

การวิจัยเรื่อง การนำเสนอสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบาย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การนำเสนอสารในนิตยสารเฟิร์สโมบาย (2) การเปิดรับสารของผู้่านนิตยสารเฟิร์สโมบาย (3) ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้่านนิตยสารเฟิร์สโมบาย (4) เปรียบเทียบความพึงพอใจจากนิตยสารเฟิร์สโมบายของผู้่านที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก (5) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบายของผู้่าน (6) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสาร กับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบายของผู้่าน และ (7) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบายของผู้่าน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัย 2 แบบ คือ 1) การวิเคราะห์เนื้อหา โดยสุ่มตัวอย่างนิตยสารเฟิร์สโมบาย แบบเจาะจงจำนวน 5 ฉบับ และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา 2) การวิจัยเชิงสำรวจ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบระบบและสุ่มอย่างง่ายจากผู้อ่านนิตยสารเฟิร์สโมบาย เครื่องมือวิจัยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม การทดสอบไคว์สแควร์ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยมีดังนี้ (1)นิตยสารเฟิร์สโมบายมีการนำเสนอสาร 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเนื้อหาด้าน การตลาด ด้านโฆษณา ด้านสาระความรู้ ด้านสังคมผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่ และด้านอื่นๆ ตามลำดับ (2)กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสารนิตยสารเฟิร์สโมบายมานาน 1-2 ปี โดยอ่านเพียงบางฉบับและอ่านเพียงครั้งเดียว มีระยะเวลาการอ่าน 30 นาทีต่อครั้ง และอ่านอย่างคร่าวๆ บางคอลัมน์ก่อนอ่านอย่างละเอียดบางคอลัมน์ (3)กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาสารและองค์ประกอบของนิตยสารในระดับมาก และมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบายทุกด้านในระดับมาก (4) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกพึงพอใจต่อเนื้อหามากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญ แต่ไม่มีผลต่อรูปแบบและองค์ประกอบ (5) อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบาย อย่างมีนัยสำคัญ (6) การเปิดรับสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบาย อย่างมีนัยสำคัญ (7) ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบายทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญ

The objectives of this research were to study: (1) the message presentation of First Mobile magazine; (2) readers' exposure to the content; (3) readers' satisfaction with and uses of the content; (4) a comparison of the satisfaction of the magazine's content by subscribers and non subscribers; (5) the relationship between demographic factors and readers' exposure to, satisfaction with, and uses of the content; (6) the relationship between readers' exposure to the content with, satisfaction with, and uses of the content; and (7) the relationship between readers' satisfaction with and uses of the content.

This research used two research methods: (1) content analysis, based on a sample of 5 issues of First Mobile magazine chosen through purposive sampling, and were analyzed by using descriptive statistics; and (2) survey research, based on a sample of 394 readers of First Mobile magazine chosen through systematic and simple random sampling. Data were collected by using questionnaires and analyzed by using inferential statistics, i.e. Chi square and Pearson's correlated coefficients.

The results showed that: (1) the content of First Mobile Magazine was divided into five categories, which were (from the greatest print area to the least): marketing, advertisements, knowledge, mobile telephone users' community, and others. (2) The majority of the sample had read First Mobile Magazine for 1-2 years. They read only certain issues and usually read each issue only once, taking about 30 minutes each time. Most browsed over the columns first and then read a few in details. (3) The majority of the sample were highly satisfied with the content and components of the magazine and used it to a high degree in every aspect. (4) Subscribers were more satisfied with the content than non subscribers at a statistically significant level but there was no difference in their satisfaction with the magazine's format and components. (5) Age, education, occupation and income were related to readers' exposure to, satisfaction with and uses of First Mobile Magazine at a statistically significant level. (6) Exposure to the content was related to satisfaction with and uses of the magazine at a statistically significant level. (7) Readers' satisfaction with the magazine was related to their uses at a statistically significant level.