

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “โครงการผลิตนิตยสารสำหรับผู้หญิงประเภทแจกฟรี “Naree”” ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในการวิเคราะห์และประมวลผล โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์และประมวลผลแบบสอบถาม โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เหตุผลในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงของผู้ตอบแบบสอบถาม

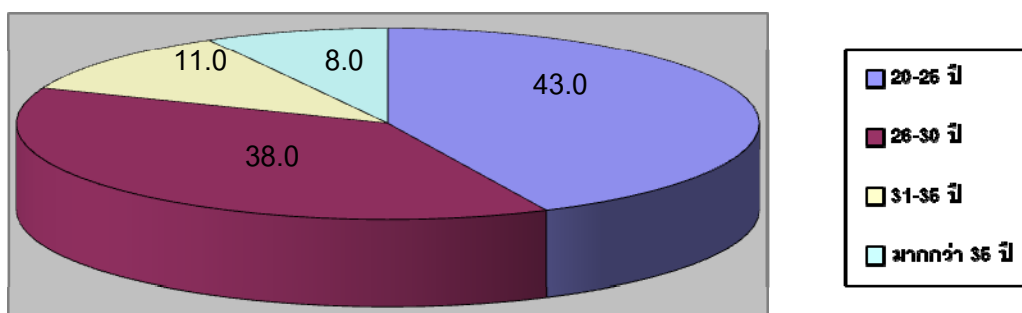
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์รูปแบบนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) กับกลุ่มผู้อ่านนิตยสารประเภทแจกฟรีและนิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้หญิง จำนวน 20 คน

4.1 ผลการวิเคราะห์และประมวลผลแบบสอบถาม

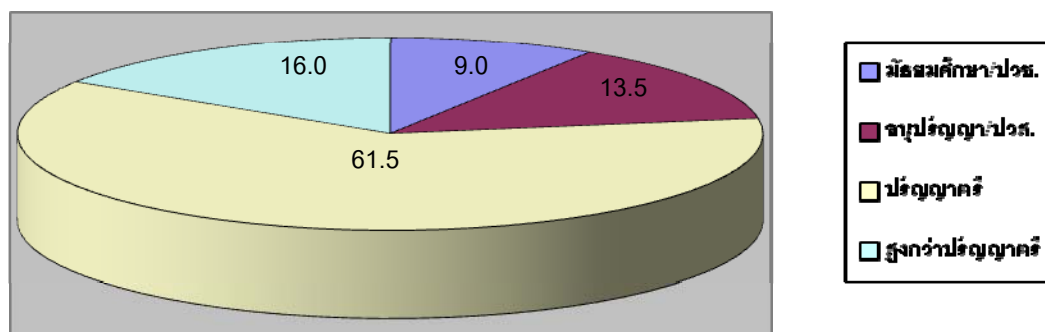
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้/เงินที่ได้รับต่อเดือน ความชอบในการอ่านนิตยสาร ประสบการณ์ในการอ่านนิตยสาร ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารต่อครั้ง ลักษณะในการอ่านนิตยสาร การเคยได้อ่านนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง ประสบการณ์ในการอ่านนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงต่อครั้ง ลักษณะในการอ่านนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง และสถานที่ที่ได้อ่านนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงมา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แผนภูมิ 1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม



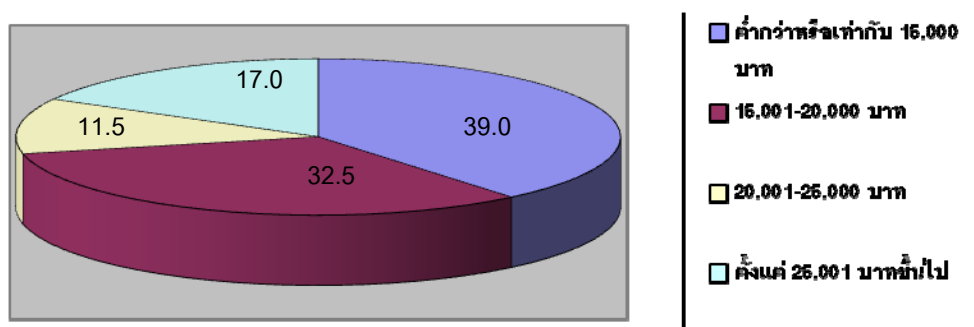
จากแผนภูมิ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20-25 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุ 26- 30 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 อายุ 31- 35 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 อายุมากกว่า 35 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

แผนภูมิ 2 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม



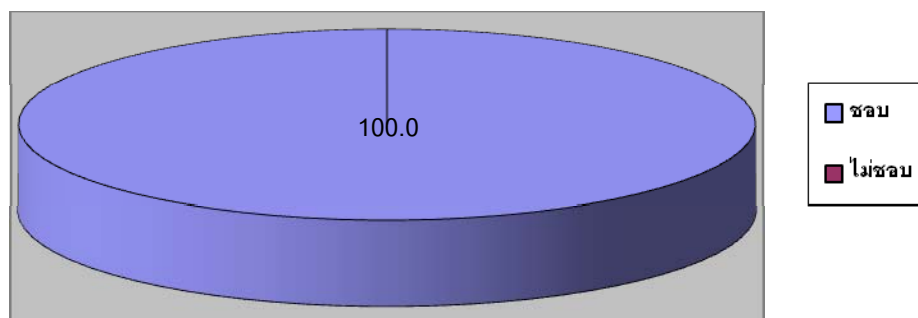
จากแผนภูมิ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และมีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

แผนภูมิ 3 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม



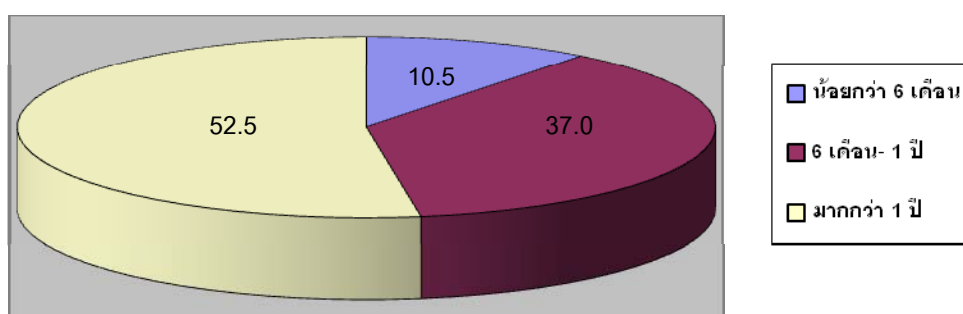
จากแผนภูมิ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีรายได้/เงินที่ได้รับต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา มีรายได้/เงินที่ได้รับต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 มีรายได้/เงินที่ได้รับต่อเดือนตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีรายได้/เงินที่ได้รับต่อเดือน 20,001-25,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

แผนภูมิ 4 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามความชอบ
ในการอ่านนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถาม



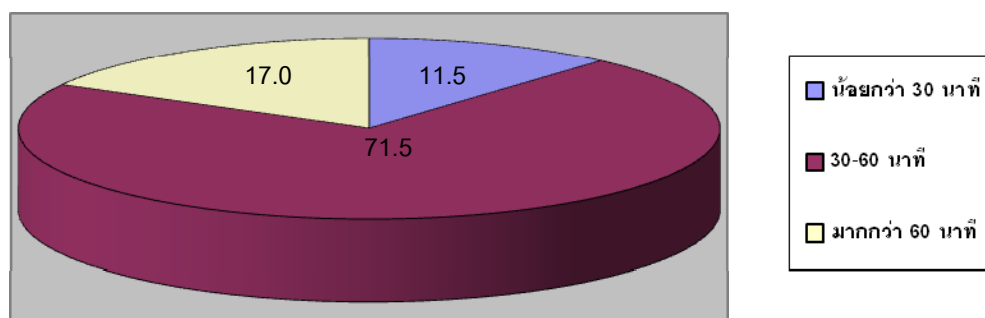
จากแผนภูมิ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ชอบอ่านนิตยสารทุกคน คิดเป็นร้อยละ 100.0 และจากการสำรวจพบว่า ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่ไม่ชอบอ่านนิตยสาร ดังนั้น จึงคิดเป็นร้อยละ 0

แผนภูมิ 5 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามประสบการณ์
ในการอ่านนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถาม



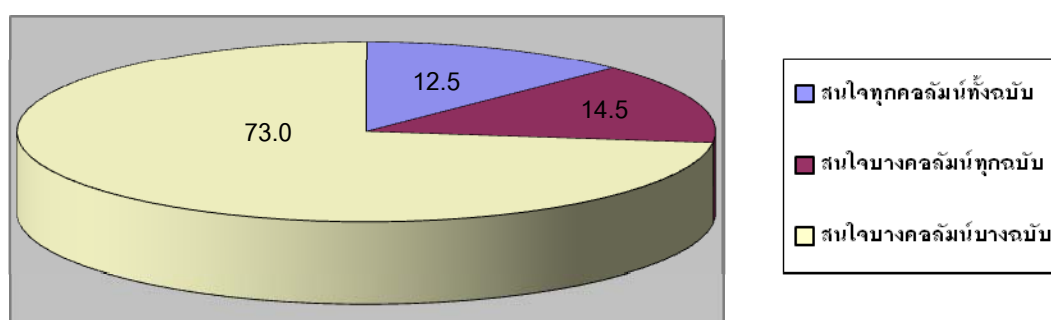
จากแผนภูมิ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการอ่านนิตยสารมากกว่า 1 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา มีประสบการณ์ในการอ่านนิตยสาร 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมีประสบการณ์ในการอ่านนิตยสารน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

แผนภูมิ 6 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามระยะเวลา
ในการอ่านนิตยสารต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม



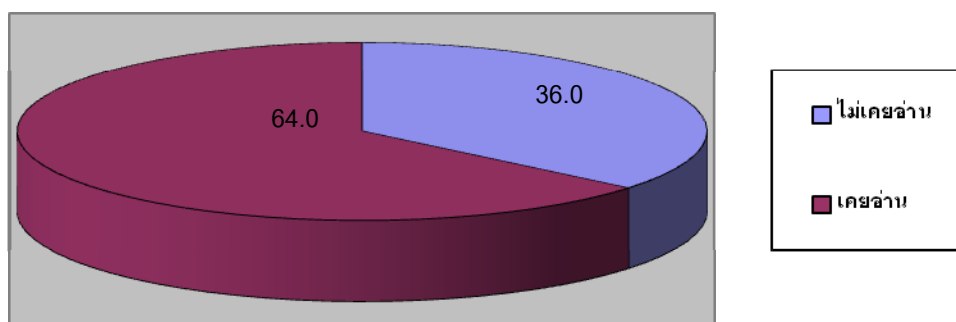
จากแผนภูมิ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารต่อครั้ง 30 -60 นาที จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารต่อครั้งมากกว่า 60 นาที จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารต่อครั้งน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

แผนภูมิ 7 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามลักษณะ
ในการอ่านนิตยสารของผู้ตอบแบบสอบถาม



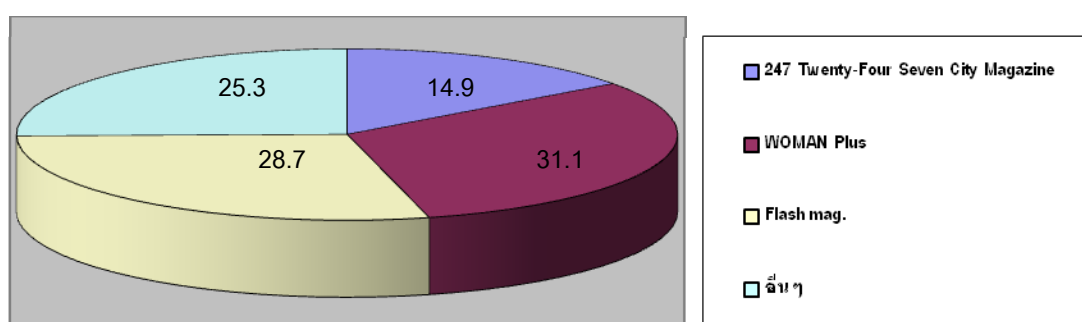
จากแผนภูมิ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารในลักษณะสนใจบางคอลัมน์บางฉบับ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาอ่านนิตยสารในลักษณะสนใจบางคอลัมน์ทุกฉบับ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และอ่านนิตยสารในลักษณะสนใจทุกคอลัมน์ทั้งฉบับ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

แผนภูมิ 8 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามการเคยได้อ่านนิตยสาร
แจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงของผู้ตอบแบบสอบถาม



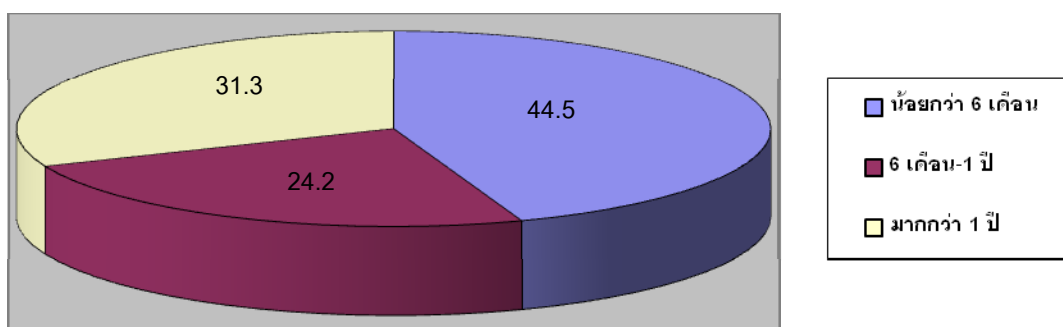
จากแผนภูมิ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา ไม่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 โดยสามารถจำแนกรายชื่อนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 128 คนเคยอ่านได้ดังแผนภูมิที่ 9

แผนภูมิ 9 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามรายชื่อนิตยสารแจกฟรีรายเดือน
ที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 128 เคยอ่าน
(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)



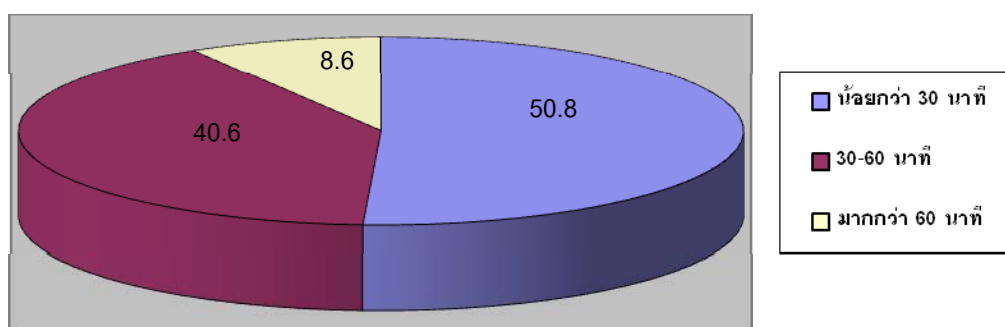
จากแผนภูมิ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงทั้งหมด จำนวน 128 คน ส่วนใหญ่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง WOMAN Plus จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมา เคยอ่าน

แผนภูมิ 10 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามประสบการณ์
ในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 128 คน



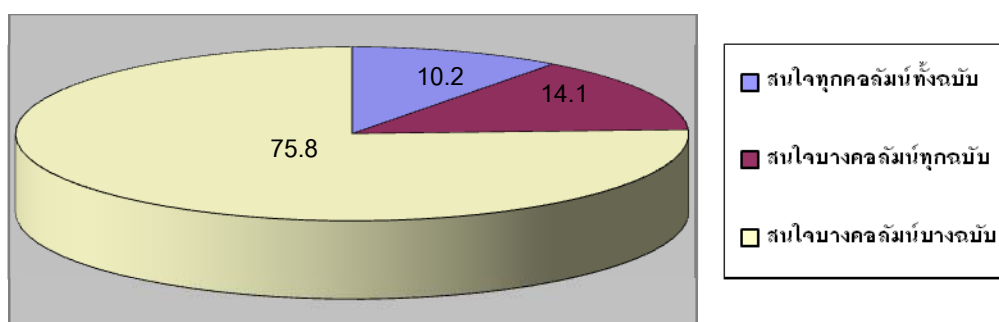
จากแผนภูมิ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงทั้งหมด จำนวน 128 คน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา มีประสบการณ์ในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงมากกว่า 1 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และมีประสบการณ์ในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2

แผนภูมิ 11 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามระยะเวลาในการอ่าน
นิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงต่อครั้ง
ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 128 คน



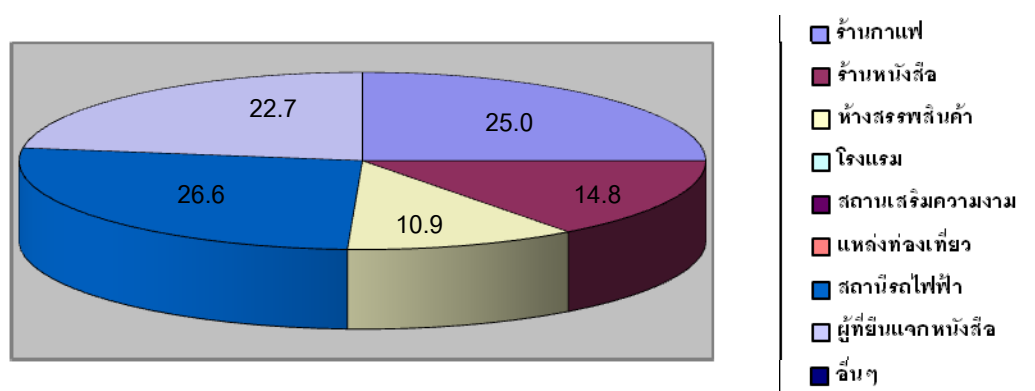
จากแผนภูมิ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงทั้งหมด จำนวน 128 คน ส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงต่อครั้งน้อยกว่า 30 นาที จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา ใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงต่อครั้ง 30-60 นาที จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 และใช้ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงต่อครั้งมากกว่า 60 นาที จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6

แผนภูมิ 12 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามลักษณะในการอ่านนิตยสาร
แจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 128 คน



จากแผนภูมิ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงทั้งหมด จำนวน 128 คน ส่วนใหญ่อ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหา

แผนภูมิ 13 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามสถานที่ที่นำนิตยสารแจกฟรี รายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงมาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 128 คน



จากแผนภูมิ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงทั้งหมด จำนวน 128 คน ส่วนใหญ่นำนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงมาจากสถานีรถไฟฟ้า จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมา นำนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงมาจากร้านกาแฟ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 นำนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงจากผู้ที่ยื่นแจกหนังสือ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 นำนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงจากร้านหนังสือ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และนำนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงมาจากห้างสรรพสินค้า จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และจากการสำรวจ พบว่า ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงคนใดที่นำนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงมาจากโรงแรม สถานเสริมความงาม แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่อื่นๆ นอกเหนือจากตัวเลือกที่มีอยู่ ดังนั้น จึงคิดเป็นร้อยละ 0

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อเหตุผลในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง อันได้แก่ เหตุผลในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงเพื่อได้รับความรู้ทั่วไป เพื่อรับทราบข้อมูลที่สนใจ

$\bar{X}$

S.D.

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่มีต่อเหตุผลในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 128 คน

ระดับความคิดเห็นต่อเหตุผลในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เพื่อได้รับความรู้ทั่วไป	3.92	0.635	มาก
เพื่อรับทราบข้อมูลที่สนใจโดยเฉพาะ	3.90	0.515	มาก
เพื่อรับรู้เหตุการณ์ความเคลื่อนไหวข่าวสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั่วไป	3.67	0.549	มาก
เพื่อช่วยตัดสินใจในการเลือกใช้บริการต่างๆ	3.27	0.883	ปานกลาง
เพื่อความสนุกสนานผ่อนคลาย	3.87	0.594	มาก
เพื่อค้นหาคุณค่าและศักยภาพของตนเอง			
จากประสบการณ์ในชีวิตของผู้หญิงคนอื่นๆ	3.33	0.843	ปานกลาง
เพื่อติดตามดูเทรนด์แฟชั่น ความงามของผู้หญิงใหม่ๆ	3.81	0.791	มาก
เพื่ออ่านบทสัมภาษณ์ผู้หญิงเก่ง	3.56	0.612	มาก
เพื่อนำข้อมูลไปใช้สนทนาและอ้างอิง	3.41	0.553	มาก

หมายเหตุ: แถบสีแสดงถึงระดับความเห็น 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

จากตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่มีต่อเหตุผลในการอ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงทั้งหมด จำนวน 128 คน พบว่า ผู้ตอบ

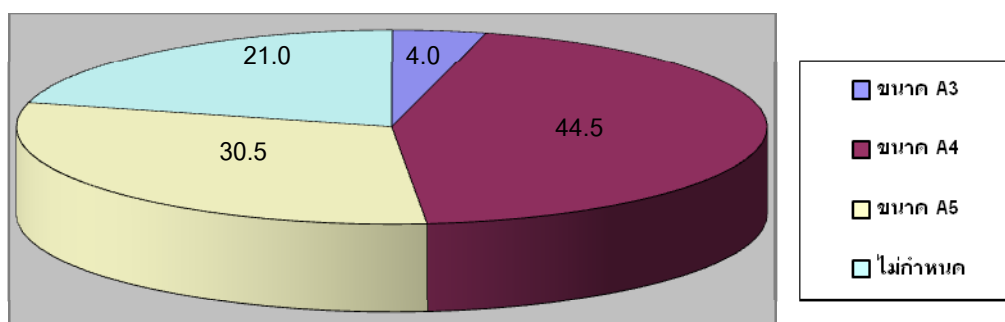
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์รูปแบบนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน อันได้แก่ ลักษณะทางกายภาพหรือรูปเล่มของนิตยสาร และลักษณะของเนื้อหาในเล่ม

รูปแบบนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านลักษณะทางกายภาพหรือรูปเล่มของนิตยสาร ประกอบด้วย ขนาดของนิตยสาร กระดาษที่ใช้ทำหน้าปก/ปกหลังของนิตยสาร กระดาษที่ใช้ทำเนื้อในของนิตยสาร ลักษณะของการพิมพ์สีภายในเล่มนิตยสาร จำนวนหน้าของนิตยสาร กำหนดการออกนิตยสาร ลักษณะแบบปกของนิตยสาร ภาษาที่ใช้ในนิตยสาร สัดส่วนของการโฆษณากับเนื้อหาภายในเล่มนิตยสาร ลักษณะรูปแบบของการโฆษณาในนิตยสาร ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนด้านลักษณะของเนื้อหาในเล่ม ประกอบด้วย ระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อประเภทของเนื้อหาในนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง

$\bar{X}$

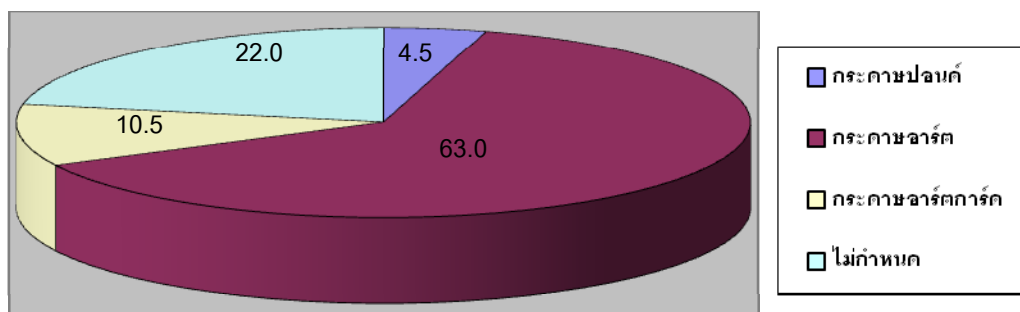
.D.

แผนภูมิ 14 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามขนาดของนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มี
เนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



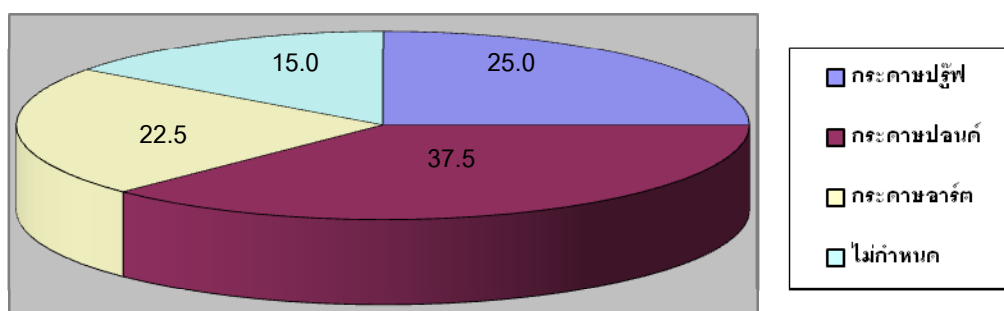
จากแผนภูมิ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า นิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีขนาด A4 (21 x 29.7 เซนติเมตร) จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา คิดว่านิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีขนาด A5 (7 x 14.85 เซนติเมตร) จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 คิดว่านิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงไม่ควรมีการกำหนดขนาดของนิตยสาร จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และคิดว่านิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีขนาด A3 (42 x 59.4 เซนติเมตร) จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

แผนภูมิ 15 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามรูปแบบของกระดาษ
ที่ใช้ทำหน้าปก/ปกหลังของนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับ
ผู้หญิงที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



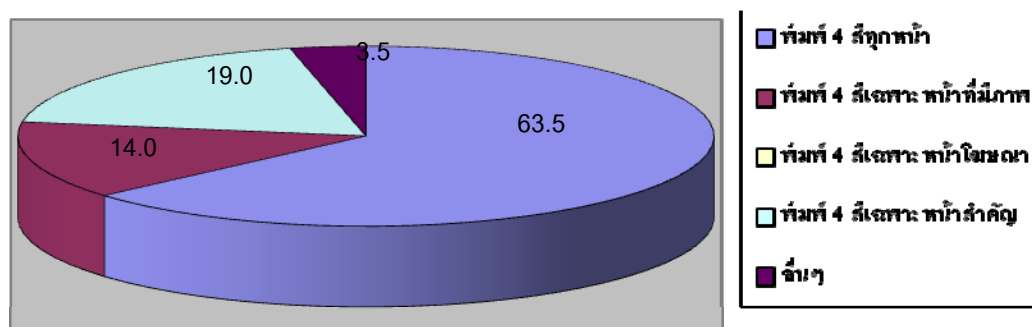
จากแผนภูมิ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า ควรใช้กระดาษอาร์ต (ความหนา 90-160 แกรม สำหรับการพิมพ์ออฟเซต 4 สี) ทำหน้าปก/ปกหลัง ของนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมา คิดว่าไม่ควรกำหนดรูปแบบกระดาษทำหน้าปก/ปกหลังของนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 คิดว่าควรใช้กระดาษอาร์ตการ์ด (ความหนา 210-310 แกรม สำหรับการพิมพ์ 4 สี หรือสีพิเศษ มีการเคลือบเงา) ทำหน้าปก/ปกหลังของนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และคิดว่าควรใช้กระดาษปอนด์ (ความหนา 70, 80, 100 แกรม สำหรับการพิมพ์สีเดียว) ทำหน้าปก/ปกหลังของนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

แผนภูมิ 16 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามรูปแบบของกระดาษ
ที่ใช้ทำเนื้อในของนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับ
ผู้หญิงที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



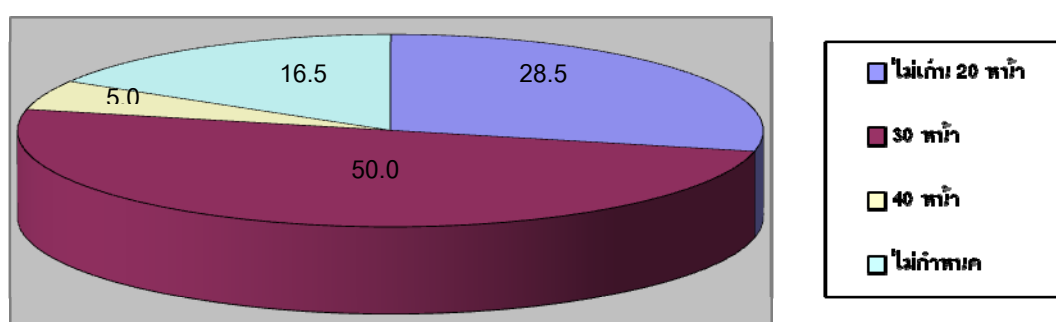
จากแผนภูมิ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า ควรใช้กระดาษปอนด์ (สีขาว หนากว่ากระดาษปรู๊ฟ) ทำเนื้อในของนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มี เนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คิดว่าควรใช้กระดาษปรู๊ฟ (สี ครีมน้ำตาลอ่อน) ทำเนื้อในของนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 คิดว่าควรใช้กระดาษอาร์ต (สีขาว หนากว่ากระดาษปอนด์) ทำเนื้อในของ นิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และคิดว่า ไม่ควรกำหนดรูปแบบกระดาษเนื้อในของนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

แผนภูมิ 17 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามลักษณะของการพิมพ์สี
ภายในเล่มนิตยสารของนิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง
ที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



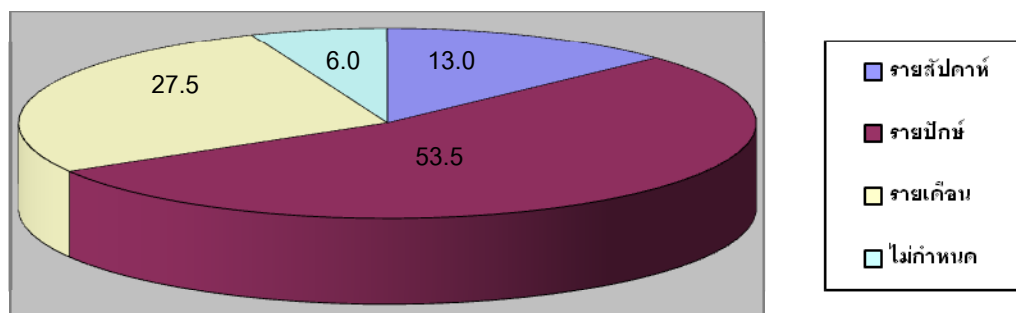
จากแผนภูมิ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า ควรพิมพ์นิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงเป็นลักษณะการพิมพ์แบบ 4 สีทุกหน้า จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา คิดว่าควรพิมพ์นิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหา สำหรับผู้หญิงเป็นลักษณะการพิมพ์แบบ 4 สีเฉพาะหน้าสำคัญ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 คิดว่าควรพิมพ์นิตยสารแจกฟรียายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงเป็นลักษณะการพิมพ์แบบ 4 สีเฉพาะหน้าที่มีภาพ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 คิดว่าควรพิมพ์นิตยสารแจกฟรียาย เดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงเป็นลักษณะอื่นๆ เช่น 2 สี เป็นต้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และจากการสำรวจ พบว่า ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่คิดว่าควรพิมพ์นิตยสารแจกฟรียาย

แผนภูมิ 18 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามจำนวนหน้าของ
นิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ตรงตาม
ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



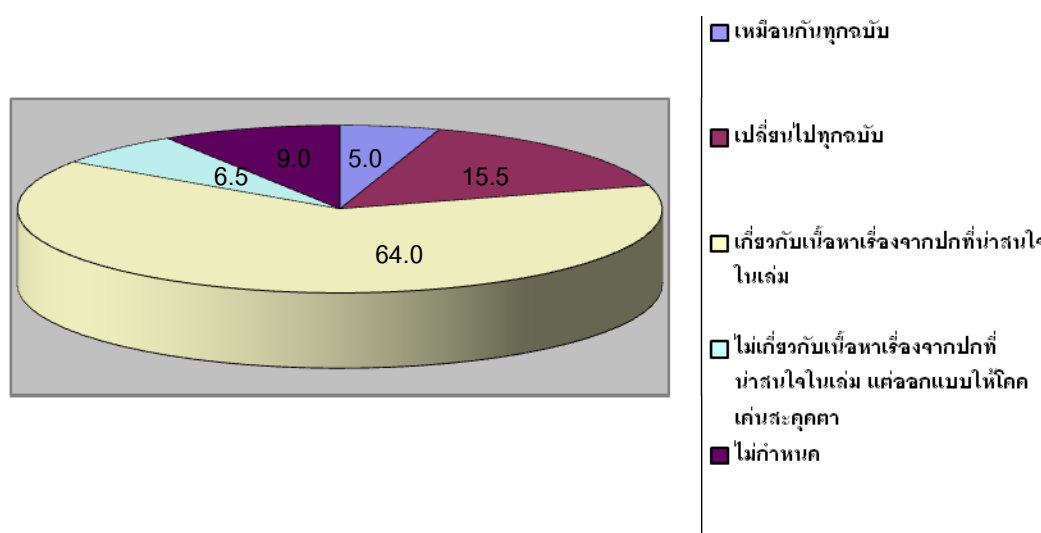
จากแผนภูมิ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า นิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีประมาณ 30 หน้า จำนวน 100 คน คิดเป็น ร้อยละ 50.0 รองลงมา คิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีไม่เกิน 20 หน้า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 คิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง ไม่ควรมีการกำหนดจำนวนหน้า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และคิดว่านิตยสารแจกฟรี รายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีประมาณ 40 หน้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

แผนภูมิ 19 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามกำหนดการออก
ของนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง
ที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



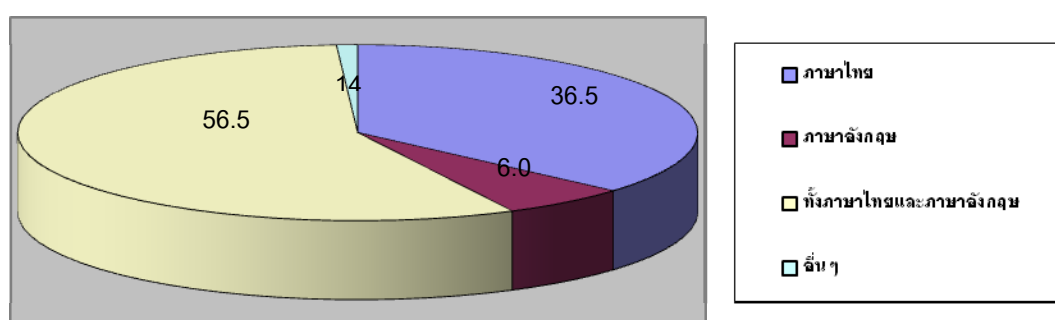
จากแผนภูมิ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า นิตยสารแจกฟรียรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีกำหนดออกแบบรายปักษ์ (สองสัปดาห์ ออก 1 ฉบับ) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา คิดว่านิตยสารแจกฟรียรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีกำหนดออกแบบรายเดือน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 คิดว่า นิตยสารแจกฟรียรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีกำหนดออกแบบรายสัปดาห์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และคิดว่านิตยสารแจกฟรียรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงไม่ควรมีการ กำหนดออกนิตยสาร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

แผนภูมิ 20 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามลักษณะแบบปกของนิตยสารแจกฟรีย รายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



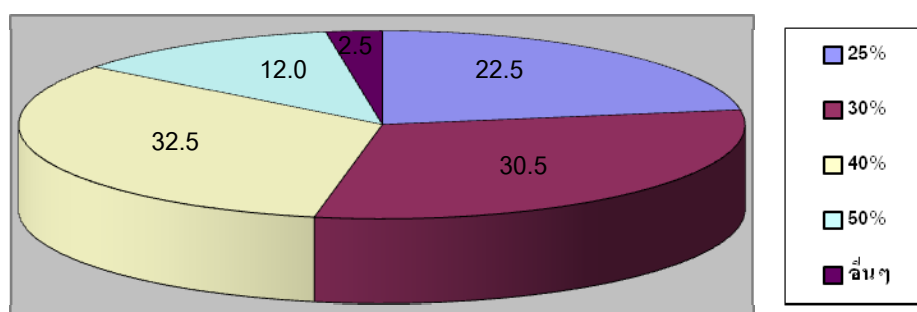
จากแผนภูมิ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า รูปแบบปกของนิตยสารแจกฟรียรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีลักษณะเกี่ยวกับเนื้อหาเรื่อง จากปกที่น่าสนใจในเล่ม จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา คิดว่ารูปแบบปกของ

แผนภูมิ 21 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามภาษาที่ใช้ในนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มี
เนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



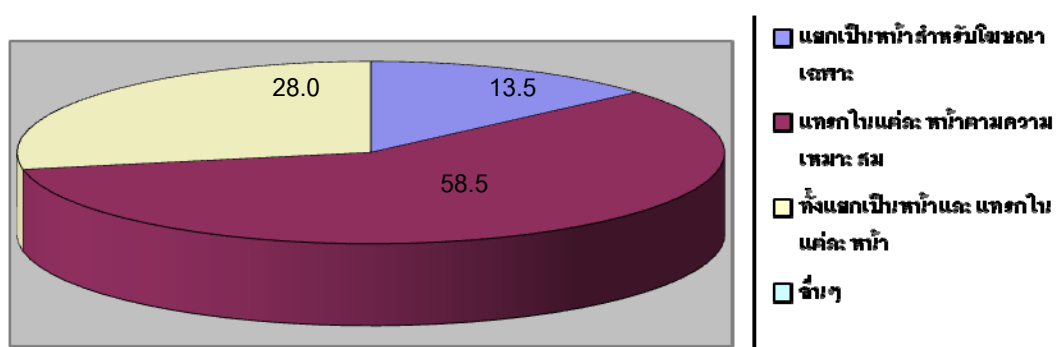
จากแผนภูมิ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า นิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรใช้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา คิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรใช้ภาษาไทย จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 คิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรใช้ภาษาอังกฤษ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และคิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรใช้ภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาจีน และภาษาฝรั่งเศส จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

แผนภูมิ 22 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามสัดส่วนของการโฆษณา
กับเนื้อหาภายในเล่มนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง
ที่ตรงตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



จากแผนภูมิ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่า นิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรแบ่งสัดส่วนการโฆษณาภายในเล่มกับเนื้อหาเป็น 40% จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา คิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรแบ่งสัดส่วนการโฆษณาภายในเล่มกับเนื้อหาเป็น 30% จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 คิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรแบ่งสัดส่วนการโฆษณาภายในเล่มกับเนื้อหาเป็น 25% จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 คิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรแบ่งสัดส่วนการโฆษณาภายในเล่มกับเนื้อหาเป็น 50% จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และคิดว่านิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรแบ่งสัดส่วนการโฆษณาภายในเล่มกับเนื้อหาเป็นสัดส่วนอื่นๆ เช่น 35%, 45%, 70% เป็นต้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

แผนภูมิ 23 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละจำแนกตามลักษณะรูปแบบของการโฆษณา
 ในนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงที่ตรงตาม
 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม



จากแผนภูมิ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่คิดว่าการโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีลักษณะรูปแบบแทรกในแต่ ละหน้าตามความเหมาะสม จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมา คิดว่าการโฆษณาใน นิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีลักษณะรูปแบบที่ทั้งแยกเป็นหน้าและ แทรกในแต่ละหน้า จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และคิดว่าการโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี รายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีลักษณะรูปแบบแยกเป็นหน้าสำหรับโฆษณาเฉพาะ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และจากการสำรวจ พบว่า ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดที่คิด ว่าการโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงควรมีลักษณะรูปแบบอื่นๆ ที่ นอกเหนือจากตัวเลือกที่กำหนดให้ ดังนั้น จึงคิดเป็นร้อยละ 0

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อประเภทของเนื้อหาในนิตยสารแจกพรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง

ระดับความต้องการต่อประเภทของเนื้อหา ในนิตยสารแจกพรีรายเดือน ที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความต้องการ
ด้านแฟชั่น	4.24	0.694	มากที่สุด
ด้านความงาม	4.38	0.638	มากที่สุด
ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม	3.59	0.620	มาก
ด้านการท่องเที่ยว พักผ่อน	3.82	0.735	มาก
ด้านกีฬา	2.95	0.846	ปานกลาง
ด้านธุรกิจ	3.32	0.842	ปานกลาง
ด้านชีวิตและสุขภาพการกินการอยู่	4.04	0.633	มาก
ด้านความรักและครอบครัว	3.59	0.931	มาก
ด้านการสัมภาษณ์ผู้หญิงเก่งวงการต่างๆ	3.51	0.808	มาก
ด้านเรื่องราวของผู้หญิงเก่งระดับโลก	3.40	0.845	ปานกลาง
ด้านเรื่องราวของผู้หญิงธรรมดาสามัญคนหนึ่ง ที่ทำในสิ่งที่พิเศษและยิ่งใหญ่แก่สังคม แก่คนอื่น ๆ	3.61	0.902	มาก
ด้านบทความพิเศษ	3.43	0.905	มาก

หมายเหตุ: แถบสีแสดงถึงระดับความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก

จากตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อประเภทของเนื้อหาในนิตยสารแจกพรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงทั้งหมด จำนวน 200 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความต้องการต่อประเภทของเนื้อหาในนิตยสารแจกพรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงด้านความงามอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา คือ ให้ความต้องการต่อประเภทของเนื้อหาในนิตยสารแจกพรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงด้านแฟชั่นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ให้ความต้องการต่อประเภทของเนื้อหาในนิตยสารแจกพรีรายเดือนที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิงด้านชีวิตและสุขภาพการกินการอยู่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ให้ความต้องการต่อประเภทของ

4.2 ผลการวิเคราะห์และประมวลผลแบบสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้อ่านนิตยสารประเภทแจกฟรีและนิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้หญิงจำนวน 20 คน ทำให้ทราบถึงรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้หญิงที่อาจมีความเป็นไปได้หรือมีความแตกต่างจากรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้หญิงที่มีอยู่ในสังคมปัจจุบัน โดยผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นิตยสารแจกฟรีส่วนใหญ่มีประโยชน์และมีความสำคัญ เนื่องจากมีเนื้อหาสาระและข้อมูลต่างๆ มากมาย อ่านแล้วได้รับประโยชน์มากขึ้น เนื้อหาส่วนใหญ่ใกล้เคียงและดีพอๆ กับนิตยสารทั่วไป นอกจากนี้ ยังประหยัดเงินอีกด้วย เพราะไม่ต้องเสียเงินซื้อ แต่ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนรู้สึกเฉยๆ และไม่ค่อยชอบเท่าไร โดยให้เหตุผลว่า เนื้อหาในเล่มมักจะเน้นไปทางโฆษณาสินค้าต่างๆ เสียเป็นส่วนใหญ่

2. จำเป็นต้องผลิตเป็นนิตยสาร 2 ภาษา เนื่องจากนิตยสารแจกฟรีส่วนใหญ่แจกให้คนไทยอ่าน หากตีพิมพ์เป็น 2 ภาษาออกมาก็อาจจะไม่เกิดประโยชน์มากนัก และอาจเป็นการเปลืองต้นทุนโดยไม่จำเป็น แต่มีรูปแบบที่น่าสนใจก็เพียงพอแล้ว แต่อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารแจกฟรีฉบับนั้นๆ ยกตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นนิตยสารแจกฟรีที่เกี่ยวข้องกับด้านท่องเที่ยวก็ควรมี 2 ภาษา

3. การให้สนใจอ่านนิตยสารประเภทแจกฟรีอยู่ในระดับสูง เนื่องจากผู้อ่านจะทราบข้อมูลและเรื่องราวต่างๆ แบบไม่ต้องเสียเงิน ถ้ามีนิตยสารแจกฟรีวางไว้จะหยิบอ่านทุกครั้ง และหากมีโอกาสและมีเวลาจะอ่านทุกหน้า และถ้ามีนิตยสารแจกฟรีเล่มนั้นๆ มีเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจก็จะหยิบมาอ่าน แต่ยังมีเพียงบางส่วนของที่มีความสนใจที่จะอ่านนิตยสารประเภทแจกฟรีน้อยมาก โดยให้เหตุผลว่า ถ้ามีคนแจกก็จะรับมาอ่าน แต่จะใช้ระยะเวลาในการอ่านเพียงสั้นๆ เท่านั้น

4. นิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้หญิงที่มีอยู่ในปัจจุบันยังขาดเนื้อหาทางด้านการดูแลสุขภาพและวิธีการป้องกันภัยหรืออันตรายใกล้ตัว เนื่องจากสังคมไทยในปัจจุบันเกิดเหตุการณ์ต่างๆ ที่ไม่คาดคิดได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นโรคภัยไข้เจ็บ หรืออันตรายจากคนรอบข้าง ดังนั้น จึงอยากให้นิตยสารแจกฟรีเพิ่มเติมเนื้อหาทางด้านดังกล่าวให้เพิ่มมากขึ้น และยังขาดเนื้อหาทางด้านเศรษฐกิจสำหรับผู้หญิง (ธุรกิจส่วนตัว) กับ How to ที่เป็นประโยชน์ อย่างเช่น การเงิน การลงทุน เป็นต้น ด้านการท่องเที่ยว ด้านการเมือง กฎหมาย และสังคม ทั้งนี้ นิตยสารแจกฟรีในปัจจุบันส่วนใหญ่มักจะเน้นการโฆษณาสินค้า และเนื้อหาทางด้านความสวยความงามมากเกินไป ควรมีการเพิ่มเติมเนื้อหาทางด้านดังกล่าวให้มากขึ้น เพราะผู้หญิงในยุคปัจจุบัน ต้องการที่จะทราบความเป็นไปของเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่นอกเหนือจากเรื่องความสวยความงาม

5. นิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้หญิงที่มีการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นข่าวสารหนักๆ ด้านความรุนแรงทางเพศ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เรื่องราวระหว่างประเทศ เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่หนักเกินไป เนื่องจากผู้หญิงมักจะให้ความสนใจเป็นพิเศษกับนิตยสารที่เกี่ยวกับวงการบันเทิง สุขภาพ หรือนิตยสารที่มีสาระเบาๆ ดังนั้น เรื่องสาระหนักๆ คงไม่มีคนให้ความสนใจมากนัก แต่ในขณะเดียวกัน ก็จะยินดีที่จะอ่านนิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้หญิงที่มีการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นข่าวสารหนักๆ ด้านความรุนแรงทางเพศ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เรื่องราวระหว่างประเทศ เพราะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ และผู้หญิงยุคใหม่ควรมีความรู้รอบด้าน ทั้งนี้ควรแบ่งสัดส่วนกับเนื้อหาอื่น ๆ ให้เหมาะสม

6. ไม่ถือเป็นความล้าสมัย หากรูปแบบของการจัดหน้ากระดาษที่มีลวดลายของความเป็นไทย เช่น ลายกนก เนื่องจากเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนดีของนิตยสาร แต่ควรมีการ

7. การใช้ชื่อว่า Naree สามารถสื่อความหมายถึงความเป็นเพศหญิงได้ดี เนื่องจากมีความเป็นไทยชัดเจน สื่อความหมายถึงเพศหญิงได้อย่างลงตัว ฟังแล้วทำให้นึกถึงผู้หญิงไทยที่เรียบร้อย มีความเป็นแม่ศรีเรือน แต่มีผู้ให้สัมภาษณ์บางคนคิดว่า ไม่สามารถสื่อความหมายได้กับผู้อ่านทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้อ่านที่เป็นชาวต่างชาติ เพราะผู้อ่านกลุ่มนี้อาจไม่เข้าใจความหมายของคำว่า Naree ว่าหมายถึงอะไร ทำให้การสื่อสารระหว่างผู้จัดทำนิตยสารกับผู้อ่านกลุ่มนี้ผิดเพี้ยนไป สำหรับข้อเสียของการตั้งชื่อนิตยสารว่า Naree นั้นเป็นการจำกัดกลุ่มผู้อ่านมากเกินไป ทำให้ผู้ชายไม่กล้าอ่าน ซึ่งคำว่า Naree สื่อความหมายถึงเพศหญิงได้ชัดเจนจริง แต่ยังมีผลทำให้นึกถึงนิตยสารอื่นๆ ที่ดูโบราณ ไม่ทันสมัย

8. จำนวนหน้าของนิตยสารแจกฟรีไม่มีผลกระทบต่อความรู้สึกที่มีต่อการอ่านเลย เนื่องจากว่าจำนวนหน้าจะมากหรือน้อยไม่มีความสำคัญ ขึ้นอยู่กับความเข้มข้นและเหมาะสมของเนื้อหามากกว่า แต่ในขณะเดียวกันถ้าจำนวนหน้ามากเกินไป จะทำให้ขนาดของนิตยสารดูหนาไปจนที่เกียจหยิบ ขี้เกียจอ่าน และเป็นภาระในการพกพา แต่ถ้าจำนวนหน้าน้อยเกินไปก็จะรู้สึกว่าไม่คุ้มค่า และอาจทำหายได้ง่าย เพราะคิดว่าไม่ได้มีสาระอะไรมากมาย

9. การนำเสนอข่าวแบบสั้นและให้รายละเอียดแบบจำกัดมีผลต่อความรู้สึกเนื่องจากจะรู้สึกว่าได้รับข่าวสารไม่ครบถ้วน ทำให้รับรู้ข่าวสารแค่เพียงผิวเผิน และส่งผลให้เกิดความรู้สึกสงสัยในความต้องการของเนื้อหาข่าวว่าตรงกับความเป็นจริงมากน้อยเพียงใด แต่ทั้งนี้ในปัจจุบันผู้อ่านส่วนใหญ่มีเวลาน้อย ถ้าเป็นข้อมูลข่าวสารที่สั้นได้ใจความครบถ้วน จะช่วยให้ประหยัดเวลาในการอ่านได้มากขึ้น และเข้าใจว่านิตยสารแจกฟรีส่วนใหญ่มีการจำกัดจำนวนหน้าไว้ จึงต้องนำเสนอในรูปแบบที่สั้นและกระชับที่สุด

10. การนำเสนอในลักษณะเรื่องยาวประมาณ 2-3 หน้า เป็นการนำเสนอข้อมูลที่มากเกินไป และไม่ค่อยแตกต่างจากนิตยสารแจกฟรีทั่วไปเท่าใด เพราะเคยอ่านมาบ้างในนิตยสารแจกฟรีบางเล่ม นอกจากนี้ ถ้ามีการนำเสนอเกินกว่าสองหน้าก็จะทำให้รู้สึกเบื่อ และไม่อยากอ่านต่อ

11. วัฒนธรรมของความเป็นเพศหญิงในด้านสิทธิของสตรี ที่ควรได้รับการนำเสนอหรือกระตุ้นเตือนจากสังคมมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันสตรีเพศโดนทำร้ายทั้งทางด้านร่างกายและด้านจิตใจ ทั้งจากการกระทำและคำพูดของคนรอบข้าง โดยเฉพาะจากบุรุษเพศ ดังนั้น สังคมควรให้ความสำคัญกับสิทธิต่างๆ ของเพศหญิงให้มากขึ้น

12. การนำเสนอคอลัมน์ความงามและคอลัมน์แฟชั่นในนิตยสารสตรีมีความจำเป็นมาก เนื่องจากเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดให้นิตยสารแจกฟรีน่าอ่าน เพราะเรื่องเสื้อผ้า และเครื่องสำอางเป็นสิ่งที่ผู้หญิงสนใจเป็นอันดับต้นๆ อยู่แล้ว นอกจากนี้ควรเพิ่มเติมข้อมูลที่ทันสมัย พร้อมทั้งลงสินค้าใหม่ๆ และสถานที่จัดจำหน่ายด้วย

13. ลักษณะผู้หญิงที่ดึงดูดตามแบบวัฒนธรรมไทย ท่านคิดว่าควรมีภาพลักษณ์ที่ประพุดติและปฏิบัติตนตามจารีตประเพณีไทย กล่าวที่จะพูดและทำในสิ่งที่ถูกต้อง มีความเคารพ และให้เกียรติทั้งตนเองและผู้อื่น รู้จักกาลเทศะ และรู้จักรักและดูแลสุขภาพร่างกายของตนเอง และหากเปรียบเทียบว่าเป็นบุคคลคนหนึ่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกับลักษณะที่ดึงดูดดังกล่าวนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่คิดว่ามีความใกล้เคียงกับ คุณแอน ทองประสม และคุณแอฟ ทักษอร ภักดิ์สุขเจริญ ซึ่งเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงไทยในปัจจุบัน

14. เรื่องราวที่มีประโยชน์ต่อผู้หญิงในปัจจุบันควรเน้นการนำเสนอเรื่องราวประเภทการดูแลสุขภาพของตัวเอง เนื่องจากว่าในปัจจุบันผู้หญิงออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น และทำงานหนักมากเท่าๆ กับผู้ชาย เพราะฉะนั้น ควรนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพให้แข็งแรงดูดีอยู่เสมอ รองลงมา ควรเน้นการนำเสนอเรื่องราวประเภทการป้องกันตนเองจากภัยต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว เนื่องจากข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ที่ได้อ่านกันอยู่ทุกวัน มีข่าวคราวที่ผู้หญิงโดนทำร้ายอยู่เสมอ ดังนั้น ควรนำเสนอวิธีการป้องกันตนเองจากภัยอันตรายต่างๆ เพื่อช่วยเหลือให้ผู้หญิงรู้จักป้องกันตนเองได้อย่างถูกวิธีและปลอดภัยมากที่สุด

15. ลักษณะของการติดตามนิตยสารแจกฟรีของท่าน เป็นลักษณะแบบไม่เจาะจงว่าต้องเป็นแฟนประจำ แล้วแต่จะได้รับการแจก ไม่ได้ติดตามเล่มใดเล่มหนึ่งเป็นประจำ อ่านได้เรื่อยๆ และอ่านหลายเล่มหมุนเวียนกันไป แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีลักษณะของการติดตามนิตยสารแจกฟรีแบบเจาะจงและเป็นแฟนประจำ เนื่องจากเนื้อหาในนิตยสารแจกฟรีฉบับนั้นตรงกับความต้องการ และมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ น่าติดตาม ส่งผลให้กลายเป็นแฟนประจำโดยไม่รู้ตัว

4.3 การวิเคราะห์ SWOT ของนิตยสารแจกฟรี

SWOT คือแผนการบริหารจัดการองค์กรที่ประกอบด้วยการวิเคราะห์หาจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และ อุปสรรคหรือภาวะคุกคาม (Threats) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกซึ่งจุดแข็งและจุดอ่อนนั้นจะเป็นเรื่องของปัจจัยภายในองค์กร ส่วนการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคนั้นจะเป็นเรื่องของปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น การขายเนื้อหมูที่ตกต่ำ ขาดทุน เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดหมู เป็นต้น ทั้งนี้จะได้นำหลักการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวมาวิเคราะห์ SWOT ของนิตยสารแจกฟรีทั่วไป 4 ฉบับ ได้แก่

- SWOT ของนิตยสาร 247 Twenty-Four Seven City Magazine
- SWOT ของนิตยสาร WOMAN Plus
- SWOT ของนิตยสาร Falsh mag.
- SWOT ของนิตยสาร Happening

เพื่อค้นหานิตยสารดังกล่าวมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคหรือมีภาวะคุกคามอะไรบ้าง เพื่อการสร้างบุคลิกลักษณะของนิตยสารรายเดือนสำหรับผู้หญิงประเภทแจกฟรี “Naree” โดยหวังว่าจะมีความแตกต่างและโดดเด่นจากนิตยสารแจกฟรีทั่วไปดังกล่าวจากการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT ของนิตยสารแจกฟรีทั่วไป 4 ฉบับนั้นเป็นกรอบแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
247 City Magazine	- เป็นนิตยสารแจกฟรีทั่วไปที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้หญิง	- มีเนื้อหาที่สิ่งพิมพ์เพื่อการแนะนำสินค้า	- ขยายฐานกลุ่มผู้อ่านนิตยสารแจกฟรีและกลุ่มบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ให้กว้างขึ้นได้	- ภาวะเศรษฐกิจทรุดตัวหรือชะลอตัวส่งผลต่อยอดขายการผลิตน้อยลงและกลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์และกลุ่มบริษัทตัวแทนโฆษณาโฆษณาน้อยลง

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- มีรูปเล่มขนาดพิเศษ แตกต่างจากนิตยสารแจกฟรีทั่วไปฉบับอื่น (คือมีขนาด10x13 นิ้ว) เป็นเอกลักษณ์ที่ผู้อ่านจำง่าย	- มีเนื้อหาล้ำยุคลึกลับ นิตยสารสำหรับผู้หญิงและนิตยสารทั่วไป นำเสนอเรื่องราวแฟชั่น ความงาม สุขภาพ ศิลปะ การทำงาน ซื้อมั๊ว กิน ต้ม เทียว พักผ่อน บ้านเท่ง ภาพยนตร์ ดนตรี หนังสือ ตกแต่งบ้าน ดูดวง	- สินค้ามีโอกาสเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้โดยตรง รวดเร็ว	- นิตยสารแจกฟรีเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านต่างๆ ในชีวิตของผู้หญิงและผู้คนในสังคมได้
	- มีแนวคิดที่ชัดเจน คือเป็น เพื่อน สำหรับผู้อ่านในการใช้ชีวิต 24 ชั่วโมงในทุก 7 วัน ให้คุ้มค่าที่สุด จึงมีชื่อว่า 247 ที่ง่ายแก่การจดจำ	- มีกลุ่มผู้อ่านไม่เฉพาะเจาะจง	- สามารถฉีกแนวเนื้อหาในคอลัมน์ให้มีความแปลกใหม่ที่มีเนื้อหาเชิงวัฒนธรรม สำหรับผู้หญิงให้ลึกซึ้งได้	- เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอายุผันแปรได้ ไม่มั่นคงยั่งยืน เกิดและดับได้ในเวลาอันสั้น
	- มีเนื้อหาสั้น กระชับ อ่านง่าย เข้าใจเร็ว	- นิตยสารแจกฟรีทั่วไปส่วนใหญ่มีอายุสั้น อยู่ได้ไม่นาน เหมาะกับแคมเปญเพื่อกระตุ้นยอดขายหรือส่งเสริมการขายที่หวังผลตอบแทนในระยะเวลารวดเร็ว จะประสบความสำเร็จได้ยาก	- ด้อยอดทำพ็อคเก็ตบุ๊กหรือฉบับรวมเล่มสำหรับผู้หญิงได้	- เป็นสินค้าที่กระตุ้นรสนิยม ความพึงพอใจและกระแสวัตถุนิยมของกลุ่มผู้หญิงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคม

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- ใช้เวลาอ่านน้อย ได้แทบทุกที่แทบ ทุกเวลา	- รายได้จากการ โฆษณาไม่มั่นคง เพราะเป็นนิตยสาร แจกจ่ายไม่ใช่ นิตยสารจำหน่าย -เป็นนิตยสารแจก ฟรีในเครือบริษัท เดียวกับนิตยสาร แจกฟรี WOMAN Plus	- เกิดวัฒนธรรมรัก การอ่านในหมู่ ผู้บริโภคทั่วไป	- มีกลุ่มผู้ผลิต นิตยสารแจกฟรี ประเภทต่างๆ ขึ้น มากในเวลา เดียวกัน
	- ผู้บริโภคไม่เสีย เงินซื้อเพราะเป็น นิตยสารแจกฟรี	- มีแนวคิดเนื้อหา ในคอลัมน์ในเชิง วัฒนธรรมทั่วไป ไม่ ใช่เฉพาะของเพศ หญิงที่ลึกซึ้งและ ชัดเจน	- ช่วยกระตุ้น มาตรฐานในการ ผลิตนิตยสารแจก ฟรีที่ดีและมี คุณภาพ	- มีสื่อทางเลือก ใหม่ ที่เข้าถึงกลุ่ม ผู้หญิงได้ดี รวดเร็ว ทันสมัยกว่า
	- พบเห็น และรับ แจกฟรีได้ง่ายแหล่ง ชุมชนในสังคม เมือง ที่ผู้หญิง ส่วนใหญ่นิยม เช่น ห้างสรรพสินค้าชั้น นำ ร้านกาแฟ โรงแรม ร้านอาหาร		- เป็นสื่อทางเลือก สมัยใหม่ของ ช่องทางในการ สื่อสารระหว่าง ผู้หญิงกับผู้หญิง ผู้หญิงกับสังคม โลกภายนอก และ ผู้หญิงกับเพศตรง ข้ามในสังคม เพื่อ การเข้าใจเพศหญิง และความ มากกว่าสื่ออื่น เพราะนิตยสารส่วน ใหญ่มักเป็น นิตยสารเฉพาะ กลุ่ม	- นิตยสารแจกฟรี ทั่วไปมีเฉพาะเมือง ใหญ่ เมื่อท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพฯ ที่มี นิตยสารแจกฟรี มากที่สุดในประเทศไทย รองลงมาคือ เชียงใหม่และภูเก็ต ส่วนใหญ่มีเนื้อหา เพื่อรองรับธุรกิจ ท่องเที่ยว มักไม่มี ธุรกิจประเภทอื่น

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- มีกำหนดการออก แจกจ่ายที่ แน่นอนตายตัว		- กลุ่มเป้าหมาย สามารถเข้าถึงได้ ง่าย ไม่ต้องเสียเงิน ก็สามารถรับสารได้ รวดเร็ว	- เป็นธุรกิจที่ เจ้าของหรือนายทุน อาจเปลี่ยนใจได้ ตลอดเวลา จึงเป็น ภาวะเสี่ยงของกลุ่ม ผู้ผลิตและกลุ่ม บริษัทสื่อโฆษณา
	- ความเป็น นิตยสารแจกขยาย ฐานกลุ่มลูกค้าได้ มากขึ้น		- ถ้านิตยสารแจก ฟรีมีคุณภาพ อาจ ก่อให้เกิดการสะสม เกิดวัฒนธรรมการ รวมตัวของกลุ่มคน ที่รักนิตยสารแจก ฟรีมาแลกเปลี่ยน ทัศนคติ หยิบยก เรื่องราวต่างๆ ใน นิตยสารมาพูดคุย ถ่ายทอดสู่กัน	- นิตยสารแจกฟรี ทั่วไปมักถูกมองว่า ถูกสร้างขึ้นเพื่อ ขายโฆษณาต้อง พึ่งพิงโฆษณา
			- เกิดการเดินทาง จากคนสู่คนต่อไป เรื่อยๆ เมื่ออ่านแล้ว วางทิ้งไว้ทำให้สาร ในนิตยสารได้รับ การส่งต่อไม่จบสิ้น	- แม้จะเป็น นิตยสารที่อาจจะดี สำหรับแจกฟรีแต่ ยังดีไม่พอสำหรับ ทำขาย
			- นิตยสารแจกฟรี บางฉบับสามารถ ทำขายได้ด้วย	- การหยิบฟรีมีมาก เท่าใด การทิ้งก็มี มากขึ้นเท่านั้น
			- เกิดการสร้าง ชุมชนคนอ่านเป็น การสร้างสรรค์ คุณค่าของนิตยสาร แจกฟรี	- รายได้หลักของ การทำนิตยสาร แจกฟรีคือการขาย โฆษณา

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
			- สามารถพ่วงกับ ธุรกิจใหม่หลาย ธุรกิจ เป็นการสร้าง Distribution Network	- สายสัมพันธ์ เครือข่ายต่างๆ มี ความสำคัญในการ ทำธุรกิจสื่อแจกฟรี
			- บริษัทตัวแทน โฆษณาและผู้ วางแผนสื่อให้ ความสนใจสื่อแจก ฟรี	
			- มีอัตราการ ขยายตัวและฐาน กลุ่มผู้อ่านอย่าง กว้างขวางและ ต่อเนื่อง	
			- มีองค์กรใหญ่ๆ ให้ความสนใจผลิต สื่อแจกฟรีมากขึ้น เพราะมีต้นทุนต่ำ และรายได้โฆษณา ดีกว่า	
WOMAN Plus	- เป็นนิตยสารแจก ฟรีที่มีคุณภาพที่ ได้รับความนิยม จากกลุ่มผู้อ่านเพศ หญิงหม่วัย นักศึกษาและหมู่ วัยทำงานในสังคม เมืองมากเป็น อันดับต้นๆ	- มีแนวคิดในการ นำเสนอคอลัมน์ที่ คล้ายคลึงกับ นิตยสารสำหรับ ผู้หญิงทั่วไป		

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- มีแนวคิดในคอลัมน์ที่มุ่งเน้นให้ผู้หญิงเป็นผู้หญิงสมัยใหม่มีทัศนคติต่อชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงานที่มองโลกในแง่ดี คือเป็นผู้หญิงคิดบวกอย่างชัดเจนตรงกับชื่อนิตยสาร	- ขาดแนวคิดในการนำเสนอคอลัมน์ที่มีเนื้อหามิติทางวัฒนธรรมในชีวิตของผู้หญิงแนวคิดในคอลัมน์ยังคงเป็นแนวไลฟ์เรื่องทั่วไปในชีวิตไม่เน้นมิติทางวัฒนธรรมเชิงลึกในชีวิตผู้หญิงด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ หรือ บทบาททางเพศของผู้หญิงในมุมมองใหม่ๆ		
	- เป็นนิตยสารแจกฟรีรายปีที่มีความมั่นคง รวม 4 ปี (พ.ศ.2549-2552)	- ขาดความร่วมมือจากองค์กรด้านการส่งเสริมสถานภาพและสิทธิสตรีต่างๆ		
	- มีรูปแบบและเนื้อหาทันสมัย ทันเหตุการณ์	- มีจำนวนหน้า 32 หน้า		
	- มีเนื้อหาสั้น กระชับ อ่านง่าย เข้าใจเร็ว	- มีแนวคิดในการนำเสนอคอลัมน์ที่คล้ายคลึงกับนิตยสารสำหรับผู้หญิงทั่วไป		

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- มีคอลัมน์ relationship tip / talk to her/ Woman @ Work	- กระดาษอาร์ต ด้านหนา ยากแก่ การพกพา		
	- ให้ความสัมพันธ์ และความเข้าใจ ระหว่างเพศหญิง กับเพศหญิง หรือ เพศหญิงกับเพศ ชาย ซึ่งนิตยสาร แจกฟรีทั่วไปฉบับ อื่นไม่มี	- ถ้ารูปเล่มและ เนื้อหาไม่ดึงดูด จะ ทำให้ไม่ได้รับความ สนใจในครั้งต่อไป		
	- ใช้เวลาอ่านน้อย อ่านได้แทบทุกที่ แทบทุกเวลา	- ไม่ปรากฏคำว่า Free Copy หรือคำ ว่า Free		
	- ผู้บริโภคไม่เสีย สตางค์ซื้อหา	- บรรจุเนื้อหาเชิง วัฒนธรรมของ ผู้หญิงเพียงผิวเผิน		
	- พบเห็น และรับ แจกฟรีได้ง่าย เช่น ห้างสรรพสินค้าชั้น นำ ร้านกาแฟ โรงแรม ร้านอาหาร			
	- มีกำหนดการออก แจกจ่ายที่แน่นอน			
	- ใช้นางแบบคนดัง ในขณะนั้นๆ เป็น นางแบบปก			
	- ปรากฏคำว่า Free Magazine บนหน้าปก			

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- ความเป็นนิตยสารแจกฟรีทำให้ได้ลูกค้ากว้าง หลากกลุ่ม ขยายฐานกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น - ใครๆ ก็อยากอ่าน เพราะฟรี - สินค้าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี			
Flash mag.	- เป็นนิตยสารแจกฟรีที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านเพศหญิงวัยทำงานสมัยใหม่ในสังคมเมืองมากเป็นอันดับต้นๆ - เป็นนิตยสารแจกฟรีรายสัปดาห์ที่มีอายุยืนนานถึงปัจจุบัน 5 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2548 -2552) - มุ่งเน้นคอลัมน์แฟชั่น ความงามสำหรับผู้หญิงวัยทำงานที่มีรสนิยมสมัยใหม่ - มีจำนวนหน้า 28 หน้า อาร์ตมันบาง สะดวกแก่การพกพา			

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- ใครๆ ก็อยากอ่านเพราะฟรี - ไม่ปรากฏคำว่า Free Copy หรือคำว่า Free แต่เป็นที่รับรู้กันในกลุ่มผู้อ่านแล้วว่าเป็นนิตยสารแจกฟรี - สินค้าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด ง่าย - องค์ประกอบด้านรูปแบบและเนื้อหาทันสมัย			
Happening	- เป็นนิตยสารแจกฟรีทั่วไปเฉพาะกลุ่มที่รักและสนใจเรื่องความบันเทิงในด้านการศิลปะและภาพยนตร์ - มีขนาดรูปเล่มพิเศษแตกต่างจากนิตยสารแจกฟรีทั่วไป (ขนาด 8 x 10.5 นิ้ว) เป็นที่สะดุดตาและจำง่าย - มีทั้งฉบับแจกฟรีและฉบับจำหน่าย	- ใช้ทั้งตัวเลขไทยและเลขอารบิกเป็นเลขบ่งบอกฉบับ สร้างความคลั่งกันทางภาษา - ได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม คือกลุ่มคนรุ่นใหม่ นักศึกษาคนทำงานที่ชอบงานศิลปะ ภาพยนตร์และหนังสือ - มีทั้งหนังสือและหน้าขาวดำทั้งของฉบับแจกจ่ายฟรีและฉบับจำหน่าย		

นิตยสารแจกฟรี ทั่วไป 4 ฉบับ	จุดแข็ง (strength)	จุดอ่อน (Weakness)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	- เป็นนิตยสารแจกฟรี 2 ภาษา ทำให้เปิดรับกลุ่มผู้อ่านกว้างมากขึ้น - มีเนื้อหาสั้น กระชับ อ่านง่าย เข้าใจเร็ว - ใช้เวลาอ่านน้อย อ่านได้แทบทุกที่ แทบทุกเวลา - ผู้บริโภคไม่เสียสตางค์ซื้อหา - พบเห็น และรับแจกฟรีได้ง่ายในแหล่งชุมชนชั้นนำในสังคมเมือง แหล่งรวมคนรุ่นใหม่ที่มีรสนิยมชื่นชอบงานศิลปะ ภาพยนตร์ - ใครๆ ก็อยากอ่านเพราะฟรี - สินค้าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด - องค์ประกอบด้านรูปแบบและเนื้อหาทันสมัย	- มีทั้งฉบับแจกฟรีและฉบับจำหน่าย - ปกหน้าและปกหลังของฉบับแจกฟรีและจำหน่ายเป็นปกเดียวกัน		

จากการวิเคราะห์ SWOT ของนิตยสารแจกฟรีทั่วไป 4 ฉบับดังกล่าว พบว่า

1. นิตยสารแจกฟรีทั่วไป 1 ฉบับ ที่มีแนวคิดในการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากฉบับอื่น โดยสิ้นเชิงคือ นิตยสาร happening เพราะเป็นการนำเสนอแนวเนื้อหาความบันเทิง ด้านงานศิลปะและภาพยนตร์ที่มีกลุ่มผู้อ่านทั่วไปที่รักสนใจและชื่นชอบงานศิลปะ นิทรรศการงานศิลปะ งานละครเวที ภาพยนตร์สมัยใหม่ หนังสือ

2. นิตยสารแจกฟรีทั่วไป 2 ฉบับที่มีแนวคิดในการนำเสนอเนื้อหาคอลัมน์ที่คล้ายคลึงกับเนื้อหาของนิตยสารสำหรับผู้หญิงทั่วไปและนิตยสารทั้ง 2 ฉบับยังมีแนวเนื้อหาคอลัมน์ที่ใกล้เคียงและคล้ายคลึงกัน คือ นิตยสาร WOMAN Plus และ นิตยสาร Flash mag. เพราะนำเสนอแนวคิดในเนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องราวทั่วไปในชีวิตของผู้หญิงในสังคมเมือง มุ่งตอบสนองและหาความเป็นไลฟ์สไตล์หรือความรู้ในการดำเนินชีวิตของผู้หญิงเพื่อให้ครบเครื่องเรื่องของผู้หญิงทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง แฟชั่น ความงาม สุขภาพ อาหารการกิน การท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ การช้อปปิ้งสินค้าแบรนด์เนมชั้นนำ สถานที่ท่องเที่ยว การดูดวง ข่าวดังคม การสัมภาษณ์ชีวิตการทำงานของผู้หญิงคนดัง (นักธุรกิจสาว สังคมชั้นสูง นักการเมือง ดีไซน์เนอร์ เป็นต้น) หรือมุ่งเน้นเรื่องราวที่เรียกว่า กิน ดื่ม เที่ยว ช้อป เป็นหลัก ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายเพศหญิงส่วนใหญ่ต้องการ

3. นิตยสาร 247 Twenty-Four City Magazine เป็นนิตยสารแจกฟรีที่มีลักษณะกึ่งสิ่งพิมพ์เพื่อการแนะนำสินค้าของห้างสรรพสินค้าชั้นนำห้างใดห้างหนึ่ง มีกลุ่มผู้อ่านไม่เฉพาะเจาะจงเพราะมีแนวคิดในคอลัมน์สำหรับทั้งเพศชายและเพศหญิงทั่วไปแม้จะมีแนวเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตของผู้หญิงในแนวไลฟ์สไตล์อยู่บ้าง แต่ก็ไม่ใช่แนวเนื้อหาหลักของนิตยสารแจกฟรีทั่วไปฉบับนี้เมื่อเปรียบเทียบกับนิตยสารแจกฟรีทั่วไป คือ นิตยสาร WOMAN Plus และ นิตยสาร Flash mag.

4. แนวคิดในการนำเสนอเนื้อหาในคอลัมน์ต่างๆ ที่ปรากฏในนิตยสาร WOMAN Plus มีความน่าสนใจบางประการในแง่มุมมองเกี่ยวกับการนำเสนอ ‘สาระ’ ในชีวิตของผู้หญิงที่มีแนวโน้มของการส่งเสริมบทบาท ศักยภาพ ทักษะคิดในการดำเนินชีวิตของผู้หญิงสมัยใหม่ทั้งในชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงานว่าเป็น “ผู้หญิงคิดบวก” ตรงตามชื่อของนิตยสาร ดังคอลัมน์ Talk to her / WP World และคอลัมน์ relation tip

5. เนื้อหาในนิตยสารแจกฟรีที่มีเนื้อหาสำหรับผู้หญิง ขาดมิติที่ชัดเจนและถึงแก่นแท้ในการนำเสนอเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมของผู้หญิง ทั้งพื้นที่ทางวัฒนธรรมเก่าๆ กับสิ่งใหม่ๆ ทักษะมุมมองใหม่ๆ ในชีวิตและบทบาทเพศสภาพของเพศหญิงในสังคมโลกสมัยใหม่ที่เชื่อมโยง

อย่างไรก็ตามนิตยสารแจกพรีนั้นจะยังคงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดข้อมูลย่อลงในปัจจุบันและเป็นตัวแปรสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับพฤติกรรมในการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ต้องการความฉับไว รวดเร็ว กระชับ ชัดเจน หมายความว่าต่อไปด้วยได้เร็วกว่าทำให้สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ ออนไลน์ คอมมูนิตี กลายเป็นรูปแบบพฤติกรรมอันแพร่หลายในการรับข้อมูลเรื่องราวต่างๆ เข้าสู่การรับรู้ ซึ่งสามารถช่วงชิงพื้นที่ในแบบวัฒนธรรมการอ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบเดิมๆ เช่นการอ่านหนังสือพิมพ์ได้มากขึ้น