

กรณีศึกษา นิตยสาร Cosmopolitan กับความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์

Case study on “Cosmopolitan” Magazine and the Readers’ satisfaction and Its Utilization

วรวิธินันท์ ไพโรจน์นัต

บทคัดย่อ

กรณีการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจของผู้อ่านต่อเนื้อหา และองค์ประกอบในการจัดหน้าของนิตยสารcosmopolitan 2) ศึกษาการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านจากเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในนิตยสาร cosmopolitan 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan โดยจำแนกผู้อ่านตามลักษณะประชากร และการเปิดรับสื่อ และ 4) ศึกษาการเปิดรับสื่อของผู้อ่านนิตยสาร cosmopolitan โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้อ่านนิตยสาร Cosmopolitan ซึ่งเป็นสตรีอายุระหว่าง 15-30 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยได้ทำการใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการศึกษาพบว่า

1. ความพึงพอใจเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ คอลัมน์แฟชั่นและความงาม คอลัมน์ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง และคอลัมน์ให้ความรู้

2. ความพึงพอใจองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจสูงสุดคือ องค์ประกอบด้านสี รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านภาพ และองค์ประกอบด้านตัวอักษรตามลำดับ

3. การใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ในระดับปานกลาง

4. ความพึงพอใจต่อเนื้อหาและองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า การใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร Cosmopolitan ต่างกัน พบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ สถานภาพทางสมรส ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจด้านเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan ด้านองค์ประกอบในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan และด้านการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสาร Cosmopolitan ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผู้อ่านที่อ่านหรือเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน และมีการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสารCosmopolitan ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Abstract

This study objectives were 1) To study the readers' satisfaction in its content and composition in Cosmopolitan pages arrangement and its layout 2) To study the readers' utilization from its various content 3) To compare the satisfaction of its contents by categorization of its readers to demographic characteristics and their media receiving channel and 4) To study its readers' Cosmopolitan subscription. The sample group of this study were its readers who are females of 15-30 years age range, living in Bangkok, total 400 females. The interviews was selected as a tool in data collection and the statistics used for data analysis included the percentage, mean, standard deviation, hypothesis tested with t-test and One Way Variance Analysis. The study result came out that :

1. The Cosmopolitan content satisfaction was in the very much level, when considered in individual aspect and descendant sorting, the 3 topmost popular ones were fashion and beauty, popular people's relationship column and knowledge giving column.

2. The Cosmopolitan composition satisfaction was in the very much level, the topmost satisfaction were colorful composition, followed by pictures arrangement or graphic arts and letters or alphabets respectively.

3. The utilization from the magazine's content was in the moderate level.

4. The satisfaction to the content and composition used in pages arrangement, utilization from reading Cosmopolitan were different it was found that the demographic characteristics, namely, different age, marital status and education levels and occupations could affect readers' satisfaction differently in term of its contents, composition, pages arrangement and its contents utilization with statistical significant level at 0.05.

5. The readers who read or subscribed Cosmopolitan in different aspects were differently satisfied with the different contents of the magazine in term of its composition, pages arrangement and different utilization of Cosmopolitan contents with statistical significant level at 0.05.

คำสำคัญ: เนื้อหา, องค์ประกอบ, การจัดหน้า

Keywords: content, composition, pages arrangement

บทนำ

สำหรับประเทศเจ้าของนิตยสารหัวนอกในประเทศไทยมีจำนวน 8 ประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่มาจากอังกฤษและสหรัฐอเมริกา ส่วนกรณีศึกษาด้านผู้ผลิต พบว่า นิตยสารหัวนอกทั้งสองกลุ่ม ได้แก่ นิตยสารผู้หญิงสูงวัย กับนิตยสารสำหรับวัยรุ่นมีส่วนเนื้อหา ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์แตกต่างกัน

แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคส่วนใหญ่เหมือนกัน เนื่องจากนิตยสารแต่ละเล่มทำหน้าที่ในการนำเสนอสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคได้บริโภคตัวนิตยสาร อาทิ รูปเล่ม เนื้อหา ราคา การจัดวาง โปรโมชันต่าง ๆ และ สินค้าที่นำเสนอในนิตยสาร อาทิ สินค้าแฟชั่น ความงาม สุขภาพ เฟอร์นิเจอร์ และไลฟ์สไตล์ ในเชิงคุณค่าของการใช้ (Value) การแลกเปลี่ยน (Exchange) สัญลักษณ์ (Symbol) และสัญญาณ (Sign) ไปพร้อม ๆ กัน ทั้งนี้ นิตยสารหัวนอกจัดว่าเป็นสินค้าส่งออกวัฒนธรรมจากประเทศมหาอำนาจ ก่อให้เกิดเศรษฐกิจแบบทั้งโลก ผู้คนมีวิถีการดำเนินชีวิตเป็นแบบทั้งโลก ข้อมูลข่าวสารและวัฒนธรรมถูกทำให้กลายเป็นสินค้าอุตสาหกรรม นิตยสารหัวนอกในประเทศไทยมี 4 ฉบับ ได้แก่ Cleo Elle Teenage Cosmopolitan เป็นนิตยสารจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีการพิมพ์เผยแพร่ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ถึง 31 ประเทศ โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่ 31 เป็นนิตยสารแฟชั่นที่มียอดจำหน่ายสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก มียอดพิมพ์ในอเมริกาถึง 6 ล้านเล่มต่อเดือน แนวความคิด (Concept) ที่ถือเป็นบุคลิกที่ชัดเจนของนิตยสาร Cosmopolitan ไม่ว่าจะเป็นฉบับใด ๆ ในโลกก็คือ Fun Fearless Female ซึ่งหมายถึง การสนุกกับชีวิต ความกล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ และความเป็นผู้หญิงรักสวยรักงาม

Prakit & FCB จำหน่ายในระยะแรกฉบับละราคา 70 บาท ปัจจุบันได้ปรับราคาขึ้นเป็น 80 บาท และมีการทำเล่มฉบับแบบพกพา และได้มีการจัดวางจำหน่าย ในรูปเล่มกะทัดรัด เล็กมาในสไตล์หนังสือ นิตยสาร Cosmopolitan แบบพกพา ในราคาสินค้า ที่เล่มละ 60 บาท ในปัจจุบัน

โดยนิตยสาร Cosmopolitan ฉบับที่เป็นภาษาไทยนั้นแตกต่างจากนิตยสาร Cosmopolitan ฉบับต่างประเทศ คือ มีเนื้อหาที่แปลมาจากต้นฉบับต่างประเทศร้อยละ 70 เปอร์เซนต์ เนื้อหาที่กองบรรณาธิการ คนไทยจัดทำขึ้นอีกร้อยละ 30 เปอร์เซนต์ โดยยังคงไว้ซึ่งเรื่องการสอนผู้อ่านวัย 15-30 ปี ส่วนประกอบที่ใช้ในการจัดหน้านั้นก็มีความแตกต่างไปจากฉบับต่างประเทศโดยอักษรที่ใช้ยังคงความเด่นสะดุดตาเหมือนฉบับแม่ เพียงแต่ใช้ตัวอักษรไทย สีเส้นที่ใช้ยังคงความสดใสเช่นกัน ส่วนภาพนั้นยังคงแนวคิดในเรื่องการเลือกภาพให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง ซึ่งถ้าแปลเนื้อหาเรื่องใดก็ใช้ภาพประกอบนั้น ๆ ตามต้นฉบับของประเทศแม่ ดังนั้น จึงมีภาพที่เป็นภาพจากต่างประเทศถึงร้อยละ 70% ภาพที่กองบรรณาธิการคนไทยจัดทำขึ้นอีกร้อยละ 30% (www.cosmopolitan.co.th)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารของผู้อ่านนิตยสารสำหรับสตรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้อ่านที่มีต่อเนื้อหา และองค์ประกอบในการจัดหน้าของนิตยสารสำหรับสตรี
3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของผู้อ่านจากเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในนิตยสารสำหรับสตรี
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan และการใช้ประโยชน์ โดยจำแนกตามลักษณะประชากร

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการอ่าน/การเปิดรับนิตยสารกับความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากนิตยสารสำหรับสตรี

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน
3. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน
4. การเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน
5. การเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน
6. การเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุระหว่าง 15-30 ปี และเคยอ่านนิตยสารสตรี Cosmopolitan เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจ ในเนื้อหาและองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า รวมถึงการนำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ของกลุ่มผู้อ่าน โดยทำการคัดเลือกนิตยสาร Cosmopolitan ซึ่งมีการเปิดรับของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารสตรี และได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการของ Yamane กลุ่มตัวอย่าง 400 คน และแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้กระจายไปในส่วนต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างเท่าเทียมกัน การสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยแบ่งขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นตอนแรก ทำการจับฉลาก 5 เขต จากจำนวนทั้งหมด 15 เขต ในฝั่งกรุงเทพมหานคร ได้แก่

- | | | |
|---------------|-------------------|----------------|
| 1. เขตคลองสาน | 2. เขตบางกอกใหญ่ | 3. เขตหนองแขม |
| 4. เขตจอมทอง | 5. เขตบางขุนเทียน | 6. เขตตลิ่งชัน |

- | | | |
|------------------|-------------------|---------------------|
| 7. เขตทวีวัฒนา | 8. เขตบางแค | 9. เขตบางบอน |
| 10. เขตทุ่งครุ | 11. เขตบางพลัด | 12. เขตธนบุรี |
| 13. เขตภาษีเจริญ | 14. เขตบางกอกน้อย | 15. เขตราชบุรีบูรณะ |

จากเขตในฝั่งธนบุรีทั้งหมด 15 เขต ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างง่าย (simple Random) โดยใช้วิธีการจับฉลากเพื่อเลือกเขตที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยเลือกเขตที่ทำการศึกษามา 5 เขต ซึ่งเขตที่จับฉลากได้ ได้แก่ เขตภาษีเจริญ เขตธนบุรี เขตหนองแขม เขตคลองสานเขตตลิ่งชัน เขตทวีวัฒนา

ขั้นตอนที่สอง จัดทำบัญชีรายชื่อสถานศึกษา ที่อยู่ในเขตที่ผู้วิจัยสุ่มได้มาทั้ง 5 เขต เป็นสถานศึกษาที่จะทำการเก็บข้อมูล

ส่วนที่ 1 แจกแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple) ด้วยวิธีการจับฉลากจากรายชื่อมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน 5 มหาวิทยาลัย ใน 5 เขต ในฝั่งธนบุรี ได้แก่ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร (เขตทวีวัฒนา) วิทยาลัยทองสุข และเก็บข้อมูล แห่งละ 40 คน รวมเป็น 200 คน

ส่วนที่ 2 แจกแบบสอบถามอีก 200 ชุด แก่ผู้อ่านนิตยสาร Cosmopolitan บริเวณร้านหนังสือในห้างสรรพสินค้า เขตละ 1 แห่ง แห่งละ 40 คน รวมเป็น 200 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดรายชื่อห้างสรรพสินค้า 5 แห่ง ในฝั่งธนบุรี และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงผู้อ่านนิตยสารสตรี Cosmopolitan รายชื่อห้างสรรพสินค้าที่ผู้วิจัยกำหนด ได้แก่ พาต้าปิ่นเกล้า เซ็นทรัลพระราม 2 เดอะมอลล์บางแค เมเจอร์ปิ่นเกล้า ห้างบิ๊กซี

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการรวบรวมแบบสอบถามที่ส่งคืนมา ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้มา ทำการจัดเตรียมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับกระบวนการและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing)
2. การลงรหัส (Coding)
3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ผ่านมาการลงรหัสแล้ว ไปบันทึก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) โดยจะใช้วิเคราะห์ข้อมูล 4 ส่วนดังนี้

- 1.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- 1.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการเปิดรับนิตยสาร

1.3 การวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจต่อเนื้อหาและองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า

1.4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยใช้ค่าสถิติที่ (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA: F-test จะทำการทดสอบรายคู่ จะใช้โดยวิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD)

สรุปผลการวิจัยจากข้อมูลทั่วไป

1. ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 27-30 ปี โดยส่วนใหญ่เป็นพนักงานมีสถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือน 12,001- 16,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยซื้อนิตยสาร Cosmopolitan มาแล้วจำนวน 2-4 ฉบับ ซึ่งสถานที่ที่อ่านนิตยสาร Cosmopolitan บ่อยที่สุดคือ ที่บ้าน โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสาร Cosmopolitan ในแต่ละครั้งประมาณ 16-30 นาที และนิตยสาร Cosmopolitan 1 ฉบับนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่าน 1-2 วัน

3. ผลการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 คอลัมน์แฟชั่นและความงามพอใจในระดับมาก อันดับที่ 2 คือ คอลัมน์ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ในระดับค่อนข้างมาก และอันดับที่ 3 คือ คอลัมน์ให้ความรู้ ในระดับค่อนข้างมาก

4. ผลการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับค่อนข้างมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด คือ องค์ประกอบด้านสี รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านภาพ และองค์ประกอบด้านตัวอักษร ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร Cosmopolitan พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ประโยชน์มากที่สุดคือ ได้แนวคิดในเรื่องแฟชั่น การแต่งตัว และพัฒนาบุคลิกภาพ ในระดับมาก รองลงมาคือ ใช้ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนฝูงและคนใกล้ชิด รองลงมาอีกคือ ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาวีชีวิต ในระดับมาก ส่วนข้อที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามใช้ประโยชน์น้อยที่สุด คือ ใช้เพื่อลดภาวะความกดดัน และหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตจริงซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

6. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยสมมติฐานหลัก 2 ข้อ ใหญ่สรุปได้ ดังนี้

6.1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในเนื้อหา องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า และการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน

6.2 การเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในเนื้อหา องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า และการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษา นิตยสาร Cosmopolitan กับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดจนผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการอภิปราย ดังนี้

1. จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ในระดับค่อนข้างมาก โดยมีความพึงพอใจคอลัมน์แฟชั่นและความงามมากที่สุด ทั้งนี้ อาจเนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้่านที่มีอายุระหว่าง 27-29 ปี ซึ่งส่วนเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ วิเคราะห์เนื้อหาและความพึงพอใจของผู้่านนิตยสาร Cosmopolitan ฉบับภาษาไทย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อหัวข้อความงามและสุขภาพมากที่สุด

2. จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ในระดับค่อนข้างมาก ทั้งนี้เนื่องจากนิตยสาร Cosmopolitan เป็นนิตยสารหัวนอกที่แปลจากต้นฉบับต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงมีการนำเสนอสีสันที่เป็นที่สะดุดตา องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง

3. จากการผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสาร Cosmopolitan อยู่ระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากนิตยสาร Cosmopolitan ฉบับภาษาไทยได้นำเนื้อหาและองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าตามแนวทางมาจากต่างประเทศ มานำเสนอในฉบับภาษาไทยได้แก่ เนื้อหาประเภทเช็ทซ์ ความสัมพันธ์ระหว่างหญิง-ชาย การแต่งตัว การรู้จักใช้ชีวิต มาแนะนำผู้อ่านวัย 15-30 ปี ของไทย ระดับการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาจึงอยู่ในระดับปานกลางโดยกลุ่มผู้อ่านมีพฤติกรรมการใช้ประโยชน์จากข่าวสารความรู้โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

4. จากผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า และการประโยชน์จากการอ่านนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน มีรายละเอียดดังนี้

4.1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบ 4 ตัวแปร ได้แก่ อายุ สถานภาพ

ระดับการศึกษา และอาชีพ ดังนั้นลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จึงมีผลต่อความพึงพอใจเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน

4.2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจองค์ประกอบในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบ 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ทั้งนี้เนื่องจาก การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจที่นำไปใช้ประโยชน์นั้น มีการจัดส่วนของการจัดหน้านิตยสาร Cosmopolitan โดยจะต้องรู้่านิตยสารฉบับนั้น ๆ เป็นนิตยสารประเภทใด มีผู้อ่านกลุ่มใด และเนื้อหาของนิตยสารเป็นประเภทใด และพิจารณาต่อไปถึงลักษณะของผู้อ่านว่าเพศใด วัยใด อาชีพ และระดับการศึกษาเป็นอย่างไรด้วย

4.3 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบ 3 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์ในการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของนิตยสารต่างกันตามลักษณะของประชากร

5. จากผลการเปรียบเทียบการเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน มีรายละเอียด ดังนี้

5.1 การเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อเนื้อหาของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบ 3 ด้าน ได้แก่ สถานที่ในการอ่าน ระยะเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง และระยะเวลาในอ่านต่อ 1 ฉบับ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านนิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทย ได้แก่ การพบเห็นหรือรู้จัก ระยะเวลาการติดตามอ่าน เวลาที่อ่าน ลักษณะการอ่าน ความถี่ในการอ่าน แหล่งของการได้รับ พฤติกรรมหลังการอ่าน ต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจต่างกัน

5.2 การเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในการจัดหน้าของนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบเพียง 1 ด้าน คือ ด้านระยะเวลาในอ่านต่อ 1 ฉบับ พบว่า สาเหตุที่ชอบนิตยสารฉบับนี้เพราะสีสันทันที่ใช้ ในการจัดหน้า รูปภาพที่ดึงดูดสายตา แสดงให้เห็นว่าผู้อ่านนิตยสารนั้นมีการพิจารณาในรายละเอียดขององค์ประกอบในการจัดหน้าของนิตยสารด้วย มิได้คำนึงถึงเพียงเนื้อหาในนิตยสารเพียงอย่างเดียว จึงเป็นเหตุให้เกิดความพึงพอใจที่ต่างกัน

5.3. จากผลการเปรียบเทียบการเปิดรับนิตยสาร Cosmopolitan ที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสาร Cosmopolitan ที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบ 2 ด้าน ได้แก่ ระยะเวลาในการอ่านแต่ละครั้ง และระยะเวลาในอ่านต่อ 1 ฉบับ ทั้งนี้เนื่องจากการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาในนิตยสารนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้อ่านแต่ละบุคคล ณ เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ดังนั้นในการอ่านนิตยสารนั้นเมื่อแต่ละบุคคลใช้เวลาในการอ่านแต่ละครั้งและเวลาในอ่านต่อ 1 ฉบับ ที่ต่างกันย่อมพบเห็นบริบทต่าง ๆ ย่อมพบเนื้อหาสาระจากการอ่านที่แตกต่างกัน จึงนำเนื้อหาไปใช้ประโยชน์ได้ต่างกันด้วย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยนี้ได้ศึกษาเฉพาะกลุ่มสตรีในกรุงเทพมหานคร-ฝั่งธนบุรี ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปควรขยายพื้นที่ออกไปยังเขตพื้นที่อื่น ๆ หรือ จังหวัดอื่น
2. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสาร Cosmopolitan จึงควรทำการศึกษาความพึงพอใจในนิตยสารฉบับอื่น ๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบ และพัฒนารูปแบบต่อไป ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- จารุวรรณ ศรีเนตรตา. (2540). การทำการแบ่งประเภทของการทำนิตยสาร. ใน เอกสารการทำนิตยสาร และความรู้เกี่ยวกับการแบ่งบทบาท หน้าที่ และประเภทของนิตยสาร. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- พิชพรรณ จันมณี. (2550). ความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้่านนิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรทิพย์ วงกิจโกศาทร. (2540). การประเมินรูปแบบของการรับรู้ผู้อ่านนิตยสาร. กรุงเทพฯ: หอสมุดแห่งชาติ.
- พรรณิ พรรณฤดี ช.เจริญยิ่ง. (2551). การบริโภคสื่อนิตยสารในด้านสื่อโฆษณาของกลุ่มผู้หญิงทำงาน. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุจินดา ชาญวานิชพร. (2547). การวิเคราะห์เนื้อหาและความพึงพอใจของผู้่านนิตยสาร Cosmopolitan ฉบับภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Berlo,K.,David. (1960). **The Process of Communication**. East Lansing: Michigan State University.
- Bernays,L., Edward. (1952). **Public Relations**. Norrman: University Of Oklahoma Press.
- McQuail, D. (1992). **Mass Communication Theory An Introduction**. London: Sage.