

กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน และความพึงพอใจของผู้รับสาร
ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

นายวิระภัทร์ จิรรัฐดิษฐ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2540
ISBN 974-638-195-4
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MANAGEMENT STRATEGIES OF MONTHLY BUSINESS MAGAZINES
AND THE READER'S GRATIFICATION DURING ECONOMIC CRISIS

Mr. Veerapat Jiratticheep

A Thesis Submitted Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1997

ISBN 974-638-195-4

พิมพ์ต้นฉบับบทความวิจัยวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

นายวีระภัทร์ จิรจิตติชีพ : กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน และความพึงพอใจของผู้รับสาร
ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ (MANAGEMENT STRATEGIES OF MONTHLY BUSINESS
MAGAZINES AND THE READER'S GRATIFICATION DURING ECONOMIC CRISIS)
อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ดรุณี นีรญักษ์, 177 หน้า. ISBN 974-638-195-4

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน ปัจจัยที่ทำให้นิตยสาร
ธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ ความพึงพอใจของผู้รับสาร และความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการของนิตยสารธุรกิจราย
เดือนกับความพึงพอใจของผู้รับสาร ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ผลการวิจัย พบว่า องค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร และ
นิตยสารดอกเบี๋ย มีกลยุทธ์การจัดการในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจที่คล้ายคลึงกัน คือ มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงที่
น้อยมาก โดยมุ่งเน้นการปรับวิธีการนำเสนอด้านการข่าวและบทความให้มีความลึกมากขึ้น มีการคัดเลือกข่าวสารมาก
ยิ่งขึ้น มุ่งเสนอเนื้อหาสาระที่มีความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ มีการลด
ต้นทุนในการผลิต โดยการลดจำนวนหน้า และมุ่งเน้นนโยบายการประหยัดในทุก ๆ ด้าน อาทิ ด้านพลังงาน ด้านค่าใช้จ่าย
จ่ายในด้านอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น การลดการจ้างนักเขียนพิเศษ หรือการลดเงินเดือนพนักงาน นอกจากนี้ยังได้มีการปรับ
กลยุทธ์การตลาด ในส่วนของการขายโฆษณา โดยมีนโยบายรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าที่เคยซื้อเนื้อที่โฆษณา และ
กลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะซื้อเนื้อที่โฆษณา

สำหรับปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ พบว่า มีปัจจัยหลักคือ
การนำเสนอเนื้อหา ต้องมีความเจาะลึก มีคุณภาพ และปัจจัยความเป็นเจ้าของ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ผู้ซื้อเนื้อที่โฆษณา
และผู้อ่าน ตัดสินใจซื้อโฆษณา หรือนิตยสารนั้นได้ง่ายขึ้น ส่วน การบริหาร การจัดการองค์กร การลดต้นทุน กระบวนการ
ผลิต และการตลาด ถ้ามีการผสมผสานปัจจัยต่าง ๆ เข้าด้วยกัน จะทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนสามารถอยู่รอดได้ใน
ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ในส่วนของความคาดหวังของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ
รายได้ต่อเดือน ของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังที่แตกต่างกัน ส่วนผู้อ่าน
นิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการอ่านที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังที่แตกต่างกัน ใน
ด้านความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น พบว่า เพศ และระดับการศึกษา
ของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกันทำให้มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ส่วนผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย พบ
ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกันแต่อย่างใด นอกจากนี้ ยังพบว่า
กลยุทธ์การจัดการของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ คำนึงถึงความพึงพอใจของผู้อ่านเป็นหลัก โดยจะเน้นใน
เรื่องการนำเสนอเนื้อหาให้มีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้นด้วย

ภาควิชาวารสารสนเทศ.....
สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์.....
ปีการศึกษา2540.....

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

3971775028 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: MANAGEMENT STRATEGIES/ READER'S GRATIFICATION/ DURING ECONOMIC CRISIS

VEERAPAT JIRATTICHEEP : MANAGEMENT STRATEGIES OF MONTHLY BUSINESS

MAGAZINES AND THE READER'S GRATIFICATION DURING ECONOMIC CRISIS.

THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. DARUNEE HIRUNRUK, Ph.D. 177 pp. ISBN 974-638-195-4

The purpose of the research is to study the management strategies of monthly business magazines, factors of monthly business magazines to be survive, the reader's gratifications and relationships between management strategies and reader's gratifications during economic crisis.

The result of the research found that two monthly business magazines, namely Money & Banking Magazine and Interest Magazine have similar strategies management during economic crisis. Both of them have few improvement and adjustment but focus on Investigative news and articles, more selectivity on the issues, try to publish different contents to differentiate from other printed matters. On the cost side, they reduce their production costs by page reduction and implementation of cost saving policy for example, energy, freelance's rate and employee's salary cut. Moreover, they also settled their marketing strategies relating to the advertising sales by maintain good relationship with the existing potential customers.

The main factors for surviving during the economic crisis are the presentation of the content which more depth as well as more quality, and also ownership which encourage the advertising buyers and readers to buy. Management style, organizational structure, cost deduction, production process and marketing are the important factors that make them survive.

The results of the reader's expectations during economic crisis : sex, educational background, career and monthly revenue have different effect to Money & Banking reader's expectation. For Interest Magazine, readers who have different monthly revenue and different reading period have different expectations.

During the economic crisis, the reader's gratification has been found that differentiation in sex and educational background of the Money & Banking Magazine readers will lead to different in gratification. But for Interest Magazines readers, differentiation in polulation does not have any effect to reader's gratification. Moreover, the management strategies of the two monthly magazines concentrate on reader's gratification by focusing more concentrative contents.

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....

สาขาวิชา.....การหนังสือพิมพ์.....

ปีการศึกษา.....2540.....

ลายมือชื่อนิสิต..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.ดรุณี นิริฎร์รักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาแนะนำ และตรวจแก้ข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ และได้มาตรฐานทางวิชาการ พร้อมทั้งขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ สุกัญญา สุตบรรทัด และรองศาสตราจารย์ นันทริกา คุ่มไพโรจน์ ที่กรุณาให้คำแนะนำต่าง ๆ เพิ่มเติม เพื่อความสมบูรณ์ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งคณาจารย์ภาควิชาวารสารสนเทศทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา สร้างองค์ความรู้ สามารถนำมาใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณสันติ วิริยะรังสฤษฎ์ คุณพรพิมล คุณนุพงศ์ จากวารสารข่าวการเงินธนาคาร คุณทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์ คุณพิชานา ศักดิ์มิ่งกร จากนิตยสารดอกเบี๋ย คุณบรรยงศ์ สุวรรณผ่อง จากหนังสือพิมพ์ อีคอนนิวส์ และดร.เสรี วงศ์มณฑา ที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ อีกทั้งขอขอบคุณทุกท่านที่ร่วมให้ข้อมูลด้วยการตอบแบบสอบถาม

นอกจากนี้ ต้องขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกในการค้นคว้าหาข้อมูล และขอบคุณเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจ และถามไถ่ตลอดเวลา

ท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่คอยเป็นห่วงเป็นใย และให้ความช่วยเหลือตลอดมา

วีระภัทร์ จิรัฎฐิตีชีพ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
2 ทฤษฎี แนวคิด และงานที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร.....	11
ทฤษฎีองค์การ.....	19
แนวคิดการตลาดและการสื่อสารการตลาด.....	25
ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	35
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ.....	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	46
แหล่งข้อมูล.....	46
กลุ่มตัวอย่าง.....	47
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
ตัวแปรและการวัดตัวแปร.....	49
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	51
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะ วิกฤติทางเศรษฐกิจ.....	53
1.1 การจัดโครงสร้างองค์กร และการบริหารงาน.....	53
1.2 การนำเสนอเนื้อหา.....	61
1.3 กระบวนการผลิต.....	63
1.4 การลดต้นทุน.....	64
1.5 การตลาด.....	66
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ ใน ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ.....	72
ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับสารใน ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ.....	75
3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	75
3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเปิดรับนิตยสารธุรกิจรายเดือน...	79
3.3 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจ รายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ.....	85
3.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจ รายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ	93
3.5 การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากในคอลัมน์ต่าง ๆ ในการเปิดรับนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	101
3.6 การวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทาง เศรษฐกิจของนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่มีผลต่อความพึงพอใจ....	107
3.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการกับความ พึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสาร.....	111
ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน.....	113

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	129
สรุป.....	130
อภิปรายผล.....	145
ข้อเสนอแนะ.....	154
รายการอ้างอิง.....	155
ภาคผนวก	
คอลัมน์ต่าง ๆ ของวารสารข่าวการเงินธนาคาร ในปี 2537 - 2540.....	159
คอลัมน์ต่าง ๆ ของนิตยสารดอกเบี๋ย ในปี 2537 - 2540.....	161
แบบสอบถามสำหรับผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร.....	163
แบบสอบถามสำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย.....	170
ประวัติผู้เขียน.....	177

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงการใช้งบประมาณผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของไทย ในปี 2535-2539.....	4
2 แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	77
3 แสดงปัจจัยในการเลือกอ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร.....	80
4 แสดงปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารดอกเบี๋ย.....	82
5 เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกอ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสาร ดอกเบี๋ย.....	84
6 แสดงความคาดหวังที่จะได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร.....	87
7 แสดงความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารดอกเบี๋ย.....	90
8 เปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร และ นิตยสารดอกเบี๋ย.....	92
9 แสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร.....	95
10 แสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารดอกเบี๋ย.....	98
11 เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสาร ดอกเบี๋ย.....	100
12 แสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ของวารสารข่าวการเงินธนาคาร...	102
13 แสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ของนิตยสารดอกเบี๋ย.....	105
14 แสดงการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของวารสารข่าว การเงินธนาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจ.....	108
15 แสดงการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของนิตยสาร ดอกเบี๋ย ที่มีผลต่อความพึงพอใจ.....	110
16 เปรียบเทียบการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของ วารสารข่าวการเงินธนาคาร กับนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีผลต่อความพึงพอใจ.....	112
17 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างเพศกับความคาดหวังจาก นิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	114
18 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับความคาดหวังจาก นิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	116
20 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	117
21 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	118
22 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระยะเวลาในการอ่านกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	119
23 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้รับสารมีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์.....	120
24 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	122
25 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	123
26 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	124
27 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	125
28 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	126
29 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระยะเวลาในการอ่านกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน.....	127
30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผู้รับสารมีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์.....	128

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
1	แบบจำลองการจัดองค์การธุรกิจอุตสาหกรรมทั่วไป.....	19
2	แบบจำลององค์การสื่อมวลชนภายใต้แรงกดดันจากสังคม.....	22
3	แสดงองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด.....	27
4	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค ปัจจัยที่ควบคุมได้และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ ทางการตลาด.....	32
5	แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ.....	40
6	แบบจำลอง Expectancy-Value Theory.....	41
7	โครงสร้างองค์การผู้ผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคาร.....	55
8	โครงสร้างองค์การผู้ผลิตนิตยสารดอกเบี๋ย.....	58