

การตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพมหานคร

สาโรจน์ ไวยคงคา¹

Received 11 November 2020

Revised 22 February 2021

Accepted 10 March 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลแมกกาซีนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครชั้นปีที่ 1 - 4 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบจับสลากจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันและการวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว และนำเสนอในรูปแบบของตารางและบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 19 ปี กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแมกกาซีนมาแล้วน้อยกว่า 1 เดือน ใช้สมาร์ตโฟนในการอ่าน โดยอ่านในช่วงเวลา 22.01 - 24.00 น. ซึ่งอ่านช่วงเวลาว่าง ใช้เวลาอ่านประมาณเกือบ 30 นาที อ่านในที่อยู่อาศัย โดยเลือกอ่านประเภทนิตยสาร พิจารณาจากรูปแบบกราฟฟิกจากการอ่าน เนื้อหาดิจิทัลแมกกาซีน อ่านจากคำโปรย และข้อมูลจากเว็บไซต์มากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักศึกษาที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนด้านเทคนิคในดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกัน และพบว่า นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนด้านการออกแบบ ลักษณะรูปแบบของตัวอักษร เทคนิคในดิจิทัล และด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่ใช้ในดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การตัดสินใจ ดิจิทัลแมกกาซีน

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจรัลพงษานุรักษ์ เลขที่ 122/41 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
อีเมล: Saroj.wai@cpc.ac.th

DECISION MAKING IN READING DIGITAL MAGAZINES OF UNDERGRADUATE STUDENTS IN BANGKOK

Saraj Waikhongkha¹

Abstract

This research had objectives to study 1) personal characteristics and digital magazine reading behavior of undergraduate students in Bangkok and 2) factors affecting decision making in reading digital magazines of undergraduate students in Bangkok. The samples were of 400 undergraduate students who are studying in 1st -4th year universities in Bangkok. Sampling method employed lottery. Questionnaire was used as data collection tool. Statistics used in this study included frequency, percentage, mean, standard deviation, independent sample t-test, and One-way ANOVA. The results are displayed in tabulated and descriptive forms.

The result indicated that most of the respondents are female, age 19 years old, and are studying in the 1st year in bachelor's degree level. In addition, they read digital magazine nearly a month; use a smartphone as a reading device; read the digital magazine during 22.01 - 24.00 hrs.; spend time in reading when they have free time; spend almost 30 minutes; and consider graphic design, content, book introduction, and information on the Internet for making decision in reading digital magazine. The hypothesis testing indicated that students with different age had different level of decision in reading digital magazine in terms of digital technique usage and students with different education level had different level of decision in reading digital magazine in terms of design, front, digital technique usage and other factors at the statistically significant level as of 0.05.

Keywords: Decision Making, Digital Magazine

¹ Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Chakrabongse Bhuvanarth Champus , 122/41 Vibhavadi Rangsit Road, Dindaeng, Dindaeng, Bangkok 10400
E-mail : Saroj.wai@cpc.ac.th

บทนำ

ในสภาพการณ์ปัจจุบันสื่อชนิดต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันค่อนข้างมากมาย ทั้งนี้สื่อในประเทศไทยมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามบริบทของสื่อ นั้น ส่งผลทำให้การรับสื่อจึงมีรูปแบบที่ต่างกันออกไป นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันสื่อชนิดต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปอย่างมากมาย ตั้งแต่ขั้นตอนกระบวนการผลิต วัสดุ อุปกรณ์ ไปจนถึงเทคนิคการนำเสนอของสื่อ ซึ่งจะต้องตอบรับกับการใช้ชีวิตยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

นิตยสาร เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ค่อนข้างชัดเจน แบ่งกลุ่มตามความสนใจของผู้อ่าน โดยมีเนื้อหาที่แบ่งชัดเจนตามนิตยสารแต่ละรูปแบบ เช่นนิตยสารทั่วไปไม่มีกำหนดกลุ่มผู้อ่าน เนื้อหาแนะนำเสนอเรื่องทั่ว ๆ ไป ย่อมแตกต่างกับนิตยสารเฉพาะ ที่เป็นนิตยสารที่กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดกลุ่มผู้อ่านอย่างชัดเจนเป็นต้น

สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารจัดว่าเป็นสื่อที่มีบทบาทมาเป็นเวลานานกับประเทศไทย พัฒนาการด้านการจัดทำนิตยสารมีการพัฒนาก้าวหน้าไปมาก นิตยสารจึงเป็นสื่อมวลชนสำคัญที่สะท้อนให้เห็นความเจริญก้าวหน้าหลากหลายด้าน โดยเฉพาะพัฒนาการในด้านการนำเสนอเนื้อหาทำให้นิตยสารมีจุดเด่นที่สามารถนำเสนอข้อมูลที่หลากหลายครบถ้วน อีกทั้งยังสามารถปรับทัศนคติความคิดของผู้อ่านได้ และที่สำคัญยังสามารถเข้าถึงผู้อ่านเฉพาะกลุ่มได้อีกด้วย (พัชรินทร์ ดิชด้วง, 2550)

นิตยสารในรูปแบบของกระดาษถือว่าเป็นอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ที่สำคัญ และยาวนานต่อเนื่องมาเป็นเวลานานแต่เมื่อเวลาเริ่มเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น รูปแบบการสื่อสารเริ่มปรับเปลี่ยน รูปแบบการนำเสนอมีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น มีความหลากหลายที่พร้อมการนำเสนอ ทั้งภาพ เสียง วิดีโอ อีกทั้งการตอบสนองของสิ่งพิมพ์ดิจิทัล เป็นไปอย่างทันสมัยโดยผ่านรูปแบบของ Application ของ Digital Magazine ซึ่งเป็นการนำเสนอที่แตกต่างกับสิ่งพิมพ์กระดาษ ตอบรับกับสังคมที่ต้องการความรวดเร็วในด้านการสื่อสาร (เบญจวรรณ อรัญเรืองฤทธิ์, 2549)

การเกิดขึ้นของดิจิทัลแมกกาซีน นอกจากจะส่งผลกระทบต่อวงการสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรงส่งผลให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในวงการหนังสือ คือเครื่องอ่านเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E - Reader) เป็นอุปกรณ์ร่วมกับหนังสือไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เครื่องอ่านนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ สามารถสร้างธุรกิจใหม่คือ ร้านหนังสือออนไลน์ (iBook Store) สามารถสั่งซื้อหนังสือแบบออนไลน์ (E - Book) ได้ในราคาถูกกว่าสิ่งพิมพ์กระดาษ และอาจเป็นต้นเหตุและวิธีการนำเสนอแบบ Interactive คือสามารถโต้ตอบกับสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนใหญ่นิตยสารออนไลน์ของไทยยังเป็นรูปแบบ PDF มากกว่าเป็นนิตยสารดิจิทัล เนื่องจากนิตยสารดิจิทัล มีราคาค่อนข้างสูง แต่นิตยสารดิจิทัลช่วยสร้างอรรถรสให้กับผู้อ่านมากกว่าไฟล์ PDF เปิดอ่านด้วยระบบดิจิทัล สามารถสร้างขีดจำกัดในการสร้างสรรค์นิตยสาร มีการโต้ตอบระหว่างผู้สื่อสารและผู้รับสาร เช่นการส่งไฟล์ภาพ เสียงเข้าไปในนิตยสาร (รพีพรรณ ฉัตรกาญจนากุล, 2555)

เยาวชนคือกลุ่มที่ใกล้ชิดสื่อใหม่ที่สุดในสังคมไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี ดังที่เราจะเห็นว่าเด็กบางคนอ่านหนังสือไม่ออกและเขียนไม่ได้ แต่สามารถเล่นแอปพลิเคชันในคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ตหรือสมาร์ตโฟนได้อย่างคล่องแคล่วโดยไม่ต้องมีคนมาช่วยสอน เพราะพวกเขาใช้วิธีการเรียนรู้ผ่านระบบสัญลักษณ์ในโลกดิจิทัล เด็กและเยาวชนจึงที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีในโลกดิจิทัลสมัยใหม่ (Digital Generation) (ฐิตินัน บัญญาภาพ คอมมอน, 2556)

จากบทความ “รวม 7 อาชีพ ที่ดับสูญ! เหตุถูกเทคโนโลยีเข้ามาทดแทน” ได้กล่าวไว้ หนึ่งในอาชีพที่อาจลดลงคือ พนักงานสื่อสิ่งพิมพ์ E - BOOK อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จะเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้นธุรกิจสิ่งพิมพ์จะหายไป ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ทุกอย่างจะมาในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งจะเห็นได้ว่าการเข้ามา ของรูปแบบ

ดิจิทัลในสังคม ทำให้การปรับเปลี่ยนของการใช้ชีวิตเปลี่ยนไปจากการอ่านหนังสือเป็นเล่ม มาเป็นรูปแบบของการอ่านที่เป็นดิจิทัล ซึ่งเพิ่มความสะดวกสบายให้กับการอ่านมากขึ้น และด้วยเหตุดังกล่าวทำให้อาชีพพนักงานสื่อสิ่งพิมพ์ลดน้อยลงไปด้วย (เฟซบุ๊กกระทรวงดิจิทัลและสังคม, 2562)

ปัญหาที่สำคัญที่จะทำให้ดิจิทัลแมกกาซีนมีผลต่อการเลือกและการตัดสินใจอ่านของผู้บริโภคในปัจจุบัน แนวทางในการเลือกยังคงเป็นปัญหาของผู้ผลิตส่วนใหญ่ เนื่องจากผู้ผลิตแต่ละรายจะไม่ทราบเลยว่ากลุ่มผู้อ่านชอบรูปแบบเนื้อหาเป็นรูปลักษณะแบบใด ควรที่จะเน้นระบุเนื้อหาใดบ้าง ภาพ แสงสี และลูกเล่นต่าง ๆ ที่ปรากฏในดิจิทัลแมกกาซีน ควรสอดคล้องกับผู้อ่านในด้านใดบ้าง สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัญหา และแนวทางต่อผู้ผลิตเป็นอย่างมาก หากผลิตตามใจของผู้ผลิตเองคงส่งผลกระทบต่อจิตใจต่อผู้อ่านเป็นอย่างมาก ซึ่งการที่จะเกิดขึ้นเป็นดิจิทัลแมกกาซีน สักหนึ่งเล่มคงต้องอาศัยข้อมูลของผู้บริโภคเพื่อเป็นแนวทางและข้อมูลในด้านการผลิตดิจิทัลแมกกาซีน และเป็นปัจจัยในการเลือกซื้อ อ่านดิจิทัลแมกกาซีนในเล่มต่อไป จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ผู้อ่านระดับเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงการเข้าถึงเทคโนโลยีได้มากที่สุด มีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นที่มาของผู้วิจัยที่จะต้องการศึกษาการทำวิจัยในหัวข้อ การตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการอ่านนิตยสารดิจิทัลแมกกาซีนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

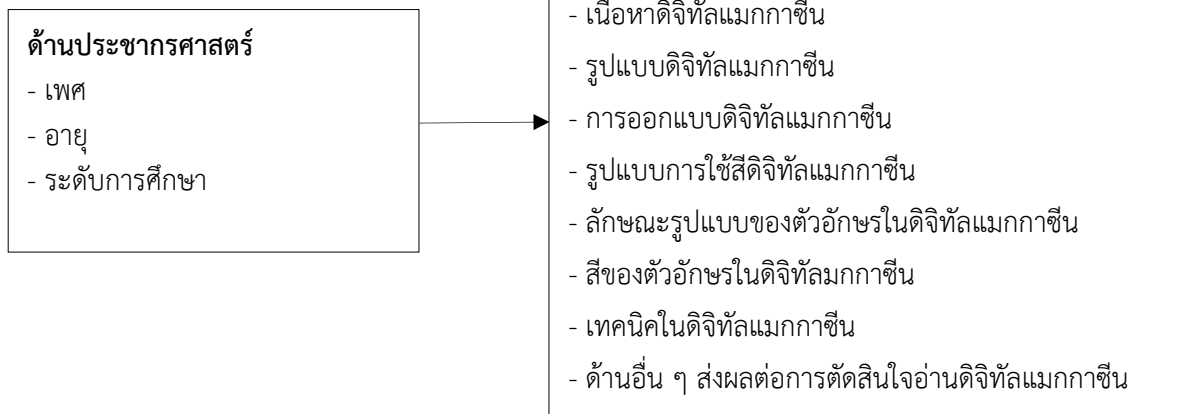
สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกัน
2. นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกัน
3. นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับนิยตสารอิเล็กทรอนิกส์/ดิจิทัลแมกกาซีน หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ จึงสรุปหมายถึงรูปแบบการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นฐานการติดต่อสื่อสาร ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือข้อมูลในลักษณะ E - Content เป็นสื่อการถ่ายทอดที่เปิดโลกการเรียนรู้แบบใหม่ ที่สามารถนำเสนอข้อมูลตัวอักษรจากการคลิกเปิดเอกสาร ในรูปแบบข้อความหลายมิติ และข้อมูลภาพนิ่ง เสียง และรวมถึงภาพเคลื่อนไหวเรียกว่า สื่อหลายมิติ โดยการประสานและการเชื่อมโยงสัมพันธ์ของเนื้อหาอย่างไร้รอยต่อของข้อมูลที่อยู่ในแฟ้มเดียวกันหรืออยู่กันคนละแฟ้มเข้าด้วยกันเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งผู้เรียนสามารถที่จะเลือกเรียนได้ตามความต้องการโดยไม่จำกัดในเรื่องของวัน เวลา และสถานที่ ทำให้ค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (ชูศักดิ์ ศุภจิตเจษฎากร, 2554)

ความแตกต่างระหว่างนิยตสารฉบับกระดาษกับนิยตสารออนไลน์ข้อแตกต่างระหว่างนิยตสารฉบับกระดาษกับนิยตสารออนไลน์คือ เทคนิคในการนำเสนอ ซึ่งนิยตสารออนไลน์จะใช้การออกแบบจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ที่มีเสียง ภาพเคลื่อนไหว และสามารถย่อขยายหน้า ตลอดจนเพิ่มการสืบค้นการลิงก์หัวข้อที่เกี่ยวข้องต่อเชื่อมกัน การ Navigate ข้ามบทความ หรือการพลิกอ่านข้อความต่าง ๆ ที่สอดคล้อง บางฉบับมีครบทุกอย่าง บางฉบับมีแค่ข้อใดข้อหนึ่ง ถ้าหากนิยตสารออนไลน์ฉบับนั้นมีครบก็ทำให้ผู้เข้าอ่านสะดวกมากขึ้น และเป็นการดึงดูดกลุ่มคนอ่านให้เข้ามาอ่านมากขึ้น แต่เทคนิคในการพิมพ์หนังสือ ซึ่งก็คือการเขียนโปรแกรม ก็ต้องสูงตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ในตอนเริ่มต้นของนิยตสาร โดยส่วนใหญ่จะไม่มีลักษณะดังกล่าว ซึ่งง่ายสำหรับการเริ่มต้นและการทดสอบการยอมรับของผู้อ่าน เมื่อเริ่มต้นออกนิยตสารออนไลน์ ประเด็นสำคัญคือ Content is gold "เนื้อหาสาระคือทอง"ที่จะมัดใจและสร้างความภักดีต่อผู้บริโภคได้ (ปรกรณ์ สุขสำราญ, 2554)

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ การตัดสินใจ เป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการคือ บทบาทการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) บทบาทผู้จัดการ

สถานการณ์ที่เป็นปัญหา (Disturbance Handler) บทบาทผู้จัดทรัพยากร (Resource Allocator) และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator)

ความสำคัญของการตัดสินใจ (Decision) ทฤษฎีการบริหารองค์การในยุคหนึ่งได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการบริหาร (Management Process) อันได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวกและการควบคุม ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดไปว่า แม้ว่าจะทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดีเพียงใดก็ตามแต่ถ้าขาดการตัดสินใจที่ดีพอแล้วยากที่จะทำให้การบริหารองค์การสู่ความสำเร็จได้ การตัดสินใจจึงมีความสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1) การตัดสินใจเป็นเครื่องวัดความแตกต่างระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน ผู้ที่เป็นผู้บริหารในระดับต่าง ๆ จะต้องแสดงความรู้ ความสามารถในการตัดสินใจที่ดีกว่าผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารจะต้องมีเหตุผล มีหลักการ มีเจตคติและวิจรรย์ญาณที่ดีกว่า ความสามารถในการตัดสินใจคือมูลค่าเพิ่มที่ผู้บริหารต้องทำให้เห็นว่าเป็นความแตกต่างที่สมแล้วกับค่าจ้างเงินเดือนในตำแหน่งผู้บริหาร

2) การตัดสินใจเป็นมรรควิธีนำไปสู่เป้าหมายองค์การ ผู้บริหารควรตระหนักเสมอว่าการตัดสินใจมิใช่เป็นเป้าหมายในตัวของมันเอง แต่เป็นมรรควิธี แนวทาง วิธีการและเครื่องมือที่จะทำให้การบริหารองค์การประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้นการกำหนดเป้าหมายองค์การให้ชัดเจนก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเริ่มต้น การหาวิธีการและแนวทางปฏิบัติที่หลากหลายก็เป็นขั้นตอนที่กระทำตามมา และนี่คือการตัดสินใจนั่นเอง การกำหนดแนวทางวิธีการที่ดีที่หลากหลายและสร้างสรรค์จะนำพาให้องค์การสู่ความสำเร็จได้

3) การตัดสินใจเป็นเสมือนสมองขององค์การ การตัดสินใจที่ดีก็เหมือนกับคนเรามีสมอง และระบบประสาทที่ดีก็จะทำให้ตัวเราประสบผลสำเร็จในชีวิตการทำงาน ชีวิตส่วนตัวและชีวิตทางสังคมได้ ในขณะที่เดียวกันถ้าเป็นการตัดสินใจขององค์กรที่ดีก็จะต้องมีสมอง และระบบประสาทขององค์กรที่ดีด้วยจึงจะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลได้ ผู้บริหารที่ดีจะต้องกระตือรือร้นเฝ้าหาแนวทางแก้ไขปัญหายอยู่ตลอดเวลา จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับปรุงสถานการณ์กำหนดแนวทางใหม่ ๆ ยกระดับมาตรฐานและป้องกันปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานตามแผนที่กำหนดไว้ได้

4) การตัดสินใจปัญหาเป็นกลยุทธ์การแก้ปัญหาในอนาคต ในทฤษฎีการตัดสินใจทั่วไปมองว่าเป็นการแก้ไขปัญหาในอดีต ซึ่งได้แก่ปัญหาข้อขัดข้องซึ่งมีสะสมมาตั้งแต่ในอดีต และมีแนวโน้มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งก็ไม่สามารถแก้ปัญหาได้หมดสิ้นและยังมีปัญหาใหม่ ๆ เข้ามาอีกมากมาย โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนกรอบแนวคิด (Paradigm) ในการมองปัญหาใหม่ให้มองไปถึงปัญหาในอนาคต ซึ่งได้แก่ปัญหาป้องกันรู้แล้วว่า จะเกิดขึ้นในอนาคตก็ควรมีการตัดสินใจล่วงหน้าก่อนที่ปัญหาจะเกิดขึ้น ปัญหาเชิงพัฒนาที่เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้บริหารต้องให้ความสนใจ เป็นการมองโดยใช้วิสัยทัศน์ (Vision) ของผู้บริหารในการพยากรณ์เหตุการณ์ ในอนาคต กำหนดภาพอนาคต (Scenario) ไว้พร้อมกำหนดทางเลือกเพื่อแก้ปัญหาในแต่ละภาพอนาคตนั้นด้วย อาทิ ภาพอนาคตมุ่งเน้น 3 C ได้แก่ ลูกค้า (Customer) การแข่งขัน (Competition) และการเปลี่ยนแปลง (Change) ดังนั้นผู้บริหารเตรียมการที่จะคิดวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องดังกล่าว ไม่ว่าจะ เป็นกลยุทธ์ในการบริการลูกค้าเหนือความคาดหวัง กลยุทธ์การแข่งขันสู่ความเป็นเลิศ และกลยุทธ์สู่องค์การอัจฉริยะ เป็นต้น (ปกรณ ปรกรณกรณ คำทอง, 2555)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทำการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างประชากรจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ปี ถึงนักศึกษาปีที่ 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเลือกตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลาก ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูล 10 สถานศึกษา เนื่องจากผู้วิจัยเลือกสถานศึกษาที่เป็นตัวแทนของแต่ละเขตเพื่อให้สะดวกต่อการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ชั้นปีที่ 1 - 4 ทั้งชายและหญิงที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนประชากรทั้งหมด 181,003 คน ข้อมูลจากวิกิพีเดีย สืบค้นเมื่อวันที่ 24 เม.ย. 59 จากนั้นผู้วิจัยใช้การเลือกตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลาก ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูล 10 สถานศึกษา เนื่องจากผู้วิจัยเลือกสถานศึกษาที่เป็นตัวแทนของแต่ละเขตเพื่อให้สะดวกต่อการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง ด้วยการคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 399 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ขอเพิ่มเป็น 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หลังจากนั้นสุ่มเลือกตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรในมหาวิทยาลัยนั้น ๆ โดยใช้วิธีการแบ่งสัดส่วน ดังนี้

$$\text{กลุ่มตัวอย่าง} = \frac{\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดได้จากการคำนวณ} \times \text{จำนวนประชากรทั้งหมดในแต่ละมหาวิทยาลัย}}{\text{จำนวนนักศึกษาทั้งหมด}}$$

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ชื่อมหาวิทยาลัย	ผลรวมกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ
1. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน	144
2. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)	32
3. มหาวิทยาลัยศรีปทุม	31
4. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	38
5. มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์	27
6. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต	24
7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	27
8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	27
9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	46
10. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตเพาะช่าง	4
รวมจำนวนทั้งหมด	400

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งลักษณะคำถามมีทั้งคำถามเปิด (Open - ended Questionnaire) และปลายปิด (Closed - ended Questionnaire) แบบมีตัวเลือก

การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสถานศึกษาด้วยตนเองและรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง พร้อมทั้งให้คำแนะนำแก่ผู้ตอบแบบสอบถามในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจคำถาม และวิธีการตอบแบบสอบถาม

2) ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์เพื่อสรุปผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้

1) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดย

1.1) นำข้อมูลของประชากรศาสตร์ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 คือ เพศ อายุ ระดับชั้นศึกษา มาแจกแจงและวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

1.2) นำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแมกกาซีน โดยแบ่งออกเป็น 4 สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจ มาหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) ใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential statistics) ทำการทดสอบสมมติฐานโดย

การทดสอบสมมติฐานนั้นได้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) โดยใช้การวิเคราะห์การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independence t-test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครได้นำมาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด มีจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 19 ปี มากที่สุด มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีปี 1 มากที่สุด มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ระยะเวลาอ่านดิจิทัลแมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านมาแล้วน้อยกว่า 1 เดือน มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 อุปกรณ์ที่ใช้ในการอ่านดิจิทัลแมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้สมาร์ตโฟนในการอ่านมากที่สุด มีจำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 ช่วงเวลาที่อ่านดิจิทัลแมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อ่านในช่วงเวลา 22.01 - 24.00 น. มากที่สุด มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 เวลาในการอ่านดิจิทัลแมกกาซีนแต่ละครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้เวลาอ่านน้อยกว่า 30 นาทีมากที่สุด มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 สถานที่อ่านดิจิทัลแมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อ่านในที่อยู่อาศัยมากที่สุด มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 ช่วงเวลาที่มีผลต่อการอ่านดิจิทัลแมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อ่านช่วงเวลาดังกล่าวมากที่สุด มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 ประเภทดิจิทัลแมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกอ่านประเภทนิตยสารมากที่สุด มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รูปแบบดิจิทัลแมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกรูปแบบกราฟฟิกจากการอ่านมากที่สุด

มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 เนื้อหาดิจิทัลแมกกาซีน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกอ่านจากคำโปรยมากที่สุด มีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ปัจจัยเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนเล่มต่อไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกเพราะอ่านข้อมูลจากเว็บไซต์มากที่สุด มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ด้านเนื้อหา และรูปแบบ ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับเนื้อหา และรูปแบบของดิจิทัลแมกกาซีน พบว่า โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.874

พิจารณาถึงความพึงพอใจรายข้อ พบว่า เทคนิคในดิจิทัลแมกกาซีน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.860 ประกอบด้วย ระดับมากที่สุด คือ การนำเสนอภาพต่าง ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.734 และระดับมาก คือ รูปแบบวิดีโอ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.867 การลิงค์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.935 และรูปแบบเสียง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.920 รองลงมาคือ การออกแบบดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.817 ประกอบด้วย ระดับมากที่สุด คือ ออกแบบโดยนำกราฟฟิกมาประกอบอย่างโดดเด่น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.687 และออกแบบตามเทรนปัจจุบัน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.759 และระดับมาก คือ ออกแบบโดยเน้นเทคนิคด้านมัลติมีเดีย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.791 ออกแบบโดยเน้นภาพมากกว่าอักษร คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.826 ออกแบบตามหลักทฤษฎีสี คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.849 และออกแบบโดยเน้นอักษรมากกว่าภาพ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.988 ถัดมาคือ เนื้อหาดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.805 ประกอบด้วย ระดับมาก คือ เนื้อหาที่เป็นจุดเด่นของเรื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.752 เนื้อหาที่ให้ความรู้ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.827 และบทสัมภาษณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.835

รูปแบบเนื้อหาของดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.830 ประกอบด้วย ระดับมากที่สุด คือ เนื้อหาสั้น กระชับ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.722 และระดับมาก คือ เนื้อหาแบบละเอียด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.937

สีของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.915 ประกอบด้วย ระดับมากที่สุด คือ โทนสีที่จัดจำได้ง่าย เด่นชัด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.779 และระดับมาก คือ โทนสีที่มีความแตกต่างกับพื้นหลัง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.811 โทนสีของตัวอักษรที่มีการตกแต่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.877 และโทนสีเดียวตลอดทั้งเล่ม คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.191

ลักษณะรูปแบบของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.959 ประกอบด้วยระดับมาก คือ ใช้ตัวอักษรแบบมีหัว คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าของความเที่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.903 ใช้ตัวอักษรที่มีการออกแบบรูปแบบใหม่ ๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.925 และใช้ตัวอักษรแบบไม่มีหัว คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.903

และรูปแบบการใช้สีในดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.930 ประกอบด้วย ระดับมาก คือ สีโทนเย็น คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.861 สีแบบกลมกลืน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.929 สีตรงกันข้าม คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.978 และสีโทนร้อน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.952

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคะแนนปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน พบว่า โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 จากคะแนนเต็ม 5 และค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.778

พิจารณาด้านความพึงพอใจรายชื่อ พบว่า กราฟฟิคดีไซน์ที่สวยงามและโทนสี คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.693 การเข้าถึงข้อมูลได้ ทุกเวลา ทุกสถานที่ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.745 รองลงมาคือ ความทันสมัยของดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.658 ถัดมาคือ ลูกเล่นมีเดียและอนิเมชันของดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.697 ความสะดวกในการเลือกซื้อและใช้งาน ดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.736 ราคาประหยัดกว่านิตยสารแบบเดิม คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.783 การดาวน์โหลดฟรีของดิจิทัลแมกกาซีน บางประเภท คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.823 ความสมจริง และความบันเทิงของการทำงานมีเดีย คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.728 ช่วยลดการใช้กระดาษ ประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บ ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.810 การส่งเสริมการตลาดในด้านการลดราคาของดิจิทัลแมกกาซีน คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.910 และเพื่อนหรือคนรู้จักที่อ่านประจำแนะนำให้อ่านคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ค่าของความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.973

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มี เพศ อายุ ระดับชั้นศึกษา ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกัน โดยแบ่งตามสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน จำแนกตามเพศ

ด้านเนื้อหา รูปแบบของดิจิทัลแมกกาซีน	เพศ	N	(\bar{X})	(S.D.)	T	P
1. เนื้อหาดิจิทัลแมกกาซีน	หญิง	169	3.97	0.59	-0.864	0.388
	ชาย	231	4.02	0.60		
2. รูปแบบดิจิทัลแมกกาซีน	หญิง	169	4.00	0.60	0.376	0.707
	ชาย	231	3.97	0.61		
3. การออกแบบดิจิทัลแมกกาซีน	หญิง	169	4.02	0.49	-0.929	0.353
	ชาย	231	4.07	0.48		
4. รูปแบบการใช้สีในดิจิทัลแมกกาซีน	หญิง	169	3.72	0.67	-0.093	0.926
	ชาย	231	3.73	0.60		
5. ลักษณะรูปแบบของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน	หญิง	169	3.83	0.60	0.649	0.516
	ชาย	231	3.79	0.69		
6. สีของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน	หญิง	169	3.91	0.61	0.781	0.435
	ชาย	231	3.86	0.57		
7. เทคนิคในดิจิทัลแมกกาซีน	หญิง	169	4.04	0.66	-0.625	0.532
	ชาย	231	4.08	0.66		
ด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอ่านดิจิทัลแมกกาซีน	หญิง	169	4.04	0.66	-0.625	0.532
	ชาย	231	4.08	0.66		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน

ด้านเนื้อหาและรูปแบบประกอบด้วย 1) เนื้อหาดิจิทัลแมกกาซีน 2) รูปแบบดิจิทัลแมกกาซีน 3) การออกแบบดิจิทัลแมกกาซีน 4) รูปแบบการใช้สีในดิจิทัลแมกกาซีน 5) ลักษณะรูปแบบของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน 6) สีของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน 7) เทคนิคในดิจิทัลแมกกาซีน ไม่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอ่านดิจิทัลแมกกาซีนไม่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2: นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน จำแนกตามอายุ

ด้านเนื้อหา รูปแบบของดิจิทัลแมกกาซีน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1. เนื้อหาดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	2.439	7	0.348	0.981	0.445
	ภายในกลุ่ม	139.226	392	0.355		
	รวม	141.664	399			
2. รูปแบบดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	3.551	7	0.507	1.399	0.204
	ภายในกลุ่ม	142.093	392	0.362		
	รวม	145.644	399			
3. การออกแบบดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	2.651	7	0.379	1.611	0.131
	ภายในกลุ่ม	92.16	392	0.235		
	รวม	94.811	399			
4. รูปแบบการใช้สีในดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	1.954	7	0.279	0.689	0.682
	ภายในกลุ่ม	158.905	392	0.405		
	รวม	160.859	399			
5. ลักษณะรูปแบบของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	5.36	7	0.766	1.399	0.204
	ภายในกลุ่ม	169.518	392	0.432		
	รวม	174.878	399			
6. สีของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	2.424	7	0.346	0.984	0.443
	ภายในกลุ่ม	138.031	392	0.352		
	รวม	140.455	399			
7. เทคนิคในดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	9.787	7	1.398	3.339*	0.002
	ภายในกลุ่ม	164.128	392	0.419		
	รวม	173.915	399			
ด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอ่านดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	1.351	7	0.913	0.839	0.555
	ภายในกลุ่ม	90.116	392	0.230		
	รวม	91.466	399			

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีอายุต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน

ด้านเนื้อหาและรูปแบบแตกต่างกันเพียง 1 ข้อ คือ ด้านเทคนิคในดิจิทัลแมกกาซีน ส่วนด้าน 1) เนื้อหาดิจิทัลแมกกาซีน 2) รูปแบบดิจิทัลแมกกาซีน 3) การออกแบบดิจิทัลแมกกาซีน 4) รูปแบบการใช้สีในดิจิทัลแมกกาซีน 5) ลักษณะรูปแบบของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน 6) สีของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน ไม่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ไม่แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3: นักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านเนื้อหา รูปแบบของดิจิทัลแมกกาซีน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
1.เนื้อหาดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	0.695	3	0.232	0.651	0.583
	ภายในกลุ่ม	140.969	396	0.356		
	รวม	141.664	399			
2.รูปแบบดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	1.041	3	0.347	0.951	0.416
	ภายในกลุ่ม	144.603	396	0.365		
	รวม	145.644	399			
3.การออกแบบดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	2.12	3	0.707	3.018*	0.03
	ภายในกลุ่ม	92.691	396	0.234		
	รวม	94.811	399			
4.รูปแบบการใช้สีในดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	1.662	3	0.554	1.378	0.249
	ภายในกลุ่ม	159.197	396	0.402		
	รวม	160.859	399			
5.ลักษณะรูปแบบของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	6.835	3	2.278	5.369*	0.001
	ภายในกลุ่ม	168.043	396	0.424		
	รวม	174.878	399			
6.สีของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	1.471	3	0.49	1.397	0.243
	ภายในกลุ่ม	138.984	396	0.351		
	รวม	140.455	399			
7.เทคนิคในดิจิทัล แมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	8.357	3	2.786	6.663*	0
	ภายในกลุ่ม	165.558	396	0.418		
	รวม	173.915	399			
ด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอ่านดิจิทัลแมกกาซีน	ระหว่างกลุ่ม	2.559	3	0.853	3.799*	0.01
	ภายในกลุ่ม	88.908	396	0.225		
	รวม	91.466	399			

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน

ด้านเนื้อหาและรูปแบบของดิจิทัลแมกกาซีน แตกต่างทั้งหมด 4 ข้อ คือ 1) การออกแบบดิจิทัลแมกกาซีน 2) ลักษณะรูปแบบของตัวอักษรในดิจิทัลแมกกาซีน 3) เทคนิคในดิจิทัลแมกกาซีน ส่วนในข้ออื่น ๆ ไม่แตกต่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจอ่านดิจิทัลแมกกาซีน แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้ ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

นักศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ 19 ปี ศึกษาในระดับชั้นปีที่ 1 โดยมีพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ส่วนใหญ่เคยอ่านมาแล้วเป็นเวลา น้อยกว่า 1 เดือน ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการอ่าน สอดคล้องกับ วุฒินัน บุญภาพ คอมมอน (2556) กลุ่มวัยรุ่นตอนต้นใช้อุปกรณ์สื่อใหม่ประเภทสมาร์ทโฟนใช้งานมากที่สุด ในช่วงเวลาที่อ่านดิจิทัลแมกกาซีนมากที่สุด 22.01 - 24.00 น. ใช้เวลา ต่อครั้งในการอ่านน้อยกว่า 30 นาที ใช้สถานที่อยู่อาศัยในการอ่าน เวลาว่างเป็นช่วงเวลาที่สะดวกในการอ่าน ผู้อ่านมักเลือกอ่านนิตยสารทั่วไป พฤติกรรมดังกล่าวเป็นกลุ่มของคนรุ่นใหม่มักไม่อดทนที่จะอ่านหนังสือที่หนา มาก ๆ เป็นเวลานาน ๆ ไม่ชอบอ่านอะไรที่ยาว ๆ (ศุภณี เรียบเลิศศิริ) ได้กล่าวในวารสารในวงการพิมพ์ ผู้อ่านทั้ง Gen X, Gen Y, Gen Z มีพฤติกรรมการอ่านแบบที่เรียกว่า “Hyper Reading” คือ อ่านแบบสมาธิสั้น หรืออ่านแบบเร็ว ๆ เพราะพวกเขาคุ้นชินกับการใช้โปรแกรม สื่อออนไลน์ และเล่นเกมคอมพิวเตอร์ จึงชอบความสนุก เห็นผลรวดเร็ว เพียงแค่กดปุ่มด้วยปลายนิ้วเท่านั้น จึงได้มีการพัฒนา E - Book ให้อ่าน ได้สนุกยิ่งขึ้น โดยลงเนื้อหาเป็นตอนสั้น ๆ ติดต่อกันทุกวันอย่างสม่ำเสมอ กลุ่มตัวอย่างคิดว่ารูปแบบของกราฟฟิกจากการอ่านดิจิทัลแมกกาซีนเป็นตัวดึงดูดความสนใจ สนุกกับเนื้อหาที่น่าสนใจ และสนใจอ่านต่อจากคำโปรยของเรื่องนั้น ๆ การเขียนเพื่อจูงใจให้ผู้อ่านสนใจ เกี่ยวกับสิ่งที่เราต้องการนำเสนอและรู้สึกอยากติดตามต่อ ซึ่งอาจจะเป็นการเขียนความคิดหลักของเรื่องการนำเสนอข้อมูลตัวละครหลัก ข้อมูลเกี่ยวกับนักเขียน ฯลฯ สอดคล้องกับ กษมา ศิธราชู (2553) เนื้อหาในการเขียน จะต้องดึงดูดเด่นหรือใจความสำคัญออกมาเพื่อกระตุ้นให้คนอยากอ่านต้องมีความกระชับ เพราะพื้นที่มีจำกัดและน่าอ่าน สอดคล้องกับ จรดปกรณ กิรกุลกำธร (2554) เนื้อหาที่อ่านเป็นประจำคือ เรื่องจากปก ข้อมูลจากเว็บไซต์มีส่วนทำให้ตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนเล่มต่อไป ช่องทางการซื้อสินค้าให้กับผู้อ่าน ด้วยวิธีการสร้างลิงค์ (Link) เชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์สั่งซื้อสินค้า เมื่อผู้ชมเกิดความสนใจสินค้าที่ปรากฏบนภาพโฆษณา ก็สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ทันที ซึ่งนอกจากจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้ออย่างทันทีทันใดแล้ว ยังเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมสั่งซื้อสินค้าออนไลน์กันมากขึ้นด้วยความสะดวกสบาย ความง่าย และไม่คุ้นเคยกับการต้องรอสิ่งใดนาน ๆ สอดคล้องกับ อริสรา ไวย เจริญ (2558) ซึ่งวิธีการนี้เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นในต่างประเทศ ยกตัวอย่างกรณีศึกษาของนิตยสาร HGTV Magazine ประเทศสหรัฐอเมริกา นิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ การตกแต่งบ้านได้นำเทคโนโลยีการใส่ลายน้ำดิจิทัลลงในภาพของนิตยสาร โดยที่ลายน้ำนั้นจะมีข้อมูลต่าง ๆ และลิงค์สำหรับการซื้อสินค้าชวนไว้ ผู้อ่านสามารถนำโทรศัพท์มือถืออัจฉริยะ (Smartphone) มาทำการสแกนรูปภาพที่ปรากฏอยู่บนคอลัมน์ จากนั้น ลายน้ำบนรูปภาพจะพาผู้อ่านไปยังเว็บไซต์ของ HGTV Magazine โดยผู้อ่านสามารถสั่งซื้อสินค้าหรือแชร์เรื่องราวต่าง ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ได้ทันที Moses, L (2013)

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ด้านเนื้อหาและรูปแบบ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในด้านเนื้อหาและรูปแบบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้าน เนื้อหาที่เป็นจุดเด่นของเรื่องต้องมีความสั้น กระชับ การผลิตสิ่งพิมพ์ออนไลน์ในยุคดิจิทัลจึงเป็นการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน ซึ่งชอบความสะดวกสบายและต้องการมีส่วนร่วมกับกระบวนการสื่อสาร ดังแนวคิดของณ กาศ เลาหะวิไลย (2555) ได้อธิบายว่าเนื้อหาและรูปแบบของหนังสือพิมพ์ M2F ต้องสอดคล้องกับ

พฤติกรรมของคนในเมืองยุคใหม่ ทั้งรูปเล่มที่เป็นแท็บลอยด์ (Tabloid) ขนาดเล็กพกพาสะดวก ขณะที่เนื้อหาสั้น กระชับ อ่านเพื่อรู้ตามสไตล์คนรุ่นใหม่ที่ไม่อ่านอะไรยาว ๆ การออกแบบ นำกราฟิกมาประกอบอย่างโดดเด่นมีการนำภาพเคลื่อนไหว รูปแบบเล่มโทนสีเย็นสบายตา ตัวอักษรใช้อักษรแบบมีหัวทำให้อ่านง่าย สีของตัวอักษรควรใช้โทนสีที่จัดจ้านได้ง่ายเด่นชัด เทคนิคด้านการนำเสนอภาพต่าง ๆ ถือเป็นรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจ เปลี่ยนข้อมูลและเนื้อหาที่น่าเบื่อให้มีชีวิตชีวา สร้างความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอกับผู้อ่านด้วยความสนุกสนาน ผู้อ่านสามารถ อ่านเนื้อหา ข้อมูลได้ตามปกติเหมือนกับการอ่านหนังสือธรรมดาทั่วไป แต่ที่ไม่ธรรมดาคือสามารถใช้นิ้วสัมผัส (Touch) เพื่อเคลื่อนย้ายตำแหน่งหรือจะย่อ - ขยายส่วนใดส่วนหนึ่งเพื่อดูรายละเอียดได้ชัดเจนยิ่งขึ้น มีภาพประกอบที่สีสันสมจริง มีให้เลือกดูทั้งแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (Video) และมีจุดเชื่อมโยง (Link) ไปยังเว็บไซต์หากผู้อ่านต้องการรายละเอียดหรือข้อมูลมากกว่าที่นำเสนอสอดคล้องกับ ศุภศิลา กุลจิตต์เจืองส์ (2556) สามารถสรุปได้ว่าการเผยแพร่เทคนิคการนำเสนอโดยสิ่งพิมพ์ดิจิทัล มีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายกว่าสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์และสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมเป็นอย่างมาก เนื่องจากสิ่งพิมพ์ดิจิทัลผสมผสานหลายสื่อรวมกันทั้งตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงและวิดีโอ โดยเรียกรวมกันว่า “สื่อมัลติมีเดีย” (Multimedia) ในรูปแบบดิจิทัล และสิ่งพิมพ์ดิจิทัลยังมีคุณสมบัติด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับสื่อและผู้ใช้ยังสามารถสืบค้นรายละเอียดเชิงลึกและเชิงกว้าง หากเชื่อมต่อสัญญาณดิจิทัลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จากความคิดเห็นของนักศึกษา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านความทันสมัยของเทคโนโลยีด้วยดิจิทัลแมกกาซีนเป็นสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่ มีลูกเล่นมัลติมีเดียและอนิเมชัน กราฟฟิกที่สวยงาม ให้ความสมจริง และความบันเทิงของการใช้งานมัลติมีเดีย สอดคล้องกับ รพีพรรณ ฉัตรกาญจนากุล (2555) พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อจำนวนการซื้อนิตยสารดิจิทัล คือ การอ่านนิตยสารดิจิทัลแบบที่มีอินเตอร์แอคทีฟ เช่น การสอดแทรกคลิปวิดีโอ สัมภาษณ์, การเลื่อนภาพอัตโนมัติ, ความต่อเนื่องการเปิดอ่านเสมือนเปิดอ่านนิตยสารจริง เป็นต้น มีความสำคัญมากที่สุด ดิจิทัลแมกกาซีนไม่ใช่เป็นการพลิกหน้ากระดาษเพื่ออ่านเนื้อหาเพียงอย่างเดียว มีการใช้คลิปวิดีโอ และคลิปเสียงเพลง เสียงดนตรีประกอบ ทำให้อ่าน น่าสนใจมากขึ้น สามารถค้นหาเนื้อหาต่าง ๆ ภายในเล่มผ่าน การพิมพ์คำค้น แต่ทั้งนี้ก็ต้องมีการออกแบบอย่างชาญฉลาด เมื่อคนอ่านแต่ละคนไปที่รูปภาพ หรือปุ่มไอคอนต่าง ๆ ที่ปรากฏบนหน้าจอ ก็ควรจะก่อให้เกิดภาพเคลื่อนไหว เสียง หรือรูปแบบปฏิสัมพันธ์อื่นใดที่ทำให้คนอ่านได้ข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น สอดคล้องกับ ชาตรี บัวคลี (2557) สิ่งพิมพ์ดิจิทัลมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย น่าสนใจ เปลี่ยนข้อมูลและเนื้อหาที่น่าเบื่อให้มีชีวิตชีวา สร้างความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอกับผู้อ่านด้วยความสนุกสนาน กลุ่มตัวอย่างยังเห็นว่าดิจิทัลแมกกาซีนยังช่วยลดการใช้กระดาษเพราะกระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์ดิจิทัลที่เปลี่ยนรูปแบบไป ไม่เป็นรูปเล่มแบบเมื่อก่อน ต้นทุนการผลิตก็ลดลงทำให้ราคาประหยัดกว่านิตยสารแบบเดิม การจัดเก็บก็ประหยัดพื้นที่ ในการจัดเก็บสามารถดาวโหลดจัดเก็บไว้อ่านย้อนหลังได้ เป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ ชาตรี บัวคลี (2557) เนื่องจากสิ่งพิมพ์ดิจิทัลไม่ต้องใช้ระบบการพิมพ์และไม่ต้องใช้กระดาษเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิตเพราะเป็นสิ่งพิมพ์ในรูปแบบ Digital Publishing ที่ออกแบบและเผยแพร่ผ่านระบบออนไลน์ ดังนั้นธุรกิจเกี่ยวเนื่องจึงได้รับผลกระทบในมุมนักกลับกันสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นสื่อที่มีผลดีต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากสิ่งพิมพ์ดิจิทัลไม่ต้องใช้กระดาษจึงช่วยลดจำนวนต้นไม้ที่ถูกตัด ไม่ต้องใช้หมึกพิมพ์ทำให้ลดการใช้สินแร่สำหรับผลิตหมึกและไม่ต้องใช้แม่พิมพ์ทำให้ลดการใช้สังกะสีและไม่ต้องเข้าเล่ม ทำให้ไม่ต้องสิ้นเปลืองวัสดุอุปกรณ์ในการเข้าเล่มแต่อย่างใด เรียกได้ว่าสิ่งพิมพ์ดิจิทัลเป็นสิ่งพิมพ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(ECO Printing) และตรงรสนิยมกับผู้อ่านยุคหลังสมัยใหม่ด้านความสะดวกในการเลือกซื้อและใช้งานเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่และการดาวน์โหลดฟรีของดิจิทัลแมกกาซีนบางประเภท สอดคล้องกับ พระสยาม (2557) เทคโนโลยีของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในทุกวันนี้ได้พัฒนาตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้งานให้มีความสะดวกและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น รูปแบบในการอ่านหนังสือก็เป็นอีกหนึ่งรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่ต้องพกพาหนังสือและอ่านเล่ม หนา ๆ หลาย ๆ เล่ม ส่วนมากเป็นการจัดทำและเผยแพร่หนังสือ และนิตยสารในรูปแบบ E - Magazine สามารถเรียกดู ผ่าน แล็ปท็อป แท็บเล็ต และสมาร์ตโฟนได้ ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อนิตยสารดิจิทัลแมกกาซีน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร” ทำให้ทราบความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการอ่านดิจิทัลแมกกาซีนของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ ผู้ประกอบการผลิตดิจิทัลแมกกาซีน สามารถนำข้อมูลนี้ไปวิเคราะห์และไปพัฒนาดิจิทัลแมกกาซีนให้เข้าพฤติกรรมของกลุ่มผู้อ่านรุ่นใหม่
2. ข้อมูลปัจจัยในด้านเนื้อหาและรูปแบบที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ผู้ประกอบการผลิตดิจิทัลแมกกาซีน สามารถนำข้อมูลนี้ไปพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน
3. ข้อมูลปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ผู้ประกอบการผลิตดิจิทัลแมกกาซีน สามารถนำข้อมูลนี้ไปประกอบการพัฒนารูปแบบของดิจิทัลแมกกาซีน ในด้านอรรถประโยชน์ที่ก่อให้เกิดแก่ผู้อ่านและสังคม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้านแนวคิดการวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอให้มีการประยุกต์ใช้แนวคิดการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการใช้เทคนิคในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่า ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้มีการค้นหาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่สามารถส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกอ่านดิจิทัลแมกกาซีน เช่น พฤติกรรมในการเลือกอ่าน ปัจจัยด้านการเข้าถึงและการเรียนรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการอ่านดิจิทัลแมกกาซีน สุดท้ายนี้ งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 – 4 ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้มีการขยายแนวทางการศึกษาไปยังกลุ่มผู้อ่านดิจิทัลแมกกาซีนอื่น ๆ เช่น ประชาชนวัยทำงาน หรือกลุ่มตัวอย่างจากพื้นที่อื่น ๆ เพื่อทำการเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นเพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในเชิงการค้าเงินธุรกิจของธุรกิจที่ให้บริการด้านดิจิทัลแมกกาซีน หรือไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมนิสัยการอ่านของประชาชนชาวไทยและส่งเสริมการพัฒนาประชาชนตามยุคประเทศไทย 4.0 ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กษมา ศิธราชู. (2553). **วิเคราะห์การใช้ภาษาและเนื้อหาในคำโปรยปกหลังหนังสือวรรณกรรมบันเทิง**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- จรตปกรณ์ กิรกุลกำธร. (2554). **ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่านดิจิทัลแมกกาซีน ของสมาชิกนิตยสารในประเทศไทย**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- จุฑามาศ มโนสิทธิกุล. (2554). **Magazing Design with Adobe InDesign สร้างสิ่งพิมพ์แบบฉบับ มืออาชีพ**. กรุงเทพฯ : บริษัท เน็ตดีไซด์ พับลิชชิ่ง จำกัด
- ชาติรี บัวคลี่. (2557). **แนวคิดการออกแบบสิ่งพิมพ์ดิจิทัลหลังสมัยใหม่**. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร (มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ), 7(3), 247-258.
- ชูศักดิ์ ศุภจิตเจษฎากร. (2554). **หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book)**. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/445802>
- ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). **บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณ กาศ เลหาหะวิไลย. (2555). **บรรณาธิการหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ และรองกรรมการผู้จัดการบริษัท โพสต์นิวส์ จำกัด**. สัมภาษณ์.
- ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์. (2551). **ประชากรศึกษา**. ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์. สืบค้นจาก <http://computer.pcru.ac.th/emoodldata/19/>.
- เบญจวรรณ อรัญเรืองฤทธิ์. (2549). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้อ่านในการเลือกซื้อนิตยสาร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ปกรณ์ สุขสำราญ .(2554). **บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสัมมนากลยุทธ์ นโยบายการวางแผนสื่อใหม่**. สืบค้นจาก <http://kornpup.blogspot.com/2011/08/e-book-e-magazine.html>
- พัชรินทร์ ดิษด่าง. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารทางเลือกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- เฟซบุ๊กกระทรวงดิจิทัลและสังคม. (2562). **รวม 7 อาชีพ ที่ดับสูญ! เหตุถูกเทคโนโลยีเข้ามาทดแทน**. สืบค้นจาก <https://www.sanook.com/money/636305/>
- รพีพรรณ ฉัตรกานาจุ. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อบริการนิตยสารดิจิทัลของผู้บริโภค**. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ว่าที่ร.ต. ปกรณ์ ปกรณ์กรณ์ คำทอง. (2555). **แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ**. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/284784>
- ศุภณี เรียบเลิศศิริ. เมื่อสังคมออนไลน์มาแทนที่สังคมกระดาษ เราจะอ่านหนังสือกันแบบไหน. สืบค้นจาก https://thethaiprinter.com/thai/lifestyle_detail.asp?id=695
- ศุภศิลา กุลจิตต์เจิววงศ์. (2556). **ไลน์รูปแบบการสื่อสารบนความสร้างสรรค์ของสมาร์ตโฟน: ข้อดีและข้อจำกัดของแอปพลิเคชัน**. วารสารนักบริหาร Executive Journal, 33(4), 42-54.
- สาระดีดี.คอม. (2563). **บทความทางวิชาการ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร Demographic Characteristics of Receiver**. สืบค้นจาก http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=76

- อริสรา ไวยเจริญ. (2558). รูปแบบการโฆษณาบนโทรศัพท์มือถือที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- BOT พระสยาม Magazine ฉบับที่ 2/2557 (มีนาคม - เมษายน). ส่องเทรนด์ e-Magazine. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/phrasiam/Pages/Phrasiam2_2557.aspx
- By admin. (2555). ดิจิตอลแมกกาซีน นี่ซิ...นิมิตเดียวของจริง. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/14852>
- By admin. (2558). รายชื่อสถาบันอุดมศึกษาในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/>
- Kv Km&learning. (2555). การตัดสินใจ (Decision Making). สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/496198>
- prasert rk. (2555). แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/492000>
- @tuirung. (2555). ข้อควรระวัง หากต้องการสร้าง Digital Magazine. สืบค้นจาก <http://thumbsup.in.th/2012/08/digital-magazine-publishing-mistake-avaoid/>