

การจัดกลุ่มตามการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการอ่านนิตยสาร @Tom Act ของทอมและดี
ในมหาวิทยาลัยศิลปากร

The Cluster Analysis by Factor Analysis Affecting to Reading @Tom Act
Magazine of Tomdy in Silpakorn University

นภนัท หอมสุต¹, ยุวรัตน์ จิรมหาธอร์², สุนีย์ หมายสุข², อรยา ฆานิตสุวรรณ²

Noppanon Homsud¹, Yuwarat Jiramathorn², Sunee Maisuk², Oraya Phanitsuwan²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการอ่านนิตยสาร @Tom Act และ 2) เพื่อจัดกลุ่มตามปัจจัยการอ่านนิตยสาร @Tom Act ของนักศึกษาในกลุ่มทอมดี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาในกลุ่มทอมดีในมหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์กลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า 1) เหตุผลที่ชอบอ่านนิตยสาร @Tom Act คือ มีความสนใจเกี่ยวกับทอมดี เป็นนิตยสารสำหรับกลุ่มทอมดีโดยเฉพาะ และเนื้อหาในนิตยสารตรงกับความต้องการของกลุ่มทอมดี 2) ปัจจัยการอ่านนิตยสาร @Tom Act มี 5 ปัจจัย ได้แก่ กระแสนิยม เนื้อหาสาระในเล่ม หน้าปก ราคาและของแถม ขนาดและการจัดรูปเล่ม โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมดร้อยละ 62.714 และ 3) การจัดกลุ่มนักศึกษาทอมดีที่อ่านนิตยสาร @Tom Act สามารถออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นตามความทันสมัย และกลุ่มที่เน้นความคุ้มค่า

คำสำคัญ: นิตยสาร @Tom Act, การวิเคราะห์ปัจจัย, การจัดกลุ่ม

Abstract

The objectives of this research are to 1) to analyze factors affecting to read @Tom Act, and 2) to cluster tomody students by factors affecting to read @Tom Act. The sample in this research is 200 tomody students in Silpakorn University. The research instrument is questionnaire while the statistical techniques are frequency, percentage, mean, standard deviation, factor analysis, and cluster analysis. It is found that the favorite reasons for reading @Tom act are to be interesting in tomody, @Tom Act specific for tomody, and content matching with needs. 2) It can divide into 5 components consisted of Trend, Content, Cover, Price and Free Item, and Size and Design, it can explain variance equal 62.714%. 3) It

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นักศึกษาสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Assistant Professor, The Faculty of Management Science, Silpakorn University

² Students Program in Marketing, The Faculty of Management Science, Silpakorn University

can cluster tomday students by reading @Tom Act into 2 groups are emphasize modern and trend, and emphasize on worthiness.

Keywords: @Tom Act Magazine, Factor Analysis, Cluster Analysis

บทนำ

ปัจจุบันสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม การเมือง และกฎหมาย เทคโนโลยี ที่ส่งผลโดยตรงต่อค่านิยมในปัจจุบัน รวมถึงความหลากหลายทางเพศที่ได้รับ การยอมรับมากขึ้นในสังคม ไม่ว่าจะเป็น ทอม ดี เกย์ กระเทย ในอดีตบุคคลเหล่านี้จะถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่มีความเบี่ยงเบนทางเพศ แต่การที่บุคคลกลุ่มนี้มีความคิดเรื่องเพศที่ผิดปกติกจากคนปกติทั่วไป แต่การใช้ชีวิตของ ทอมและดีในปัจจุบันไม่ได้เป็นปัญหาต่อสังคม ครอบครัว หรือคนใกล้ชิด ซึ่งในปัจจุบันมีการยอมรับ และเปิดกว้างเรื่องเพศมากขึ้น ทอมและดีเป็นเพศหญิง รักหญิงซึ่งปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจึงมีสื่อต่างๆ เกี่ยวกับทอมและดี โดยเฉพาะนิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ หรือแม้กระทั่งบุคคลที่อยู่ใกล้ก็ตาม

นิตยสาร @Tom Act เป็นนิตยสารฉบับทอมดี แห่งแรกในประเทศไทย ที่ได้จำหน่ายสำหรับทอมและดีโดยเฉพาะ โดยใช้ชื่อนิตยสารว่า @Tom Act เพื่อสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ภาพรวมของเนื้อหาที่บรรจุภายในเล่ม ไม่ต่างจากนิตยสารทั่วไป ที่มีทั้งแฟชั่นการ แต่งตัว บันเทิง ศิลปะ ท่องเที่ยว สุขภาพ เทคโนโลยี แต่ที่ชี้ได้ว่าเป็นหนังสือเฉพาะกลุ่ม คือ บทความเกี่ยวกับความรักความสัมพันธ์ และบทความที่เน้นไปที่ คู่รักทอมและดี และทอมบอยที่ประสบความสำเร็จในชีวิต นิตยสาร @Tom Act จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และในสื่อกลางของคนที่มีรสนิยมทางความสัมพันธ์แบบเดียวกัน การใช้ชีวิตในสังคม การประพุดิตตนให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพหุ (Multivariate Statistics) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายความสัมพันธ์

ของความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรหลายๆตัว ด้วยปัจจัย (Factor) ที่มีจำนวนไม่มาก Kerlinger (1992) กล่าวถึงการวิเคราะห์ปัจจัยว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการศึกษาปัญหาเชิงพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน ขณะที่การวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster Analysis) เป็นอีกเทคนิคหนึ่งทางสถิติเชิงพหุ ที่ใช้ในการจัดกลุ่มข้อมูล หรือตัวแปรในกรณีที่ไม่ทราบว่ามีกี่กลุ่ม และเพื่อให้เกิดการเห็นภาพในการเลือกอ่านนิตยสาร @Tom Act ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์ปัจจัยในการสกัดตัวแปรเพื่อให้ได้ปัจจัยการอ่านนิตยสาร @Tom Act โดยเลือกศึกษากับกลุ่มเป้าหมาย คือ นักศึกษาหญิง รักหญิงหรือ ทอมและดี มหาวิทยาลัยศิลปากร และจัดกลุ่มด้วยการวิเคราะห์กลุ่ม เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน (Kotler, 2003) จากคะแนนปัจจัย (Factor Score)

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการอ่านนิตยสาร @Tom Act ของนักศึกษาทอมดี มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เพื่อจัดกลุ่มการอ่านหนังสือนิตยสาร @Tom Act ของนักศึกษาทอมดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิธีการศึกษา

วิธีการดำเนินการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขอบเขตของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเน้นการสำรวจกลุ่มการอ่านนิตยสาร @Tom Act ของนักศึกษาทอมดี โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยและ

พฤติกรรมของการอ่านนิตยสาร @Tom Act ในนักศึกษาทอมดี มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมี 4 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตวังท่าพระ วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ สำนักงานอธิการบดี ตลิ่งชัน และวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษากลุ่มทอมดีมหาวิทยาลัยศิลปากร โดยเก็บข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนักศึกษาทอมดีระหว่างเดือน ธันวาคม 2553 – มกราคม 2554 จำนวน 200 คน ทั้งนี้ ก่อนการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตกลุ่มตัวอย่างว่ามีลักษณะเป็นทอมและดี แล้วสอบถามว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเป็นทอมและดีจริง จึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลแสดงพฤติกรรมในการเลือกชื่อนิตยสาร @Tom Act และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจชื่อนิตยสาร @Tom Act

4. ขั้นตอนการวิจัย

4.1 ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษารอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานการวิจัย จากหนังสือวารสารและบทความที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็น

4.2 ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางการวิจัยในการสร้างแบบสอบถามทั้งในส่วนที่เป็นพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกชื่อนิตยสาร @Tom Act ของนักศึกษานึงรักหญิงหรือทอมดี โดยพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาที่ใช้

4.3 นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจำนวน 4 ท่าน ในด้านพฤติกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ จิตวิทยา และการตลาด เพื่อพิจารณาในด้านความถูกต้อง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Ob-

jective Congruence: IOC) มากกว่า 0.50

4.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองกับกลุ่มนักศึกษานึงรักหญิงที่อ่านนิตยสาร @Tom Act ณ มหาวิทยาลัย มหิดล จำนวน 30 คน พบว่า แบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.915 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (สรชัย พิสารบุตร เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัครเดชานุกร, 2549)

4.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อมั่นไปเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามที่มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 200 ชุด โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเดือนธันวาคม 2553 – มกราคม 2554

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ในส่วนของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลใช้ค่าสถิติพรรณนาประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6. การแปรความหมายของค่าเฉลี่ยของประเด็นคำถามเป็นข้อในแต่ละด้านในแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของประสพชัย พสุนนท์ (2553) รายละเอียดดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 คือ ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 คือ ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 คือ ระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 คือ ระดับ น้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 คือ ระดับ น้อยที่สุด

7. การวิเคราะห์ปัจจัยการอ่านนิตยสาร @Tom Act ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) ด้วยวิธีการ Varimax เกณฑ์การพิจารณาปัจจัยคือ ค่า Eigenvalues ต้องมากกว่า 1 และค่า Factor Loading ต้องมีค่าสัมบูรณ์ (Absolute) มากกว่า 0.5 (กัญญา วาณิชย์บัญชา, 2544)

8. การจัดกลุ่มนักศึกษาทอมดีที่อ่านนิตยสาร

@Tom Act ใช้วิธีการจัดกลุ่มแบบ K-Means โดยกำหนดจำนวนรอบมากที่สุด (Maximum Iteration) เท่ากับ 25 และกำหนดสัดส่วนของระยะห่างที่สั้นที่สุด (Convergence Criterion) เท่ากับ 0 ทั้งนี้ ผู้วิจัยทดสอบด้วยวิธีการวิเคราะห์กลุ่มแบบ K-Means หลายๆ ครั้ง เพื่อพิจารณาหาจำนวนกลุ่มที่สามารถอธิบายความได้อย่างเหมาะสมที่สุด นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้แปลงข้อมูลคะแนนปัจจัยให้เป็นค่ามาตรฐาน ก่อนทำการทดสอบด้วยวิธี K-Means (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2544)

ผลการศึกษา

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูล แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยผลการวิจัย มีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มทอมจำนวน 105 คน (ร้อยละ 52.50) มีเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.00 จำนวน 68 คน (ร้อยละ 34.00) รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม 5,001 – 7,000 จำนวน 89 คน (ร้อยละ 43.00) ศึกษาอยู่ใน ศึกษายู่ในคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 87 คน (ร้อยละ 43.50) และศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 65 คน (ร้อยละ 32.50)

2. พฤติกรรมในการอ่านนิยายสาร @Tom Act ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ชื่นชอบคอลัมน์แพชั่นทอมและดี จำนวน 59 คน (ร้อยละ 29.50) เพื่อนและคนรู้จักเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการแนะนำนิยายสาร @Tom Act จำนวน 113 คน (ร้อยละ 56.50) เหตุผลที่อ่านนิยายสาร @Tom Act คือ มีความสนใจเกี่ยวกับทอมและดี จำนวน 117 คน (ร้อยละ 58.50) ส่วนใหญ่ซื้อนิยายสาร 2 เดือน/ครั้ง จำนวน 85 คน (ร้อยละ 42.50) ไม่ได้ซื้อนิยายสาร (หาอ่านฟรี) จำนวน 69 คน (ร้อยละ 34.50) ไม่แน่ใจว่าจะซื้อนิยายสาร @Tom Act ฉบับต่อไปจำนวน 104 คน (ร้อยละ 52.00) และความต้องการคือ ต้องการให้มีคอลัมน์แพชั่น จำนวน 83 คน (ร้อยละ 41.00)

3. เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการอ่านนิยายสาร @Tom Act ของนักศึกษาในกลุ่มทอมดี มหาวิทยาลัยศิลปากร สามารถสรุปได้ว่า ก่อนการวิเคราะห์ปัจจัย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสม

ของข้อมูล พบว่า ค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เท่ากับ 0.883 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และ ค่า Barrert's Test of Sphericity ได้เท่ากับ 3211.943 (Sig. = 0.000) แสดงว่า ข้อมูลเหมาะสมที่จะใช้วิเคราะห์ปัจจัย (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2547) ผลการวิเคราะห์ปัจจัย ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก สามารถแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมดร้อยละ 62.711 (รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1) ดังนี้

3.1 ปัจจัยที่ 1 มีค่า Eigenvalues = 5.469 ความแปรปรวนร้อยละ 19.533 ประกอบด้วย 1) ต้องการรับรู้ข่าวสารในการจัดกิจกรรมอีเวนท์ต่างๆ 2) สื่อโฆษณานิยายสารทำให้สนใจนิยายสารฉบับนั้น 3) รูปภาพและสีสันของนิยายสาร 4) นิยายสารมีเกมส์และกิจกรรมที่น่าสนใจ 5) ความทันสมัย และความน่าสนใจของนิยายสาร 6) มีคอลัมน์นิสต์ที่ชื่นชอบ 7) พบเห็นโฆษณานิยายสารผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ และ 8) เลือกซื้อตามความนิยม (ตามกระแส) เรียกปัจจัยนี้ว่า ปัจจัยกระแสนิยม

3.2 ปัจจัยที่ 2 มีค่า Eigenvalues = 4.740 ความแปรปรวนร้อยละ 16.929 ประกอบด้วย 1) ต้องการอ่านคอลัมน์ในนิยายสาร 2) ติดตามนิยายสารเพราะเนื้อหา และคอลัมน์โดยรวม 3) เนื้อหาของนิยายสารสามารถตอบสนองสิ่งที่สนใจ 4) เนื้อหาในนิยายสารมีความแตกต่างจากนิยายสารเล่มอื่น 5) เนื้อหาภายในเล่มมีประโยชน์ 6) มีแนวทางในการใช้ชีวิตในสังคม และ 7) มีบทสัมภาษณ์ทอมและดี ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต เรียกปัจจัยนี้ว่า ปัจจัยเนื้อหาสาระในเล่ม

3.3 ปัจจัยที่ 3 มีค่า Eigenvalues = 2.491 ความแปรปรวนร้อยละ 8.895 ประกอบด้วย 1) บุคคลที่ชื่นชอบขึ้นปกนิยายสาร 2) ต้องการสะสมผลงานของบุคคลที่ขึ้นปกนิยายสาร และ 3) อยากอ่านเรื่องราวของบุคคลที่ขึ้นปกภายในเล่มเรียกปัจจัยนี้ว่า ปัจจัยหน้าปก

3.4 ปัจจัยที่ 4 มีค่า Eigenvalues = 2.435 ความแปรปรวนร้อยละ 8.696 ประกอบด้วย 1) นิยายสารมีราคาถูก 2) ได้รับสิทธิพิเศษจากการเป็นสมาชิก 3) ราคาเหมาะสมกับเนื้อหา และ 4) ต้องการของอย่างอื่นที่แถมมาด้วย เรียกปัจจัยนี้ว่า ปัจจัยราคาและของแถม

3.5 ปัจจัยที่ 5 มีค่า Eigenvalues = 2.424 ความแปรปรวนร้อยละ 8.659 ประกอบด้วย 1) ขนาดและความหนาของนิตยสาร 2) คุณภาพของกระดาษและขนาดของนิตยสาร และ 3) การจัดรูปเล่มของนิตยสาร เรียกปัจจัยนี้ว่า ปัจจัยผลิตภัณฑ์

4. ผลการจัดกลุ่มนักศึกษาทอมดีที่อ่านนิตยสาร @Tom Act ในมหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการอ่านนิตยสาร@TomActของทอมและดีในมหาวิทยาลัยศิลปากร

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยที่ 1 กระแสนิยม				
1. ต้องการรับรู้ข่าวสารในการจัดกิจกรรมอีเวนท์ต่างๆ	0.788	2.67	0.93	ปานกลาง
2. สื่อโฆษณา นิตยสารทำให้สนใจนิตยสารฉบับนั้น	0.780	2.67	0.97	ปานกลาง
3. รูปภาพและสีสันทนของนิตยสาร	0.775	3.03	0.95	ปานกลาง
4. นิตยสารมีเกมส์และกิจกรรมที่น่าสนใจ	0.766	2.60	0.97	ปานกลาง
5. ความทันสมัย และความน่าสนใจของนิตยสาร	0.764	2.92	0.95	ปานกลาง
6. มีคอลัมน์นิสต์ที่ชื่นชอบ	0.695	2.94	1.07	ปานกลาง
7. พบเห็นโฆษณานิตยสารผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ	0.659	2.40	0.98	ปานกลาง
8. เลือกซื้อตามความนิยม (ตามกระแส)	0.657	2.65	0.99	ปานกลาง
ปัจจัยที่ 2 เนื้อหาสาระในเล่ม				
1. ต้องการอ่านคอลัมน์ในนิตยสาร	0.868	3.53	0.87	มาก
2. ติดตามนิตยสารเพราะเนื้อหา และคอลัมน์โดยรวม	0.783	3.53	0.83	มาก
3. เนื้อหาของนิตยสารสามารถตอบสนองสิ่งที่สนใจ	0.720	3.56	0.78	มาก
4. เนื้อหาในนิตยสารมีความแตกต่างจากนิตยสารเล่มอื่น	0.705	3.60	0.78	มาก
5. เนื้อหาภายในเล่มมีประโยชน์	0.636	3.46	0.74	มาก
6. มีแนวทางในการใช้ชีวิตในสังคม	0.544	3.57	0.76	มาก
7. มีบทสัมภาษณ์ทอมและดี ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต	0.544	3.50	0.69	มาก
ปัจจัยที่ 3 หน้าปก				
1. บุคคลที่คุณชื่นชอบขึ้นปกนิตยสาร	0.820	3.60	0.83	มาก
2. ต้องการสะสมผลงานของบุคคลที่ขึ้นปกนิตยสาร	0.815	3.17	0.88	ปานกลาง
3. อยากอ่านเรื่องราวของบุคคลที่ขึ้นปกภายในเล่ม	0.742	3.44	0.80	ปานกลาง
ปัจจัยที่ 4 ราคาและของแถม				
1. นิตยสารมีราคาถูก	0.789	2.80	0.84	ปานกลาง
2. ได้รับสิทธิพิเศษจากการเป็นสมาชิก	0.593	3.28	0.79	ปานกลาง
3. ราคาเหมาะสมกับเนื้อหา	0.567	3.03	0.76	ปานกลาง
4. ต้องการของอย่างอื่นที่แถมมาด้วย	0.547	2.51	0.91	ปานกลาง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัย	Factor Loading	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ขนาดและความหนาของนิตยสาร	0.792	3.12	0.81	ปานกลาง
2. คุณภาพของกระดาษและขนาดของนิตยสาร	0.776	3.14	0.79	ปานกลาง
3. การจัดรูปเล่มของนิตยสาร	0.537	3.20	0.80	ปานกลาง

ตารางที่ 2 การจัดกลุ่มนักศึกษาทอมแอนด์ดีมหาวิทยาลัยศิลปากรที่เลือกอ่านนิตยสาร @Tom Act

ปัจจัย	กลุ่มที่เห็น	
	ตามความทันสมัย	ความคุ้มค่า
1. ด้านกระแสนิยม	0.15668	-0.19150
2. ด้านเนื้อหาสาระในเล่ม	-0.06554	0.08010
3. ด้านหน้าปก	0.18993	-0.23213
4. ด้านราคาและของแถม	-0.13409	0.16389
5. ด้านขนาดและการจัดรูปเล่ม	0.67760	-0.82818
จำนวนรวม	110 (55.00%)	90 (45.00%)

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยและการจัดกลุ่มการอ่านนิตยสาร @Tom Act ของนักศึกษาทอมแอนด์ดี มหาวิทยาลัยศิลปากร สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นทอม มีเกรดเฉลี่ยอยู่ที่ระหว่าง 2.51 – 3.00 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 5001 -7000 บาทส่วนใหญ่ กำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี คณะวิทยาการจัดการ ชั้นปีที่ 3

2. การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะชื่นชอบคอลัมน์แฟชั่นทอมแอนด์ดีมากที่สุด ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากเพื่อนหรือคนรู้จัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการอ่าน คือ มีความสนใจในเรื่องกับทอมแอนด์ดี ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อหนังสือ 2 เดือนต่อครั้ง และมีความไม่แน่ใจต่อการซื้อครั้งต่อไป

3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าต้อง

การให้นิตยสาร @Tom Act มีคอลัมน์ด้านแฟชั่นมากที่สุดลดลงมาคือ คอลัมน์ความรู้ทั่วไป รองลงมา คือ คอลัมน์บันเทิงเพลงตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ปัจจัยและจัดกลุ่มการอ่านนิตยสาร @Tom Act สรุปได้ว่า สามารถแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย คือ กระแสนิยม เนื้อหาสาระในเล่ม หน้าปก ราคาและของแถม และ ขนาดและการจัดรูปเล่ม โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมดร้อยละ 62.714

5. ผลการวิเคราะห์กลุ่ม พบว่า สามารถจัดกลุ่มนักศึกษานิตยสารที่อ่านนิตยสาร @Tom Act ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ความทันสมัยและความคุ้มค่า

จากข้อสรุปผลการวิจัยในข้างต้น ผู้วิจัยจะได้วิจารณ์ผลการวิจัยตามผลการวิเคราะห์กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มความทันสมัย ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ปัจจัยด้านกระแสนิยม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่อ่านนิตยสาร @Tom Act เนื่องจากกลัวว่า

ไม่มีประเด็นสนทนากับเพื่อนๆ กลัวเพื่อนกล่าวหาว่าตัวเองเซย์ไม่ทันสมัย และมีความสนใจในเรื่อง "คนรักเพศเดียวกัน" ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสมพงษ์ จิตระดับ (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของวัยรุ่นตอนปลายที่อยู่ในสังคมแห่งความฟุ่มเฟือยยุคบริโภคนิยมนี้ว่ามีแนวทางในการเลือกบริโภคตามกระแสนิยม โดยเฉพาะค่านิยมในการใช้สินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ การเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ จะได้รับความนิยมอย่างมาก เพื่อต้องการให้ตัวเองได้รับการยอมรับจากเพื่อนเพื่อสร้างความโดดเด่นให้เหนือกว่าเพื่อนคนอื่นจนเป็นค่านิยม

ปัจจัยด้านหน้าปก พบว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นส่วนใหญ่ต้องการให้หน้าปกของ @Tom Act มีหน้าปกที่มีนายแบบนางแบบที่ตนเองชื่นชอบ รวมไปถึงเรื่องราวต่างๆ ของ นายแบบนางแบบ และเพื่อทำการสะสมนิตยสารในฉบับที่ชื่นชอบหน้าปกที่สวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวลัยลักษณ์ ชาญชฎานนท์ (2541) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง ศึกษาการใช้ภาษาบนปกนิตยสารรายสัปดาห์ที่ใช้ชื่อร่วมกับหนังสือพิมพ์รายวัน

ปัจจัยด้านขนาดและการจัดรูปเล่ม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อในลักษณะของหนังสือในเรื่องการพอกา คุณภาพของกระดาษและขนาดของนิตยสาร ที่จะสามารถเก็บรักษาได้ในระยะเวลาที่ยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุพานี วรรณการ (2549) ได้จัดทำวิจัยเรื่อง ภาพพจน์ในสารคดีนิตยสาร Readers Digest

2. กลุ่มความคุ้มค่า ประกอบด้วย 2 ปัจจัย

ด้านเนื้อหาสาระในเล่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างนั้น เลือกซื้อนิตยสาร @Tom Act เพราะเนื้อหาภายในเล่มมีประโยชน์ มีความต้องการอ่านคอลัมน์ในนิตยสาร เนื้อหานิตยสารมีการตอบสนองของผู้อ่านได้ดีและมีความแตกต่างจากนิตยสารเล่มอื่น รวมไปถึงบทบาทแนวทางในการในการใช้ชีวิตในสังคม

ด้านราคาและของแถม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อนิตยสาร @Tom Act เพราะต้องการของแถมมาด้วย ซึ่งนิตยสารมีราคาที่ถูก ตามความเหมาะสมกับคุณภาพและราคาสินค้า รวมถึงสิทธิ์ใน

การเป็นสมาชิกเครือข่ายของนิตยสาร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. สำหรับกลุ่มที่เน้นตามความทันสมัยของนิตยสาร ผู้ประกอบการควรจัดวางนำเสนอเนื้อหาสาระและรูปเล่มให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และมีการใช้สื่อโฆษณาต่างๆ เพิ่มขึ้น ดังนั้นควรจัดทำนิตยสารให้มีความสอดคล้องกับกระแสนิยมในขณะนั้น และทางผู้ผลิตและผู้ขายควรติดตามความนิยมของกลุ่มทอมดีว่าเรื่องใดหรือบุคคลใดที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

2. สำหรับกลุ่มที่เน้นความคุ้มค่าของนิตยสาร ผู้ประกอบการควรนำเสนอเนื้อหาสาระภายในเล่มให้มีความแตกต่างจากนิตยสารฉบับอื่น และคอลัมน์ต่างๆ ภายในนิตยสารที่สามารถให้ประโยชน์และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มทอมดีได้ รวมถึงให้สิทธิพิเศษกับสมาชิกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้มค่าจากการเป็นสมาชิก นอกจากนี้ทางร้านค้าและผู้ผลิตนิตยสารควรให้ความร่วมมือกันเก็บข้อมูลสอบถามความต้องการของลูกค้า และปรับปรุงนิตยสารให้มีความน่าสนใจตลอดจนการแจกของแถมที่ตรงใจลูกค้า และผู้ผลิตสินค้าควรมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม

สำหรับการวิจัยถัดไปมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจกลุ่มผู้อ่านที่เป็นนักศึกษาทอมดีในมหาวิทยาลัยศิลปากร ขอบเขตทางการศึกษาอาจทำให้ไม่สามารถสะท้อนถึงกลุ่มผู้อ่านขอบเขตอื่นได้ จึงควรที่จะทำการศึกษายายขอบเขตกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มทอมดีนักเรียนมัธยม กลุ่มทอมดีวัยรุ่นกลุ่มทอมดีวัยทำงาน

2. ควรศึกษาปัจจัยการอ่านนิตยสาร @Tom Act ของนักศึกษาทอมดีมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการอ่านนิตยสาร @Tom Act มีความแตกต่างกันหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2544). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7-10*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และ รัฐินันท์ วารินทร์. (2545). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วี.พี.พี. (1991) จำกัด.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และ มัทนียา สมมิ. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). *การวิจัยตลาด 1*. นครปฐม: บริษัท เพชรเกษม ฟันติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- ลักษมน บุญรักษาศรี. (2551). *พฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือของนักศึกษาศาสาวิชาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี*. สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วลัยลักษณ์ ชาญชญานนท์. (2541). *ศึกษาการใช้ภาษาบนปกนิตยสารรายสัปดาห์ที่ใช้ชื่อร่วมกับหนังสือพิมพ์รายวัน*. ปรินญาการศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาไทย) มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สรชัย พิสารบุตร เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อิศวเดชาบุตร. (2549). *การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: บริษัทวิทยพัฒน์ จำกัด.
- สุพานี วรรณากการ. (2549). *ภาพพจน์ในสารคดีนิตยสาร Reader's Digest*. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Comrey A.L., H.B. Lee. (1992). *A first course in factor analysis*. 2nd edition. Hillisdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kerlinger, F. N. (1992). *Foundation of Behavioral Research*. 3rd edition. U.S.A.: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11st edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.