

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการสำรวจแบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ศึกษาได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ก็จะต้องเป็นผู้่านนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ GM, GM Plus, GM Car, GM Watch, GM 2000, Home & Décor, Mother & Care หรือ Woman Plus ฉบับใดฉบับหนึ่งหรือหลายฉบับ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้อ่านนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้หญิงในสัดส่วนมากกว่าผู้ชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 24-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนมากเป็นโสด เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในสัดส่วนมากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ต่อเดือน การเปิดรับนิตยสารในเครือบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) ในสัดส่วนมากที่สุดคือ นิตยสาร GM รองลงมา คือ นิตยสาร Home & décor มีความพึงพอใจในนิตยสารในระดับมาก ภาพลักษณ์ของบริษัท จีเอ็มมัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับดี