

พฤติกรรมกาารเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day  
BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร  
Exposure Behavior and Uses and Gratifications on a day  
BULLETIN Magazine among People in Bangkok

พรนั้บพัน ชูพินิจ<sup>1</sup> และ อริชัย อรรคอุดม<sup>2</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษา ปริญญาโท มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

<sup>2</sup> คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาารเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีถึงอายุ 35 ปี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) พฤติกรรมกาารเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับและรู้จักนิตยสารจากสถานีรถไฟฟ้้า เอ็มอาร์ที โดยมีลักษณะกาารอ่านนิตยสารอย่างสนใจบางคอลัมน์ที่ชื่นชอบสถานที่ที่อ่านนิตยสารบ่อยที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า มีระยะเวลาในการอ่านนิตยสารประมาณ 30 นาที-60 นาที ติดตามอ่านเป็นบางฉบับ ส่วนใหญ่เพิ่งเริ่มอ่านน้อยกว่า 10 ฉบับ และสาเหตุที่สนใจอ่านนิตยสารเพราะนายแบบ/นางแบบบนปก และหัวเรื่องบนปก 2) การใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความบันเทิง ด้านข้อมูล ด้านกาารใช้ประโยชน์ และด้านความรู้ และ 3) ความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากนิตยสารอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ และด้านรูปแบบ

*คำสำคัญ: พฤติกรรมกาารเปิดรับ, การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ, นิตยสาร a day BULLETIN*

### Abstract

The purpose of this research was to study exposure behavior and uses and gratifications on a day BULLETIN magazine among people in Bangkok. Four hundred people in Bangkok whose age was between 15 and 35 years were asked to fill out questionnaires. The statistical analysis methods were frequency, percentage, mean, and standard deviation. In relations to the objectives of the study, three main consequences were revealed. Regarding the respondents' exposure behavior on a day BULLETIN magazine, they reported receiving and knowing the magazine at MRT stations, intentionally reading only interesting columns at a department store for about half an

hour to an hour, and reading some particular issues. The respondents also identified themselves as a new reader, having read so far less than 10 issues, and being motivated to read by a model(s) on magazine cover. Besides, although the magazine was of high use in all dimensions- entertainment, information, utilization, and knowledge, the use for entertainment prevailed. High degree of gratifications was found not only in content, but also in presentation and format.

*Keywords: Exposure Behaviors, the uses and Gratifications, a day BULLETIN Magazine*

## 1. บทนำ

นิตยสารแจกฟรีจัดเป็นสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก พัฒนาอย่างรวดเร็ว และกำลังได้รับความนิยมจากผู้อ่านอย่างยิ่ง ซึ่งวัดได้จากจำนวนยอดพิมพ์และจำนวนหัวนิตยสารแจกฟรีในปัจจุบัน โดยนิตยสารแจกฟรีจะจัดวางบริเวณสถานที่สำคัญตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ อาทิ สถานีรถไฟฟ้า ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถาบันการศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้ นิตยสารแจกฟรีมักจะนำเสนอเนื้อหาอันหลากหลายเกี่ยวกับ วิถีชีวิตของผู้คนในด้านต่าง ๆ ทั้งอาหาร การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยว และเนื้อหาทั่วไปที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตในสังคมแห่งยุคข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ส่งผลให้นิตยสารแจกฟรีมีอิทธิพลและบทบาททางสังคมต่อการดำเนินชีวิตของผู้อ่าน ด้วยการเป็นแหล่งให้ความรู้และความบันเทิงโดยผู้อ่านมักเลือกอ่านนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาที่ทำให้เกิดมุมมองใหม่ที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ทั้งบุคลิกภาพ แนวคิดการทำงานและการใช้ชีวิตส่วนตัว (ธรรมยุทธ์ จันทร์ทิพย์, 2554)

นิตยสารแจกฟรีแตกต่างจากนิตยสารทั่วไปในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการจัดหา เนื่องจากนิตยสารแจกฟรีไม่มีราคาในการขาย นิตยสารแจกฟรีเป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นแหล่งรวบรวมความรู้ ความบันเทิงซึ่งมีวาระการออกวางที่แน่นอน แต่ไม่มีราคาในการจำหน่าย สามารถหยิบได้ฟรีตามจุดวาง โดยมีรายได้ในการผลิตมาจากการขายโฆษณาให้กับธุรกิจที่ต้องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยเนื้อหาภายในจะประกอบด้วย บทความ บทสัมภาษณ์ ข่าวท้องถิ่น สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร แหล่งจับจ่ายซื้อของ บทวิจารณ์ภาพยนตร์ เพลง ตารางของสายการบิน ข้อมูลของที่พักร ฯลฯ โดยหลักทั่วไปของเนื้อหาประกอบด้วย 5 ประการ ได้แก่ ความสมดุล การสร้างโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น มีเนื้อหาและเรื่องราวหลายรส ให้แง่คิดและความถูกต้องในเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ การจัดหน้าและการลำดับเรื่องราวควรมีความเหมาะสม สวยงาม สะดวกแก่การอ่าน ให้ความสำคัญกับปกหนังสือ ภาพประกอบ หนาครูปเล่ม สีเส้นและตัวอักษร การพิมพ์สีทุกหน้าเพื่อดึงดูดสายตาในการหยิบจับ (สมณรัตน์ ปานรัตน์, 2554)

การจัดแบ่งประเภทของนิตยสารแจกฟรีที่ปรากฏอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ ในปัจจุบันจากการรวบรวมข้อมูลสามารถแบ่งได้อย่างกว้าง ๆ โดยจำแนกตามลักษณะของเนื้อหา หรือตามความสนใจของผู้อ่าน เป็น 3 ประเภทหลักด้วยกัน คือ 1) นิตยสารแจกฟรีสำหรับผู้บริโภคทั่วไป ได้แก่ นิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสังคม การดำเนินชีวิต รวมถึงแฟชั่นการแต่งกายเพื่อกลุ่มผู้อ่านทั่วไปในสังคม เช่น BK Magazine, Happening, You are here Magazine, Partysan, WOMAN PLUS, 247, DACO, a day BULLETIN, ทุ (2), SHE's Smart, ACROSS, DO Pocazine, CENTERPOINT, VIVA Bangkok, WAKE UP, HIP, CityLift Chiang Mai, COMPASS เป็นต้น 2) นิตยสารแจกฟรีเฉพาะทาง ได้แก่ นิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาให้สาระความรู้เฉพาะเจาะจงในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น กีฬา เทคโนโลยี การแพทย์ รถ ภาพยนตร์ ท่องเที่ยว สุขภาพ ฯลฯ เช่น DL Magazine, D Plus, GO, Tick a seaT, Filmmunist, SNEAKER HEAD, WEEKEND, POSTCARD, Eating Out, BIG MAP, ยะแสบ, ปลีสุข เป็นต้น และ 3) นิตยสารแจกฟรี

เชิงธุรกิจหรือประเภทสมาชิก ได้แก่นิตยสารที่ออกโดยหน่วยงานราชการ องค์กร สถาบัน สมาคมต่าง ๆ รวมไปถึงนิตยสารแจกฟรีเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร เช่น คิต, สะพรั่ง, หนีกรุง UBC Magazine, M Scene, F3, Red Carpet Bulletin, TRADE POINT, I Travel, Creative Thailand, HideAway เป็นต้น (ธรรมยุทธิ จันทรทิพย์, 2554)

นิตยสาร a day BULLETIN เป็นนิตยสารแจกฟรีที่นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวรอบตัวที่น่าสนใจและทันเหตุการณ์สำหรับคนเมือง ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง กีฬา บันเทิงและสัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ รวมถึงวิถีชีวิตของคนเมืองในทุก ๆ เรื่อง เช่น อาหารการกิน สถานที่ท่องเที่ยว สุขภาพกายและใจการเงิน และธุรกิจ ปัจจุบันมียอดพิมพ์ประมาณ 112,000 ฉบับ เป็นนิตยสารแจกฟรีที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่ง โดยแจกนิตยสารไปตามรถไฟฟ้าบีทีเอส เอ็มอาร์ที และร้านอาหารต่าง ๆ กว่า 250 จุด และยังกระจายไปยังจังหวัดท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น (อะเดียโพเอทส์รุกสื่อดิจิทัล, 2554)

อย่างไรก็ตาม การเปิดตัวนิตยสารแจกฟรีที่มีจำนวนมากในปัจจุบันสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมอย่างแพร่หลายของผู้บริโภคในขณะเดียวกันกับโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ตลาดที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ทำให้การตลาดมีแนวโน้มเล็กลง ซึ่งสอดคล้องกับนิตยสารแจกฟรีที่มีเอกลักษณ์และจุดยืนเฉพาะตัวอย่างเด่นชัด อีกทั้งสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุดมากที่สุดสื่อหนึ่งทำให้ผู้ผลิตสินค้า และองค์กรธุรกิจต่างให้ความสนใจลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนี้อย่างต่อเนื่องและมากขึ้น ซึ่งนิตยสารแจกฟรีบางฉบับมียอดการส่งจองพื้นที่โฆษณาล่วงหน้าทั้งปี ยิ่งเป็นการตอกย้ำความสำเร็จของนิตยสารแจกฟรีได้เป็นอย่างดีแม้ว่า กระแสความนิยมบริโภคนิตยสารแจกฟรีจะมีมากยิ่งขึ้น แต่หากพิจารณาเปรียบเทียบสถานการณ์นี้กับนิตยสาร ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ในการศึกษานำไปใช้ในการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารมากขึ้น แนวทางในการศึกษาและสนับสนุนงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อนิตยสารต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

## 3. ระเบียบวิธีวิจัย

### 3.1 กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในวิจัยนี้ คือ ประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีถึงอายุ 35 ปี จากข้อมูลของกรมการปกครอง ณ เดือนธันวาคม 2553 มีจำนวนเท่ากับ 1,760,227 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2554) การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของทาโร ยามานะ (Yamane) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ได้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างอย่างต่ำ คือ 400 ตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยจะเก็บข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีถึงอายุ 35 ปี และเคยอ่านนิตยสาร a day BULLETIN อย่าง

น้อยเดือนละ 1 ครั้ง ให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวนที่ต้องการ ในบริเวณที่เป็นแหล่งรวมของคนจำนวนมาก เช่น สถานีรถไฟฟ้า บีทีเอส สถานีรถไฟฟ้า เอ็มอาร์ที ห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ มหาวิทยาลัยที่ตั้งกระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยประกอบด้วยคำถามปลายปิด รวมทั้งแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้ทดลองแจกจำนวน 30 ชุด เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นรายด้านใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถามมากกว่า 0.94 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

### 3.3 การวิเคราะห์ทางสถิติ

วิจัยนี้ใช้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## 4. ผลการวิจัย

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.00 อายุระหว่าง 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.00 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.25

1. พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากสถานีรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที คิดเป็นร้อยละ 35.00 รู้จักนิตยสาร a day BULLETIN จากสถานีรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที คิดเป็นร้อยละ 42.00 ลักษณะการอ่านนิตยสาร a day BULLETIN อย่างสนใจบางคอลัมน์ที่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 61.00 สถานที่ที่อ่านนิตยสาร a day BULLETIN บ่อยที่สุด ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 42.00 อ่านนิตยสาร a day BULLETIN ประมาณ 30 นาที-60 นาที คิดเป็นร้อยละ 75.00 ติดตามอ่านเป็นบางฉบับ คิดเป็นร้อยละ 87.00 ส่วนใหญ่เพิ่งเริ่มอ่านน้อยกว่า 10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 38.00 สาเหตุที่สนใจอ่านนิตยสาร a day BULLETIN เพราะนายแบบ/นางแบบบนปกและหัวข้อบนปก คิดเป็นร้อยละ 23.00

2. การใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านความบันเทิง ด้านข้อมูล ด้านการใช้ประโยชน์ และด้านความรู้ รายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านข้อมูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่อันดับ 1 ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครรับทราบข้อมูลข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก รองลงมาติดตามกิจกรรมความเคลื่อนไหวทั้งในและต่างประเทศ ได้เรียนรู้ประสบการณ์ และแง่คิดในการดำเนินชีวิต เรียนรู้แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ/การบริหารธุรกิจ และติดตามสถิติและผลการวิจัยต่าง ๆ จากทั่วโลกอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

2.2 การใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่อันดับ 1 ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้เพิ่มพูนความรู้ และประสบการณ์ จากบทสัมภาษณ์อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้ความรู้จากสถิติและผลการวิจัยต่าง ๆ ทั่วโลก ได้ความรู้เกี่ยวกับ ดำเนินธุรกิจ ได้ความรู้เกี่ยวกับเคล็ดลับการดูแลสุขภาพ และได้แรงบันดาลใจที่ดีจากคำคมทั่วโลก ตามลำดับ

2.3 การใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการใช้ ประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่อันดับ 1 ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้นำไปใช้เพื่อให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก รองลงมานำไปใช้ประกอบการเรียน/การทำงาน นำไปใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่ ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม นำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง นำไปใช้ปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่ เกิดขึ้นในชีวิต และนำไปใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการกับนำไปใช้สนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตามลำดับ

2.4 การใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้าน ความบันเทิง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่อันดับ 1 ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้ผ่อนคลาย ความเครียดจากการเรียน/การทำงานอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้ใช้เวลาให้หมดไป และทำให้รู้จักใช้เวลาว่าง ให้เกิดประโยชน์ ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างมีความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ และด้านรูปแบบ รายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.1 ความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านรูปแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่อันดับ 1 ได้แก่ มีขนาดสะดวกในการพกพาอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา การออกแบบรูปเล่มมีความสวยงาม สำนวนภาษาที่เขียนอ่านเข้าใจได้ง่าย ตัวอักษรขนาดใหญ่ อ่านง่าย มีการ ออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของนิตยสาร a day BULLETIN รูปเล่มมีความทันสมัย รูปภาพและภาพประกอบ มีความคมชัด สีสันสวยงาม รูปภาพประกอบเข้ากับเนื้อหาของเรื่อง กระจายที่ใช้มีคุณภาพดี และการจัดหน้าและ หมวดหมู่ของเนื้อหาอ่านง่าย ตามลำดับ

3.2 ความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่อันดับ 1 ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครพึงพอใจ คอลัมน์ GOODNEWS: นำเสนอข่าวสารคดี ๆ รอบโลกประจำสัปดาห์อยู่ในระดับมาก รองลงมาคอลัมน์ INTERVIEW: เปิดเผยตัวตน ความคิด และชีวิตของคนดัง ข้อมูลตรงกับความสนใจและความต้องการ ข้อมูล ข่าวสารมีความ ทันสมัย นำเสนอประเด็นใหม่ ๆ ให้ติดตามอ่าน นำเสนอความคิดเห็นบนพื้นฐานของเหตุและผล เนื้อหาสามารถ เก็บไว้อ่านได้นาน คอลัมน์ A MUST: แนะนำสินค้าใหม่ ๆ คอลัมน์ HEAL AND HEART: ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ คอลัมน์ THE GUEST: แนะนำบุคคลที่มีความสามารถในอาชีพต่าง ๆ คอลัมน์ HOME MADE: บ้านและสวน คอลัมน์ THE WORD: ประโยคดี ๆ จากทั่วโลก คอลัมน์ ALL ABOUT BIZ: เคล็ดลับการทำธุรกิจ คอลัมน์ SHOPPING: แฟชั่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ และคอลัมน์ CALENDAR: กิจกรรมในแต่ละสัปดาห์ ตามลำดับ

## 5. อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับนิตยสารจากสถานีรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที รู้จักนิตยสาร a day BULLETIN จากสถานีรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ลักษณะการอ่านนิตยสาร a day BULLETIN อย่างสนใจบางคอลัมน์ที่ชื่นชอบ สถานที่ที่อ่านนิตยสาร a day BULLETIN บ่อยที่สุด ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า อ่านนิตยสาร a day BULLETIN ประมาณ 30 นาที-60 นาที ติดตามอ่านเป็นบางฉบับ ส่วนใหญ่เพิ่งเริ่มอ่านน้อยกว่า 10 ฉบับ สาเหตุที่สนใจอ่านนิตยสาร a day BULLETIN เพราะนายแบบ/นางแบบบนปก และหัวเรื่องบนปก จากผลการศึกษาดังกล่าวอธิบายได้ว่า นิตยสาร a day BULLETIN เป็นนิตยสารแจกฟรีที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งนิตยสาร a day BULLETIN จะแจกนิตยสารไปตามรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที และร้านอาหารต่าง ๆ กว่า 250 จุด และยังกระจายไปยังจังหวัดท่องเที่ยวใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น (อะเดียโพเอทส์รูกส์อีดีจิตอล, 2554) จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมอ่านนิตยสาร a day BULLETIN จากการเห็นนายแบบ/นางแบบบนปก และหัวเรื่องบนปก ซึ่งสำหรับนิตยสาร a day BULLETIN การนำเสนอนายแบบ/นางแบบบนปก หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาภายในที่เกี่ยวข้องกับนายแบบ/นางแบบบนปก เช่น การนำเสนอภาพ คุณดั้น อิชิตัน บนปก หมายความว่าเนื้อหาภายในเล่มจะนำเสนอสารประโยชน์ แนวคิด รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับคุณดั้น อิชิตัน ดังนั้น หากผู้อ่านเลือกอ่านนิตยสาร a day BULLETIN จากการเห็นนายแบบ/นางแบบบนปก และหัวเรื่องบนปก ผู้อ่านจะสามารถนำประโยชน์ที่ได้จากการอ่านนิตยสารไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้อย่างสมบูรณ์ จากผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมุณรัตน์ ปานรัตน์ (2553) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกฟรี (Free Copy) ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลในการอ่านนิตยสาร a day BULLETIN เพราะนายแบบ/นางแบบบนปก และหัวเรื่องบนปก เช่นเดียวกับงานวิจัยของ พลอยนวล พันธุมวานิช (2551) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและความพึงพอใจนิตยสาร a day ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ซื้อนิตยสาร a day เพราะภาพดารา และภาพประกอบสวยงาม

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารแจกฟรีและนิตยสารทั่วไปมีลักษณะใกล้เคียงกันทั้งลักษณะการอ่าน เวลาในการอ่าน การติดตามอ่าน หรือเหตุผลในการเลือกอ่านนิตยสาร เป็นต้น ทั้งนี้ ในปัจจุบันนิตยสารแจกฟรีมีพัฒนาทั้งรูปแบบการจัดเล่ม ตัวอักษร สี การออกแบบ รวมทั้งเนื้อหาไม่แตกต่างกันนิตยสารทั่วไปนัก แต่ก็มีพฤติกรรมการเปิดอ่านที่แตกต่างกันในส่วนของเวลาที่ใช้อ่านนิตยสาร เนื่องจากนิตยสารแจกฟรีมีจำนวนหน้าที่น้อยกว่านิตยสารทั่วไปมาก ดังนั้น ผู้อ่านจึงใช้เวลาไม่นานในการอ่านและสามารถอ่านได้ทุกสถานที่

2. การใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร a day BULLETIN อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความบันเทิง ด้านข้อมูล ด้านการใช้ประโยชน์ และด้านความรู้ ซึ่งจากผลการศึกษาอธิบายได้ว่า นิตยสาร a day BULLETIN เป็นนิตยสารที่ผู้อ่านไม่ต้องเสียเงินซื้อ ไม่ว่าผู้อ่านจะอ่านทุกคอลัมน์หรืออ่านเพียงบางคอลัมน์ที่สนใจ ผู้อ่านย่อมได้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร a day BULLETIN เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเรื่องราวรอบตัวที่น่าสนใจและ

ทันเหตุการณ์สำหรับคนกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง บ้านเทিং และ สัมภาษณ์บุคคลที่น่าสนใจ รวมถึงวิถีชีวิตของคนเมืองในทุก ๆ เรื่อง เช่น อาหาร การรับประทาน สถานที่ท่องเที่ยว สุขภาพกายและใจ การเงิน ธุรกิจ เป็นต้น ดังนั้น

ทั้งนี้นิตยสารแจกพรีมีกจะนำเสนอเนื้อหาอันหลากหลายเกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คนในด้านต่าง ๆ ทั้งอาหาร การรับประทาน การแต่งกาย สถานที่ท่องเที่ยว และเนื้อหาทั่วไปที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตในสังคมแห่งยุคข้อมูล ข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ นิตยสารแจกพรีมีอทิฟลและบทบาททางสังคมต่อการดำเนินชีวิตของผู้อ่าน ด้วยการเป็นแหล่งให้ความรู้และความบันเทิง โดยผู้อ่านมักเลือกอ่านนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาให้เกิดมุมมองใหม่ ที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ทั้งบุคลิกภาพ แนวคิดการทำงาน และการใช้ชีวิตส่วนตัว ซึ่งนิตยสาร a day BULLETIN ก็ได้ทำหน้าที่การให้ความบันเทิงและความรู้เช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์วรรณ แสงศรี (2546) ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารลิซ่า ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารลิซ่าไปใช้ประโยชน์ในด้านการเพิ่มพูนความรู้ และใช้เป็นสื่อเพื่อ ผ่อนคลาย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ จิตตนาถ ลิ้มทองกุล (2547) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ จากนิตยสารมาร์ส ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการนำเนื้อหาจากนิตยสารมาร์สไปใช้ประโยชน์ในระดับมากใน ด้านการนำเนื้อหาที่ได้จากนิตยสารมาร์สไปใช้ประโยชน์ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและด้านบันเทิง ในด้านการใช้ ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสารกลุ่มตัวอย่างมีการนำไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลางถึงมาก ส่วนด้านการสร้างเอกลักษณ์ ให้กับตนเองมีการนำไปใช้ประโยชน์ในระดับกลาง

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การใช้ประโยชน์ในการอ่านนิตยสารแจกพรีและนิตยสารทั่วไป มีการใช้ประโยชน์เหมือนกัน เพียงแต่นิตยสารทั่วไปเป็นนิตยสารที่มีการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม เช่น นิตยสาร สำหรับผู้หญิงก็จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความสุข ความงาม แฟชั่น ฯลฯ เป็นต้น ในขณะที่นิตยสารแนว สุขภาพอนามัยจะให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ การดูแลป้องกันตนเอง เป็นต้น นอกจากนี้ นิตยสารทั่วไป ยังนำเสนอเนื้อหาแบ่งตามกลุ่มผู้อ่าน ซึ่งนิตยสารจะถูกแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ที่มีความหลากหลายไปตามความ สนใจเฉพาะด้าน จึงทำให้ผู้อ่านนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารแต่ละฉบับนำไปใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป ในขณะที่นิตยสารแจกพรีเป็นนิตยสารที่ทำขึ้นเพื่อตอบสนองกลุ่มคนส่วนมากในสังคม คือ กลุ่มคนทำงาน และ ตอบสนองกับวิถีชีวิตที่รีบเร่งของคนเมืองที่ไม่ค่อยมีเวลาอ่านเรื่องยาว ๆ หลาย ๆ เรื่อง จึงเน้นเป็นนิตยสารที่มี รูปภาพสวยงาม สะดุดตา เนื้อหาน้อย แต่พิมพ์บ่อย เนื้อหาในนิตยสารแจกพรีก็ไม่ต่างกับนิตยสารทั่วไป คือ มีทั้ง เรื่องของผู้หญิง ผู้ชาย เรื่องของคนวัยทำงาน การท่องเที่ยว อาหาร การดูแลสุขภาพ รวมทั้งการ์ตูน เป็นต้น ดังนั้น ผู้อ่านนิตยสารแจกพรีต่างก็สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เช่นเดียวกับผู้อ่านนิตยสารทั่วไป คือ ใช้อ่านเพื่อผ่อนคลาย ความเครียด ฆ่าเวลา อ่านเพื่อให้ความรู้ เป็นต้น

3. ความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างมีความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ มีความพึงพอใจคอเลียมน์ GOODNEWS: นำเสนอข่าวสารดี ๆ รอบโลกประจำสัปดาห์มากที่สุด และด้านรูปแบบมี ความพึงพอใจต่อขนาดของเล่ม เนื่องจากสะดวกในการพกพา ซึ่งจากผลการศึกษาอธิบายได้ว่า นิตยสาร a day BULLETIN มีขนาดเท่ากับลอยด์ หรือเท่ากับหนังสือพิมพ์เฉพาะทาง โดยเฉลี่ยจะมีความหนาประมาณ 26 หน้า การ เข้าเล่มจะเย็บแบบมุงหลังคาเพื่อความสะดวกในการเปิดอ่าน ออกแบบให้อ่านง่าย ภายในเล่มนิตยสาร a day BULLETIN จะนำเสนอเนื้อหาโดยแบ่งออกเป็นคอลัมน์ต่าง ๆ ดังนี้ 1) คอลัมน์ GOODNEWS: นำเสนอข่าวสารดี ๆ รอบโลกประจำสัปดาห์ 2) คอลัมน์ INTERVIEW: เปิดเผยตัวตน ความคิด และชีวิตของคนดัง 3) คอลัมน์ A MUST:

แนะนำสินค้าใหม่ ๆ 4) คอลัมน์ SHOPPING: แฟชั่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ 5) คอลัมน์ CALENDAR: กิจกรรมในแต่ละสัปดาห์ 6) คอลัมน์ HOME MADE: บ้านและสวน 7) คอลัมน์ HEAL AND HEART: ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ 8) คอลัมน์ ALL ABOUT BIZ: เคล็ดลับการทำธุรกิจ 9) คอลัมน์ THE WORD: ประโยคดี ๆ จากทั่วโลก และ 10) คอลัมน์ THE GUEST: แนะนำบุคคลที่มีความสามารถในอาชีพต่าง ๆ

กล่าวได้ว่า นิตยสาร a day BULLETIN มีเนื้อหาที่ครอบคลุมวิถีการดำเนินชีวิตของคนกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิงตั้งแต่เรื่องภายในบ้านจนถึงเรื่องภายในที่ทำงาน ดังนั้น ผู้อ่านนิตยสาร a day BULLETIN จึงสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเอง ทำให้ผู้อ่านมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการอ่านนิตยสาร a day BULLETIN อยู่ในระดับมาก

## 6. สรุปผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ผู้อ่านนิตยสารมีความต้องการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาที่นำเสนอภายในนิตยสารแจกฟรี เนื่องจากมีเนื้อหาที่ครอบคลุมวิถีการดำเนินชีวิตของคนกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิงตั้งแต่เรื่องภายในบ้านจนถึงเรื่องภายในที่ทำงาน ดังนั้น ผู้อ่านนิตยสาร a day BULLETIN จึงสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้ นิตยสารแจกฟรีเป็นนิตยสารที่ส่งตรงถึงผู้อ่านโดยที่ผู้อ่านไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ดังนั้น ผู้อ่านจึงสามารถเปิดรับข้อมูลได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับ จึงทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อนิตยสารแจกฟรีไม่แตกต่างจากนิตยสารทั่วไป

ดังนั้น การศึกษาเรื่องพฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะเชิงการประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. พฤติกรรมกรอ่านนิตยสาร a day BULLETIN พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับนิตยสารจากสถานีรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ดังนั้น ควรเน้นการแจกนิตยสารในเส้นทางขนส่งมวลชน ทั้งรอบเช้า 07.00-10.00 น. และรอบเย็น เวลา 15.00-20.00 น. เพื่อให้เข้าถึงผู้อ่านได้มากขึ้น
2. นิตยสาร a day BULLETIN ควรมีการเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพกาย สุขภาพจิตของคนวัยทำงาน โรคที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และการรักษา บำบัด เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ดังนั้น การเพิ่มเติมเนื้อหาในส่วนดังกล่าวจะทำให้ผู้อ่านได้นำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งในเวลาทำงาน และนอกเวลาทำงาน
3. ควรเพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับความบันเทิง เช่น การดูดวงรายสัปดาห์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งเพศหญิงจะชอบอ่านคอลัมน์เพื่อความบันเทิงหรือผ่อนคลาย อีกทั้งยังทำให้กลุ่มผู้อ่านติดตามอ่านนิตยสาร a day BULLETIN อย่างต่อเนื่อง

## 7. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยค้นคว้าอิสระของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาโท สาขาสาครมหาบัณฑิต ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณ ดร.อริชัย อรรถอุดม อาจารย์ที่ปรึกษา และกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำแนะนำ รวมทั้งอาจารย์ทุกท่านตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้มีส่วนช่วยให้งานวิจัยดังกล่าวนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี



## 8. เอกสารอ้างอิง

- กรมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (2553). ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร พ.ศ. 2553. สืบค้น  
วันที่ 25 ธันวาคม 2553, จาก [http://stat.bora.dopa.go.th/cgi-bin/people2\\_stat.exe](http://stat.bora.dopa.go.th/cgi-bin/people2_stat.exe).
- จิตตนาถ ลิ้มทองกุล. (2547). ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารมาร์ส. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉันทิกา วีระจตุรังษะ. (2550). ความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของหญิงไทยต่อนิตยสารต่างประเทศ.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทิพย์วรรณ แสงศรี. (2546). การวิเคราะห์เนื้อหา ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากนิตยสารลีซ่า.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธรรมยุทธ์ จันทร์ทิพย์. (2554). คุณลักษณะและบทบาทของนิตยสารแจกพีในประเทศไทย, *วารสาร Executive  
Journal*, 31(2), 190-197
- พลอยนวล พันธุ์วานิช. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและความพึงพอใจนิตยสาร a day. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุนรัตน์ ปานรัตน์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารแจกพี. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อะเดียโพเอทส์รุ๊กสื่อจิตตอล, (2554, 14-16 กรกฎาคม). *ฐานเศรษฐกิจ*, หน้า 2.