

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247467



บั้งฉบับที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสาร ในประเทศไทย

จรกปกรณั กัรกุลกำจร

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้านหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน)
ปีการศึกษา 2554

๖๐๐ ๒๕๒๕๖๖

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



247467

ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสาร ในประเทศไทย



จรดปกรณ์ กীরกุลกำจร

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน)
ปีการศึกษา ๒๕๕๔
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

FACTORS AFFECTING THE READING OF DIGITALIZED
MAGAZINES BY MAGAZINE MEMBERS IN THAILAND

JRODPAKORN KEERAKULKAMTHORN

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
(MASS COMMUNICATION TECHNOLOGY)

2011

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสาร
ในประเทศไทย

ชื่อผู้เขียน นางสาวจรดพรรณ กิรกุลคำธร

สาขาวิชา เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์วัฒนา พุทธางกูรานนท์ ประธานกรรมการ

รองศาสตราจารย์อุดม พรประเสริฐ

รองศาสตราจารย์บำรุง สุขพรรณ

มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุพิพิช)

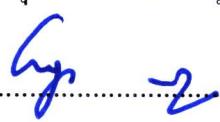
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมาน งามสนิท)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ สุวรรณเพิ่ม)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์วัฒนา พุทธางกูรานนท์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อุดม พรประเสริฐ)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์บำรุง สุขพรรณ)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสาร
ในประเทศไทย

ชื่อผู้เขียน นางสาวจรดปกรณ์ กิรกุลคำธร

ชื่อปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2554

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์วัฒนา พุทธิขางกูรานนท์ ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์อุคม พรประเสริฐ
3. รองศาสตราจารย์บำรุง สุขพรรณ

247467

วัตถุประสงค์การวิจัย (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของผู้อ่าน ดิจิทัล
แมกกาซีน (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน (3) เพื่อศึกษาเนื้อหาของ
ดิจิทัล แมกกาซีน (4) เพื่อศึกษารูปแบบของ ดิจิทัล แมกกาซีน (5) เพื่อศึกษาประโยชน์
ที่ผู้อ่านในประเทศไทยจะได้รับจากการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างของการ-
วิจัยเป็นสมาชิกส่วนหนึ่งของ ดิจิทัล แมกกาซีน 3 เล่ม จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดย
ใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย t test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว
(One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรของสมาชิกผู้อ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน มีอายุ
30-40 ปี มากกว่าผู้อ่านนิตยสารอายุ 20-29 ปี ระดับการศึกษาของผู้อ่านนิตยสาร อยู่ใน
ระดับปริญญาโทมากกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ มากกว่า
นักเรียน นักศึกษา รายได้ต่อเดือนของผู้อ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน เฉลี่ยที่ 10,000-20,000
บาท มากกว่าผู้อ่านที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท

217467

พฤติกรรมของผู้อ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน พบว่า มีผู้อ่าน TSD Magazine มากกว่า The Golf e-Magazine ด้านเนื้อหาของ ดิจิทัล แมกกาซีน พบว่า บทสัมภาษณ์บุคคล เรื่องจากปก มีเนื้อหาน่าสนใจมากกว่าบทความจากนักเขียนอิสระ ด้านการออกแบบ และจัดวางรูปแบบหน้านิตยสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกตัวอักษรอ่านง่าย สบายตามากกว่าการจัดวางตำแหน่งของโฆษณา และสุดท้ายสิ่งที่ได้รับจากการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีนที่ต่างจากนิตยสารฉบับพิมพ์คือ ได้รับความบันเทิงจากลูกเล่นต่าง ๆ มากกว่า ความรู้ สาระ ประโยชน์

Using techniques of descriptive statistics, the researcher analyzed the data collected in terms of frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. Hypothesis testing was conducted using the *t* test and One-way analysis of variance (ANOVA) techniques.

Findings are as follows:

The demographical characteristics of members of groups reading the three digitalized magazines were as follows: More frequent were readers between the ages of thirty and forty than between the ages of twenty and twenty-nine. In respect to educational level, magazine readers were more likely to be at a master's degree level than a bachelor's degree level or its equivalent. More frequent in the sample population were civil officials and state enterprise employees than school and university students. Those with an average monthly income of 10,000 and 20,000 baht were more likely to be readers than those with an income between 20,001 and 30,000 baht.

In regard to the behaviors of digitalized magazine readers, it was found that there were more readers of Thai Shutter Digital (TSD) e-Magazine than there were of Thai Golf Digital Magazine.

In respect to the contents of these digitalized magazines, it was found that interviews with individuals and cover stories had contents that were more interesting to these readers than articles by freelance writers.

In regard to the design and layout of these digitalized magazines, it was found that most of the subjects under study were concerned with glyphs which were easy to read more than they were with the placement of advertisements.

Finally, what these readers received when reading digitalized magazines differed from what they received when reading printed magazines was a greater degree of entertainment. This was because the digitalized magazines more frequently offered a variety of entertaining features in lieu of knowledge, substance, or other useful benefits.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือของ รองศาสตราจารย์วัฒนา พุทธิฐานานนท์ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดม พรประเสริฐ และ รองศาสตราจารย์บำรุง สุขพรรณ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. สมาน งามสนิท และรองศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ สุวรรณเพิ่ม กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ จนทำให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์แบบที่สุด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ สุวรรณเพิ่ม อาจารย์ที่ปรึกษาประจำวิชา ที่ได้ช่วยกรุณาแนะแนวทางการทำวิจัยฉบับนี้ และให้คำปรึกษาตลอดการดำเนินการวิจัย กระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน ถ่ายทอดแนวคิด องค์ความรู้ และการศึกษาที่มีประสิทธิภาพ และแนะแนวทางต่าง ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการวางแผนงาน การคิดอย่างมีระบบ ตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้

ขอขอบพระคุณบุคลากร เจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษามนุษยศาสตร์และเพื่อนนักศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ที่มีส่วนช่วยเหลือให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณนายจตุรประเสริฐ และนางวิภาวรรณ กิรกุลกำจร บิดา มารดา นายพิรุฬห์ปกรณ์ กิรกุลกำจร พี่ชาย ที่ช่วยอบรมสั่งสอนคอยให้การสนับสนุน และให้โอกาสการศึกษาอันมีค่ายิ่ง

จรดปกรณ์ กิรกุลกำจร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(9)
สารบัญตาราง.....	(13)
สารบัญภาพประกอบ.....	(19)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์.....	8
แนวคิดกระบวนการแปลงสภาพของเทคโนโลยีสื่อ.....	17
แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผู้อ่าน.....	19
แนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสาร.....	23
ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด.....	27
ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร.....	30
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	31

บทที่	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
ตัวแปรในการวิจัย.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	43
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้อ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน.....	45
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน.....	46
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของ ดิจิทัล แมกกาซีน....	51
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบของ ดิจิทัล แมกกาซีน..	53
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับจาก ดิจิทัล แมกกาซีน.....	56
ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน.....	58
ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน.....	59
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	120
สรุปผลการวิจัย.....	121
อภิปรายผลการวิจัย.....	130
ข้อเสนอแนะ.....	135
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	136

บทที่	หน้า
ภาคผนวก	
ก แบบสอบถาม.....	137
ข ตัวอย่างภาพหน้าปก คีจิทัล แมกกาซีน.....	146
บรรณานุกรม.....	149
ประวัติผู้เขียน.....	154

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละข้อมูลลักษณะประชากรของผู้อ่าน คิจิตัล แมกกาซีน.....	45
2 จำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน.....	46
3 จำนวนและร้อยละข้อมูลเนื้อหาของ คิจิตัล แมกกาซีน.....	51
4 จำนวนและร้อยละข้อมูลรูปแบบของ คิจิตัล แมกกาซีน.....	53
5 จำนวนและร้อยละข้อมูลประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับจาก คิจิตัล แมกกาซีน.....	56
6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน....	58
7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเพศ.....	60
8 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามอายุ.....	60
9 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามอายุ.....	61
10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามการศึกษา.....	62
11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามการศึกษา.....	63
12 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	63
13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามอาชีพ.....	64
14 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน คิจิตัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	65

ตาราง	หน้า
39 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบและลักษณะ.....	88
40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบและลักษณะ.....	89
41 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ.....	90
42 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ.....	91
43 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเนื้อหาที่เลือกอ่านอันดับแรก หลังดาวน์โหลด.....	92
44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตาม เนื้อหาที่เลือกอ่านอันดับแรก หลังดาวน์โหลด.....	93
45 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะการใช้ภาษา.....	94
46 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะการใช้ภาษา.....	95
47 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเนื้อหาในนิตยสาร.....	96
48 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเนื้อหาในนิตยสาร.....	97
49 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเนื้อหาที่น่าสนใจ.....	98

ตาราง	หน้า
50 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเนื้อหาที่น่าสนใจ.....	99
51 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามการออกแบบและเนื้อหาของ นิตยสาร.....	100
52 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามการออกแบบและเนื้อหาของ นิตยสาร.....	101
53 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในนิตยสาร	102
54 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในนิตยสาร	103
55 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบการจัดหน้าในนิตยสาร....	104
56 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบการจัดหน้าในนิตยสาร....	105
57 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะการออกแบบ ดิจิทัล แมกกาซีน.....	106
58 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะการออกแบบ ดิจิทัล แมกกาซีน.....	107
59 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามการวางรูปแบบโฆษณาใน นิตยสาร.....	108

ตาราง	หน้า
60 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามการวางรูปแบบโฆษณาใน นิตยสาร.....	109
61 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเหตุผลการอ่าน.....	110
62 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเหตุผลการอ่าน.....	111
63 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามสิ่งที่ได้รับจากการอ่าน.....	112
64 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามสิ่งที่ได้รับจากการอ่าน.....	113
65 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามประโยชน์จากการอ่าน.....	114
66 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามประโยชน์จากการอ่าน.....	115
67 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามแรงจูงใจทำให้ติดตามอ่าน.....	116
68 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามแรงจูงใจทำให้ติดตามอ่าน.....	117
69 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามสิ่งที่ได้รับต่างจากนิตยสาร ฉบับพิมพ์.....	118
70 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามสิ่งที่ได้รับต่างจากนิตยสาร ฉบับพิมพ์.....	119

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2 ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะประชากร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05.....	125
3 ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามพฤติกรรมการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	126
4 ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามเนื้อหาของดิจิทัล แมกกาซีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05.....	127
5 ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามรูปแบบของดิจิทัล แมกกาซีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05.....	128
6 ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่าน ดิจิทัล แมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย จำแนกตามประโยชน์ที่ผู้อ่านได้รับจากดิจิทัล แมกกาซีน มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05.....	129
7 ภาพหน้าปก Display Egazine.....	147
8 ภาพหน้าปก The Golf e-Magazine.....	147
9 ภาพหน้าปก TSD e-Magazine.....	148