

การดำเนินธุรกิจนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และลักษณะของผู้อ่าน

นางสาว อรุณา ขวัญยืน



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-334-728-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**BUSINESS OPERATION OF THE LICENSED WOMEN MAGAZINES
AND THE CHARACTERISTICS OF THEIR READERS**

MS. U-RASA KWANYUEN

A Thesis Submitted Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

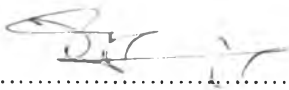
Chulalongkorn University

Academic Year 1999

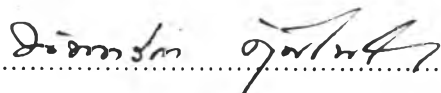
ISBN 974-334-728-3

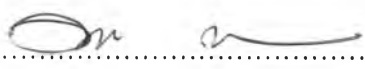
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การดำเนินธุรกิจนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และลักษณะของ
ผู้อ่าน
โดย นางสาวอรุสา ขวัญยืน
ภาควิชา วารสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ครุณี หิรัญรักษ์


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท


.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จumphol Rodkhamdi)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ นันทิกา คุ่มไพโรจน์)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ครุณี หิรัญรักษ์)


.....กรรมการ
(ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุขบรรทัด)

นางสาวอรุสา ขวัญยืน : การดำเนินธุรกิจนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และลักษณะของผู้อ่าน (BUSINESS OPERATION OF THE LICENSED WOMEN MAGAZINES AND THE CHARACTERISTICS OF THEIR READERS)

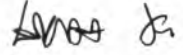

อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ครุณี หิรัญรักษ์, 150 หน้า. ISBN 974-334-728-3

งานวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงเงื่อนไขในการเข้ามาดำเนินธุรกิจของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และลักษณะผู้อ่าน โดยศึกษาจากนิตยสาร ELLE , CLEO และ COSMOPOLITAN ที่เข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) จากผู้บริหารนิตยสาร ผู้วางแผนซื้อสื่อโฆษณา (Media Planner) และใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้อ่านนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ

ผลจากการวิจัยพบว่า เงื่อนไขในการเข้ามาดำเนินธุรกิจของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ในข้อตกลงในการดำเนินธุรกิจ ด้านการร่วมทุนบริษัทผู้ประกอบการในประเทศไทยถือหุ้นร้อยละ 51 บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ถือหุ้นร้อยละ 49 การกำหนดนโยบายองค์กรเป็นไปในรูปบริษัทจำกัด การบริหารงานโฆษณาอยู่ภายใต้การดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการในประเทศไทย ทั้งนี้ต้องรายงานผลประกอบการให้บริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ทราบตามวาระ ส่วนการทำงานของกองบรรณาธิการเป็นการรับผิดชอบของบรรณาธิการ และข้อตกลงในด้านการผลิตนิตยสาร ในส่วนเนื้อหามีการแปลเนื้อหาจากฉบับภาษาต่างประเทศตามสัดส่วนเงื่อนไขของนิตยสารแต่ละฉบับ ด้านหน้าปกและภาพประกอบใช้จากฉบับภาษาต่างประเทศเป็นหลัก และรูปแบบของนิตยสาร ไม่ว่าจะเป็นการจัดหน้า การใช้ตัวอักษร ขนาดของนิตยสาร กระดาษ มีการกำหนดมาอย่างชัดเจนในเงื่อนไขจากบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์

ด้านลักษณะของผู้อ่าน ด้านลักษณะประชากรมีความสอดคล้องกับการวางกลุ่มเป้าหมายจากผู้บริหารนิตยสาร และความคิดเห็นจากผู้วางแผนซื้อสื่อ ลักษณะด้านวิถีการดำเนินชีวิต ด้านความทันสมัย พบว่าผู้อ่านส่วนใหญ่ มีวิถีการดำเนินชีวิต ด้านความทันสมัยในสัดส่วนที่เกินกว่าร้อยละ 50 ในการดำเนินชีวิตด้านการใช้สินค้าแบรนด์เนม ด้านความบันเทิงและการพักผ่อน ด้านการบริโภค ด้านการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน และด้านการมีที่พักอาศัยเป็นของตนเอง

ด้านลักษณะการตอบสนองทางการตลาดพบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านช่องทางจัดจำหน่าย ราคา และเรื่องการส่งเสริมการขายเป็นลำดับสุดท้าย ส่วนความนิยมในหัวข้อเรื่อง(Section)ของนิตยสารแต่ละฉบับเป็นไปตามแนวคิดในการกำหนดเนื้อหาของแต่ละฉบับอย่างถูกต้อง

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....	ลายมือชื่อนิติ..... 
สาขาวิชา.....การหนังสือพิมพ์.....	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 
ปีการศึกษา.....2542.....	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

3972534328 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: BUSINESS OPERATION/ LICENSED WOMEN MAGAZINES/ CHARACTERISTICS/
READERS

U-RASA KWANYUEN : BUSINESS OPERATION OF THE LICENSED WOMEN MAGAZINES
AND THE CHARACTERISTICS OF THEIR READERS.

THESIS ADVISOR : ASSO.PROF.DARUNEE HIRUNRUK, Ph.D.150 pp. ISBN 974-334-728-3

The objective of this research is to study the conditions of business operation of the licensed women magazines and the characteristics of their readers. The magazines selected for study are Elle, Cleo and Cosmopolitan, all of which hold licenses to operate business in Thailand. The research methods include depth interview with magazine executives and media planners , in addition to questionnaires with the readers of all 3 magazines.

The findings of the research are as follows. The business deals of the licensed women magazines are in terms of partnership, with the Thai entrepreneur company holding 51 per cent of the shares while the license owner holds 49 per cent. The determination of the organizational policy strictly follows the structure of company limited. The Administration of media planning is under the operation of Thai staff. Progress report to the licensed owner is required periodically. The operation of editorial team is under the responsibility of the editor and general agreement in magazine publishing. The content is translated from the foreign-language issues as individually specified by each magazine. The cover pages and illustrations follow mainly the original foreign-language copies. The magazine format ranging from layout, font, size of magazine to paper quality are predetermined by the license owning company.

As regards the characteristics of the readers, demographics correlate with the target group desired by magazine executives and media planners. It is found that over 50 per cent of the readers maintain a remarkable modernity of lifestyle by using brand name products, choice of entertainment and recreation, consumption, the use of conveniences in daily life and accommodation of their own.

As regards the marketing feedback, it is found that most readers give the first priority to the product itself. Ranked second, third and fourth are distribution channel, price and sales promotion, respectively. Their admiration of magazine sections coincide with the concept in determining the content of each magazine.

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....ลายมือชื่อนิติ.....
สาขาวิชา.....การหนังสือพิมพ์.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา.....2542.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รศ.ดร.ครุณี หิรัญรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.นันทริกา คุ่มไพโรจน์ ประธานกรรมการในการสอบ และศ.สุกัญญา สุคนทรทัต คณะกรรมการ ที่ได้สละเวลาอันมีค่า ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ครบถ้วน รวมทั้งขอขอบพระคุณ รศ.ดร.เสรี วงษ์มณฑา อ.ชัชณะ เตชคณา ที่ได้แนะนำ ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งถามไถ่ถึงความคืบหน้าตลอดมา และ อ.บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ สำหรับคำแนะนำด้านกรวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณเป็ย มาลากุล ณ อยุธยา คุณลายคราม เลิศวิทยาประสิทธิ์ และคุณพิมพ์ฤทัย ชูแสงศรี จากนิตยสารCOSMOPOLITAN คุณสิริ อุคมฤทธิรุจ คุณธีรนาฏ วิวรกิจ จากนิตยสาร ELLE คุณรัตยา ทองกงเย่า คุณล้าระวี หาญพงศ์พันธ์ จากนิตยสาร CLEO คุณวรรณิ รัตนพล จากบริษัท อัมมิราติ พुरิส ลินดาส จำกัด คุณสุภาณี เดชาบุรณานนท์ จากบริษัท มายด์แชร์ จำกัด คุณอรวิดี เรืองศรี บริษัทสตาร์คอม จำกัด สำหรับการต้อนรับที่ดีและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา อีกทั้งขอขอบพระคุณทุกท่านที่ร่วมให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม รวมทั้งนพ.ณัฐ จันทรสุวรรณ และคุณหอมทุกท่านที่ดูแลสุขภาพให้ดีขึ้นถึงทุกวันนี้

นอกจากนี้ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในคณะนิเทศศาสตร์ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ชาวเอเยนซีทุกคนที่ช่วยเหลือให้ข้อมูล บรรดาเจ้านาย และเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยถามไถ่ถึงสุขภาพและความคืบหน้าของการทำวิทยานิพนธ์มาตลอด ขอขอบคุณ พี่ศรี พี่ด็ก พี่เหมาสำหรับกำลังใจและทุกๆ อย่างและขอบคุณชมพกา ณ สงขลา ,วีระภัทร์ จิรัฐติชีพ สำหรับน้ำใจความช่วยเหลือในทุกด้าน

ท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่ป๊อป ที่คอยเป็นกำลังใจ และสนับสนุนด้านทุนทรัพย์ด้วยดีมาตลอดชีวิต

อรสา ขวัญยืน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร.....	11
ทฤษฎีองค์กร.....	17
แนวคิดการตลาดและการสื่อสารการตลาด.....	24
แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค.....	34
แนวคิดเรื่องทัศนคติของผู้บริโภค.....	36
แนวคิดเกี่ยวกับความทันสมัย.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	40
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	42
แหล่งข้อมูล.....	42
กลุ่มตัวอย่าง.....	43
เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
การตรวจสอบข้อมูล.....	45
การวัดตัวแปร.....	45
การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิจัย	48
ส่วนที่ 1 วิเคราะห์เงื่อนไขในการเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยของนิตยสารที่ ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ.....	48
1.1 ข้อตกลงในการดำเนินธุรกิจ	
1.1.1 การร่วมทุน.....	49
1.1.2 การกำหนดนโยบายขององค์กร.....	53
1.1.3 การบริหารงานโฆษณา.....	61
1.1.4 การทำงานของกองบรรณาธิการ.....	66
1.2 ข้อตกลงในการผลิตนิตยสาร	
1.2.1 เนื้อหา.....	68
1.2.2 หน้าปก.....	72
1.2.3 ภาพประกอบ.....	73
1.2.4 รูปแบบ.....	75
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ลักษณะของผู้อ่าน	
2.1 ข้อมูลด้านประชากรและวิถีการดำเนินชีวิต.....	78
2.2 วิเคราะห์ลักษณะการตอบสนองทางการตลาดของผู้่านิตยสารสตรีที่ ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ.....	93
2.3 ความนิยมในหัวข้อเรื่องต่างๆ ของนิตยสารสตรีที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่าง ประเทศ.....	104
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	110
สรุปผลการวิจัย.....	110
อภิปรายผล.....	119
ข้อเสนอแนะ.....	127
รายการอ้างอิง.....	128
ภาคผนวก.....	
ตัวอย่างหน้าปกนิตยสาร ELLE.....	132
ตัวอย่างหน้าปกนิตยสาร CLEO.....	133

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตัวอย่างหน้าปกนิตยสาร COSMOPOLITAN.....	134
แบบสอบถามสำหรับผู้่านนิตยสาร ELLE.....	135
แบบสอบถามสำหรับผู้่านนิตยสาร CLEO.....	140
แบบสอบถามสำหรับผู้่านนิตยสาร COSMOPOLITAN.....	145
ประวัติผู้เขียน.....	150

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ และลักษณะวิถีการดำเนินชีวิตของผู้อ่าน.....	87
2 แสดงลักษณะการตอบสนองทางการตลาดของผู้อ่านที่มีค่อนิตยสาร ELLE.....	93
3 แสดงลักษณะการตอบสนองทางการตลาดของผู้อ่านที่มีค่อนิตยสาร CLEO.....	96
4 แสดงลักษณะการตอบสนองทางการตลาดของผู้อ่านที่มีค่อนิตยสาร COSMOPOLITAN.....	99
5 แสดงการเปรียบเทียบลักษณะการตอบสนองทางการตลาดของนิตยสาร ELLE CLEO และ COSMOPOLITAN.....	103
6 แสดงความนิยมในหัวข้อเรื่องของนิตยสาร ELLE.....	104
7 แสดงความนิยมในหัวข้อเรื่องของนิตยสาร CLEO.....	105
8 แสดงความนิยมในหัวข้อเรื่องของนิตยสาร COSMOPOLITAN.....	106

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แบบจำลองการจัดองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมทั่วไป.....	20
2 แบบจำลององค์กรสื่อมวลชนภายใต้แรงกดดันจากสังคม.....	22
3 แสดงองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด.....	26
4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภค ปัจจัยที่ควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ทาง การตลาด.....	31
5 แบบจำลองแสดงองค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติ.....	37
6 แบบจำลองการเกิดพฤติกรรมเบื้องต้น.....	38
7 แสดงการร่วมทุนของนิตยสาร ELLE.....	50
8 แสดงการร่วมทุนของนิตยสาร CLEO.....	51
9 แสดงการร่วมทุนของนิตยสาร COSMOPOLITAN.....	52
10 แสดงโครงสร้างการบริหารองค์กรของนิตยสาร ELLE.....	55
11 แสดงโครงสร้างการบริหารองค์กรของนิตยสาร CLEO.....	57
12 แสดงโครงสร้างการบริหารองค์กรของนิตยสาร COSMOPOLITAN.....	60