

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมและความพึงพอใจนิตยสารดิจิทัล ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยได้นำข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาจำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาทำการวิเคราะห์ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 มีการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 ไม่ชื่อนิตยสารดิจิทัลเลย จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/วัน) น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ลักษณะการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ อ่านเฉพาะเนื้อหาที่สนใจ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 ช่องทางในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ ผ่านโทรศัพท์มือถือ สมาร์ทโฟน จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 อ่านนิตยสารดิจิทัลคนเดียว จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 สถานที่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ อ่านที่บ้าน จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ ติดตามเรื่องที่สนใจ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล

ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ภาพรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจด้านช่วงเวลาและเวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.72 รองลงมา ความพึงพอใจเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล มีค่าเฉลี่ย 3.63 ความพึงพอใจด้านความสะดวกในการอ่านนิตยสารดิจิทัล มีค่าเฉลี่ย 3.47 และความพึงพอใจด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.35

ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ด้านคุณภาพ อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.52 รองลงมา เนื้อหามีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง แม่นยำ ทำให้ได้รับความรู้เพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 3.35 เนื้อหาครบถ้วน กระชับและตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ย 3.33 และเนื้อเป็นกลางอย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ย 3.20

ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ด้านเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีรูปแบบที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.78 รองลงมา ภาพกราฟิกประกอบการเนื้อหา สวยงาม สมจริง อ่านง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีภาพและเสียงคมชัด มีค่าเฉลี่ย 3.66 องค์ประกอบโดยรวมของนิตยสาร มีค่าเฉลี่ย 3.60 และพาดหัวและไตเติ้ลเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.42

ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ด้านความสะดวกในการอ่านนิตยสารดิจิทัล อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อ่านได้หลายอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.78 รองลงมา เก็บไว้ได้นาน มีค่าเฉลี่ย 3.71 มีให้เลือกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.57 แหล่งที่หาซื้อง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.50 ฉบับที่ก หรือเน็ตข้อความได้ มีค่าเฉลี่ย 3.32 ชำระได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 และมีราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.20

ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ด้านช่วงเวลาและเวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ในเรื่อง สามารถอ่านได้ทุกวัน จันทร์-อาทิตย์ มีค่าเฉลี่ย 3.72

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถนัดในการอ่านนิตยสารดิจิทัลแตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการซื้อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานที่ที่อ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2.7 พบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย นำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีความถี่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) ไม่ชื่อนิตยสารดิจิทัลเลย ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/วัน) น้อยกว่า 15 นาที ลักษณะการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ อ่านเฉพาะเนื้อหาที่สนใจ ช่องทางในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ ผ่านโทรศัพท์มือถือ สمارทโฟน อ่านนิตยสารดิจิทัลคนเดียว สถานที่ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ อ่านที่บ้าน วัตถุประสงค์ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล คือ ติดตามเรื่องที่สนใจ ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครไม่ค่อยได้อ่านนิตยสารดิจิทัลเป็นประจำ จะเข้าอ่านนิตยสารดิจิทัลเฉพาะการติดตามเรื่องที่สนใจเท่านั้น จึงใช้เวลาการอ่านไม่นาน และจะอ่านผ่านโทรศัพท์มือถือ สาร์ทโฟน เพราะสะดวกในการอ่าน ซึ่งสอดคล้องกับ เชฟ ที. แคลปเปอร์ Klapper J.T., 1960 (อ้างใน ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554 :9) กล่าวว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร จากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดสถานีวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง ตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็ชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งใดที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใช้ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วน

บุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสาร ให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อ ในส่วน ที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งด้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่เราเลือก จดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุน ความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติค่านิยม หรือความ เชื่อแต่ละคนที่มีอยู่เดิม ให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็น ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบาย ใจขึ้น

2. ความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล อยู่ในระดับพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่า ความพึงพอใจด้านช่วงเวลาและเวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา ความพึงพอใจเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล ความพึงพอใจด้านความสะดวกในการอ่าน นิตยสาร และความพึงพอใจด้านคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรนัพนัน ชูพินิจ และอริชัย อรรถอุดม (2555) ได้ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจจากนิตยสาร a day BULLETIN ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจาก นิตยสารอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจาก ด้านคุณภาพเนื้อหาของนิตยสารดิจิทัลมีความรวดเร็วและทัน ต่อเหตุการณ์ ด้านเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล มีรูปแบบที่ทันสมัย ด้านความสะดวกในการอ่าน นิตยสาร สามารถอ่านได้หลายอุปกรณ์ และด้านช่วงเวลาและเวลาอ่านนิตยสารดิจิทัล สามารถอ่านได้ ทุกวัน จันทร์-อาทิตย์ และยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของแคทซ์และคณะ Katz.E.and Other., 1974 (อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.2531, หน้า 634-635) ได้อธิบายแนวความคิด เรื่อง องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพึงพอใจแนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ว่าเป็นแนวความคิดที่มีความเชื่อว่า มนุษย์เป็นผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดว่าตนเอง ต้องการอะไร สื่อชนิดไหน สารอะไร เพื่อสนองความต้องการของตนเองเป็นหลักอันนำไปสู่ความพึง พอใจ แนวความคิดดังกล่าวเป็นการพิจารณาผู้รับสารในมุมมองของผู้กระทำ (Active Receiver) ต่อสื่อ

3. คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน ยกเว้น คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ และระดับการศึกษา แตกต่างกันมีความพึง พอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัลไม่แตกต่างกัน

4. พฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่าง กันมีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล แตกต่างกัน โดยพบว่า

4.1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านนิตยสารดิจิทัล นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) อ่านเกือบทุกวัน (3-4 วัน/สัปดาห์) และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครอ่านสม่ำเสมอ (5-6 วัน/สัปดาห์) มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่อื่น ๆ ในการอ่านนิตยสารดิจิทัล ซึ่งอาจเป็นคนที่นานๆ ครั้งจะเข้านิตยสารดิจิทัล

4.2 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการซื้อนิตยสารดิจิทัลในแต่ละเดือน (โดยเฉลี่ย) 3-5 เล่ม/สัปดาห์ มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ซื้อเลย

4.3 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) มากกว่า 45 นาที มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้เวลาในการอ่านนิตยสารดิจิทัล (เฉลี่ยนาที/ต่อวัน) น้อยกว่า 15 นาที

4.4 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ตั้งใจอ่านอย่างเดียว คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านและทำงานไปด้วย คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดดูแต่ภาพ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านผ่าน ๆ ไม่เจาะจง คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อ่านแต่หยุดเมื่อทำอย่างอื่น และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านเฉพาะเนื้อหาที่สนใจ มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะการอ่านอื่น ๆ

4.5 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อ่านคนเดียว ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านร่วมกับคนในครอบครัว และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านร่วมกับผู้อื่น (เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน) มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการอ่านนิตยสารดิจิทัลแบบอื่นๆ

4.6 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านที่บ้าน คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านที่ทำงาน และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่อ่านในรถ มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อ่านสถานที่อื่น ๆ

4.7 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความรู้ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมือง คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ติดตามเรื่องที่สนใจ และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้เวลาว่างให้

เป็นประโยชน์ มีความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารดิจิทัล มากกว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในการอ่านหนังสือดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ ดังปรากฏผลการศึกษาวิจัยที่นำเสนอและสรุปไว้แล้ว ผู้ศึกษาวิจัยเห็นว่า มีประเด็นบางอย่างที่สำคัญจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ด้านคุณภาพ ผู้ผลิตสื่อ นิตยสารดิจิทัล ควรพิจารณาปรับปรุงนิตยสารดิจิทัลให้เนื้อหาเป็นกลางอย่างเท่าเทียมกัน และให้มีเนื้อหาครบถ้วน กระชับและตรงประเด็น
2. ด้านเทคนิคภายในนิตยสารดิจิทัล ผู้ผลิตสื่อ นิตยสารดิจิทัล ควรพิจารณาปรับปรุงการพาดหัวและไตเติ้ลของนิตยสารดิจิทัลให้มีเหมาะสม
3. ด้านความสะดวกในการอ่านนิตยสาร ผู้ผลิตสื่อ นิตยสารดิจิทัล ควรพิจารณาปรับปรุงนิตยสารดิจิทัลให้มีราคาที่เหมาะสม และให้สามารถชำระค่านิตยสารได้หลายช่องทาง เพื่อเพิ่มความสะดวกในการอ่านนิตยสารมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจนิตยสารดิจิทัล ของคนวัยทำงานในเขตพื้นที่อื่นๆ
2. ควรศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจนิตยสารดิจิทัล ที่มีต่อการนำไปใช้ประโยชน์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ควรศึกษาพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลบนสมาร์ทโฟนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร