคิดของแต่ละคนทั้งทางด้านการทำงาน และการใช้ชีวิต อันเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน

#### **ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยการสื่อสารการตลาด**

ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้ให้ข้อเสนอแนะ โดยต้องการให้ปรับปรุงด้าน รูปแบบ ขนาดของเล่ม โดยต้องการให้เพิ่มจำนวนหน้า

แนะนำให้มีรายงานเชิงลึกที่เป็นฉบับพิเศษและมีการแนะนำชักชวนให้อ่านต่อในฉบับหน้า อยาก ควรมี website ด้วย

และปรับความยาวของเนื้อหาในบางคอลัมน์ให้มีความกระชับยิ่งขึ้น การเลือกใช้ขนาดของตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้สะดวกแก่การอ่านและการพักสายตา

เพิ่มคอลัมน์เกี่ยวกับสูตรอาหารใหม่ ๆ หรือเรื่องของการตกแต่งบ้านแต่งสวน feature article

ด้านการจัดองค์ประกอบของภาพจะช่วยทำให้แมกกาซีนมีความดึงดูดมากยิ่งขึ้น ควรสร้างเอกลักษณ์ด้านองค์ประกอบศิลป์ให้กับนิตยสาร

#### **ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการศึกษา**

ผลจากการทดสอบสมมติฐานที่สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้อ่านนิตยสารเล่มแรกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากการศึกษาพบว่า

เพศของผู้อ่านนิตยสารเล่มแรกมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการติดตามนิตยสาร FLASH mag. โดยผู้อ่านที่เป็นผู้ชายและผู้หญิงติดตามนิตยสาร FLASH mag. มา 1-2 ปี และผู้ที่มีอายุมากกว่าจะมีระยะเวลาในการติดตามนิตยสาร FLASH mag. มากกว่า ทางด้านสถานภาพสมรสของผู้อ่านนิตยสารเล่มแรกพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการติดตามนิตยสาร FLASH mag. เนื่องจากปัจจัยด้านเพศและอายุเป็นตัวกำหนดมากกว่า ส่วนระดับการศึกษาของผู้อ่านนิตยสารเล่มแรกมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการติดตามนิตยสาร FLASH mag. โดยผู้อ่านที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะมีระยะเวลาในการติดตามนานกว่า เช่นเดียวกับอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้อ่านที่มีอาชีพที่ต้องพบปะผู้คนและต้องเข้าสังคมจะมีระยะเวลาในการติดตามมากกว่า

ในด้านการใช้เวลาในการอ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. นั้น พบว่าองค์ประกอบทั้งทางด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่แล้วกลุ่มผู้อ่านจะใช้เวลาในการอ่านอยู่ที่ 15-30 นาที เนื่องจากเป็นนิตยสารเล่มแรกที่มีจำนวนหน้าเพียง 36 หน้า

การเปิดรับเพศด้านลักษณะการติดตามอ่านนิตยสาร FLASH mag. พบว่าผู้อ่านผู้ชายจะเลือกอ่านเนื้อหาบางส่วน ในขณะที่ผู้หญิงจะอ่านนิตยสาร FLASH mag. ทั้งเล่ม เพราะมีเนื้อหาตรงตามความต้องการ ส่วนสถานภาพสมรสและระดับการศึกษาของผู้อ่านนิตยสารเล่มแรกไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการติดตามอ่านนิตยสาร FLASH mag. เพราะการติดตามอ่านเนื้อหาอยู่ที่ความสนใจของแต่ละบุคคลเป็นหลัก เช่น บัณฑิตทางด้านอาชีพโดยผู้อ่านที่เป็นกลุ่มวัยทำงานจะอ่านนิตยสาร FLASH mag. ทั้งเล่ม

สมมุติฐานที่ 2 ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่มีลักษณะทางประชากร ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพอใจต่อรูปเล่มและเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในนิตยสารแตกต่างกัน พบว่า

ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่เป็นผู้ชายและผู้หญิง แม้ว่าจะมีอายุแตกต่างกันแต่มีความพอใจต่อรูปเล่มและเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในนิตยสารไม่แตกต่างกัน

แต่ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพอใจต่อรูปเล่มและเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในนิตยสารแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่หย่าร้างจะมีความพอใจในด้าน เนื้อหาและประโยชน์ที่ได้รับมากกว่าผู้ที่โสดและแต่งงานแล้ว เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านกลุ่มนี้เคยมีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตมากกว่ากลุ่มคนโสดและแต่งงาน อาจเป็นเพราะเคยผ่านการแต่งงานและล้มเหลวในการแต่งงานมาแล้ว จึงต้องการค้นหามุมมองใหม่ที่สร้างความแข็งแกร่งให้กับตัวเอง

บัณฑิตทางด้านอาชีพกับความพอใจนั้นพบว่า ผู้อ่านที่มีอาชีพเป็นคนทำงานจะมีความพอใจในรูปเล่ม เนื้อหา และการใช้ประโยชน์มากกว่ากลุ่มนักศึกษาหรือแม่บ้าน เพราะสามารถนำความรู้ที่ได้จากนิตยสารเล่มแรกไปใช้ในการพัฒนาตัวเองได้มากขึ้น

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับและความพอใจต่อนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. : นิตยสารเล่มแรกในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์” นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ และความพอใจของผู้่านิตยสารเล่มแรก FLASH mag.

ผลการการศึกษาส่วนใหญ่พบว่าผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. มีความพอใจอยู่ในระดับมาก สาเหตุที่ความพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากนั้นเป็นเพราะผู้อ่านรู้สึกว่ นิตยสารเล่มแรกเป็นนิตยสารที่มาพร้อมกับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ จึงนำมาอ่านเพื่อความเพลิดเพลินแต่พบว่าเนื้อหาภายในของนิตยสารเล่มแรกนั้นแฝงด้วยเกร็ดความรู้ โดยคอลัมน์ที่ได้รับคามนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ Exclusive Interview รองลงมาคือคอลัมน์ Trend, Beauty, Entertainment และ Horoscope ตามลำดับ ซึ่งผลการสำรวจคอลัมน์ที่ได้รับความนิยมใน 3 อันดับแรก สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤตยชญ์ ไม้เรือง<sup>1</sup> ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหา ความคิดเห็น และการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร FLASH mag. ของผู้หญิงทำงาน,” โดยมีผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ถึงความคิดเห็นและการใช้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เรื่องราวที่กลุ่มตัวอย่างสนใจส่วนใหญ่ คือ “เรื่องจากปก” หรือ “Exclusive Interview” ซึ่งเป็นเรื่องราวสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม รองลงมาเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับแฟชั่น (Trend) ความงาม (Beauty)

ข้อมูลด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับ ในส่วนที่มาของนิตยสารนั้น ระยะเวลาการติดตามอ่าน ลักษณะการอ่าน และ คอลัมน์ที่ชอบ จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมกรรมการเปิดรับของแต่ละบุคคลเป็นไปตามปัจจัยต่างๆ สอดคล้องกับแนวความคิดของ พรทิพย์ วรภิกโกคาทร<sup>2</sup> ที่มองว่าธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามในระดับหนึ่งเท่านั้น สิ่งไหนที่ได้รับมายาก มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสิ่งใดที่สามารถหาได้ไม่ยาก ก็จะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่

<sup>1</sup> กฤตยชญ์ ไม้เรือง, “การวิเคราะห์เนื้อหา ความคิดเห็น และการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร FLASH mag. ของผู้หญิงทำงาน,” (โครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น.บทคัดย่อ.

<sup>2</sup> พรทิพย์ วรภิกโกคาทร, “หลักและทฤษฎีการสื่อสาร: ผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา, หน่วยที่ 1-8 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 292.

ไม่ได้ใช้ความพยายามมาก ในขณะที่เดียวกันก็ชอบความสะดวกของตนเอง และเลือกติดตามเฉพาะสิ่งที่ตนสนใจเท่านั้น กล่าวคือ การที่มีนิตยสาร FLASH mag. แทรกมาให้อ่านพร้อมกับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ทำให้เกิดการเปิดรับง่ายขึ้น สะดวกขึ้นเพราะมาพร้อมกับหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าสื่อที่เป็นสื่อที่สอดคล้อง (Convenience) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตนก็จะยินดีที่จะเปิดรับมากขึ้น

หากอภิปรายการทดสอบสมมุติฐานการศึกษาด้านพฤติกรรมการเปิดรับนั้น พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารตามลักษณะบุคคลของ พีระ จิระโสภณ<sup>3</sup> ที่กล่าวว่า อายุ คนในแต่ละช่วงอายุจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับต่างกัน อันเป็นองค์ประกอบที่มีคุณภาพยิ่งเนื่องจากมีส่วนสำคัญมากในการคิดไตร่ตรอง และติดตามข่าวสาร เช่นเดียวกับผู้ที่ทำงานในแต่ละสายอาชีพที่ต่างกัน และมีรายได้ที่ต่างกันก็มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับต่างกันด้วย เพราะจากผลการศึกษาที่ได้นั้นโดยอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีส่วนในการกำหนดการเปิดรับนิตยสารเล่มแทรก FLASH mag.

สำหรับความพอใจเกี่ยวกับนิตยสาร FLASH mag. กับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่พบว่าความพอใจของผู้่านนิตยสาร FLASH mag. ส่วนใหญ่มีความพอใจโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยมีความพอใจในด้านเนื้อหาของนิตยสาร FLASH mag. มากที่สุด พบว่า โดยผู้อ่านมีความพอใจในการนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย และ มีการแนะนำให้รู้จักกับคนรุ่นใหม่ในสังคมที่ประสบความสำเร็จ นอกจากนั้นด้านประโยชน์ที่ได้รับผู้อ่านยังรู้สึกพอใจที่ได้รับรู้ความเคลื่อนไหวของบุคคลต่างๆ ในสังคม และได้เรียนรู้แนวคิดของบุคคลในสังคม

การวิเคราะห์เรื่องความพอใจของผู้่านนั้นมียหลายองค์ประกอบที่ทำให้ความพอใจของคนแตกต่างกันออกไป ความพอใจเป็นปฏิกิริยาตอบสนองที่แสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบของมนุษย์ ซึ่งมนุษย์จะเลือกอยู่กับสิ่งที่ตนพึงพอใจ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจ เช่นเดียวกับผู้อ่านที่เลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์ที่ตนสนใจ

ความพอใจยังกล่าวถึงความรู้สึกชอบหรือผิดหวังของบุคคล อันเป็นผลจากการรับรู้ในคุณสมบัติของสินค้า เมื่อเทียบกับความคาดหวังคุณค่า หรือ ธรรมดาประโยชน์ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากการที่หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์จัดทำนิตยสารเล่มแทรก FLASH mag. นั้น เริ่มแรกผู้อ่านอาจจะไม่ได้คาดหวังคุณค่าที่ได้จากนิตยสารเล่มแทรก FLASH mag. แต่เมื่อได้อ่านและพบว่า

---

<sup>3</sup>พีระ จิระโสภณ, “การเลือกสรรแสวงหาในข่าวสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีการสื่อสารมวลชน, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2533), น. 636-640.

นิตยสารเล่มแรกนั้นมีเกร็ดความรู้ที่เป็นอรรถประโยชน์ถึงทำให้มีความรู้สึกชอบและพอใจกับนิตยสารเล่มแรกในระดับมาก

อีกนัยหนึ่งที่มีความพอใจ หมายถึง การที่ได้ในสิ่งที่ตนเองเป็นหรือตอบสนองต่อสิ่งที่ตนเองคิด เมื่อเป็นเช่นนี้ ทั้งผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแนวความคิดของบุคคลและมีการนำเสนอเรื่องราวที่หลากหลายจึงทำให้ผู้อ่านมีความพอใจด้านประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับมาก เพราะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากนิตยสาร FLASH mag. ไปตอบสนองสิ่งที่ตัวเองคิด เช่น ผู้อ่านต้องการให้ตัวเองเป็นคนทันสมัยและเมื่ออ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ที่เสนอเนื้อหาที่ทันสมัย ใช้ในการเสริมสร้างความรู้และความมั่นใจให้กับตนเอง ทำให้ตัวเองรู้สึกทันสมัย สามารถนำข่าวคราวความเคลื่อนไหวของบุคคลในสังคมไว้พูดคุยกับผู้อื่นได้

ตามแนวคิดของ Blumler McQuail และ Brown <sup>4</sup> เรื่อง แบ่งประเภทของแรงจูงใจที่ใช้สื่อ เป็นเพราะบุคคลต้องการการเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้างจึงมีความพอใจด้านเนื้อหาที่มีความหลากหลาย และต้องการแสวงหาความเข้าใจอย่างแจ่มแจ้งในเรื่องชีวิตของตนเองและผู้อื่น และหาข้อสนับสนุนมาตอกย้ำค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่ ในขณะที่เดียวกันก็หาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวันสำหรับตัวเองด้วย ผู้อ่านนิตยสารที่มีความคาดหวังจากแรงจูงใจจึงมีความพอใจกับการที่นิตยสาร FLASH mag. มีการแนะนำให้รู้จักกับคนรุ่นใหม่ในสังคมที่ประสบความสำเร็จและนำเสนอแนวคิดของบุคคลในสังคม เพื่อนำไปปรับใช้กับตัวเอง

ส่วนในด้านความพอใจต่อรูปลักษณ์ ผู้อ่านมีความพอใจด้านคุณภาพการจัดพิมพ์ และคุณภาพกระดาษที่ใช้เป็นอันดับต้นๆ ในขณะที่มีความพอใจในจำนวนหน้าทั้งหมดของนิตยสารน้อยที่สุด เนื่องจากมีจำนวนหน้าเพียง 36 หน้าเท่านั้น จึงมีข้อเสนอแนะจากผู้อ่านต้องการให้เพิ่มจำนวนหน้ามากขึ้น ซึ่งจากการสังเกตจะพบว่านิตยสาร FLASH mag. มีจำนวนหน้าที่น้อยกว่านิตยสารทั่วไปแต่นิตยสาร FLASH mag. ก็ยังมีลักษณะที่เป็นนิตยสารอยู่โดย พีระ จิระโสภณ<sup>5</sup> ได้กล่าวถึงนิตยสารประเภทนิตยสารของหนังสือพิมพ์ ที่หมายถึง นิตยสารที่ออกเป็นนิตินันทนาการหรือเป็นฉบับแถมของหนังสือพิมพ์ ซึ่งจัดว่านิตยสาร FLASH mag. อยู่ในกลุ่มนั้นด้วย

---

<sup>4</sup>D. McQuail; Blumler J.G.; and Brown, J.R. Sociology of Mass Communication, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (กรุงเทพมหานคร: เลิฟ แอนด์ ลิฟ, 2547), น. 378.

<sup>5</sup>พีระ จิระโสภณ, หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531), น. 212-213.

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและความพอใจของผู้อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. แล้ว นอกจากจะได้รับความพอใจของผู้อ่าน ผลที่ได้ยังสามารถวิเคราะห์ได้ถึง กลยุทธ์ในการบริหารของผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ถึง การบริหารงานให้เข้ากับ ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ด้วยการใช้กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์ด้วยการจัดทำนิตยสารเล่มแรกเพื่อ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้ผู้อ่านรู้สึกถึงความคุ้มค่าของการเลือกอ่าน

จากการศึกษาพบว่ายุทธศาสตร์หนึ่งของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์คือเป็น หนังสือพิมพ์เพื่อคนหาเงินเก่ง ใช้เงินเป็น มีรสนิยมในการบริโภค และจากการที่ผู้จัดการราย สัปดาห์มีการพัฒนาต่อเนื่อง ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น และจากการสำรวจพบว่าผู้อ่านที่เป็นผู้หญิง เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จึงมีการจัดทำนิตยสารเล่มแรกสำหรับผู้หญิงทำงาน FLASH mag. แทรกให้กลุ่มผู้อ่านเหล่านี้ ซึ่งการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค<sup>6</sup> จะเป็นข้อมูลที่ช่วยให้บริษัททราบความ ต้องการที่แท้จริงของตลาด ผู้บริหารต้องมีความชำนาญที่จะมองกลุ่มตัวอย่าง และต้องให้ ความสำคัญกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก เพราะเราต้องผลิตสินค้าให้เหมาะสมและตรง กับความต้องการของผู้บริโภค การที่จะทำเช่นนี้ได้ต้องมีข้อมูลที่ดี เพราะข้อมูลเกี่ยวกับความ ต้องการของผู้บริโภคจะถูกใช้เป็นตัวกำหนดกระบวนการจัดการกับการดำเนินงานต่อไปได้

ภาพรวมของการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การใช้นิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ของ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์ เป็นการสร้างความพอใจให้กับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ รายสัปดาห์ที่อ่านนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. ในระดับมาก โดยที่ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีอิทธิพลต่อการเปิดรับและความพอใจของนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. เป็นอย่างยิ่ง โดยอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีส่วนในการกำหนดการเปิดรับ และสถานภาพ อาชีพและรายได้ จะมีส่วนในความพอใจ โดยเป็นกลุ่มวัยทำงานจะมีความสนใจในการเปิดรับและรู้สึกว่านิตยสาร เล่มแรก FLASH mag. ตอบสนองความพอใจของผู้อ่านในระดับมาก เพราะเป็นกลุ่มที่มีความ พร้อมในการรับสื่อเพื่อพัฒนาตนเอง

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับและความพอใจของผู้อ่านจะมีส่วน เกี่ยวข้องในทุกกระบวนการของการเปิดรับและการเลือกรับสื่อ ดังนั้น การที่จะผลิตสื่อที่มีคุณภาพตรงกับ ความต้องการของผู้รับสาร จึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้รับสาร ซึ่ง ประกอบด้วยการสร้าง ความพอใจทางด้านรูปลักษณ์ เนื้อหา การใช้ประโยชน์ให้ตรงกับ ความต้องการของผู้รับสาร

---

<sup>6</sup>บุญเกียรติ โชควัฒนา และ สุวัฒน์ ทองธนากุล, ธีว่การตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: แมเนเจอร์มีเดียกรุ๊ป, 2547), น. 53.

## ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรเปิดรับและความพอใจต่อนิตยสารเล่มแรก FLASH mag. : นิตยสารเล่มแรกในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์” สามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

### 1. การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันโดยใช้นิตยสารเล่มแรก

1.1 ควรมีการศึกษาว่าการผลิตนิตยสารเล่มแรกมีผลดีหรือเสียอย่างไรต่อนิตยสารเล่มแรก ทั้งด้านการโฆษณาและยอดขาย

1.2 ศึกษาความเป็นไปได้และศักยภาพของนิตยสารเล่มแรก หากขยายจากนิตยสารเล่มแรกมาเป็นนิตยสารที่แยกออกมาจำหน่ายต่างหาก โดยไม่ได้แทรกอยู่ในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายสัปดาห์

### 2. การพัฒนาด้านรูปลักษณ์

2.1 เพิ่มจำนวนหน้าให้เหมาะสมกับคอลัมน์ที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน

2.2 การนำเสนอผ่านองค์ประกอบศิลป์ ต้องมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งจะช่วยสร้างความจดจำให้กับผู้อ่าน และดึงดูดความสนใจมากขึ้น ควรจะมีสไตล์ด้านการออกแบบองค์ประกอบศิลป์ เช่น การเลือกใช้ขนาดของตัวอักษรให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้สะดวกแก่การอ่าน และการพักสายตา

### 3. การพัฒนาด้านเนื้อหา

3.1 ปรับความสำคัญของเนื้อหาให้เหมาะสม ครอบคลุมความต้องการของผู้อ่าน ปรับความยาวของเนื้อหาในบางคอลัมน์ให้มีความกระชับยิ่งขึ้น มีการเพิ่มเนื้อหา สาระ และบทความให้ครอบคลุม

3.2 แม้ว่าผู้อ่านมีความพอใจในความหลากหลายของเนื้อหาอยู่แล้ว แต่ควรจะมีนำเสนอฉบับพิเศษในรูปแบบที่ชัดเจนขึ้น เช่น ฉบับพิเศษในการเฉลิมฉลอง

### 4. การพัฒนาด้านการใช้ประโยชน์

4.1 ทำกิจกรรมกับผู้อ่านและแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรต่าง ๆ ที่จะมาเป็นแนวร่วมในการสนับสนุนในการทำกิจกรรมให้มากขึ้น เช่น การร่วมมือกับบริษัทเกี่ยวกับสถาบันพัฒนาบุคคลิกภาพ เพื่อให้คำแนะนำกับผู้อ่านในด้านการพัฒนาบุคคลิกภาพ หรือจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับแนวเนื่อนิตยสาร

## 5. การพัฒนาด้านอื่น ๆ

5.1 จัดทำเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการติดตามนิตยสารฉบับที่ผ่านมาแล้ว เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เพิ่งเริ่มติดตาม

5.2 เปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอเนื้อหา และแสดงความคิดเห็น หรือเล่าประสบการณ์ เหมาะสมกับการนำเสนอเนื้อหา

### ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาในครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษานี้เป็นการศึกษาว่า พฤติกรรมการเปิดรับของผู้่านนิตยสารเล่มแมทริก FLASH mag. เป็นอย่างไร และรูปลักษณะ เนื้อหาและการใช้ประโยชน์ สร้างความพอใจต่อผู้อ่านนิตยสารเล่มแมทริก FLASH mag. หรือไม่เท่านั้น ประกอบกับข้อจำกัดข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณ จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบทั้งในเชิงคุณภาพถึงกลยุทธ์ในการจัดทำนิตยสารเล่มแมทริกของนิตยสารฉบับอื่น ๆ อย่างลึกซึ้ง เนื่องจากการสังเกตพบว่ามีนิตยสารเล่มแมทริกหลายฉบับที่หันมาสนใจกลยุทธ์การใช้นิตยสารเล่มแมทริก เพื่อสร้างความพอใจให้กับผู้อ่าน รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบในเชิงปริมาณถึงความพอใจของนิตยสารเล่มแมทริกนั้น ๆ เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นข้อเด่น ข้อด้อยของนิตยสารเล่มแมทริกแต่ละฉบับ และนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การผลิตนิตยสารเล่มแมทริกให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้อ่าน และตอบสนองความพอใจของผู้อ่านให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ในสภาวะการแข่งขันในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่สูงขึ้นในปัจจุบัน

2. ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ในครั้งต่อไปควรศึกษาลงไปในรายละเอียดถึงความนิยมในแต่ละคอลัมน์ โดยการสุ่มสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาแต่ละคอลัมน์

3. ควรศึกษาถึงผู้อ่านนิตยสารเล่มแมทริกผู้จัดการด้วยว่า โดยปกติตัดสินใจซื้อนิตยสารเล่มแมทริกผู้จัดการรายสัปดาห์ เพราะแรงจูงใจจากการที่มีนิตยสารเล่มแมทริก FLASH mag. หรือไม่ หรือมีความตั้งใจซื้อเพื่ออ่านเฉพาะนิตยสารเล่มแมทริก FLASH mag. หรือไม่

4. ควรทำการศึกษากลุ่มผู้อ่านที่อาศัยอยู่ในเขตปริมณฑลและต่างจังหวัดด้วย เนื่องจากมีกลุ่มผู้อ่านนิตยสารจำนวนมากที่ไม่ได้อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อที่จะได้ศึกษาถึงการนำไปใช้ประโยชน์และความต้องการของผู้อ่านในต่างจังหวัด ซึ่งมีโอกาสในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารแตกต่างไปจากผู้อ่านที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร