



**พฤติกรรม的开รับ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
ต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง**

**Exposure Behavior, Expectation and Uses and Gratifications about Free Copy
Magazine in Rayong**

ชลากร แสงเรือง*

Chalakorn Saengrueang

สหภาพ พอค้าทอง**

Sahaphab Porkathong

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม的开รับ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน มีศักยภาพในการซื้อสินค้าหรือบริการ และมีอำนาจการตัดสินใจได้ด้วยตนเอง อาศัยอยู่ในเขต 5 อำเภอของจังหวัดระยอง ได้แก่ อ.เมือง อ.บ้านฉาง อ.ปลวกแดง อ.นิคมพัฒนา และ อ.บ้านค่าย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่นิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ทำการตลาดอย่างทั่วถึง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-45 ปี และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา คือ อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,001-30,000 บาท/เดือน และอ่านนิตยสารเพียงเล่มเดียวมากที่สุด มีความถี่ในการอ่าน 1-2 ครั้ง/เดือน ใช้ระยะเวลาอ่านต่อครั้งประมาณ 30 นาที มีวัตถุประสงค์ในการอ่านเพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ อ่านเพื่อหาข้อมูลสินค้าหรือบริการในจังหวัดระยอง โดยมีช่องทางการได้รับนิตยสารแจกฟรีจากร้านกาแฟ/ร้านอาหาร มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่านิตยสารแจกฟรีที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านสุขภาพและความงามมากที่สุด คือ เพียวไทม์ แมกกาซีน รองลงมาคือ แอทธะยอง (@Rayong) และที่น้อยที่สุดคือ ไอเดียระยอง นิตยสารแจกฟรีที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้านอาหาร และที่พักในจังหวัดระยองมากที่สุดคือ เพียวไทม์ แมกกาซีน รองลงมาคือ ลูกคะรวาน และที่น้อยที่สุดคือ เจ้าสัวระยอง ในขณะที่นิตยสารแจกฟรีที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านที่พักอาศัยในจังหวัดระยองมากที่สุดคือ เพียวไทม์ แมกกาซีน รองลงมาคือ เจ้าสัวระยอง และที่น้อยที่สุดคือ วีอาร์ระยอง ความคาดหวังต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา

*หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

**ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

และด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน ผลการศึกษาพบว่า ในด้านรูปเล่ม ผู้อ่านคาดหวังให้หน้าปกของนิตยสารแจกฟรีมีภาพที่สวยงามดึงดูดสายตา (เช่น ภาพบุคคล ภาพสถานที่) มากกว่าที่จะนำเสนอสินค้า/บริการ มาขึ้นหน้าปกมากที่สุด ในด้านเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านคาดหวังให้นิตยสารแจกฟรีมีการนำเสนอเรื่องราวใกล้ตัว ที่ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงมากที่สุด ในขณะที่ด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน พบว่า ผู้อ่านคาดหวังให้มีจุดวางนิตยสารแจกฟรีตามร้านกาแฟ/ร้านอาหาร เพิ่มมากขึ้นมากที่สุด โดยมีความคาดหวังโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับสูง การใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความบันเทิง และด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ ผลการศึกษาพบว่า ด้านความรู้ ผู้อ่านนำความรู้จากการอ่านบทความในนิตยสารแจกฟรีไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด ด้านความบันเทิง พบว่า ผู้อ่านได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการพักผ่อน และการเดินทางท่องเที่ยว มากที่สุด ในขณะที่ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ พบว่า ผู้อ่านเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยว/ร้านอาหาร หรือสถานที่อื่นๆ ตามที่มีการแนะนำในนิตยสารแจกฟรี มากที่สุด โดยมีการใช้ประโยชน์โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปเล่ม ด้านเนื้อหา และด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน ผลการศึกษาพบว่า ด้านรูปเล่ม ผู้อ่านมีความพึงพอใจรูปเล่มภายนอกที่สวยงาม ดูทันสมัย การเข้าเล่มและการเย็บเล่ม มีความคงทน มากที่สุด ด้านเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า/บริการ/ธุรกิจ ที่อยู่จังหวัดระยอง ได้สอดคล้องกับความต้องการ และบทความ/คอลัมน์ ต่างๆ มีเนื้อหาที่ทันสมัย น่าสนใจ มากที่สุด ในขณะที่ด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจจุดวางนิตยสารแจกฟรีที่ห้างสรรพสินค้ามากที่สุด โดยมีความพึงพอใจโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับสูง

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเปิดรับ / ความคาดหวัง / การใช้ประโยชน์ / ความพึงพอใจ / นิตยสารแจกฟรี
ในจังหวัดระยอง / ผู้อ่าน / ระยอง

ABSTRACT

This was a study about Exposure Behavior, Expectation and Uses and Gratifications about Free Copy Magazine in Rayong. The participants were aged over 20 years old males and females, major target group of free magazines in Rayong because they just became in working aged, had ability to consume goods and service and had power to make decision, lived in 5 districts that the magazines could distribute thoroughly ; Mueang-Rayong, Ban Chang, Pluak Dang, Nikhom Phattana, and Ban Khaiy. Questionnaire was conducted to collect data and analyzed by frequency, percent, means, and standard deviation. The results showed different characteristics of Exposure Behavior, Expectation and Uses and Gratifications about Free Copy Magazine in Rayong. Most readers was 41-45 year-old women, graduated bachelor degree, private company workers, and had an incomes about 20,001-30,000 Baht/month. The most reading magazine was 'Pure Time' magazine; they read 1-2 time/month and spent 30 minutes per reading. The most purpose of reading was for entertainment, and finding goods and service information of Rayong respectively. The best channel of distribution was in coffee shop/restaurant. Moreover, the participants also got the information of health and beauty, traveling, restaurants, hotels, and residence in Rayong from 'Pure Time' magazine.

The expectation on free magazines in Rayong was divided in 3 categories; appearance, contents, and channel to distribution. For appearance, the participants expected that the magazine should have an attractive picture (such as portrait or landscape) more than advertisement on cover. The contents should close to the readers that can apply to daily life. And the magazine should be distributed more at coffee shop. All of these expectations were in high level. The Uses from free magazine was divided in 3 categories; knowledge, entertainment, and making decision of goods and service consuming. For knowledge, the readers took knowledge from the magazine to apply in their life. They got information about relaxation, traveling most for entertainment, and they also followed to tourist attractions/restaurants or the other places that be suggested in the magazine. All of these applications were in high level. The gratifications of magazine was also divided in 3 categories; appearance, contents, and channel to distribution. For appearance, the readers satisfied on beautiful and fashionable cover, and strong binding. For contents, the readers satisfied in the contents about goods/services/businesses in Rayong that related to their need and the up-to-date contents most. And for the most satisfied of channel to distribution was in convenient store. All of these satisfactions were in high level.

Keywords : Media Exposure / Expectation / Uses and Gratifications / Free magazines in Rayong / Readers / Rayong

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นิตยสารเป็นหนึ่งในสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ เมื่อพิจารณาในด้านบทบาทและหน้าที่ในฐานะสื่อมวลชนแล้วนิตยสารมีความแตกต่างจากจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น เช่น หนังสือพิมพ์ เนื่องจากนิตยสารจะมุ่งเน้นเรื่องการอธิบาย การวิจารณ์ข่าว วิเคราะห์ข่าว ตลอดจนนำเสนอสาระความรู้ความบันเทิงและการลงโฆษณา (พัชรภา คักดีโสภณ, 2548, หน้า 35) นิตยสารมีการออกแบบจัดวางหน้ากระดาษที่สวยงามและพิถีพิถันมากกว่าหนังสือพิมพ์ ในขณะที่รูปเล่มก็มีขนาดกะทัดรัดสะดวกต่อการพกพา หน้าปกของนิตยสารส่วนใหญ่จะพิมพ์ด้วยกระดาษที่หนากว่ากระดาษด้านใน หน้าปกมีสีสันและรูปภาพสวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจ อาจกล่าวได้ว่าหน้าที่พื้นฐานของนิตยสารคือ เพื่อให้ข้อมูล (to inform) เพื่อแนะนำแนวทาง (to guide) และเพื่อความบันเทิง (to entertainment) (ดุริณี หิรัญรักษ์, 2530, หน้า 20)

ปัจจุบันมีนิตยสารอยู่ประเภทหนึ่งที่ถือได้ว่าอยู่ในช่วงที่ตลาดกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตสิ่งพิมพ์กำลังหันมาสนใจตลาดกลุ่มนี้มากขึ้นนั่นคือ “นิตยสารแจกฟรี” ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีวาระการออกตามกำหนดแน่นอน ไม่ว่าจะเป็นรายวัน รายปักษ์ รายเดือน หรือรายสามเดือน โดยผู้อ่านสามารถหาอ่านได้ฟรีตามจุดวางต่างๆ รายได้ของนิตยสารแจกฟรีมาจากการขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสารให้กับผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ และดูเหมือนว่าผู้ประกอบการก็มองเห็นถึงช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายผ่านนิตยสารแจกฟรีนี้เช่นกัน เพราะการบริโภคนิตยสารแจกฟรีปราศจากปัจจัยด้านราคาที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายเปิดรับได้ง่าย ไม่ต้องใช้กระบวนการตัดสินใจมากนักก่อนที่จะหยิบนิตยสารกลับบ้าน ทำให้ปัจจุบันนี้ตลาดนิตยสารแจกฟรีก็มีการแข่งขันที่รุนแรงไม่แพ้ นิตยสารทั่วไป โดยเฉพาะแต่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้นที่มีนิตยสารแจกฟรีอยู่มากมาย ในตลาดต่างจังหวัดเองก็เริ่มมีนิตยสารแจกฟรีเกิดขึ้นและแข่งขันกันอยู่หลายฉบับด้วยเช่นกัน

จังหวัดระยองนับเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่ธุรกิจนิตยสารแจกฟรีกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากจำนวนนิตยสารแจกฟรีที่มีเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สังเกตได้จากช่วงระยะเวลา 10 ปีมีนิตยสารแจกฟรีเพียง 2 ฉบับ ที่นับเป็นผู้บุกเบิกตลาดนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง นั่นคือ เพียวใหม่ แมกกาซีน ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลา 11 ปี และแอทธะยอง (@Rayong) ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลา 6 ปี แต่ในช่วงระยะเวลา 3-4 ปีที่ผ่านมา กลับมีนิตยสารแจกฟรีฉบับอื่นๆ เกิดขึ้นในเวลาใกล้เคียงกันถึง 6 ฉบับ ได้แก่ นิตยสารฟินแมกกาซีน นิตยสารไอดีล นิตยสารวีอาร์ระยอง เจ้าสัวระยอง และนิตยสารลู้คอระวาด ซึ่งแต่ละฉบับก็มีรูปแบบและการนำเสนอที่ไม่แตกต่างกันมากนัก คือ เป็นนิตยสารแจกฟรีรายเดือน ขยายพื้นที่โฆษณาให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าต่างๆ ที่อยู่ในจังหวัดระยองมาลงโฆษณาในนิตยสาร เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลสินค้าและบริการไว้ให้ผู้อ่านได้รับทราบและเลือกใช้บริการได้หลากหลาย ในส่วนของเนื้อหา ก็มักเป็นการนำเสนอเรื่องราวในท้องถิ่นจังหวัดระยองที่น่าสนใจ เช่น บุคคลสำคัญ สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร สถาบันการศึกษา เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ปริมาณคู่แข่งที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ กับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงทุกวัน การทำนิตยสารแจกฟรีในรูปแบบเดิมๆ อาจไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้อ่านได้ เพราะนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองที่ผลิตออกมาส่วนใหญ่เพียงแค่ต้องการนำเสนอสิ่งที่คิดว่าผู้บริโภคต้องการ แต่อาจจะยังไม่มีนิตยสารแจกฟรีฉบับไหนที่ทำการวิเคราะห์เจาะลึกถึงความต้องการและการนำไปใช้ประโยชน์ที่แท้จริงของผู้บริโภค ไม่มีการรับฟังแนวทางในการจัดทำเนื้อหาจากกลุ่มผู้บริโภค ทำให้เจ้าของนิตยสารแจกฟรีหลายฉบับต้องสูญเสียเงินลงทุนในการผลิตไปโดยที่ไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความต้องการของผู้อ่านนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ในด้านต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางความอยู่รอดของนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองจากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับนิตยสารแจกฟรี ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะศึกษาเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร วารสารต่างๆ แต่สำหรับนิตยสารแจกฟรีนั้น พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือคล้ายคลึงกันค่อนข้างน้อย และส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่ แต่ในจังหวัดระยองที่ถือว่าสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารแจกฟรีกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และมีการแข่งขันกันสูงในด้านการตลาด จึงถือเป็นประเด็นที่น่าสนใจ โดยเฉพาะในด้านของผู้อ่าน ที่ผู้วิจัยสนใจอยากศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง เพื่อทราบถึงความรู้สึก ความต้องการ ที่ผู้อ่านมีต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ซึ่งจะเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองในการผลิตนิตยสารแจกฟรีที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่านได้มากขึ้น และผู้วิจัยยังหวังว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดอื่นๆ ในการปรับแนวทางให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองของผู้อ่าน
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองของผู้อ่าน
3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองของผู้อ่าน
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองของผู้อ่าน

ขอบเขตการวิจัย

1. ผู้วิจัยแบ่งหมวดหมู่การวิจัยครั้งนี้ออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนิตยสารแจก

ฟรีเกิดขึ้นหลายฉบับ จึงมีความน่าสนใจที่จะศึกษาถึงความต้องการของผู้อ่านอย่างแท้จริง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการจัดทำนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองต่อไป

2. ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ เพศชาย-หญิง อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เริ่มเข้าสู่ทำงานแล้ว มีศักยภาพในการซื้อสินค้าหรือบริการ และมีอำนาจการตัดสินใจได้ด้วยตนเอง และเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง อาศัยอยู่ในเขต 5 อำเภอของจังหวัดระยอง ได้แก่ อ.เมือง อ.บ้านฉาง อ.ปลวกแดง อ.นิคมพัฒนา และ อ.บ้านค่าย เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่นิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ทำการตลาดอย่างทั่วถึง เป็นกลุ่มที่มีการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

3. ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2557 ถึงเดือนมกราคม 2558

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research Method) แบบวัดครั้งเดียว (One Shot Study)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ชาย-หญิง อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง อาศัยอยู่ในเขต 5 อำเภอของจังหวัดระยอง ได้แก่ อ.เมือง อ.บ้านฉาง อ.ปลวกแดง อ.นิคมพัฒนา และอ.บ้านค่าย ผู้วิจัยทำการเก็บกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนขนาดของประชากร จึงใช้สูตรคำนวณของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อถือได้ 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ได้แก่ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการกรอกแบบสอบถาม มาลงรหัสและวิเคราะห์นำมากำหนดใส่รหัส แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผล และใช้สถิติ ได้แก่ 1) ค่าร้อยละ (Percentage) 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) 3) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มาวิเคราะห์

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้การแจกแจงความถี่แสดงตารางแบบ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ได้สรุปผลการวิจัยตามประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิง 225 คน เพศชาย 175 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 และ 43.80 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,000-30,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ 10,000-20,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 25.80

2. พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านนิตยสารแจกฟรี เพียวไทม์ แมกกาซีน บ่อยที่สุด รองลงมา คือ แอทธะยอง (@Rayong) และที่น้อยที่สุด คือ วีอาร์ระยอง มีความถี่ในการอ่านนิตยสารแจกฟรี 1-2 ครั้ง/เดือน โดยใช้เวลาอ่านประมาณ 30 นาทีต่อครั้ง มีวัตถุประสงค์ในการอ่านเพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือ อ่านเพื่อหาข้อมูลสินค้า/บริการในจังหวัดระยอง และที่น้อยที่สุด คือ อ่านเพื่อฆ่าเวลา และพบว่าส่วนใหญ่อ่านเฉพาะคอลัมน์ที่สนใจแต่ไม่อ่านโฆษณา รองลงมาคือ อ่านทั้งคอลัมน์และโฆษณา โดยมีช่องทางทางกาได้รับนิตยสารแจกฟรี จากร้านกาแฟ/ร้านอาหาร มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่านิตยสารแจกฟรีที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านสุขภาพและความงามมากที่สุด คือ เพียวไทม์ แมกกาซีน รองลงมาคือ แอทธะยอง (@Rayong) และที่น้อยที่สุดคือ ไอดีลระยอง ในขณะที่นิตยสารแจกฟรีที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ร้านอาหาร และที่พักในจังหวัดระยองมากที่สุดคือ เพียวไทม์ แมกกาซีน รองลงมาคือ ลูกคะรวาน์ และที่น้อยที่สุด คือ เจ้าสัวระยอง นอกจากนี้ยังพบว่า นิตยสารแจกฟรีที่ทำให้ทราบข้อมูลด้านที่พักอาศัยในจังหวัดระยอง มากที่สุดคือ เพียวไทม์ แมกกาซีน รองลงมาคือ เจ้าสัวระยอง และที่น้อยที่สุดคือ วีอาร์ระยอง

3. ความคาดหวังต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

ความคาดหวังที่มีต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองโดยรวม พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า คาดหวังที่มีต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่านมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา และด้านรูปแบบ ตามลำดับ ด้านรูปแบบ พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังให้หน้าปกของนิตยสารแจกฟรีมีภาพที่สวยงามดึงดูดสายตา (เช่น ภาพบุคคล ภาพสถานที่) มากกว่าที่จะนำโฆษณาสินค้า/บริการมาขึ้นหน้าปกมากที่สุด รองลงมาคือ คาดหวังให้นิตยสารแจกฟรีมีการเย็บเล่มที่แข็งแรง หน้ากระดาษไม่หลุดง่าย และน้อยที่สุดคือคาดหวังให้นิตยสารแจกฟรีมีขนาดรูปเล่มที่เล็กกะทัดรัด สะดวกต่อการพกพา

ด้านเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังให้นิตยสารแจกฟรีมีการนำเสนอเรื่องราวใกล้ตัว ที่ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงมากที่สุด รองลงมา คือ คาดหวังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า/บริการในจังหวัดระยองจากการอ่านนิตยสารแจกฟรี ในขณะที่คาดหวังข่าวสารเกี่ยวกับท้องถิ่นของจังหวัดระยอง จากการอ่านนิตยสารแจกฟรีน้อยที่สุด

ด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังให้มีจุดวางนิตยสารแจกฟรีตามร้านกาแฟ/ร้านอาหาร เพิ่มมากขึ้นมากที่สุด รองลงมา คือ คาดหวังให้มีการเพิ่มช่องทางการอ่านนิตยสารแจกฟรีผ่าน

ทางอินเทอร์เน็ต (เช่น อ่านทางเว็บไซต์ หรืออ่านจากโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เป็นต้น) และที่น้อยที่สุด คือ คาดหวังให้มีการแจกนิตยสารแจกฟรีบริเวณสี่แยกไฟแดง

4. การใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

การใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองโดยรวม พบว่า ผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์นิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความบันเทิง และด้านความรู้ ตามลำดับ

ด้านความรู้ พบว่า ผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง โดยนำความรู้จากการอ่านบทความในนิตยสารแจกฟรีไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน มากที่สุด รองลงมา คือ นำความรู้จากการอ่านบทความในนิตยสารแจกฟรีไปพูดคุย แนะนำหรือแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น และที่น้อยที่สุด คือ ได้รับความรู้เกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม หรืออาชีพท้องถิ่นของจังหวัดระยอง และได้รับข่าวสารความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษ หรือเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้นในจังหวัดระยอง

ด้านความบันเทิง พบว่า ผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ด้านความบันเทิง โดยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยว มากที่สุด รองลงมา คือ ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และที่น้อยที่สุด คือ เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ

ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ พบว่า ผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ โดยเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยว/ร้านอาหาร หรือสถานที่อื่นๆ ตามที่มีการแนะนำในนิตยสารแจกฟรี มากที่สุด รองลงมา คือ นำข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้า/บริการ ที่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ และที่น้อยที่สุด คือ นำคู่มือส่วนลดจากโฆษณาที่ลงในนิตยสารแจกฟรีไปใช้ในการซื้อสินค้า/บริการ

5. ความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ด้านรูปเล่มมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา และด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน ตามลำดับ

ด้านรูปเล่ม พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจการเข้าเล่มและการเย็บเล่มที่มีความคงทน มากที่สุด รองลงมา คือ รูปเล่มภายนอกสวยงาม ดูทันสมัย และที่น้อยที่สุด คือ การออกแบบจัดหน้า มีความสวยงาม ดูน่าอ่าน

ด้านเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า/บริการ/ธุรกิจ ที่อยู่ในจังหวัดระยอง ที่สอดคล้องกับความต้องการ และมีความพึงพอใจต่อ บทความ/คอลัมน์ ต่างๆ ที่มีเนื้อหาทันสมัย น่าสนใจมากที่สุด รองลงมา คือ การเขียนบทความ/คอลัมน์ต่างๆ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และที่น้อยที่สุด คือ การจัดหมวดหมู่ของเนื้อหา มีความชัดเจน

ด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อการมีจุดวางนิตยสารแจกฟรีตามห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ การมีจุดวางนิตยสารแจกฟรีตามร้านกาแฟ/ร้านอาหาร และที่น้อยที่สุด คือ การเพิ่มช่องทางการอ่านนิตยสารผ่านอินเทอร์เน็ต (เช่น อ่านทางเว็บไซต์ หรืออ่านจากโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เป็นต้น)

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรม的开รับ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง มีประเด็นน่าสนใจที่จะนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

1. ความคาดหวังต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

ความคาดหวังต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองอยู่ในระดับสูงทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน ด้านเนื้อหา และด้านรูปแบบ

ด้านรูปแบบ พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังให้หน้าปกของนิตยสารแจกฟรีมีภาพที่สวยงามดึงดูดสายตา (เช่น ภาพบุคคล ภาพสถานที่) มากกว่าที่จะนำโฆษณาสินค้า/บริการมาขึ้นหน้าปกมากที่สุด รองลงมา คือ คาดหวังให้นิตยสารแจกฟรีมีการเย็บเล่มที่แข็งแรง หน้ากระดาษไม่หลุดง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยนวล พันธุมวานิช (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและความพึงพอใจนิตยสาร a day ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่เลือกชื่อนิตยสาร a day เพราะภาพดาราและภาพประกอบสวยงาม นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธิดา ศิริสือสุวรรณ (2550, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารแจกฟรีรายเดือนในจังหวัดเชียงใหม่” จากผลการศึกษาพบว่า ในด้านความคาดหวังของผู้อ่านนิตยสารแจกฟรีรายเดือนของจังหวัดเชียงใหม่ ต้องการให้แบบหน้าปกเปลี่ยนไปทุกฉบับตามเนื้อหาที่น่าสนใจในเล่ม

ด้านเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังให้นิตยสารแจกฟรีมีการนำเสนอเรื่องราวใกล้ตัว ที่ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงมากที่สุด รองลงมา คือ คาดหวังข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า/บริการในจังหวัดระยองจากการอ่านนิตยสารแจกฟรี สอดคล้องกับ พรณัน พัน ชูพินิจ (2554, หน้า 124) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม的开รับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งกล่าวว่านิตยสารแจกฟรีมักจะนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายเกี่ยวกับวิถีชีวิตของบุคคลในด้านต่างๆ ทั้งอาหาร การรับประทาน การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยว และเนื้อหาทั่วไปที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตในปัจจุบัน โดยผู้อ่านมักเลือกอ่านนิตยสารแจกฟรีที่นำเสนอเนื้อหาที่ทำให้เกิดมุมมองใหม่ๆ ที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

ด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังให้มีจุดวางนิตยสารแจกฟรีตามร้านกาแฟ/ร้านอาหาร เพิ่มมากขึ้นมากที่สุด รองลงมา คือ คาดหวังให้มีการเพิ่มช่องทางการอ่านนิตยสารแจกฟรีผ่านทางอินเทอร์เน็ต (เช่น อ่านทางเว็บไซต์ หรืออ่านจากโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เป็นต้น) สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับนิตยสารแจกฟรีจากจุดวางตามร้านกาแฟ/ร้านอาหาร มากที่สุด อีกทั้งนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองส่วนใหญ่ ก็มีจุดวางตามร้านกาแฟ/ร้านอาหารเป็นหลักเช่นกัน

2. การใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

การใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ อยู่ในระดับสูง ในขณะที่ด้านความรู้และด้านบันเทิง มีการใช้ประโยชน์อยู่ระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดทำนิตยสารแจกฟรีที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นนิตยสารที่รวบรวมสินค้าและบริการต่างๆ ภายในจังหวัดระยองและใกล้เคียง โดยมีการให้ข้อมูลข่าวสารของสินค้าหรือบริการ เพื่อแนะนำให้อ่านรู้จัก รวมถึงใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ ตัดสินใจเลือกใช้บริการนั้นๆ

ด้านความรู้ พบว่า ผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง โดยนำความรู้จากการอ่านบทความในนิตยสารแจกฟรีไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด รองลงมา คือ นำความรู้จากการอ่านบทความในนิตยสารแจกฟรีไปพูดคุย แนะนำหรือแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น สอดคล้องกับแมคคอมบ์และเบคเกอร์ (Mccombs & Becker, 1979, pp.51-52) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลทั่วไปนั้นจะใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง คือ เพื่อต้องการคำแนะนำ ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง รวมทั้งช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน และเพื่อนำเอาข้อมูลความรู้ที่ได้จากการเปิดรับสื่อไปใช้ในการสนทนาแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่น

ด้านความบันเทิง พบว่า ผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ด้านความบันเทิง โดยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ สอดคล้องกับ จูไรรัตน์ ลิขิตวชิรภรณ์ (2551, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักที่เปิดรับข่าวสารจากนิตยสารแจกฟรี คือ ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด

ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอยู่ในระดับสูง พบว่า ผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ โดยเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยว/ร้านอาหาร หรือสถานที่อื่นๆ ตามที่มีการแนะนำในนิตยสารแจกฟรีมากที่สุด โดยมีการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ นำข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้า/บริการ ที่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ สอดคล้องกับ ลอเรนซ์ เอ. เวนนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1982, p.171) ที่อธิบายเรื่องของการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientational Gratification) ไว้ว่า ใช้เพื่ออ้างอิงและเพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ เช่น การใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนั้นยัง สอดคล้องกับสุมนรัตน์ ปานรัตน์ (2553, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรี” ผลจากการศึกษาพบว่า การใช้ประโยชน์นิตยสารแจกฟรีของผู้อ่าน ได้แก่ เพื่อผ่อนคลายจากการทำงาน เพื่อหาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อแนะนำร้านค้าใหม่ๆ ให้กับคนรู้จัก และเพื่อครอบครองนิตยสารไว้อ่านเพิ่มพูนความรู้ตนเอง

3. ความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง

ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ด้านรูปเล่มมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเนื้อหา และด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน

ด้านรูปเล่ม พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจการเข้าเล่มและการเย็บเล่มที่มีความคงทน มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง รองลงมา คือ รูปเล่มภายนอกสวยงาม ดูทันสมัย และที่น้อยที่สุด คือ การออกแบบจัดหน้า มีความสวยงาม ดูน่าอ่าน สอดคล้องกับธรรมยุทธิ์ จันทร์ทิพย์ (2554, หน้า 193) ศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะและบทบาทของนิตยสารแจกฟรีในประเทศไทย” ซึ่งกล่าวว่าการเข้าเล่มของนิตยสารแจกฟรี มักเป็นแบบเย็บอก (Saddle Binding) หรือมุงหลังคา (Saddle Stitch Binding) เพื่อความสะดวกในการเปิดอ่าน ออกแบบได้ง่าย และจัดหน้ากลางได้อย่างสวยงาม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2543, หน้า 107-108) ที่ได้กล่าวถึงข้อดีของนิตยสารไว้ว่ามีการเย็บเล่มและคุณภาพการพิมพ์สูง ทั้งกระดาษที่ใช้ และการพิมพ์สีสวยงาม ทำให้ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้

ด้านเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า/บริการ/ธุรกิจ ที่อยู่ในจังหวัดระยอง ที่สอดคล้องกับความต้องการ และบทความ/คอลัมน์ต่างๆ มีเนื้อหาทันสมัย น่าสนใจ รองลงมา

คือ การเขียนบทความ/คอลัมน์ ต่างๆ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการจัดทำนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยอง ที่ต้องการเป็นสื่อกลางในการรวบรวมข้อมูลสินค้า/บริการ/ธุรกิจ ที่อยู่ในจังหวัดระยอง หลากหลายประเภทไว้ในเล่ม เพื่อเป็นเสมือนแหล่งข้อมูลให้ผู้อ่านได้ใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการ อีกทั้งในส่วนของคุณลิขิตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวรอบตัวที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน

ด้านช่องทางการเข้าถึงผู้อ่าน ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อการมีจุดวางนิตยสารแจกฟรีตามห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือ การมีจุดวางนิตยสารแจกฟรีตามร้านค้า/ร้านอาหาร และที่น้อยที่สุด คือ การเพิ่มช่องทางการอ่านนิตยสารผ่านอินเทอร์เน็ต (เช่น อ่านทางเว็บไซต์ หรืออ่านจากโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เป็นต้น) สอดคล้องกับ ธรรมยุทธิ์ จันทรทิพย์ (2554, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะและบทบาทของนิตยสารแจกฟรีในประเทศไทย” ซึ่งกล่าวว่านิตยสารแจกฟรีจะจัดวางบริเวณสถานที่สำคัญตามแหล่งชุมชนต่างๆ อาทิ ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานีรถไฟฯ เป็นต้น และสอดคล้องกับยุพาสูภากุล (2534, หน้า 124-125) ที่ได้กล่าวถึงการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) ไว้ว่า บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อที่สามารถเปิดรับได้ง่าย หรือสะดวก ไม่ต้องใช้ความพยายามในการบริโภคสื่อนั้น เช่น การหิบนิตยสารแจกฟรีได้ในร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า ซึ่งหมายถึงความสะดวกสบายในการจัดหาสื่อมาบริโภคนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบว่า ในจังหวัดระยองมีการแข่งขันกันในด้านธุรกิจนิตยสารแจกฟรีค่อนข้างสูง โดยสังเกตได้จากจำนวนหัวของนิตยสารที่มีในจังหวัดระยอง ดังนั้น การตอบสนองความคาดหวังของผู้อ่านให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความพึงพอใจมากขึ้นจึงเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีจะต้องคำนึงถึง เพื่อให้สามารถรักษฐานผู้อ่านเดิม และเพิ่มจำนวนผู้อ่านได้มากขึ้น
2. ผู้วิจัยได้พบว่าการอ่านนิตยสารแจกฟรีของผู้อ่านในจังหวัดระยองนอกจากอ่านเพื่อความบันเทิงแล้ว ยังพบว่าผู้อ่านนิยมนำข้อมูลในนิตยสารแจกฟรีไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการใช้เพื่อการตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการ ซึ่งหากผู้จัดทำนิตยสารแจกฟรีสามารถรวบรวมข้อมูลดังกล่าวเพื่อตอบสนองการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านได้อย่างครอบคลุม ก็จะทำให้นิตยสารแจกฟรีฉบับนั้นได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการสนใจลงโฆษณาในนิตยสาร นำมาซึ่งรายได้และการเติบโตของนิตยสารแจกฟรีฉบับนั้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ดังนั้น ในการศึกษารั้งต่อไปจึงควรมีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต เพื่อให้ทราบข้อมูล และรายละเอียดในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดระยองมาทั้งหมด 7 ฉบับ โดยพิจารณาจากเนื้อหาภายในเล่มที่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ ซึ่งยังมีนิตยสารแจกฟรีฉบับอื่น รวมทั้งฉบับใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในจังหวัดระยองอีก ดังนั้น ในการการศึกษารั้งต่อไปจึงอาจจะเพิ่มนิตยสารฉบับอื่นๆ เข้ามาเป็นกรณีศึกษา เพราะอาจจะทำให้ได้ผลการศึกษาในมุมมองใหม่ ที่แตกต่างออกไปจาก

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจจะนำมากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้มีพระคุณท่านแรกที่ผู้ศึกษาใคร่ขอกราบพระคุณคือ ดร.สหภาพ พอดำทอง อาจารย์ที่ปรึกษาซึ่ง

กรุณาให้คำแนะนำ แก่ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ ท่านที่สอง คือ ดร.ปริยา รินรัตนกร ที่ให้คำแนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ รวมทั้งทุ่มเทเวลาในการให้ความรู้เพิ่มเติม และวิธีการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ในทุกขั้นตอน ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณนางสาวพิมลณัฐ ญัฐชยายุทธ์ เพื่อนร่วมชั้นเรียนที่ช่วยผลักดัน เป็นกำลังใจที่ดีที่สุด อีกทั้งยังช่วยให้คำแนะนำต่างๆ ที่ทำให้ผู้วิจัยทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จ รวมทั้งเพื่อนร่วมชั้นเรียนทุกคนที่ต่างก็ให้กำลังใจกันและกันตลอดมา

ขอขอบพระคุณคุณพ่อเดวิดย์ แสงเรือง และคุณแม่ยุวดี เต็มเปี่ยม ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จ ผู้เป็นทั้งผู้สนับสนุนทุนการศึกษา สนับสนุนกำลังใจ และความรักแก่ลูกมาตลอดจนวันที่ลูกประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- จุไรรัตน์ ลิขิตวัชรปรกรณ์. (2551). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปต่อนิตยสารแจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ดรุณี หิรัญรักษ์. (2530). นิตยสาร. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธรรมยุทธ์ จันทรทิพย์. (2554). คุณลักษณะและบทบาทของนิตยสารแจกฟรีในประเทศไทย. วารสารนักบริหาร, 31(2), 190-197.
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2543). การจัดการการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรนันทน์ ชูพินิจ. (2555). พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พลอยนวล พันธุมวานิช. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและความพึงพอใจต่อนิตยสาร a day. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พัชรภา ศักดิ์โสภณ. (2548). อิทธิพลของภาพโฆษณาแฟชั่นในนิตยสารต่อนิตยสารต่อการเปลี่ยนแปลงการแต่งกายของวัยรุ่น. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ยุพา สุภากุล. (2534). การสื่อสารมวลชน. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุธิดา ศิริสุวรรณ. (2550). การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารแจกฟรีรายเดือนในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารและการออกแบบสื่อ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมณรัตน์ ปานรัตน์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรี (free copy). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- Lawrence A.Wenner. (1982). Gratifications Sought and Obtained in Program Dependency : A Study of Network Evening News Programs and 60 Minutes. Communication Research.
- McCombs, Maxwell E. & Becker, Lee B. (1979). Using mass communication theory. New Jersey : Prentice Hall.