

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน และความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการ ปัจจัยที่ทำให้ นิตยสารธุรกิจรายเดือน สามารถอยู่ได้ ความพึงพอใจและความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน และความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การจัดการกับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสาร ของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยข้อมูลจากผลการวิจัยนำเสนอแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยแบ่งออกเป็น

- 1.1 การจัดโครงสร้างองค์กร และการบริหารงาน
- 1.2 การนำเสนอเนื้อหา
- 1.3 กระบวนการผลิต
- 1.4 การลดต้นทุน
- 1.5 การตลาด

**ส่วนที่ 2** วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้ นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ย (X) ค่าร้อยละ แบ่งออกเป็น

- 3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกเปิดรับนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 3.3 การวิเคราะห์ความคาดหวังในการเปิดรับนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 3.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเปิดรับนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 3.5 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในคอลัมน์ต่าง ๆ
- 3.6 การวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

3.7 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการกับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสาร

ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน แบ่งออกเป็น

- การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยข้อมูล 2 กลุ่ม ด้วยค่า T (T-test)
- การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 3 กลุ่มขึ้นไป ด้วยสถิติ One-Way ANOVA และกรณีที่พบว่าแตกต่างกัน จะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการของ Scheffe'

## ส่วนที่ 1

### วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ในภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำโดยเริ่มต้นมาตั้งแต่ช่วงปี 2540 และทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น และมีผลกระทบเป็นอย่างมากในช่วงกลางปี 2540 ซึ่งทางรัฐบาลได้ปรับเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนใหม่เป็นแบบลอยตัว ทำให้ค่าเงินบาทลดค่าลง สภาพคล่องทางการเงินภายในประเทศจึงลดลง องค์กรธุรกิจต่างๆ ได้รับผลกระทบจากค่าเงิน ส่งผลให้กิจการบางกิจการประสบปัญหาขาดทุน ทำให้ต้องลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นลง ซึ่งรวมถึงบอโฆษณาประชาสัมพันธ์ จึงทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ที่อาศัยรายได้หลักจากค่าโฆษณา ได้รับผลกระทบ อีกทั้งราคาวัตถุดิบที่จะนำมาผลิต ไม่ว่าจะเป็นราคากระดาษ หมึกพิมพ์ ต่าง ๆ ก็มีราคาที่ปรับตัวสูงขึ้นตามอัตราแลกเปลี่ยนที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบ

การที่จะทำให้นิตยสารอยู่รอดได้ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนี้ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ด้วยการปรับกลยุทธ์การจัดการธุรกิจใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจที่วิกฤติในปัจจุบัน

ในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ วารสารข่าวการเงินธนาคาร ซึ่งดำเนินการโดยบริษัท มีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด และนิตยสารดอกเบี๋ย ที่ดำเนินการโดยบริษัท ดอกเบี๋ย จำกัด ซึ่งเป็นนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่นำเสนอเนื้อหาคล้ายคลึงกัน เกี่ยวกับการเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ว่ามีการปรับกลยุทธ์ในด้านการบริหาร การจัดโครงสร้างองค์กร การลดต้นทุน การนำเสนอเนื้อหา กระบวนการผลิต การตลาด วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้ นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ และในภาวะการแข่งขันระหว่างสื่อประเภทเดียวกันและสื่อรายวันที่มีความรุนแรง รวมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการกับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสาร

#### 1.1 การจัดองค์กรและการบริหารงาน

องค์กรสื่อมวลชน ประกอบด้วยฝ่ายจัดการ ฝ่ายผลิต และนักสื่อสารมวลชน ซึ่งอาจเป็นบุคคลกลุ่มเดียวกัน หรือแยกเป็นฝ่ายก็ได้ องค์กรสื่อมวลชน มีวัตถุประสงค์ในการรับใช้สังคม และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยประกอบกิจการอยู่ภายใต้แรงกดดัน และอิทธิพลจากสังคม ซึ่งประกอบด้วย เหตุการณ์ปัจจุบัน วัฒนธรรม และข้อมูลข่าวสาร แรงกดดันจากสังคม

และการเมือง การปกครอง อันประกอบด้วย การควบคุมโดยกฎหมาย และรัฐบาล รวมทั้งการควบคุมจากสถาบันทางสังคมอื่น ๆ ความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังมีแรงกดดันทางธุรกิจ คือ คู่แข่งขัน สำนักข่าว ผู้โฆษณา เจ้าของ และสหภาพแรงงาน

Hodge และ Anthony (Organization Theory, 1984) กล่าวไว้ว่า การที่นิตยสาร จะประสบความสำเร็จได้จะต้องมีการจัดโครงสร้างองค์กร รูปแบบองค์กรที่สอดคล้องกับความต้องการ และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ดังนั้นการจัดโครงสร้างขององค์กรนิตยสารธุรกิจรายเดือน จึงต้องมีจัดโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่เกิดแรงกดดันทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจขึ้นในประเทศไทย

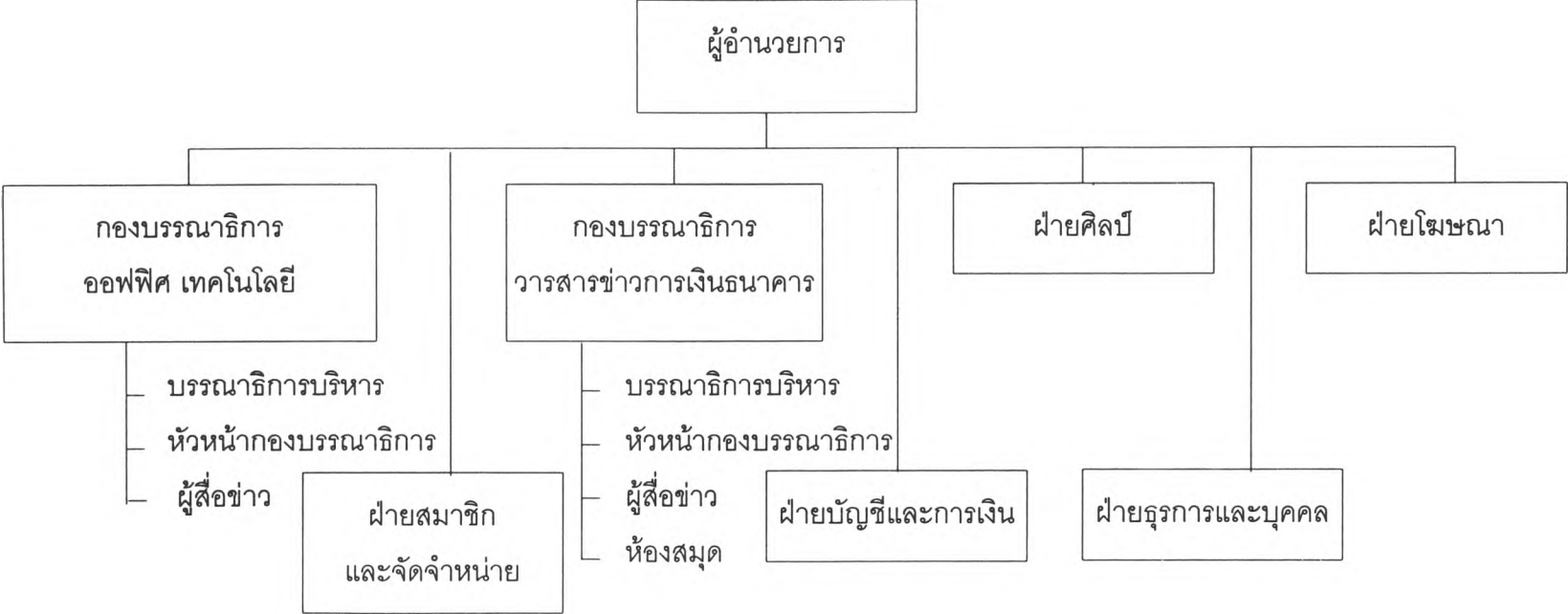
การจัดโครงสร้างของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับที่ทำการศึกษานี้ มีการจัดองค์กรดังต่อไปนี้

#### วารสารข่าวการเงินธนาคาร

วารสารข่าวการเงินธนาคาร ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท มีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด มีการจัดองค์กรในรูปแบบของบริษัท (Corporation) โดยมีผู้ถือหุ้นหลายคน การบริหารงานนั้น จะบริหารโดยคนคนเดียว คือ ผู้อำนวยการ โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นจะอยู่ในวงใกล้ชิดกัน และหุ้นมักจะไม่ถูกขายให้บุคคลภายนอก

การจัดโครงสร้างองค์กรของบริษัท มีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด แบ่งออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ คือ กองบรรณาธิการ ออฟฟิศ เทคโนโลยี กองบรรณาธิการวารสารข่าวการเงินธนาคาร ฝ่ายผลิต ฝ่ายสมาชิกและจัดจำหน่าย ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายโฆษณา ฝ่ายธุรการและบุคคล ดังแผนภาพที่ 7

แผนภาพที่ 7 โครงสร้างองค์กรผู้ผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคาร



ฝ่ายงานต่าง ๆ ขององค์กรผู้ผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีหน้าที่ดังต่อไปนี้  
กองบรรณาธิการ ออฟฟิศ เทคโนโลยี จัดเตรียมเนื้อหา และข่าว ในส่วนของนิตยสาร  
ออฟฟิศ เทคโนโลยี ซึ่งเป็นหนังสือเกี่ยวกับอุปกรณ์สำนักงาน เทคโนโลยีในสำนักงาน

กองบรรณาธิการวารสารข่าวการเงินธนาคาร ทำหน้าที่จัดเตรียมเนื้อหาและข่าว ในส่วน  
ของวารสารข่าวการเงินธนาคาร

ฝ่ายผลิต จะมีหน้าที่ในการจัดทำต้นฉบับ (Art-work) และงานทางด้านศิลป์ ของนิตยสาร  
ในเครือทุกชื่อฉบับ

ฝ่ายสมาชิกและจัดจำหน่าย จะทำหน้าที่ดูแลสมาชิก และจัดส่งหนังสือไปยังสมาชิก และ  
สายส่งต่าง ๆ ซึ่งจะดูแลงานสมาชิกของนิตยสารในเครือทุกชื่อฉบับ

ฝ่ายบัญชีและการเงิน จะเป็นผู้ควบคุมดูแล เบิกจ่ายเงิน และการบริหารเงินภายในบริษัท

ฝ่ายโฆษณา จะทำหน้าที่ในการหาโฆษณา ดูแลและประสานงานกับลูกค้าที่จะมาลง  
โฆษณากับทางนิตยสาร

ฝ่ายธุรการและบุคคล จะทำหน้าที่ในการดูแลงานทั่วไปภายในบริษัท รวมทั้งจะทำหน้าที่  
ในการจัดซื้อ จัดหา อุปกรณ์ต่าง ๆ การคัดสรรบุคลากร และดูแลทางด้านเงินเดือน และดูแล  
พนักงาน

การจัดโครงสร้างองค์กรของผู้ผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคาร ในภาวะวิกฤติทาง  
เศรษฐกิจ ไม่มีการปรับเปลี่ยนในเรื่องโครงสร้างองค์กรแต่อย่างใด เนื่องจากการจัดองค์กรนั้น ได้  
จัดให้มีความสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาวะแวดล้อมทาง  
เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี คู่แข่งขัน รวมทั้งบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งถือได้ว่าเป็นการ  
จัดโครงสร้างองค์กรที่สมบูรณ์อยู่แล้ว

“เราไม่มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร เพราะโครงสร้างองค์กรเดิมของเราค่อนข้าง  
กระชับอยู่แล้ว และระบบการบริหารของเราก็ไม่ค่อยซับซ้อนเหมือนที่อื่น ถ้ามีปัญหาอะไรก็  
สามารถแก้ไขได้ภายในพริบตา แค่เข้ามาถามปัญหา ผมตอบไปมันก็จบ” (สันติ วิริยะรังสฤษฎ์,  
สัมภาษณ์)

ในส่วนของการจัดโครงสร้างของกองบรรณาธิการนั้น จะมีโครงสร้างกองบรรณาธิการที่  
แบ่งสายงานไว้อย่างชัดเจน มีสายการบังคับบัญชา โดยมีบรรณาธิการบริหาร เป็นผู้ควบคุมดูแล  
นโยบายทางด้านข่าว มีหัวหน้ากองบรรณาธิการ เป็นผู้ควบคุมการปฏิบัติงานของกองบรรณาธิการ  
เพื่อให้เป็นไปตามแนวนโยบายที่วางไว้

การบริหารกองบรรณาธิการนั้น จะมีการประชุมข่าวเป็นประจำทุกเดือน เพื่อกำหนดแนว  
ทาง และประเด็นข่าวในการทำนิตยสาร

การกำหนดแนวทางในการทำงานข่าวนั้น ในแต่ละปี จะมีการปรับปรุงเนื้อหาในคอลัมน์ต่าง ๆ โดยมีการประชุมภายในกองบรรณาธิการ เพื่อสรุปแนวทางในการจัดวางคอลัมน์ การเพิ่มหรือลดคอลัมน์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการตอบสนองความพึงพอใจให้กับผู้อ่านมากที่สุด

ในด้านนโยบายการบริหาร ผู้อำนวยการจะเป็นผู้มอบหมายนโยบายหลักให้กับฝ่ายต่าง ๆ และผู้บริหารในฝ่ายงานต่าง ๆ จะเป็นผู้ที่คอยดูแลรับผิดชอบฝ่ายงานของตน โดยถ้ามีปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงาน สามารถเข้าพูดคุยกับผู้อำนวยการได้ทันที ซึ่งในช่วงที่เกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจ จะมีการประชุมเพื่อมอบหมายนโยบายหลักให้กับทุกฝ่ายงานได้รับทราบ โดยผู้จัดการฝ่ายงานต่าง ๆ จะรับไปดำเนินการ

สำหรับนโยบายหลักขององค์กรผู้ผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคาร คือ การนำเสนอข่าวที่มีคุณภาพ บทความ บทวิเคราะห์ ที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มีข้อมูลอ้างอิงทางเศรษฐกิจที่ครบถ้วน ที่ส่วนใหญ่จะหาจากที่อื่นไม่ได้ ส่วนในด้านการตลาดนั้น จะมีการจัดการส่งเสริมการขายเป็นประจำไม่ว่าจะเป็นทำให้ส่วนลด หรือการให้ของแถม ส่วนทางด้าน การหาโฆษณา นั้น มีนโยบายที่ให้ฝ่ายโฆษณาติดตามดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิด รวมทั้งหาลูกค้าใหม่ตลอดเวลา

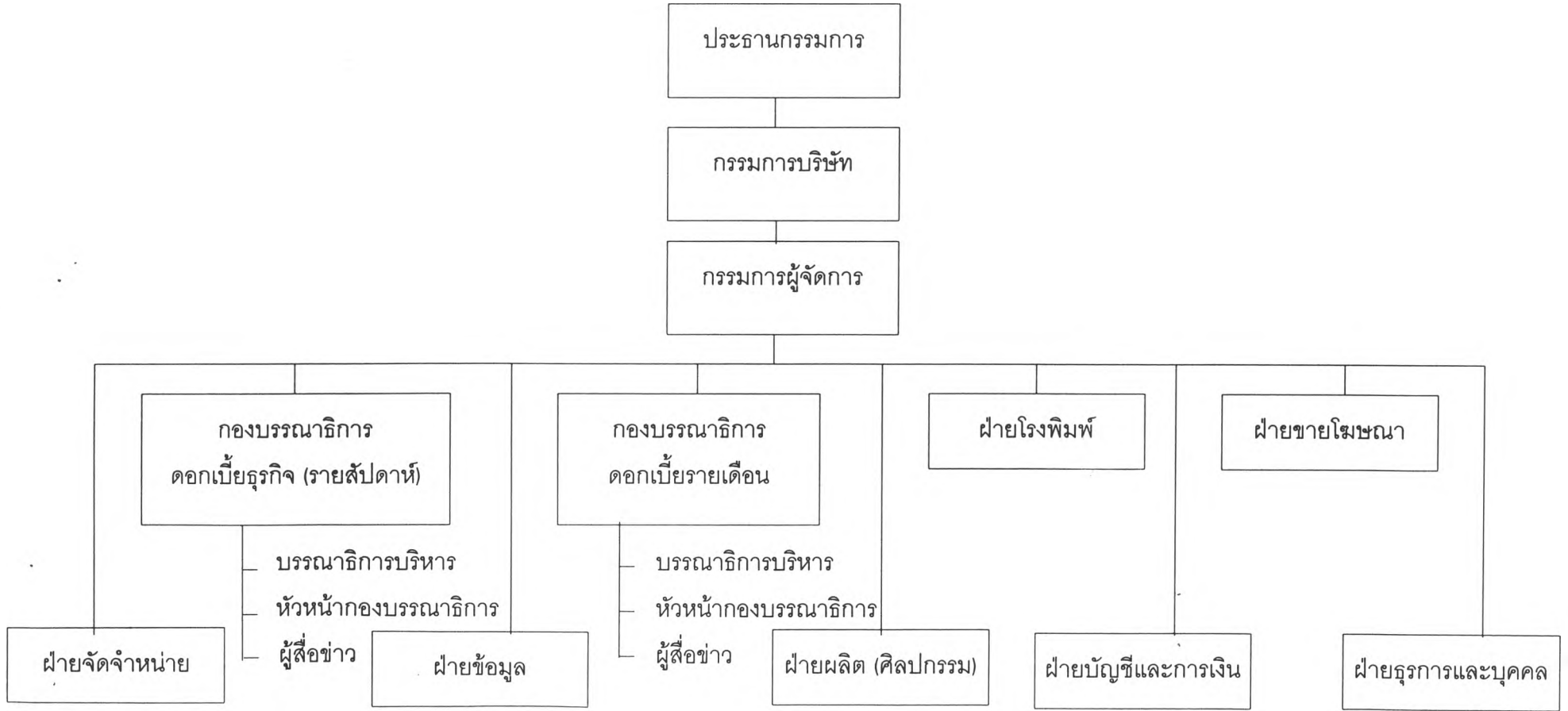
“นโยบายหลักเรามีอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นพอเกิดวิกฤติ เราก็ประชุมคุยนโยบายหลักให้ทุกคนรับรู้ ว่านโยบายหลักของบริษัทเป็นอย่างไร เสร็จแล้วเราจะมอบหมายให้หัวหน้ากอง หรือแต่ละฝ่ายดูแล มีปัญหาก็มาคุยกันเพื่อแก้ปัญหา หรือเราจะปรับปรุงอะไรก็บอกผ่านไป เพื่อสร้างผู้บริหารในระดับรองลงไป เพื่อให้ทุกคนสามารถบริหารงานในแผนกของตนได้” (สันติ วิริยะรังสฤษฏ์, สัมภาษณ์)

### นิตยสารดอกเบี๋ย

นิตยสารดอกเบี๋ย ซึ่งดำเนินการโดย บริษัท ดอกเบี๋ย จำกัด มีการจัดองค์กรของนิตยสารในรูปแบบของบริษัท (Corporation) คือ มีผู้ถือหุ้นหลายคน การบริหารงานนั้น จะบริหารโดยกลุ่มบุคคลที่ผู้ถือหุ้นแต่งตั้งขึ้น ส่วนใหญ่ผู้ถือหุ้นจะอยู่ในวงใกล้ชิดกัน และหุ้นมักจะไม่ถูกขายให้บุคคลภายนอก ผู้ถือหุ้นที่สามารถคุมเสียงในบริษัทได้ จะต้องมีหุ้นมากกว่าร้อยละ 51 ขึ้นไป

การจัดองค์กรของนิตยสารดอกเบี๋ย แบ่งฝ่ายงานออกเป็น 9 ฝ่ายงาน ประกอบด้วย กองบรรณาธิการดอกเบี๋ยธุรกิจ (รายสัปดาห์) กองบรรณาธิการนิตยสารดอกเบี๋ย ฝ่ายโรงพิมพ์ ฝ่ายจัดจำหน่าย ฝ่ายข้อมูล ฝ่ายผลิต (ศิลปกรรม) ฝ่ายขายโฆษณา ฝ่ายบัญชีและการเงิน และฝ่ายธุรการและบุคคล ดังแผนภาพที่ 8

แผนภาพที่ 8 โครงสร้างองค์กรผู้ผลิตนิตยสารดอกเบี๋ย





ฝ่ายงานต่าง ๆ ของบริษัท ดอกเบ๊ยะ จำกัด มีหน้าที่รับผิดชอบดังต่อไปนี้  
กองบรรณาธิการดอกเบ๊ยะธุรกิจ (รายสัปดาห์) จะมีหน้าที่รับผิดชอบงานข่าว การจัดเตรียมเนื้อหา สำหรับดอกเบ๊ยะธุรกิจ

กองบรรณาธิการนิตยสารดอกเบ๊ยะ จะมีหน้าที่รับผิดชอบงานข่าว การเตรียมเนื้อหา ในส่วนของนิตยสารดอกเบ๊ยะ

ฝ่ายโรงพิมพ์ จะทำหน้าที่ในการจัดพิมพ์หนังสือในความดูแลของบริษัท ดอกเบ๊ยะ จำกัด รวมทั้งจัดพิมพ์ พ็อคเก็ตบุ๊คส์ ที่ออกโดยบริษัท ดอกเบ๊ยะ จำกัด และยังรับจ้างพิมพ์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อีกด้วย

ฝ่ายจัดจำหน่าย มีหน้าที่ในการจัดจำหน่ายหนังสือที่ออกโดยบริษัท ดอกเบ๊ยะ จำกัด โดยจะรวมถึงการดูแล และรับสมัครสมาชิก และการจัดส่งหนังสือไปยังสมาชิก และสายส่งต่าง ๆ

ฝ่ายข้อมูล มีหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูล เอกสารข่าว ต่าง ๆ เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการทำงานด้านข่าว

ฝ่ายผลิต (ศิลปกรรม) มีหน้าที่ในการจัดทำรูปเล่ม งานศิลป์ต่าง ๆ ของบริษัท

ฝ่ายขายโฆษณา จะทำหน้าที่ในการหาโฆษณามาลงในหนังสือในเครือ

ฝ่ายบัญชีและการเงิน จะทำหน้าที่ในการบริหารเงิน และควบคุมการใช้จ่ายเงิน ดูแลบัญชีรายรับรายจ่าย ของบริษัท

ฝ่ายธุรการและบุคคล จะทำหน้าที่ในการจัดซื้อ จัดหา อุปกรณ์ต่าง ๆ รวมทั้งคัดสรรบุคลากร และดูแลทางด้านเงินเดือน และดูแลพนักงาน

สำหรับในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ บริษัท ดอกเบ๊ยะ จำกัด มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร เล็กน้อย โดยมีการใช้กองบรรณาธิการของดอกเบ๊ยะธุรกิจ (รายสัปดาห์) เข้ามาช่วยในการทำงานด้านข่าวให้กับนิตยสารดอกเบ๊ยะ นอกนั้นไม่มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรใหญ่แต่อย่างใด เนื่องจากการจัดองค์กรในลักษณะเช่นนี้ มีการแบ่งสายงานที่ชัดเจน และมีความกระชับรัดกุมแล้ว

“โครงสร้างองค์กรของเราแทบไม่มีการปรับเปลี่ยน เพียงแต่รัดเข็มขัด ทำกองบรรณาธิการให้เล็กลง ทำทุกส่วนให้เล็กลง แต่เนื่องจากที่ผ่านมาเราเล็กกว่าที่อื่นอยู่แล้ว ทำให้เราทำอะไรได้สะดวก ในกรณีที่มีคนออก ก็จะไม่รับเพิ่ม คือใช้คนร่วมกัน อันไหนใช้ร่วมกันได้ก็ใช้ร่วมกันให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด” (ทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์, สัมภาษณ์)

ส่วนการบริหารงานนั้น จะมีคณะกรรมการบริษัท เป็นผู้วางนโยบายโดยรวม และมีกรรมการผู้จัดการ เป็นผู้ควบคุมการปฏิบัติตามนโยบายโดยรวมของบริษัท โดยจะมีผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ เป็นผู้ดูแล และควบคุมการทำงานอีกชั้นหนึ่ง

สำหรับการบริหารงานของกองบรรณาธิการนั้น จะมีบรรณาธิการบริหาร เป็นผู้ดูแล และวางนโยบายทางด้านข่าว ซึ่งจะมีการประชุมข่าวร่วมกันทุกเดือน เพื่อวางแนวทางในการทำข่าว ในแต่ละเดือนจะนำเสนอข่าวในประเด็นใดบ้าง และข่าวไหนที่ควรจะนำมาทำเป็นสัปดาห์ ซึ่งจะมีการมอบหมายให้กับสายข่าวที่เกี่ยวข้องไปรวบรวมข้อมูล สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเขียนข่าว

“การบริหารบุคลากรในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น เท่าที่ผ่านมาดอกเบ็ญเป็นองค์กรที่เติบโตมาจากองค์กรเล็ก ฉะนั้นจะมีการระมัดระวังในการบริหารงานตลอดเวลาอยู่แล้ว จะไม่มีการรับคนเข้ามามากเกินไปจนความจำเป็น และไม่มียุทธศาสตร์ในการซื้อตัวนักข่าว พอเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจขึ้น ทางดอกเบ็ญจึงไม่ค่อยได้รับผลกระทบ เพราะบริหารงานด้วยความระมัดระวังตลอดมา” (พิชานา ศักดิ์มังกร, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า การจัดโครงสร้างองค์กรของผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับคือวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบ็ญ เป็นการจัดองค์กรที่มีความคล้ายคลึงกัน โดยองค์กรทั้ง 2 นั้น จัดอยู่ในประเภทการเป็นเจ้าของ คือ ประเภทบริษัท (Corporation) โดยมีผู้ถือหุ้นหลายคน ส่วนใหญ่ผู้ถือหุ้นจะอยู่ในวงใกล้ชิดกัน และหุ้นมักจะไม่ถูกขายให้กับบุคคลภายนอก

ในด้านการบริหารงานนั้น วารสารข่าวการเงินธนาคาร จะใช้ระบบการบริหารแบบคนเดียว โดยมีผู้อำนวยการ ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสูงสุด และเป็นผู้อนโยบายให้กับฝ่ายงานต่าง ๆ

ส่วนองค์กรผู้ผลิตนิตยสารดอกเบ็ญนั้น การบริหารงานจะอยู่ในรูปของคณะกรรมการ ซึ่งจะเป็นผู้ประชุมเพื่อวางแผนงาน โดยมีประธานกรรมการเป็นผู้อนโยบายให้กับกรรมการผู้จัดการ และกระจายต่อไปยังผู้จัดการฝ่ายงานต่าง ๆ อีกต่อหนึ่ง

## 1.2 การนำเสนอเนื้อหา

การนำเสนอเนื้อหาในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ของนิตยสารธุรกิจทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีดังนี้

### วารสารข่าวการเงินธนาคาร

วารสารข่าวการเงินธนาคาร มีนโยบายในการนำเสนอเนื้อหา คือ การขายข่าวของวันพรุ่งนี้ และจะเน้นที่การนำเสนอข้อมูล ตัวเลข ทางเศรษฐกิจ เพื่อสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิงประกอบการวิเคราะห์ การวิจัย ในการทำงานแผนงานของธุรกิจเอกชน

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของวารสารข่าวการเงินธนาคาร จะนำเสนอทั้งในรูปแบบของข่าว บทวิเคราะห์ บทความ รายงานพิเศษ บทสัมภาษณ์ รวมทั้งข้อมูล ตัวเลข ทางเศรษฐกิจ ในรูปของรายงาน เช่น รายงานสถานะประเทศ รายงานรายรับ-รายจ่าย รายงานสถานะธนาคารพาณิชย์ รายงานภาวะอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นตัวเลขในรอบเดือนที่ผ่านมา

สำหรับบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการเขียนข่าว รายงานพิเศษ และบทความนั้น มีทั้งนักข่าวประจำ นักเขียนประจำ และนักเขียนพิเศษ อาทิ นักวิชาการ หรือผู้มีประสบการณ์ในแวดวงเศรษฐกิจ การเงิน การคลัง การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน

ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ การนำเสนอเนื้อหาของวารสารข่าวการเงินธนาคารนั้น ยังมุ่งเน้นในหลักการเดิม คือ การขายข่าวของวันพรุ่งนี้ รวมทั้งนำเสนอข้อมูล ตัวเลข ทางเศรษฐกิจ เพื่อสามารถนำไปใช้ในการอ้างอิงประกอบการวิเคราะห์ การวิจัย ในการทำงานแผนงานของธุรกิจเอกชน

สำหรับการนำเสนอในด้านข่าวนั้น จะมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเขียนข่าวให้มีความลึกมากยิ่งขึ้น โดยให้เป็นข่าวเชิงวิเคราะห์ ซึ่งจะมีบทวิเคราะห์ข่าวควบคู่กันไป ทำให้ผู้รับสารสามารถรับข่าวในมุมมองที่ลึกและรอบด้านมากยิ่งขึ้น

“นโยบายในการนำเสนอเนื้อหานั้น หลักการเรายังเหมือนเดิม คือ พยายามขายข่าวของวันพรุ่งนี้ เราเป็นหนังสือที่มีข้อมูลอ้างอิงทางเศรษฐกิจครบถ้วน ตัวเลขครบถ้วน ที่ส่วนใหญ่จะหาจากที่อื่นไม่ได้” (สันติ วิริยะรังสฤษฎ์, สัมภาษณ์)

ในด้านคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสารนั้น จะทำการปรับปรุงเนื้อหา และคอลัมน์ต่าง ๆ เป็นประจำทุกปี โดยมีการส่งแบบสอบถามไปยังผู้อ่าน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงเนื้อหาให้เป็นที่พอใจแก่ผู้อ่านมากที่สุด

สำหรับในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ การนำเสนอเนื้อหา จะมีการคัดเลือกเนื้อหามากยิ่งขึ้น โดยจะมีการยุบรวมคอลัมน์เกี่ยวกับการเงิน การธนาคาร บริษัทเงินทุน ตลาดทุน

ประกันภัย ที่เดิมนั้นมีการแยกเป็นสัดส่วน มารวมเข้ากันเป็นคอลัมน์เดียว คือ คอลัมน์ “ข่าวการเงินธนาคาร”

“เนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น เนื่องจากการปิดกิจการของสถาบันการเงินไป 50 กว่า แห่ง ดังนั้นข่าวสารต่างๆ และ ข่าวกิจกรรมต่างๆ จึงลดลง เราจึงนำคอลัมน์เกี่ยวกับบริษัทเงินทุน ตลาดหุ้น ประกันก็นำมารวมเป็นข่าวการเงินใน Section เดียวกัน” (สันติ วิริยะรังสฤษฎ์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ การปรับลดคอลัมน์ต่าง ๆ นั้น ได้ตัดคอลัมน์บางคอลัมน์ออกไปเช่น ART CORNER ซึ่งเป็นคอลัมน์เกี่ยวกับงานศิลปะที่วาดโดย นายกำจร สติรกุล อดีตผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย ที่นำมาเสนอให้ผู้อ่านได้ประมุข คอลัมน์ กอล์ฟทิป ซึ่งเป็นคอลัมน์แนะนำในการเล่นกอล์ฟ รวมทั้งคอลัมน์บทความพิเศษที่ลดจำนวนบทความลงจาก 4-5 เรื่อง ต่อฉบับ เหลือเพียง 1 เรื่องต่อฉบับ

ส่วนคอลัมน์ที่เพิ่มขึ้นมานั้น คือ คอลัมน์ BUSINESS REPORT ซึ่งเป็นการรายงานความเคลื่อนไหวของข่าวในภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม การค้า ตลอดจนข่าวด้านการตลาด โดยเลือกเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดกลาง ที่จะมีผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่กำลังถดถอย รวมทั้งผลกระทบจากมาตรการของทางการในการฟื้นฟูภาวะเศรษฐกิจ เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้อ่าน หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะนำไปประกอบการตัดสินใจในการทำธุรกิจต่อไปในอนาคต

### นิตยสารดอกเบี๋ย

นิตยสารดอกเบี๋ย มีรูปแบบการนำเสนอทั้งในรูปของข่าว บทความ บทวิเคราะห์ บทสัมภาษณ์ รายงานพิเศษ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดหุ้น รวมทั้งบทความประเภทอื่น ๆ เช่น คอลัมน์พักผ่อน คอลัมน์เพื่อสุขภาพ และคอลัมน์คลายเครียดกับหมอไพศาล ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่เกี่ยวกับการทำนายโชคชะตาประจำเดือน เป็นต้น

สำหรับนโยบายในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารดอกเบี๋ย จะเน้นในเรื่องของการนำเสนอข่าวที่ตรงไปตรงมา จะหลีกเลี่ยงหลังข่าว บอกเล่าถึงสาเหตุ ซึ่งนโยบายในการนำเสนอเนื้อหา นั้น จะพยายามสะท้อนภาพความเป็นจริงของภาวะเศรษฐกิจ ธุรกิจ การเงิน การคลัง ประกัน และสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ โดยจะสะท้อนความเป็นจริงให้มากที่สุด ลึกที่สุดเท่าที่จะทำได้ มานำเสนอให้กับผู้อ่าน โดยเฉพาะในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ นิตยสารดอกเบี๋ย จะพยายามนำเสนอข่าวในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อเป็นการชี้แนะแนวทางให้กับผู้อ่าน รวมทั้งเป็นกำลังใจให้กับคนทำงานในแวดวงธุรกิจ

“ในช่วงเศรษฐกิจแย่ เราจะไม่พยายามซ้ำเติมเศรษฐกิจ นี่เป็นนโยบายของเรา และเราจะให้กำลังใจกับคนทำงาน และให้ข้อมูลที่แท้จริง เราจะพยายามชี้ให้เห็นข้อเท็จจริงที่ว่าเศรษฐกิจมันมีแนวโน้มที่แยลงอีก ให้ระวังตัว ที่ผ่านมามาเราทำอย่างนี้มาตลอด” (ทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์, สัมภาษณ์)

“ดอกเบี๋ยมีหลักอยู่อย่างหนึ่งคือ พยายามสะท้อนสภาพความเป็นจริงให้มากที่สุด ให้ดอกเบี๋ยเป็นเสมือนตัวแทนของประชาชน นั่นคือนโยบายหลักว่าจะต้องทำอะไร” (พิชากา ศักดิ์มังกร, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีความคล้ายคลึงกันตรงที่นำเสนอเนื้อหาที่มีความเจาะลึกทุกแง่มุมในเรื่องเศรษฐกิจ การเงิน การคลัง ธนาการ ตลาดเงิน ตลาดทุน และจะพยายามสร้างความแตกต่างให้กับเนื้อหาของตนเอง โดยจะมีมุมมองในด้านข่าวที่แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์ของคนทำงาน

แต่จุดที่แตกต่างกันคือ วารสารข่าวการเงินธนาการ มีข้อมูล ตัวเลข ทางเศรษฐกิจ ที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ ซึ่งนิตยสารดอกเบี๋ย ยังขาดจุดนี้ไป

### 1.3 กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

#### วารสารข่าวการเงินธนาการ

กระบวนการผลิตของวารสารข่าวการเงินธนาการนั้น จะมีขั้นตอนการผลิต โดยในขั้นตอนของงานข่าวนั้น จะมีการประชุมข่าวทุกเดือน เพื่อทำการวางแผนทาง รายละเอียดของเนื้อหาข่าว ว่าภายในเดือนนั้น จะนำเสนอข่าวใดที่จะเป็นสื่ूपข่าว โดยมีบรรณาธิการบริหารเป็นผู้มอบหมาย และควบคุมนโยบายด้านข่าว และมีหัวหน้ากองบรรณาธิการ ทำหน้าที่ในการติดตามงานข่าว และประสานงานกับฝ่ายผลิต ส่วนการผลิตเนื้อหานั้น จะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเป็นอย่างมาก โดยมีการวางระบบคอมพิวเตอร์ในระบบเครือข่ายภายใน (Local Area Network : LAN) โดยเมื่อกองบรรณาธิการ จัดพิมพ์ต้นฉบับข่าวเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะส่งข้อมูลไปยังคลังเก็บข้อมูล (Server) ทางฝ่ายผลิต (ศิลปินกรรม) จะนำข้อมูลจากคลังข้อมูล (Server) ไปทำการจัดหน้า และถ้ามีรูปภาพประกอบ จะทำการแปลงรูปภาพด้วยคอมพิวเตอร์ (Scan) เพื่อนำมาประกอบข่าว หลังจากนั้นจะทำการพิมพ์ออกมาผ่านเครื่องพิมพ์ เพื่อนำมา

ตรวจแก้ และเมื่อจัดทำต้นฉบับเรียบร้อยแล้ว จะทำการบันทึกลงในแผ่นข้อมูล (Disket) เพื่อส่งไปยังร้านแยกสี ถ่ายเพลท และส่งไปยังโรงพิมพ์เพื่อทำการจัดพิมพ์ต่อไป

สำหรับกระบวนการผลิตขั้นตอนของการแยกสี ถ่ายเพลท และจัดพิมพ์นั้น จะเป็นการจ้างผลิตกับโรงพิมพ์ของผู้อื่น โดยโรงพิมพ์นั้น เป็นบริษัทในเครือขององค์กรผู้ผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคาร ซึ่งมีผู้ถือหุ้นกลุ่มอื่น เข้าร่วมถือหุ้นด้วย

หลังจากเสร็จสิ้นจากกระบวนการในการพิมพ์หนังสือแล้ว จะมีการจัดส่งไปยังผู้อ่าน โดยแยกเป็นการจัดส่งให้กับสมาชิก และการส่งไปยังตัวแทนจำหน่ายต่อไป

### นิตยสารดอกเบี๋ย

กระบวนการผลิตของนิตยสารดอกเบี๋ย มีกระบวนการผลิต โดยจะมีการประชุมข่าวกันทุกเดือนเพื่อวางแนวทาง และประเด็นในการทำงานข่าว เพื่อจะได้เนื้อหาข่าวที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เมื่อประชุมเรียบร้อยแล้ว จะทำการแบ่งงานภายในกองบรรณาธิการเพื่อทำการรวบรวมข้อมูล โดยมีบรรณาธิการบริหารเป็นผู้ควบคุมดูแลนโยบายด้านข่าวทั้งหมด และจะมีหัวหน้ากองบรรณาธิการ เป็นผู้ติดตามงานต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมาย และประสานงานกับฝ่ายผลิต (ศิลปกรรม)

ในด้านการผลิตนั้น เมื่อกองบรรณาธิการจัดทำต้นฉบับเรียบร้อยแล้ว จะจัดส่งไปยังฝ่ายผลิต (ศิลปกรรม) เพื่อทำการจัดวางหน้า เพื่อทำเป็นต้นฉบับ โดยจะมีการตรวจความถูกต้องของต้นฉบับอีกครั้ง แล้วนำส่งไปทำการแยกสี ถ่ายเพลท และส่งไปยังฝ่ายโรงพิมพ์ เพื่อทำการจัดพิมพ์

หลังจากเสร็จสิ้นจากกระบวนการในการพิมพ์หนังสือแล้ว จะมีการจัดส่งไปยังผู้อ่าน โดยแยกเป็นการจัดส่งให้กับสมาชิก และการส่งไปยังตัวแทนจำหน่ายต่อไป

สำหรับกระบวนการผลิตของนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับนั้น มีความคล้ายคลึงกันโดยส่วนใหญ่ แต่สิ่งที่แตกต่าง คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร จะนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดขั้นตอนในการผลิต ด้วยการจัดส่งข้อมูลผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะทำให้มีความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

### 1.4 การลดต้นทุน

ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ นิตยสารธุรกิจทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย เพื่อให้สอดคล้องกับรายได้ที่ลดลง โดยมีวิธีการดังนี้

### วาระสารข่าวการเงินธนาคาร

การลดต้นทุนของผู้ผลิตวาระสารข่าวการเงินธนาคาร มีการลดต้นทุน ดังนี้

การลดต้นทุนในด้านทั่วไปภายในสำนักงาน วาระสารข่าวการเงินธนาคาร ได้ทำการลดต้นทุนในการดำเนินงาน โดยให้มีการหยุดทำงานในวันเสาร์ และทำการปิดสำนักงานตรงเวลา ซึ่งแต่เดิมนั้น จะมีการทำงานในวันเสาร์ และการปิดสำนักงาน จะไม่มีกำหนดเวลา

นอกจากนี้ยังมีการลดต้นทุนในด้านตัวผลิตภัณฑ์ คือ การลดหน้าลงประมาณ 16 หน้า และลดจำนวนหน้าสีลง โดยมีการยุบรวมคอลัมน์ข่าวที่เกี่ยวกับการเงิน การธนาคาร ตลาดหุ้น ตลาดเงิน ประกัน ที่เดิมนั้นมีการแยกกันเป็นสัดส่วน รวมเข้าไว้ในคอลัมน์เดียว คือ คอลัมน์ “ข่าวการเงินธนาคาร”

ในด้านนักเขียนพิเศษ ที่เขียนบทความให้กับวาระสารข่าวการเงินธนาคารนั้น มีการลดจำนวนบทความพิเศษลง จากเดิมที่มีอยู่ประมาณ 4-5 เรื่อง เหลือเพียงเรื่องเดียว

นอกจากนี้ได้ทำการปรับลดเงินเดือนพนักงานลงตามสัดส่วนของเงินเดือน โดยปรับลดตั้งแต่อ้อยละ 5 ถึงร้อยละ 15 และยังมีนโยบายไม่รับคนเพิ่มขึ้นอีกด้วย

“เราไม่มีการไล่คนออกเลย แต่วิธีการลดต้นทุนเราก็เหมือนกับองค์กรอื่น คือ ลดเงินเดือนบ้าง แต่เราจะลดหลั่นกันไป แต่อีกวิธีหนึ่งที่เราขอความร่วมมือจากพนักงานคือ ชั่วโมงการทำงาน คือ จะปิดสำนักงานตรงเวลา และลดการทำงานในวันเสาร์ลง แต่กรอบของงานที่มีอยู่ก็ต้องทำให้เสร็จตามกำหนด หมายถึงเน้นให้รับผิดชอบให้มากขึ้น ซึ่งก็ช่วยประหยัดค่าไฟ ค่าอะไรต่าง ๆ เยอะแยะ ซึ่งเราประหยัดได้เดือนละหลายหมื่น” (สันติ วิริยะรังสฤษฎ์, สัมภาษณ์)

### นิตยสารดอกเบี๋ย

นิตยสารดอกเบี๋ย ได้ทำการลดต้นทุนการดำเนินงานขององค์กร โดยมีการให้หยุดงานในวันเสาร์ และมีการปิดไฟ ปิดเครื่องปรับอากาศตรงเวลา และมีการลดเงินเดือนพนักงานประมาณร้อยละ 10-15 ในด้านการผลิตนิตยสารนั้น มีการปรับลดจำนวนหน้าสีลง โดยปรับเปลี่ยนเป็นหน้าขาว-ดำ นอกจากนี้ยังลดจำนวนนักเขียนพิเศษ โดยพยายามให้นักเขียนประจำเป็นผู้เขียนคอลัมน์ต่าง ๆ แทน ในกรณีที่ไม่มีพนักงานลาออก จะไม่รับพนักงานเพิ่ม

ในส่วนของฝ่ายโฆษณา นั้น จะมีการลดค่านายหน้าในการขายโฆษณาลง สำหรับงานด้านโรงพิมพ์จะรับงานที่มีกำไรเท่านั้น ส่วนงานที่เป็นการกุศลหรืองานไม่มีกำไรจะไม่รับโดยเด็ดขาด เพื่อเป็นการให้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุดและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

“ในสวนเนื้อหานั้น ถ้าเป็นสี่สี เราก็ลดลงเป็นขาวดำ หรือเป็นสองสี ลดลงไปเกือบยกสี่สีกับขาว-ดำ ต้นทุนมันห่างกันแยะ แล้วเรื่องบุคลากร ถ้ามีคนออกก็จะมีไม่มีการรับเพิ่ม คือจะใช้คนให้คุ้มค่า อย่างกองบรรณาธิการ ก็จะมีให้เขาเขียนข่าวให้เป็น ทางด้านส่วนอื่น ๆ ก็เหมือนกัน คนที่ไม่จำเป็น ก็คุยให้เขารับผิดชอบมากขึ้น คนที่ว่างงาน เขาก็จะออกไปเอง ในฝ่ายโฆษณาเหมือนกัน เราลดค่าคอมมิชชั่นลงมา แต่ไม่ได้ลดเงินเดือน และเมื่อเขาขายโฆษณาไม่ได้เขาก็ออกเอง ออกไปเยอะ แต่เรายังไม่เคยลดคนเลย ยังไม่ประกาศ Lay-off คนใช้วิธีประหยัดกันหมด” (ทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า การลดต้นทุนของนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีความคล้ายคลึงกัน คือ จะใช้วิธีการประหยัดเป็นหลัก คือ ประหยัดไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ รวมทั้งลดต้นทุนการผลิตลง โดยการพยายามใช้พนักงาน รวมทั้งกองบรรณาธิการให้เต็มประสิทธิภาพมากที่สุดเท่าที่จะทำได้แต่องค์กรผู้ผลิตนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ จะไม่มีนโยบายปลดพนักงานออก

### 1.5 การตลาด

ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ นิตยสารธุรกิจทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีกลยุทธ์ทางการตลาดโดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือที่เรียกว่า 4 P (Product, Price, Place, Promotion) มีดังนี้

#### วารสารข่าวการเงินธนาคาร

วารสารข่าวการเงินธนาคาร มีกลยุทธ์ทางการตลาดในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาจากหลัก 4 P (Product, Price, Place, Promotion) โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ด้านการขายนิตยสาร และด้านการขายโฆษณา โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### การขายนิตยสาร

การขายนิตยสารหรือที่เรียกว่าผลิตภัณฑ์นั้น มีการใช้กลยุทธ์การตลาดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ตัวผลิตภัณฑ์ วารสารข่าวการเงินธนาคาร จะมีการปรับปรุงเนื้อหา คอลัมน์ต่าง ๆ และรูปเล่ม การจัดทำหน้า เป็นประจำทุกปี โดยในช่วงเดือนพฤษภาคม จะมีการส่งแบบสอบถามไปพร้อมกับนิตยสาร เพื่อให้ผู้อ่านตอบกลับมา และจะนำข้อมูลที่ได้รับ มาเป็นฐานใน



การปรับปรุงเนื้อหา คอลัมน์ และรูปเล่ม การจัดหน้า เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้  
อ่าน

“เรามีการสอบถามผู้อ่านเป็นประจำทุกปี เพื่อเราจะได้ว่าผู้อ่านต้องการอะไร ชอบ  
คอลัมน์ไหน ไม่ชอบคอลัมน์ไหน และมีข้อคิดเห็นอย่างไร เราก็นำมาปรับปรุงเนื้อหาของเรา”  
(สันติ วิริยะรังสฤษฏ์, สัมภาษณ์)

นอกจากการผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคารออกมาเป็นนิตยสารแล้ว ยังมีการออก  
ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Magazine) ซึ่งมีเนื้อหา และรูป  
แบบเหมือนกันกับตัวนิตยสารทั้งหมด แต่จำหน่ายในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการ  
เพิ่มทางเลือกในการอ่านและการใช้ข้อมูลของนิตยสารอีกด้วย

## 2. ด้านราคา (Price)

ในด้านราคานั้น วารสารข่าวการเงินธนาคาร ปัจจุบันขายในราคาฉบับละ 60 บาท  
ถึงแม้ปัจจุบันราคาวัตถุดิบในการผลิต ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนราคากระดาษ หมึกพิมพ์ ฯลฯ มี  
ราคาที่สูงขึ้นองค์กรผู้ผลิตนิตยสารยังไม่มียุทธศาสตร์ที่จะทำการปรับราคาขาย เนื่องจากกลุ่ม  
เป้าหมายที่เป็นผู้ซื้อนิตยสารนั้น มีความหลากหลาย ทั้งกลุ่มผู้อ่านในวิชาชีพการเงิน การ  
ธนาคาร การคลัง ทั้งในระดับสูงและระดับกลาง และนิสิต นักศึกษา ซึ่งจะต้องใช้ในการอ่าน  
ประกอบการเรียน หรือการทำรายงาน ทำให้องค์กรผู้ผลิตนิตยสารพยายามคงราคาไว้เช่นเดิม

“ไม่ว่าเราจะขึ้นราคาไปเท่าไร มันก็ไม่สามารถครอบคลุมต้นทุนหนังสือได้ ถึงแม้ว่า  
จะขึ้นไปเล่มละ 100-150 บาท อย่างมากก็ครอบคลุม แต่ว่าตรงนั้นก็ได้เป็นจุดประสงค์หลัก  
หนังสือจะดี จะอยู่ได้จะต้องเข้าถึงทุกกลุ่ม ต้องมีผู้อ่านที่กว้างขวาง การที่จะกว้างขวาง เราก็  
ต้องให้ผู้อ่านหลายระดับสามารถซื้อหาได้ เพราะฉะนั้นเรามองในเรื่องของการตั้งราคาใน  
ราคาที่คนทั่วไปซื้อได้ ถ้าเขาคิดว่า 60 บาท ตรงนี้ถูกอยู่แล้ว ถึงอย่างไรการขายก็ไม่ได้เป็น  
รายได้หลักอยู่แล้ว ที่ทำให้เรามีกำไรก็คือโฆษณา” (สันติ วิริยะรังสฤษฏ์, สัมภาษณ์)

ในด้านราคาสำหรับสมาชิกนั้น จะมีส่วนลดในการสมัครเป็นสมาชิก 1 ปี จากปกติ  
ราคา 720 บาท ลดเหลือ 660 บาท

### 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

วารสารข่าวการเงินธนาคาร มีช่องทางการจำหน่ายประกอบด้วย จำหน่ายโดยตรงผ่านระบบสมาชิก การจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย คือ เพ็ญบุญ และการจำหน่ายในลักษณะของนิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Magazine) โดยสามารถอ่านนิตยสารผ่านทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้ร่วมมือกับ สำนักข่าว บิสนิวส์ (Bisnews)

การขายผ่านระบบสมาชิก จะมีการอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก โดยสามารถจ่ายค่าสมาชิกผ่านบัตรเครดิตได้ ซึ่งการจัดส่งไปยังสมาชิกนั้น จะมีทั้งการจัดส่งทางไปรษณีย์ และการจัดส่งโดยใช้มอเตอร์ไซด์

ส่วนในด้าน นิตยสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Magazine) ผู้ที่จะสมัครเป็นสมาชิก จะต้องเป็นสมาชิกของสำนักข่าวบิสนิวส์ด้วย ซึ่งการจัดส่งนั้นจะส่งผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไปยังจอของผู้รับที่สมัครเป็นสมาชิกของสำนักข่าวบิสนิวส์

“การวางแผน เราจะเลือกวางแผนในย่านธุรกิจ เพราะหนังสือเราเป็นหนังสือส่วนบนคือไม่ใช่หนังสือแนวตลาดที่จะวางตรงไหนก็ได้” (สันติ วิริยะรังสฤษฎ์, สัมภาษณ์)

### 4.ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

องค์กรผู้ผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายดังนี้

- การโฆษณา จะมีการโฆษณาในหนังสือพิมพ์รายวันแนวธุรกิจ ในช่วงที่นิตยสารใกล้ออกวางจำหน่าย โดยใช้การวิธีการต่างตอบแทน

- การส่งเสริมการขาย จะมีการจัดการส่งเสริมการขายประมาณปีละ 3 ครั้ง คือ ร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์ โดยผู้ที่สมัครสมาชิกด้วยบัตรเครดิตของธนาคารไทยพาณิชย์จะได้รับส่วนลดพิเศษ หรือมีการจับสลากแจกรางวัล นอกจากนี้ยังร่วมมือกับบริษัทผู้นำเข้าไวน์ ด้วยการสมัครสมาชิก 1 ปี แถมไวน์ 1 ขวด มูลค่า 300-450 บาท ซึ่งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายช่วงที่ผ่านมา มีผู้สนใจสมัครเป็นสมาชิกจำนวนมาก

- การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ จะมีการแจกนิตยสารไปยังสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการประกอบการเขียนข่าว ซึ่งจะมีการอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อมูล จึงนับได้ว่าเป็นการประชาสัมพันธ์นิตยสารในทางหนึ่ง

นอกจากนี้วารสารข่าวการเงินธนาคารจะมีการประกาศนิตยสารประจำปี เป็นประจำทุกปี ซึ่งจะทำให้การส่งข่าวไปยังหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ เพื่อแจ้งถึงผู้ที่ได้รับการยกย่องให้เป็นนิตยสารประจำปี รวมทั้งยังมีการจัดงานประกาศเกียรติคุณนิตยสารประจำปี ซึ่งการจัดงานในครั้งนี้ จะมีนักการเงิน การธนาคาร รวมทั้งสื่อมวลชนเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการออก

ข่าวเกี่ยวกับงาน จึงเป็นการประชาสัมพันธ์นิตยสาร และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนิตยสารได้เป็นอย่างดี

สำหรับการประชาสัมพันธ์ในอีกทางหนึ่ง คือ การที่วารสารข่าวการเงินธนาคาร เป็นนิตยสารแนวธุรกิจฉบับภาษาไทยฉบับเดียวที่ได้รับเลือกเป็นนิตยสารบนเครื่องบินของการบินไทย เจแปน แอร์ไลน์ สิงคโปร์ แอร์ไลน์ ในชั้นนักธุรกิจ (Business Class) ทำให้นักธุรกิจชาวไทยที่เดินทางด้วยสายการบินทั้ง 3 ได้อ่าน และรู้จักวารสารข่าวการเงินธนาคารมากยิ่งขึ้น และเมื่อมีความสนใจ อาจจะสมัครเป็นสมาชิกของนิตยสารได้

### การขายโฆษณา

องค์กรผู้ผลิต วารสารข่าวการเงินธนาคาร มีการขายเนื้อที่โฆษณา กับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการขายตรงกับบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ และการขายกับเอเจนซีโฆษณา ซึ่งการขายโฆษณาในแต่ละครั้งจะมีส่วนลดให้ประมาณร้อยละ 20

สำหรับกลยุทธ์การขายโฆษณาในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น ปัจจุบัน บริษัทที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ตัดงบโฆษณาลง ทำให้เนื้อที่โฆษณาขายได้น้อยลง วารสารข่าวการเงินธนาคาร จึงพยายามดูแลรักษาลูกค้าเก่า ๆ เอาไว้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ลงโฆษณาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และมีการลงนามสัญญาซื้อเนื้อที่โฆษณาในระยะยาว ส่วนกลุ่มลูกค้าใหม่นั้น จะส่งพนักงานขายโฆษณาไปพบปะเยี่ยมเยียน เพื่อเป็นการรักษาสัมพันธภาพที่มีต่อกันไว้ ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดในด้านการขายเนื้อที่โฆษณาที่วารสารข่าวการเงินธนาคารนำมาใช้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ คือ พยายามรักษาลูกค้าเก่าไว้ และรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าที่เคยซื้อเนื้อที่โฆษณา และกลุ่มที่มีแนวโน้มในการที่จะซื้อเนื้อที่โฆษณา

### นิตยสารดอกเบ๊

นิตยสารดอกเบ๊ มีกลยุทธ์ทางการตลาดในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาจากหลัก 4 P (Product, Price, Place, Promotion) โดยมีรายละเอียดดังนี้

### การขายนิตยสาร

การขายนิตยสาร หรือที่เรียกว่าผลิตภัณฑ์นั้น มีการใช้กลยุทธ์การตลาดในด้านต่าง ๆ ดังนี้

### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ตัวผลิตภัณฑ์ นิตยสารดอกเบี๋ย จะมีการปรับปรุงรูปแบบ การจัดหน้า ปีละครั้ง สำหรับเนื้อหานั้น จะมีการนำเสนอเนื้อหาที่มีความลึก มีมุมมองที่กว้าง ที่แตกต่างจากนิตยสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ รวมทั้งพร้อมที่จะเป็นกระจกสะท้อนสภาพเศรษฐกิจให้กับประชาชนได้รับทราบ ซึ่งเนื้อหาในนิตยสารนั้น จะมีความหลากหลาย และครอบคลุมในด้านการเงิน การคลัง ตลาดเงิน ตลาดทุน การตลาด และพยายามเสนอเนื้อหาที่มีคุณภาพมากขึ้น

### 2. ด้านราคา (Price)

ในด้านราคานี้ นิตยสารดอกเบี๋ย ปัจจุบันขายในราคาฉบับละ 50 บาท และในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ยังไม่มีนโยบายที่จะขึ้นราคาขายแต่อย่างใด เพราะในสภาพปัจจุบันที่สถาบันการเงินถูกปิดกิจการลง 56 แห่ง และบริษัทต่าง ๆ ขาดสภาพคล่อง ทำให้กำลังซื้อของกลุ่มเป้าหมายลดลง เห็นได้จากยอดสมาชิกที่ลดลงจำนวนหนึ่ง

### 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

นิตยสารดอกเบี๋ย มีช่องทางการจำหน่ายประกอบด้วย จำหน่ายโดยตรงผ่านระบบสมาชิก การจำหน่ายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย

การขายผ่านระบบสมาชิก จะมีการอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก โดยสามารถจ่ายค่าสมาชิกผ่านบัตรเครดิตได้ ซึ่งการจัดส่งไปยังสมาชิกนั้น จะมีทั้งการจัดส่งทางไปรษณีย์ และการจัดส่งโดยใช้มอเตอร์ไซด์ สำหรับการวางแผนนั้น จะเลือกวางแผนในย่านธุรกิจเป็นสำคัญ

### 4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

องค์กรผู้ผลิตนิตยสารดอกเบี๋ย มีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขายดังนี้

- การโฆษณา นิตยสารดอกเบี๋ยมิได้ทำการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ แต่อย่างใด
- การส่งเสริมการขาย นั้น นิตยสารดอกเบี๋ย มีการแจกหนังสือพ็อคเก็ตบุคส์ ในเครือให้แก่ผู้สมัครสมาชิก 1 เล่ม
- การตลาดทางตรง จะมีการส่งพนักงานด้านการตลาดไปยังสำนักงานต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำการแนะนำนิตยสาร และจัดส่งนิตยสารไปให้เพื่อเป็นการทดลองอ่าน

เพื่อหวังผลให้ผู้ที่ได้รับการแจกนิตยสาร ได้รู้จักนิตยสารมากยิ่งขึ้น และอาจสมัครเป็นสมาชิกในอนาคต

### การขายโฆษณา

องค์กรผู้ผลิต นิตยสารดอกเบี๋ย มีการขายโฆษณากับกลุ่มเป้าหมายด้วยการขายตรงกับบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ และขายกับเอเจนซี่โฆษณา ซึ่งการขายโฆษณาในแต่ละครั้ง จะมีส่วนลดให้ประมาณร้อยละ 20

“กลยุทธ์ทางการตลาดของเรานั้น จะไม่มีการโฆษณา เพราะรายได้จ่ำค่าโฆษณาลดลง ทำให้เราไม่มีกำลังทรัพย์ที่จะไปเสี่ยงกับการที่จะไปโฆษณา ที่เราไม่รู้ว่าผลตอบสนองมันแค่ไหน เราอาศัยขายตรงตลอด คือ เราเข้าไปในองค์กรธุรกิจแนะนำหนังสือ...ผมเชื่อว่าสาเหตุที่ผ่านมา ตลาดเรายังเล็ก เพราะว่าคนอ่านยังไม่รู้จักหนังสือเรา แล้วยังไม่มีโอกาสได้ซื้อหนังสือ ต่อไปนี้ผมจะทุ่มกับการส่งหนังสือให้ผู้บริหารต่าง ๆ อ่านมากขึ้น...การลดให้แบบเป็นสมาชิกปีหนึ่งลดให้ 20-30 บาท ผมว่า 20-30 บาทนั้น เามาเป็นต้นทุนในการส่งหนังสือให้เค้าอ่านฟรียิ่งจะดีกว่า” (ทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า ในด้านการตลาดของนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับนั้น จะมีความแตกต่างกัน โดยวารสารข่าวการเงินธนาคารจะมีการสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน เพื่อนำมาปรับปรุงนิตยสาร และยังมีการให้ส่วนลดในการสมัครเป็นสมาชิก และมีการจัดการส่งเสริมการขายหลายอย่าง ส่วนนิตยสารดอกเบี๋ย นั้น จะเน้นที่การขายสมาชิก ด้วยวิธีการให้ทดลองอ่านนิตยสาร เพื่อหวังผลให้สมัครเป็นสมาชิกในอนาคต

## ส่วนที่ 2

### วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

การอยู่รอดของนิตยสารธุรกิจรายเดือน หรือสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไปนั้น จะต้องมียอดได้ที่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 80 ของนิตยสาร มาจากการขายเนื้อที่โฆษณา

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก องค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจนิตยสาร คือ บุคคลที่ทำงานอยู่ในวงการนิตยสารธุรกิจ และบริษัทโฆษณา พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ คือ ปัจจัยด้านการนำเสนอเนื้อหา และปัจจัยด้านความเป็นเจ้าของ

นิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ จะเน้นด้านการนำเสนอเนื้อหาเป็นหลัก ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความเจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่มุมของเศรษฐกิจ ธุรกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักการเงิน การธนาคาร และผู้บริหารในองค์กรธุรกิจ ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาที่มีความครอบคลุม และมีมุมมองที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารเปิดรับสู่นิตยสารธุรกิจ และเมื่อนิตยสารธุรกิจมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอำนาจการซื้อสูง เจ้าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงสนใจที่จะซื้อเนื้อที่เพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้เป็นที่รู้จัก และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าอีกทางหนึ่ง ดังนั้น นิตยสารธุรกิจรายเดือน จึงพยายามที่จะนำเสนอเนื้อหาที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้อ่านให้มากที่สุด

“นิตยสารธุรกิจรายเดือน มียอดขายต่ำอยู่แล้ว ต้องอาศัยโฆษณาเพียงอย่างเดียว ซึ่งการซื้อสื่อโฆษณาในนิตยสารนั้น จะต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายของนิตยสารนั้นกว้างแค่ไหน และต้องดูเนื้อหาด้วยว่าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายชัดเจนหรือไม่” (เสรี วงษ์มณฑา, สัมภาษณ์)

“การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารรายเดือน จะต้องเป็นเรื่อง ต้องเป็นบทความ ต้องเป็นประเด็น เป็นกรรณิการ์บ้าง เป็นประเด็นที่เป็นข้อสังเกตบ้าง เป็นการวิเคราะห์บ้าง และต้องมีการนำเสนอบทวิเคราะห์ที่ผู้อ่านสามารถนำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจ หรือการคาดการณ์ได้” (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, สัมภาษณ์)

ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารธุรกิจรายเดือน จึงมุ่งเน้นไปที่การเสนอเนื้อหาที่มีความเจาะลึก และมีประเด็นข่าวที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ โดยจะเน้นคุณภาพของข่าวเป็นหลัก

ดังเห็นได้จาก คำกล่าวของ สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ (สัมภาษณ์) ผู้อำนวยการ และ บรรณาธิการบริหาร วารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่ว่า “ในสภาพเศรษฐกิจวิกฤติเช่นนี้ สิ่งที่ผมย้ำเตือนผู้ร่วมงานทุกคนคือ คุณภาพหนังสือต้องเข้มข้นขึ้นกว่าเดิม เพราะฉะนั้นเราจึงมีการบูรรวมคอลัมน์ต่างๆ และมีการเปลี่ยนสไตล် วิธีเขียน เพื่อให้ข้อมูลผู้อ่านในแง่ลึกมากขึ้น สิ่งที่เราเน้นคือคุณภาพของหนังสือ”

“สิ่งที่เราเน้นเป็นพิเศษ คือ ให้เนื้อหาเข้มข้น มุมมองที่แตกต่างจากคนอื่น และพยายามนำเสนอเนื้อหาที่มีข้อมูลที่ลึกที่สุด” (พิชานา ศักดิ์มังกร, สัมภาษณ์)

จะเห็นได้ว่า นิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ จะเน้นที่การนำเสนอเนื้อหาเป็นหลัก เนื่องจาก นิตยสารธุรกิจนั้น ผลิตสินค้าที่จะขายให้แก่ผู้อ่าน คือ ตัวเนื้อหา ดังนั้น ส่วนที่นิตยสารธุรกิจให้ความสำคัญมากที่สุดคือการนำเสนอเนื้อหา

ในด้านปัจจัยความเป็นเจ้าของนิตยสารนั้น ผู้ที่เป็นเจ้าของนิตยสาร มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของนิตยสาร เพราะภาพลักษณ์ของผู้มีอำนาจในการบริหาร หรือเจ้าของกิจการ เป็นที่ยอมรับนับถือของผู้อ่าน หรือบริษัทต่าง ๆ ที่ซื้อเนื้อที่โฆษณา ยิ่งทำให้การตัดสินใจในการซื้อนิตยสาร หรือซื้อสื่อโฆษณา ตัดสินใจได้ง่ายมากขึ้น

สำหรับเจ้าของวารสารข่าวการเงินธนาคารนั้น คือ นายสันติ วิริยะรังสฤษฎ์ ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวงการหนังสือพิมพ์มามากกว่า 20 ปี โดยปัจจุบันยังเป็นคอลัมนิสต์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านมากที่สุดในประเทศ ทำหน้าที่ในการเขียนคอลัมน์ข่าวสังคม หน้า 4 และคอลัมน์หมายเหตุประเทศไทย ในหน้า 5 ทำให้เป็นที่รู้จักของผู้บริหารขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ และยังคงอยู่ในแวดวงสื่อมวลชนในด้านทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มานาน ทำให้เป็นที่ยอมรับนับถือจากผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ

ส่วนเจ้าของนิตยสารดอกเบี๋ย คือ นายรัฐกร อัฐดรธีรยุทธ์ ซึ่งเป็นอดีตบรรณาธิการบริหารและผู้ก่อตั้งหนังสือพิมพ์ประชาชาติมิติน โดยทำงานในแวดวงสื่อมวลชนมานานมากกว่า 20 ปี จึงทำให้เป็นที่รู้จักของนักธุรกิจ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจต่าง ๆ เช่นเดียวกัน

“ถ้าผู้บริหารมีภาพพจน์ที่ไม่ดีในตลาด ยากที่หนังสือนั้นจะเกิด คนอ่านจะมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อหนังสือ และมองว่าหนังสือนั้นมีอคติ” (ทรงเกียรติ ชาติวัฒนานนท์, สัมภาษณ์)

“การยอมรับนับถือของผู้บริหารสื่อต่อวงการ ก็ทำให้เวลาที่ต้องไปขอการสนับสนุนขอความช่วยเหลือในยามนี้ เขายินดีที่จะช่วยกัน ตอนนี้เป็นช่วงที่ต้องช่วยกัน” (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, สัมภาษณ์)

ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วงษ์มณฑา (สัมภาษณ์) ที่กล่าวว่า “การซื้อสื่อโฆษณานั้น จะต้องดูภาพพจน์ของหนังสือ โดยรวม ไม่ว่าจะเป็น เจ้าของ นักเขียน หรือความนิยมของผู้อ่าน”

ดังนั้นสรุปได้ว่า ปัจจัยการนำเสนอเนื้อหา และปัจจัยความเป็นเจ้าของนั้น เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายของนิตยสารธุรกิจรายเดือน มีความสนใจในนิตยสารฉบับนั้น ๆ ทำให้เกิดรายได้จากการขายสมาชิก การขายนิตยสาร และรายได้จากการขายเนื้อที่โฆษณา ซึ่งถือได้ว่าเป็นรายได้หลักของธุรกิจนิตยสาร

สำหรับนโยบายต่าง ๆ ทั้งทางด้านการบริหาร การจัดองค์กร การลดต้นทุน กระบวนการผลิต การตลาด จะเป็นปัจจัยที่สามารถทำให้การดำเนินธุรกิจนิตยสารธุรกิจรายเดือนสามารถอยู่รอดได้ ถ้ามีผสมผสานนโยบายด้านต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว อย่างสอดคล้องกัน และมีแนวทางในทางเดียวกัน โดยมีการบริหารที่รัดกุมรอบคอบ มีการจัดองค์กรที่สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมภายนอก คือ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และสภาวะแวดล้อมภายในคือ ฝ่ายจัดการ ฝ่ายผลิต บุคลากรสื่อมวลชน ซึ่งจะลดความขัดแย้งระหว่างสื่อมวลชนกับปัจจัยภายนอก และจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งด้านการรับใช้สังคมและด้านธุรกิจ

ส่วนการลดต้นทุนนั้น จะทำให้การบริหารด้านการเงิน มีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น จะทำให้เกิดความสมดุลในด้านรายรับกับรายจ่าย ซึ่งจะช่วยให้นิตยสารธุรกิจสามารถประคองตัวให้ผ่านพ้นวิกฤติทางเศรษฐกิจในช่วงนี้ได้

สำหรับเรื่องกระบวนการผลิตนั้น การจัดการกระบวนการผลิตให้มีความคล่องตัว ลดขั้นตอนในการผลิตได้มากเท่าไร ยิ่งจะทำให้ลดค่าใช้จ่ายได้มากขึ้นเท่านั้น

ในด้านการตลาด ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ การตลาดนั้น มีความสำคัญ นโยบายการตลาดที่สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ จะสามารถลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรผู้ผลิตนิตยสารนั้นได้

“สิ่งที่ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ทำกันอยู่ในเวลานี้คือลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ โดยสำรวจว่ารายจ่ายในด้านใดสามารถลดได้ พร้อมทั้งกำหนดนโยบายในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกัน เพื่อสามารถผ่านพ้นวิกฤตินี้ไปได้” (บรรยงค์ สุวรรณผ่อง, สัมภาษณ์)

ดังนั้น การผสมผสานระหว่าง การบริหาร การจัดองค์กร การลดต้นทุน กระบวนการผลิต การตลาด จะมีส่วนช่วยในการที่จะประคองธุรกิจนิตยสารให้สามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ



### ส่วนที่ 3

## การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

### 3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ซึ่งแบ่งเป็นผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร จำนวน 150 คน โดยมีผู้ตอบกลับมาจำนวน 122 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 81.33 และผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย จำนวน 150 คน ตอบกลับมา 119 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 79.33

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่อ่านนิตยสาร ปรากฏดังนี้

#### เพศ

กลุ่มตัวอย่าง ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร จำนวน 122 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ เพศชายร้อยละ 59.00 เพศหญิงร้อยละ 41.00 ส่วนผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ เพศชายร้อยละ 54.60 เพศหญิงร้อยละ 45.40

#### อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี ร้อยละ 45.10 รองลงมามีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 39.30 อายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 14.80 และอายุระหว่าง 50-60 ปี ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 39.50 รองลงมามีอายุระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 36.10 อายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 19.30 อายุระหว่าง 50-60 ปี ร้อยละ 4.20 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

#### ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 77.00 รองลงมาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 19.50 และระดับอนุปริญญา ร้อยละ 2.50

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มากกว่าครึ่ง คือ ร้อยละ 68.90 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 26.10 จบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 2.50 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 1.70 และระดับมัธยมตอนปลาย ร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

### **อาชีพ**

ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 55.70 รองลงมา ร้อยละ 35.20 เป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้มีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว ร้อยละ 7.40 และนิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

ส่วนผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 68.90 รองลงมาเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 19.30 ประกอบอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว ร้อยละ 6.70 เป็นนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ร้อยละ 4.20 และนิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 0.80

### **รายได้ต่อเดือน**

กลุ่มตัวอย่างที่อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท ร้อยละ 57.40 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 23.80 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 12.30 และมีรายได้ 50,001 - 100,000 บาท ร้อยละ 6.60

สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท หรือร้อยละ 47.10 รองลงมา ร้อยละ 28.60 มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท มีรายได้ระหว่าง 50,001 - 100,000 บาท ร้อยละ 15.10 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 8.40 และมีรายได้มากกว่า 100,000 บาท มีเพียงร้อยละ 0.80

### **ระยะเวลาการอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน**

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มากกว่าครึ่ง คือ ร้อยละ 54.10 อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารมาเป็นระยะเวลาระหว่าง 1-3 ปี รองลงมา อ่านมาเป็นระยะเวลาระหว่าง 4-6 ปี และต่ำกว่า 1 ปี มีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 14.80 อ่านเป็นระยะเวลาระหว่าง 7-9 ปี ร้อยละ 13.10 และอ่านมาเป็นระยะเวลาดังแต่ 10 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 3.30

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ส่วนใหญ่อ่านมาเป็นระยะเวลาระหว่าง 1-3 ปี ร้อยละ 44.50 รองลงมา อ่านมาเป็นระยะเวลาระหว่าง 4-6 ปี ร้อยละ 30.30

อ่านมาเป็นระยะเวลาต่ำกว่า 1 ปี ร้อยละ 14.30 อ่านมาเป็นระยะเวลาระหว่าง 7-9 ปี ร้อยละ 6.70 และอ่านเป็นระยะเวลาดังแต่ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 4.20 ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร		ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย	
	จำนวน (N = 122)	ร้อยละ	จำนวน (N = 119)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>				
ชาย	72	59.00	65	54.60
หญิง	50	41.00	54	45.40
<b>อายุ</b>				
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-	1	0.80
20 - 29 ปี	55	45.10	43	36.10
30 - 39 ปี	48	39.30	47	39.50
40 - 49 ปี	18	14.80	23	19.30
50 - 60 ปี	1	0.80	5	4.20
<b>ระดับการศึกษา</b>				
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-	2	1.70
มัธยมศึกษาตอนปลาย	-	-	1	0.80
อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	3	2.50	3	2.50
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	94	77.00	82	68.90
สูงกว่าปริญญาตรี	25	19.50	31	26.10
<b>อาชีพ</b>				
พนักงานบริษัทเอกชน	68	55.70	82	68.90
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	35.20	23	19.30
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	9	7.40	8	6.70
นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	-	-	5	4.20
นิสิต/นักศึกษา	2	1.60	1	0.80

ตารางที่ 2 (ต่อ) แสดงจำนวน และร้อยละของ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร		ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ย	
	จำนวน (N = 122)	ร้อยละ	จำนวน (N = 119)	ร้อยละ
<b>รายได้ต่อเดือน</b>				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	15	12.30	10	8.40
10,000 - 30,000 บาท	70	57.40	56	47.10
30,001 - 50,000 บาท	29	23.80	34	28.60
50,001 - 100,000 บาท	8	6.60	18	15.10
มากกว่า 100,000 บาท	-	-	1	0.80
<b>ระยะเวลาการอ่านนิตยสาร</b>				
ต่ำกว่า 1 ปี	18	14.80	17	14.30
1 - 3 ปี	66	54.10	53	44.50
4 - 6 ปี	18	14.80	36	30.30
7 - 9 ปี	16	13.10	8	6.70
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	4	3.30	5	4.20

### 3.2 ปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน

การวิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน จะพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ ค่าเฉลี่ยจากเกณฑ์น้ำหนักเฉลี่ย คือ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1

#### 3.2.1 ปัจจัยในการเลือกอ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร

ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร เลือกอ่านมากที่สุดคือ การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่ทุกมุม (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีเนื้อหาข่าวสารที่เที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.72) ส่วนปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านเลือกอ่านน้อยที่สุดคือ จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ หนังสือพิมพ์ Internet (ค่าเฉลี่ย 2.25) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยในการเลือกอ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร

ปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่ทุกมุม	15 (11.70)	79 (64.80)	25 (20.5)	3 (2.50)	-	3.87	0.64
เนื้อหาข่าวสารมีความเที่ยงตรง	11 (9.00)	69 (56.60)	39 (32.00)	3 (2.50)	-	3.72	0.66
มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ	14 (11.50)	73 (59.80)	34 (27.90)	1 (0.80)	-	3.82	0.63
เนื้อหาแตกต่างจากนิตยสารแนวธุรกิจฉบับอื่น	9 (7.40)	58 (47.50)	49 (40.20)	6 (4.90)	-	3.57	0.70
มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ	22 (18.0)	60 (49.20)	36 (29.50)	4 (3.30)	-	3.82	0.76
มีคอลัมน์ที่ติดตามอยู่เป็นประจำ	5 (4.10)	31 (25.40)	49 (40.20)	26 (21.30)	11 (9.00)	2.94	1.00
มีการแบ่งเนื้อหาเป็นส่วน สะดวกต่อการอ่าน	1 (0.80)	56 (45.90)	52 (42.60)	10 (8.20)	3 (2.50)	3.34	0.75
มีรูปเล่มที่สวยงาม	2 (1.60)	51 (41.80)	57 (46.70)	9 (7.40)	3 (2.50)	3.33	0.74
ราคาไม่สูงเกินไป	2 (1.60)	28 (23.00)	76 (62.30)	14 (11.50)	2 (1.60)	3.11	0.68
เงินที่เสียไปคุ้มค่างับเนื้อหาที่น่าสนใจ	9 (7.40)	42 (34.40)	62 (50.80)	8 (6.60)	1 (0.80)	3.41	0.76
หาซื้อได้อย่างสะดวก	7 (5.70)	66 (54.10)	38 (31.10)	9 (7.40)	2 (1.60)	3.55	0.78
มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งซื้อตามแผงหนังสือ และการสมัครเป็นสมาชิก	6 (4.90)	72 (59.00)	31 (25.40)	11 (9.00)	2 (1.60)	3.57	0.79
มีการแถมหนังสือฉบับพิเศษ ในฉบับครบรอบก่อตั้ง	1 (0.80)	36 (29.50)	64 (52.50)	19 (15.60)	2 (1.60)	3.12	0.73
มีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่นการสัมมนา หรือ การให้สิทธิพิเศษ สำหรับผู้อ่าน หรือสมาชิก	-	30 (24.60)	64 (52.50)	26 (21.30)	2 (1.60)	3.00	0.73
จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ, หนังสือพิมพ์, Internet	1 (0.80)	4 (3.30)	31 (25.40)	74 (60.70)	12 (9.80)	2.25	0.71

### 3.2.2 ปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารดอกเบี้ย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ยนั้น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านเลือกอ่านนิตยสารดอกเบี้ยมากที่สุด คือ นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึกครอบคลุมทุกแง่มุม (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีเนื้อหาข่าวสารที่เที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.57) ส่วนปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านเลือกอ่านน้อยที่สุดคือ จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ หนังสือพิมพ์ Internet (ค่าเฉลี่ย 2.09) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารดอกเบี้ย

ปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสาร ธุรกิจรายเดือน	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่ เจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่มุม	9 (7.60)	72 (60.50)	35 (29.40)	3 (2.50)	-	3.73	0.63
เนื้อหาข่าวสารมีความเที่ยงตรง	3 (2.50)	68 (57.10)	42 (35.30)	6 (5.00)	-	3.57	0.63
มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ	6 (5.00)	69 (58.00)	38 (31.90)	6 (5.00)	-	3.63	0.66
เนื้อหาแตกต่างจากนิตยสารแนวธุรกิจ ฉบับอื่น	9 (7.60)	51 (42.90)	52 (43.70)	7 (5.90)	-	3.52	0.72
มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ	18 (15.10)	56 (47.10)	36 (30.30)	8 (6.70)	1 (0.80)	3.69	0.84
มีคอลัมน์ที่ติดตามอยู่เป็นประจำ	2 (1.70)	23 (19.30)	47 (39.50)	39 (32.80)	8 (6.70)	2.76	0.90
มีการแบ่งเนื้อหาเป็นสัดส่วน สะดวกต่อ การอ่าน	1 (0.80)	52 (43.70)	48 (40.30)	15 (12.60)	3 (2.50)	3.28	0.79
มีรูปเล่มที่สวยงาม	5 (4.20)	43 (36.10)	52 (43.70)	17 (14.30)	2 (1.70)	3.27	0.82
ราคาไม่สูงเกินไป	3 (2.50)	37 (31.10)	60 (50.40)	16 (13.40)	3 (2.50)	3.18	0.79
เงินที่เสียไปคุ้มค่างับเนื้อหาที่น่าสนใจ	3 (2.50)	46 (38.70)	55 (46.20)	14 (11.80)	1 (0.80)	3.30	0.74
หาซื้อได้อย่างสะดวก	5 (4.20)	46 (38.70)	50 (42.00)	14 (11.80)	4 (3.40)	3.29	0.86
มีช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งซื้อ ตามแผงหนังสือ และการสมัครเป็นสมาชิก	4 (3.40)	50 (42.00)	43 (36.10)	18 (15.10)	1 (3.40)	3.27	0.88
มีการแถมหนังสือฉบับพิเศษ ในฉบับ ครบรอบก่อตั้ง	2 (1.70)	18 (15.10)	64 (53.80)	30 (25.20)	5 (4.20)	2.85	0.79
มีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่นการสัมมนา หรือ การให้สิทธิพิเศษ สำหรับผู้อ่าน หรือสมาชิก	-	14 (11.80)	67 (56.30)	32 (26.90)	6 (5.00)	2.75	0.73
จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ, หนังสือพิมพ์, Internet	-	3 (2.50)	31 (26.10)	59 (49.60)	26 (21.80)	2.09	0.76



### 3.2.3 เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน ระหว่างวารสารข่าวการเงินธนาคารกับนิตยสารดอกเบี๋ย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ มากที่สุด คือ การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึกครอบคลุมทุกแง่มุม มากที่สุด รองลงมา คือ มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ (อันดับที่ 2) มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ (ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 2 ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3) ส่วนปัจจัยที่ผู้อ่านนิตยสารธุรกิจทั้ง 2 ชื่อฉบับใช้ในการตัดสินใจเลือกอ่าน เป็นอันดับสุดท้าย คือ จากโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ หนังสือพิมพ์ Internet (อันดับที่ 15) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกอ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร  
กับนิตยสารดอกเบี๋ย

ปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน	วารสารข่าวการเงินธนาคาร		นิตยสารดอกเบี๋ย	
	ค่าเฉลี่ย (X)	อันดับที่	ค่าเฉลี่ย (X)	อันดับที่
นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่มุม	3.87	1	3.73	1
มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ	3.82	2	3.69	2
มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ	3.82	2	3.63	3
เนื้อหาข่าวสารมีความเที่ยงตรง	3.72	4	3.57	4
เนื้อหาแตกต่างจากนิตยสารแนวธุรกิจฉบับอื่น	3.57	5	3.52	5
มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งซื้อ ตามแผงหนังสือ และการสมัครเป็นสมาชิก	3.57	5	3.27	9
หาซื้อได้อย่างสะดวก	3.55	7	3.29	7
เงินที่เสียไปคุ้มค่างับเนื้อหาที่น่าสนใจ	3.41	8	3.30	6
มีการแบ่งเนื้อหาเป็นสัดส่วน สะดวกต่อการ อ่าน	3.34	9	3.28	8
มีรูปเล่มที่สวยงาม	3.33	10	3.27	9
มีการแถมหนังสือฉบับพิเศษ ในฉบับครบรอบ ก่อตั้ง	3.12	11	2.85	12
ราคาไม่สูงเกินไป	3.11	12	3.18	11
มีการจัดกิจกรรมพิเศษ เช่นการสัมมนา หรือ การให้สิทธิพิเศษ สำหรับผู้อ่าน หรือสมาชิก	3.00	13	2.75	14
มีคอลัมน์ที่ติดตามอยู่เป็นประจำ	2.94	14	2.76	13
จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ, หนังสือพิมพ์, Internet	2.25	15	2.09	15
ค่าเฉลี่ย (X)	3.36		3.21	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน จะจัดอันดับอยู่ในอันดับเดียวกัน และอันดับต่อไปจะเว้นตาม  
จำนวนอันดับที่ซ้ำกัน

### 3.3 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ในส่วนของความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ตามความคิดเห็นของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๊ยะ การแปลความหมายผลของข้อมูลใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงระดับน้อยที่สุด, คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงระดับน้อย, คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึงระดับปานกลาง, คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึงระดับมาก และคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด

#### 3.3.1 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร

จากการวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารต่อนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในประเด็นต่าง ๆ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหวหรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะมีความรู้ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะทราบแนวคิดและวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะได้รับข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจในอนาคตทางเศรษฐกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะช่วยในการตัดสินใจ หรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน/การลงทุนในธุรกิจ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะสามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำ กับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะได้รับรู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะเป็นการใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

เมื่อวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังมากที่สุด คือ จะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือ มีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ คาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ คาดหวังว่า จะได้รับรู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่าผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในอนาคตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงความคาดหวังที่จะได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร

ความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับ จากนิตยสารธุรกิจรายเดือน	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน	35 (28.70)	64 (52.50)	22 (18.00)	1 (0.80)	-	4.09	0.70
จะมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น	37 (30.30)	66 (54.10)	16 (13.10)	3 (2.50)	-	4.12	0.72
จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา	35 (28.70)	53 (43.40)	33 (27.00)	1 (0.80)	-	4.00	0.77
จะได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ	27 (22.10)	52 (42.60)	39 (32.00)	4 (3.30)	-	3.84	0.81
จะทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน	31 (25.40)	52 (42.60)	38 (31.10)	1 (0.80)	-	3.93	0.77
จะทราบแนวคิด และวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ	32 (26.20)	56 (45.90)	29 (23.80)	5 (4.10)	-	3.94	0.82
จะได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	36 (29.50)	45 (36.90)	40 (32.80)	1 (0.80)	-	3.95	0.81
จะช่วยในการตัดสินใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน/การลงทุนในธุรกิจ	36 (29.50)	39 (32.00)	39 (32.00)	7 (5.70)	1 (0.80)	3.84	0.95
สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง	30 (24.60)	37 (30.30)	47 (38.50)	7 (5.70)	1 (0.80)	3.72	0.93
จะได้รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น	27 (22.10)	46 (37.70)	37 (30.30)	11 (9.00)	1 (0.80)	3.71	0.94
จะได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร	28 (23.00)	44 (36.10)	43 (35.20)	7 (5.70)	-	3.76	0.87
จะเป็นการใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์	32 (26.20)	56 (45.90)	28 (23.00)	4 (4.90)	2 (1.60)	3.92	0.88
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.90						

### 3.3.2 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย

จากการวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้่านวารนิตยสารดอกเบี๋ยต่อนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในประเด็นต่าง ๆ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหวหรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะทราบแนวคิด และวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะช่วยในการตัดสินใจ หรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน/การลงทุนในธุรกิจ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะสามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำ กับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะได้รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะเป็นการใช้เวลาว่างอย่าง เป็นประโยชน์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71)

เมื่อวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังมากที่สุด คือ จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมาคือ มีความคาดหวังว่า และ คาดหวังว่าจะได้รับ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา (ค่าเฉลี่ย 4.07) จะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ คาดหวังว่า จะสามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.54) และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงความคาดหวังที่จะได้รับจากการอ่านนิตยสารดอกเบี้ย

ความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับ จากนิตยสารธุรกิจรายเดือน	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน	32 (26.90)	65 (54.60)	22 (18.50)	-	-	4.08	0.67
จะมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น	33 (27.70)	57 (47.90)	26 (21.80)	2 (1.70)	1 (0.80)	4.00	0.80
จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา	44 (37.00)	45 (37.80)	24 (20.20)	6 (5.00)	-	4.07	0.88
จะได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ	21 (17.60)	46 (38.70)	46 (38.70)	6 (5.00)	-	3.69	0.82
จะทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน	20 (16.80)	64 (53.80)	33 (27.70)	2 (1.70)	-	3.86	0.70
จะทราบแนวคิด และวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ	36 (30.30)	46 (38.70)	32 (26.90)	5 (4.20)	-	3.95	0.86
จะได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	35 (29.40)	52 (43.70)	28 (23.50)	4 (3.40)	-	3.99	0.82
จะช่วยในการตัดสินใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน/การลงทุนในธุรกิจ	30 (25.20)	53 (44.50)	27 (22.70)	8 (6.70)	1 (0.80)	3.87	0.90
สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง	11 (9.20)	51 (42.90)	48 (40.30)	9 (7.60)	-	3.54	0.77
จะรู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น	12 (10.10)	53 (44.50)	44 (37.00)	10 (8.40)	-	3.56	0.79
จะได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร	14 (11.80)	50 (42.00)	46 (38.70)	9 (7.60)	-	3.58	0.80
จะเป็นการใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์	22 (18.50)	55 (46.20)	29 (24.40)	11 (9.20)	2 (1.70)	3.71	0.93
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.83						



### 3.3.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ แตกต่างกัน คือ กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร จะมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 1 นิตยสารดอกเบี๋ย อันดับที่ 3) จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 2 นิตยสารดอกเบี๋ย อันดับที่ 1) จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 3 นิตยสารดอกเบี๋ย อันดับที่ 2)

ในส่วนของความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ น้อยที่สุด คือ กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะรู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ส่วนกลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะสามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำผู้อื่นได้อย่างเพียงพอ และถูกต้อง ดังแสดงไว้ในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคารและ  
นิตยสารดอกเบี้ย

ความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับ จากนิตยสารธุรกิจรายเดือน	ผู้อ่านวารสารการเงินธนาคาร		ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ย	
	X	อันดับที่	X	อันดับที่
จะมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น	4.12	1	4.00	3
จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน	4.09	2	4.08	1
จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา	4.00	3	4.07	2
จะได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.95	4	3.99	4
จะทราบแนวคิด และวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ	3.94	5	3.95	5
จะทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน	3.93	6	3.86	7
จะเป็นการใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์	3.92	7	3.71	8
จะได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ	3.84	8	3.69	9
จะช่วยในการตัดสินใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน/การลงทุนในธุรกิจ	3.84	8	3.87	6
จะได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร	3.76	10	3.58	10
สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง	3.72	11	3.54	12
จะได้รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น	3.71	12	3.56	11
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.90		3.83	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน จะจัดอันดับอยู่ในอันดับเดียวกัน และอันดับต่อไปจะเว้นตามจำนวนอันดับที่ซ้ำกัน

### 3.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ในส่วนของความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ตามความคิดเห็นผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย การแปลความหมายผลของข้อมูลใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงระดับน้อยที่สุด, คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงระดับน้อย, คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึงระดับปานกลาง, คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึงระดับมาก และคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด

#### 3.4.1 การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารต่อนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในประเด็นต่าง ๆ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้ทราบความเคลื่อนไหวหรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้ทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้ทราบแนวคิดและวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจในอนาคตในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่สามารถช่วยในการตัดสินใจ หรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงานการลงทุนในธุรกิจ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.50)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำ กับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64)

เมื่อวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นที่ว่า ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมาคือ ได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.77) และได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ส่วนความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ พึงพอใจที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.40) และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่าผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร

ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน	9 (7.40)	80 (65.60)	32 (26.20)	1 (0.80)	-	3.80	0.57
ได้รับความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น	8 (6.60)	80 (65.60)	32 (26.20)	2 (1.60)	-	3.77	0.59
ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา	4 (3.30)	58 (47.50)	54 (44.30)	6 (4.90)	-	3.49	0.65
ได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ	4 (3.30)	47 (38.50)	66 (54.10)	4 (3.30)	1 (0.80)	3.40	0.65
ทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน	5 (4.10)	59 (48.40)	54 (44.30)	4 (3.30)	-	3.53	0.63
ทราบแนวคิด และวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ	4 (3.30)	70 (57.40)	46 (37.70)	2 (1.60)	-	3.62	0.58
ได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	8 (6.60)	60 (49.20)	49 (40.20)	5 (4.10)	-	3.58	0.68
ช่วยในการตัดสินใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน/การลงทุนในธุรกิจ	7 (5.70)	54 (44.30)	55 (45.10)	5 (4.10)	1 (0.80)	3.50	0.71
สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง	8 (6.60)	53 (43.40)	56 (45.90)	5 (4.10)	-	3.52	0.68
ได้รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น	7 (5.70)	58 (47.50)	47 (38.50)	10 (8.20)	-	3.51	0.73
ได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร	9 (7.40)	57 (46.70)	51 (41.80)	3 (2.50)	2 (1.60)	3.56	0.74
ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์	17 (13.90)	56 (45.90)	39 (32.00)	8 (6.60)	2 (1.60)	3.64	0.86
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.58						

### 3.4.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ยต่อนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในประเด็นต่าง ๆ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้ทราบความเคลื่อนไหวหรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องตรงไปตรงมา ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้ทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้ทราบแนวคิด และวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.45)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนินธุรกิจในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.50)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่สามารถช่วยในการตัดสินใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน/การลงทุนในธุรกิจ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่สามารถนำไปให้คำปรึกษาแนะนำ กับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43)

กลุ่มตัวอย่างผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42)

กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66)

เมื่อวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นที่ว่า ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาคือ ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.65) ส่วนความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ พึงพอใจสามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำ กับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.30) และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่าผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ดังแสดงไว้ในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารดอกเบี๋ย

ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจ รายเดือน	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน	8 (6.70)	71 (59.70)	35 (29.40)	4 (3.40)	1 (0.80)	3.68	0.69
ได้รับความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น	11 (9.20)	62 (52.10)	39 (32.80)	7 (5.90)	-	3.65	0.73
ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา	6 (5.00)	58 (48.70)	50 (42.00)	5 (4.20)	-	3.55	0.66
ได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ	6 (5.00)	38 (31.90)	69 (58.00)	5 (4.20)	1 (0.80)	3.36	0.69
ทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน	2 (1.70)	44 (37.00)	69 (58.00)	4 (3.40)	-	3.37	0.58
ทราบแนวคิด และวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ	6 (5.00)	51 (42.90)	55 (46.20)	5 (4.20)	2 (1.70)	3.45	0.73
ได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์ แผนการดำเนินธุรกิจ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	7 (5.90)	54 (45.40)	50 (42.00)	8 (6.70)	-	3.50	0.71
ช่วยในการตัดสินใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน/การลงทุนในธุรกิจ	3 (2.50)	44 (37.00)	63 (52.90)	8 (6.70)	1 (0.80)	3.34	0.68
สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่น ได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง	6 (5.00)	32 (26.90)	73 (61.30)	8 (6.70)	-	3.30	0.67
ได้รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น	4 (3.40)	54 (45.40)	52 (43.70)	7 (5.90)	2 (1.70)	3.43	0.73
ได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสาร	6 (5.00)	50 (42.00)	53 (44.50)	8 (6.70)	2 (1.70)	3.42	0.76
ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์	14 (11.80)	66 (55.50)	26 (21.80)	11 (9.20)	2 (1.70)	3.66	0.87
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.48						



### 3.4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารและนิตยสารดอกเบี๋ย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ ใกล้เคียงกัน คือ ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน (อันดับที่ 1) ได้รับความรู้ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 2 นิตยสารดอกเบี๋ย อันดับที่ 3) ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 3 นิตยสารดอกเบี๋ย อันดับที่ 2)

ในส่วนของความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ น้อยที่สุดคือ กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ส่วนกลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำผู้อื่นได้อย่างเพียงพอ และถูกต้อง ดังแสดงไว้ในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคารและ  
นิตยสารดอกเบี๋ย

ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจ รายเดือน	ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร		ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย	
	X	อันดับที่	X	อันดับที่
ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทาง เศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน	3.80	1	3.68	1
ได้รับความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น	3.77	2	3.65	3
ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์	3.64	3	3.66	2
ทราบแนวคิด และวิธีการของผู้อื่น ซึ่งสามารถนำไปปรับใช้ กับการดำเนินธุรกิจของตนเอง ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ	3.62	4	3.45	6
ได้รับข้อมูลเพื่อนำไปประกอบการวิเคราะห์แผนการดำเนิน ธุรกิจ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.58	5	3.50	5
ได้รับทราบข้อคิดเห็นที่เสนอแนะผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ ใน นิตยสาร	3.56	6	3.42	8
ทราบความเคลื่อนไหวของผู้ที่ดำเนินธุรกิจใน อุตสาหกรรมเดียวกัน	3.53	7	3.37	9
สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่น ได้อย่างเพียง พอและถูกต้อง	3.52	8	3.30	12
ได้รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น	3.51	9	3.43	7
ช่วยในการตัดสินใจหรือสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงาน /การลงทุนในธุรกิจ	3.50	10	3.34	11
ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา	3.49	11	3.55	4
ได้รับข้อมูลที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ	3.40	12	3.36	10
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.58		3.48	

### 3.5 ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในการเปิดรับนิตยสารธุรกิจรายเดือน

#### 3.5.1 ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในวารสารข่าวการเงินธนาคาร

จากการวิเคราะห์ ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในวารสารข่าวการเงินธนาคาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ “ข่าวการเงินธนาคาร” (ค่าเฉลี่ย 4.03) มากที่สุด รองลงมา คือ คอลัมน์ “สื่ूपัก” (ค่าเฉลี่ย 3.95) คอลัมน์ “หน้าต่างการเงิน” (ค่าเฉลี่ย 3.90) และคอลัมน์ “เกร็ดการเงิน” (ค่าเฉลี่ย 3.86) และคอลัมน์ “รายงานพิเศษ” (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ส่วนคอลัมน์ที่กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ คอลัมน์ “กอล์ฟท๊อป” (ค่าเฉลี่ย 2.62) รองลงมาคือ คอลัมน์ “เที่ยวไวน์รอบโลก” (ค่าเฉลี่ย 2.78) คอลัมน์ “แมงมุม” (ค่าเฉลี่ย 2.82) คอลัมน์ “บอกบอห่อ” (ค่าเฉลี่ย 2.83) และคอลัมน์ “ART CORNER” (ค่าเฉลี่ย 2.89) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่างๆ ของวารสารข่าวการเงิน  
ธนาคาร

อันดับ ที่	คอลัมน์	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
1.	ข่าวการเงินธนาคาร	33 (27.00)	64 (52.50)	21 (17.20)	4 (3.30)		4.03	0.76
2.	สรุปปก	33 (27.00)	55 (45.10)	29 (23.80)	5 (4.10)	-	3.95	0.82
3.	หน้าต่างการเงิน	24 (19.70)	64 (52.50)	32 (26.20)	2 (1.60)	-	3.90	0.72
4.	เกร็ดการเงิน	30 (24.60)	47 (38.50)	43 (35.20)	2 (1.60)	-	3.86	0.81
5.	รายงานพิเศษ	31 (25.40)	47 (38.50)	38 (31.10)	6 (4.90)	-	3.84	0.86
6.	ข่าวการเงินโลก	26 (21.30)	51 (41.80)	42 (34.40)	3 (2.50)	-	3.82	0.79
7.	รายงานสถานะธนาคาร พาณิชย์	26 (21.30)	51 (41.80)	38 (31.10)	7 (5.70)	-	3.79	0.85
8.	รายงานภาวะอัตราแลกเปลี่ยน	28 (23.00)	48 (39.30)	35 (28.70)	11(9.00)	-	3.76	0.91
8.	ข่าวการเงินเอเชีย	25 (20.50)	51 (41.80)	38 (31.10)	8 (6.60)	-	3.76	0.85
10.	รายงานสถานะประเทศ	31 (25.40)	43 (35.20)	35 (28.70)	13 (10.70)	-	3.75	0.96
11.	กฎหมายการเงิน	26 (21.30)	45 (36.90)	39 (32.00)	12 (9.80)	-	3.70	0.92
12.	ข่าวตลาดทุน	22 (18.00)	45 (36.90)	44 (36.10)	11 (9.00)	-	3.64	0.88
13.	ข่าวการลงทุน	22 (18.00)	44 (36.10)	43 (35.20)	13 (10.70)	-	3.61	0.90
13.	ข่าวมติ ครม.	23 (18.90)	39 (32.00)	49 (40.20)	11 (9.00)	-	3.61	0.90
15.	ปุมแบงก์	11 (9.00)	58 (47.50)	43 (35.20)	10 (8.20)	-	3.57	0.77
15.	เวิร์ลด์เอ็กซ์คลูซีฟ	9 (7.40)	60 (49.20)	46 (37.70)	6 (4.90)	1 (0.80)	3.57	0.74
17.	ลับความคิด	21 (17.20)	40 (32.80)	46 (37.70)	15 (12.30)	-	3.55	0.92
18.	การตลาดธนาคาร/จุดขาย	14 (11.50)	53 (43.40)	39 (32.00)	15 (12.30)	1 (0.80)	3.52	0.91
19.	รายงานรายรับ-รายจ่าย	22 (18.00)	29 (23.80)	50 (41.00)	21 (17.20)	-	3.43	0.98
20.	การวางแผนภาษี	16 (13.20)	42 (34.70)	42 (34.70)	2 (1.60)	-	3.42	0.96
21.	สังคมการเงินธนาคาร	14 (11.50)	40 (32.80)	49 (40.20)	19 (15.60)	-	3.40	0.89
22.	M&A TALK	8 (6.60)	45 (36.90)	45 (36.90)	24 (19.70)	-	3.30	0.86
23.	ข่าวประกัน	13 (10.70)	27 (22.10)	66 (54.10)	14 (11.50)	2 (1.60)	3.29	0.87
24.	BUSINESS REPORT	10 (8.20)	33 (27.00)	62 (50.80)	15 (12.30)	2 (1.60)	3.28	0.85
25.	เจาะหุ้น	15 (12.30)	29 (23.80)	55 (45.10)	19 (15.60)	4 (3.30)	3.26	0.98
26.	แมวมอง	10 (8.20)	37 (30.30)	51 (41.80)	21 (17.20)	3 (2.50)	3.25	0.92

ตารางที่ 12 (ต่อ) แสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่างๆ ของวารสารข่าวการเงิน  
ธนาคาร

อันดับ ที่	คอลัมน์	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
27.	อินเทลลิเจนส์	10 (8.20)	27 (22.10)	68 (55.70)	14 (11.50)	3 (2.50)	3.22	0.85
28.	MONEY WEB	7 (5.70)	34 (27.90)	60 (49.20)	20 (16.40)	1 (0.80)	3.21	0.82
29.	คนเป็นข่าว	8 (6.60)	31 (25.40)	55 (45.10)	27 (22.10)	1 (0.80)	3.15	0.87
30.	การ์ตูนชัย ราชวัตร	6 (4.90)	29 (23.80)	62 (50.80)	25 (20.50)	-	3.13	0.79
30.	ธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์	6 (4.90)	31 (25.40)	58 (47.50)	27 (22.10)	-	3.13	0.81
32.	ข่าวอินฟอร์เมติกส์	1 (0.80)	31 (25.40)	68 (55.70)	22 (18.00)	-	3.09	0.68
33.	เคาะเหรียญ	-	28 (23.00)	72 (59.00)	22 (18.00)	-	3.05	0.64
33.	เอ็กซ์เชคคิวทีฟ เฮลท์	6 (4.90)	28 (23.00)	57 (46.70)	28 (23.00)	3 (2.50)	3.05	0.87
35.	คำคม-คำคน	5 (4.10)	22 (18.00)	67 (54.90)	22 (17.20)	6 (4.90)	2.98	0.85
35.	รู้งูหลากสี	8 (6.60)	19 (15.60)	60 (49.20)	32 (26.20)	3 (2.50)	2.98	0.89
37.	CAR OF THE MONTH	1 (0.80)	27 (22.10)	60 (49.20)	30 (24.60)	4 (3.30)	2.93	0.79
38.	ART CORNER	4 (3.30)	24 (19.70)	51 (41.80)	41 (33.60)	2 (1.60)	2.89	0.85
39.	บอกบอหออ	1 (0.80)	14 (11.50)	74 (60.70)	29 (23.80)	4 (3.30)	2.83	0.70
40.	แมงมุม	3 (2.50)	16 (13.10)	64 (52.50)	34 (27.90)	5 (4.10)	2.82	0.80
41.	เที่ยวไวน์รอบโลก	4 (3.30)	21 (17.20)	49 (40.20)	40 (32.80)	8 (6.60)	2.78	0.92
42.	กอล์ฟทิป	3 (2.50)	13 (10.70)	59 (48.40)	29 (23.80)	18 (14.80)	2.62	0.92

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน จะจัดอันดับอยู่ในอันดับเดียวกัน และอันดับต่อไปจะเว้นตาม  
จำนวนอันดับที่ซ้ำกัน

### 3.5.2 ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสารดอกเบี๋ย

จากการวิเคราะห์ ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ “สัมภาษณ์พิเศษ” (ค่าเฉลี่ย 3.94) มากที่สุด รองลงมา คือ คอลัมน์ “จากปก” และคอลัมน์ “รายงานพิเศษ” (ค่าเฉลี่ย 3.92) เท่ากัน คอลัมน์ “รายงานดอกเบี๋ย” (ค่าเฉลี่ย 3.71) และคอลัมน์ “ที่เดิณักบริหาร” (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ส่วนคอลัมน์ที่กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ คอลัมน์ “ท้ายเล่ม” (ค่าเฉลี่ย 2.34) รองลงมาคือ “กถาดอกเบี๋ย” (ค่าเฉลี่ย 2.62) คอลัมน์ “ดอกเบี๋ยคาร์” (ค่าเฉลี่ย 2.79) คอลัมน์ “สายลมแสงแดด” (ค่าเฉลี่ย 2.82) และคอลัมน์ “กัณฑ์ระกว่า” (ค่าเฉลี่ย 2.84) ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงแสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ของนิตยสาร ดอกเบี๋ย

อันดับ ที่	คอลัมน์	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
1.	สัมภาษณ์พิเศษ	33 (27.70)	55 (46.20)	25 (21.00)	3 (2.50)	3 (2.50)	3.94	0.90
2.	จากปก	37 (31.10)	42 (35.30)	34 (28.60)	6 (5.00)	-	3.92	0.89
2.	รายงานพิเศษ	39 (32.80)	42 (35.30)	28 (23.50)	9 (7.60)	1 (0.80)	3.92	0.97
4.	รายงานดอกเบี๋ย	20 (16.80)	58 (48.70)	31 (26.10)	7 (5.90)	3 (2.50)	3.71	0.90
5.	ที่เด็คนักบริหาร	26 (21.80)	46 (38.70)	34 (28.60)	10 (8.40)	3 (2.50)	3.69	0.99
6.	บทวิเคราะห์	23 (19.30)	45 (37.80)	39 (32.80)	7 (5.90)	5 (4.20)	3.62	1.00
7.	การเงิน	11 (9.20)	58 (48.70)	43 (36.10)	4 (3.40)	3 (2.50)	3.59	0.81
7.	เศรษฐกิจ	9 (7.60)	63 (52.90)	40 (33.60)	3 (2.50)	4 (3.40)	3.59	0.81
9.	ธนาคารพาณิชย์	17 (14.30)	54 (45.40)	33 (27.70)	10 (8.40)	5 (4.20)	3.57	0.98
10.	อสังหาริมทรัพย์	22 (18.50)	43 (36.10)	35 (29.40)	14 (11.80)	5 (4.20)	3.53	1.06
11.	LABOR TALK	27 (22.70)	26 (21.80)	49 (41.20)	15 (12.60)	2 (1.70)	3.51	1.03
12.	ลีลาโฆษณา	20 (16.80)	40 (33.60)	42 (35.30)	12 (10.10)	5 (4.20)	3.49	1.02
13.	ลีลาธุรกิจ	14 (11.80)	46 (38.70)	37 (31.10)	18 (15.10)	4 (3.40)	3.40	0.99
14.	บุคคล	7 (5.90)	49 (41.20)	47 (39.50)	13 (10.90)	3 (2.50)	3.37	0.85
15.	เก็บเบี๋ยได้ถูกร้าน	9 (7.60)	45 (37.80)	49 (41.20)	12 (10.10)	4 (3.40)	3.36	0.89
16.	เพื่อสุขภาพ	9 (7.60)	45 (37.80)	49 (41.20)	11 (9.20)	5 (4.20)	3.35	0.91
17.	กฎหมาย	10 (8.40)	38 (31.90)	51 (42.90)	18 (15.10)	2 (1.70)	3.30	0.89
18.	ประกันชีวิต-ประกันภัย	10 (8.40)	35 (29.40)	57 (47.90)	14 (11.80)	3 (2.50)	3.29	0.88
19.	เทคนิคหุ้น	10 (8.40)	40 (33.60)	48 (40.30)	15 (12.60)	6 (5.00)	3.28	0.96
20.	มือบัญชี	7 (5.90)	36 (30.30)	56 (47.10)	18 (15.10)	2 (1.70)	3.24	0.84
21.	ผ้าดอกเบี๋ย	3 (2.50)	40 (33.60)	58 (48.70)	14 (11.80)	4 (3.40)	3.20	0.81
21.	ภาษี	9 (7.60)	33 (27.70)	53 (44.50)	21 (17.60)	3 (2.50)	3.20	0.91
23.	หุ้นน่าสนใจ	9 (7.60)	31 (26.10)	60 (50.40)	12 (10.10)	7 (5.90)	3.19	0.93
23.	ตลาดหุ้น	9 (7.60)	36 (30.30)	50 (42.00)	17 (14.30)	7 (5.90)	3.19	0.98
25.	พักผ่อน	8 (6.70)	31 (26.10)	59 (49.60)	15 (12.60)	6 (5.00)	3.17	0.91
26.	ต่างประเทศ	10 (8.40)	28 (23.50)	58 (48.70)	17 (14.30)	6 (5.00)	3.16	0.95
27.	ซูเปอร์วีแมน	9 (7.60)	26 (21.80)	62 (52.10)	18 (15.10)	4 (3.40)	3.15	0.89
28.	รัฐกร อัสตรธีรยุทธ์	4 (3.40)	20 (16.80)	51 (42.90)	31 (26.10)	12 (10.10)	3.11	3.81

ตารางที่ 13 (ต่อ) แสดงแสดงความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ของนิตยสารดอกเบี๋ย

อันดับ ที่	คอลัมน์	มากที่สุด จำนวน (%)	มาก จำนวน (%)	ปานกลาง จำนวน (%)	น้อย จำนวน (%)	น้อยที่สุด จำนวน (%)	X	SD
29.	เก็บตก	4 (3.40)	28 (23.50)	63 (52.90)	20 (16.80)	4 (3.40)	3.07	0.82
30.	คล้ายเครือข่ายหมอ ไพศาล	6 (5.00)	29 (24.40)	56 (47.10)	14 (11.80)	14 (11.80)	2.99	1.02
31.	เจาะเวลาหาอดีต	3 (2.50)	22 (18.50)	69 (58.00)	20 (16.80)	5 (4.20)	2.98	0.79
32.	ปัจจัยที่ห้า	5 (4.20)	21 (17.60)	62 (52.10)	23 (19.30)	8 (6.70)	2.93	0.90
33.	ปลอดดอก	-	23 (19.30)	68 (57.10)	23 (19.30)	5 (4.20)	2.92	0.74
34.	แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่	3 (2.50)	29 (24.40)	45 (37.80)	31 (26.10)	11 (9.20)	2.85	0.98
35.	กันตะกร้า	1 (0.80)	20 (16.80)	61 (51.30)	33 (27.70)	4 (3.40)	2.84	0.77
36.	สายลมแสงแดด	3 (2.50)	18 (15.10)	63 (52.90)	24 (20.20)	11 (9.20)	2.82	0.89
37.	ดอกเบี๋ยศรี	1 (0.80)	14 (11.80)	71 (59.70)	25 (21.00)	8 (6.70)	2.79	0.77
38.	กาดดอกเบี๋ย	1 (0.80)	18 (15.10)	54 (45.40)	27 (22.70)	19 (16.00)	2.62	0.96
39.	ท้ายเล่ม	2 (1.70)	9 (7.60)	44 (37.00)	36 (30.30)	28 (23.50)	2.34	0.98

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน จะจัดอันดับอยู่ในอันดับเดียวกัน และอันดับต่อไปจะเว้นตามจำนวนอันดับที่ซ้ำกัน



### 3.6 การวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของ นิตยสารธุรกิจรายเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ในส่วนของ การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากการปรับกลยุทธ์ของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในเรื่องเกี่ยวกับการปรับลดในด้านต่าง ๆ นั้น การแปลความหมายผลของข้อมูลใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึงไม่ลดลง, คะแนนเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึงลดลงน้อย, คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึงลดลงปานกลาง, คะแนนเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึงลดลงมาก และคะแนนเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึงลดลงมากที่สุด

#### 3.6.1 การวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ของวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

จากการวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจนั้น พบว่า การปรับลดในส่วนของ การลดจำนวนหน้าลง ทำให้กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ส่วนการปรับกลยุทธ์โดยการขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก) กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ระบุว่า จะทำให้มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49)

สำหรับการปรับกลยุทธ์ โดยการลดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดของแถม การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ นั้น กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ระบุว่า จะทำให้มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82)

การปรับกลยุทธ์ โดยการลดคุณภาพกระดาษให้ต่ำลงนั้น กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ระบุว่า จะทำให้มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.04)

การปรับกลยุทธ์ โดยการลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสีลงนั้น กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ระบุว่า จะทำให้มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.92)

และเมื่อวิเคราะห์โดยการวัดระดับคะแนนเฉลี่ย พบว่า การปรับกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจลดลงมากที่สุด คือ การขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก) (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมาคือ การปรับลดในส่วนของ การลดจำนวนหน้าลง (ค่าเฉลี่ย 3.11) การลดคุณภาพกระดาษให้ต่ำลงนั้น (ค่าเฉลี่ย 3.04) การลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสีลง (ค่าเฉลี่ย 2.92) และการลดการส่งเสริมการ

ขาย เช่น การลดของแจก การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.82) ตามลำดับ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 14

**ตารางที่ 14** แสดงการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของ  
วารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

การลดต้นทุนที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ลดลง มากที่สุด จำนวน (%)	ลดลง มาก จำนวน (%)	ลดลง ปานกลาง จำนวน (%)	ลดลง น้อย จำนวน (%)	ไม่ลดลง จำนวน (%)	X	SD
การปรับลดจำนวนหน้า	13 (10.70)	28 (23.00)	50 (41.00)	21 (17.20)	10 (8.20)	3.11	1.07
การขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะ ได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคา ปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก)	19 (15.60)	37 (30.30)	54 (44.30)	9 (7.40)	3 (2.50)	3.49	0.93
การลดการส่งเสริมการขาย เช่น การลด ของแจก การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ	5 (4.10)	20 (16.40)	57 (46.70)	28 (23.00)	12 (9.80)	2.82	0.96
คุณภาพกระดาษที่ต่ำลง	4 (3.30)	29 (23.80)	65 (53.30)	16 (13.10)	8 (6.60)	3.04	0.88
ลดจำนวนหน้าที่เป็นสี	4 (3.30)	25 (20.50)	59 (48.40)	25 (20.50)	9 (7.40)	2.92	0.91

### 3.6.2 การวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

จากการวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีผลต่อความพึงพอใจนั้น พบว่า การปรับลดในส่วนของการลดจำนวนหน้าลง ทำให้กลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11)

ส่วนการปรับกลยุทธ์โดยการขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก) กลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระบุว่า จะทำให้มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.20)

สำหรับการปรับกลยุทธ์ โดยการลดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดของแถม การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ นั้น กลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระบุว่า จะทำให้มีความพึงพอใจลดลงในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51)

การปรับกลยุทธ์ โดยการลดคุณภาพกระดาษให้ต่ำลงนั้น กลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยระบุว่า จะทำให้มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90)

การปรับกลยุทธ์ โดยการลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่ลงนั้น กลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระบุว่า จะทำให้มีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82)

และเมื่อวิเคราะห์โดยการวัดระดับคะแนนเฉลี่ย พบว่า การปรับกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจลดลงมากที่สุด คือ การขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก) (ค่าเฉลี่ย 3.51) รองลงมาคือ การปรับลดในส่วนของการลดจำนวนหน้าลง (ค่าเฉลี่ย 3.20) การลดคุณภาพกระดาษให้ต่ำลง (ค่าเฉลี่ย 3.05) การลดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดของแถม การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย 2.90) และการลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่ลง (ค่าเฉลี่ย 2.822) ตามลำดับ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

การลดต้นทุนที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ลดลงมากที่สุด จำนวน (%)	ลดลงมาก จำนวน (%)	ลดลงปานกลาง จำนวน (%)	ลดลงน้อย จำนวน (%)	ไม่ลดลง จำนวน (%)	X	SD
การปรับลดจำนวนหน้า	17 (14.30)	30 (25.20)	39 (32.80)	26 (21.80)	7 (5.90)	3.20	1.12
การขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคापกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก)	26 (21.80)	40 (33.60)	29 (24.40)	17 (14.30)	7 (5.90)	3.51	1.16
การลดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดของแถม การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ	5 (4.20)	25 (21.00)	52 (43.70)	27 (22.70)	10 (8.40)	2.90	0.97
คุณภาพกระดาษที่ต่ำลง	9 (7.60)	26 (21.80)	53 (44.50)	24 (20.20)	7 (5.90)	3.05	0.98
ลดจำนวนหน้าที่เป็นสี	4 (3.40)	24 (20.20)	50 (42.00)	28 (23.50)	13 (10.90)	2.82	0.99

### 3.7 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการกับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสาร

กลยุทธ์การจัดการของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วยการบริหาร การจัดองค์กร การลดต้นทุน กระบวนการผลิต การตลาด โดยกลยุทธ์การจัดการในด้านต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น จะพิจารณาได้จากการนำเสนอเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารที่เน้นการเสนอเนื้อหาที่เป็นการรายงานข่าวเชิงวิเคราะห์ และมีการเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมทางด้านการเงิน การคลัง การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน

ส่วนในด้านการลดต้นทุนในผลิตภัณฑ์ คือ การปรับลดจำนวนหน้า การขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย การลดการส่งเสริมการขาย เช่น ของแจก การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ คุณภาพกระดาษที่ต่ำลง หรือการลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่สี นั้น ในส่วนที่วารสารข่าวการเงินธนาคาร ได้มีการปรับลด มีดังนี้

การปรับลดจำนวนหน้าลงประมาณ 16 หน้า จากผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจในลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.11)

การลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่สีลง จากผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจในลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.92)

สำหรับการลดต้นทุนที่ทำให้ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจลดลง คือ การขึ้นค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย จะทำให้อ่านมีความพึงพอใจลดลงในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.49) คุณภาพกระดาษที่ต่ำลง จะทำให้อ่านมีความพึงพอใจต่อวารสารข่าวการเงินธนาคาร ลดลงในระดับปานกลาง และการลดการส่งเสริมการขาย เช่น ของแจก การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ จะทำให้อ่านมีความพึงพอใจต่อวารสารข่าวการเงินธนาคารลดลงในระดับปานกลาง

ส่วนนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น พิจารณาการจากนำเสนอเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจที่ได้รับมากที่สุด คือ ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการนำเสนอเนื้อหาของนิตย

สารที่เน้นการเสนอเนื้อหาโดยสะท้อนความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ให้มากที่สุด

ในด้านการลดต้นทุนของนิตยสารดอกเบี๋ย ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ได้ทำการลดต้นทุน คือ การปรับลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.82) ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 16

จึงสรุปได้ว่า นิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีการปรับลดต้นทุนในตัวผลิตภัณฑ์ที่น้อยมาก คือ นิตยสารดอกเบี๋ย มีการปรับลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่ ส่วนวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีการปรับลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่ และมีการปรับลดจำนวนหน้าลง

สำหรับกลยุทธ์ในการจัดการด้านอื่น ๆ ของนิตยสารธุรกิจรายเดือนนั้น การปรับนโยบายในด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะสนองความพึงพอใจให้กับผู้อ่าน เช่น การนำเสนอเนื้อหาที่มีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น เพื่อทดแทนในส่วนที่ได้ทำการปรับลดไป ซึ่งการดำเนินกลยุทธ์ในส่วนอื่น ๆ นั้น มีวัตถุประสงค์ให้องค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือนสามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้อ่านด้วย

**ตารางที่ 16** เปรียบเทียบการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของวารสารข่าวการเงินธนาคาร กับนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

การลดต้นทุนที่มีผลต่อความพึงพอใจ	วารสารข่าวการเงินธนาคาร ค่าเฉลี่ย (X)	นิตยสารดอกเบี๋ย ค่าเฉลี่ย (X)
การปรับลดจำนวนหน้า	3.11	3.20
การขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก)	3.49	3.51
การลดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดของแจก การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ	2.82	2.90
คุณภาพกระดาษที่ต่ำลง	3.04	3.05
ลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่	2.92	2.82
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.08	3.10

## ส่วนที่ 4

### การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน และความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ สามารถวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้รับสารได้ดังนี้

#### สมมติฐานที่ 1 ผู้รับสารมีความคาดหวัง จากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์

- 1.1 เพศกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 1.2 อายุกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 1.3 ระดับการศึกษากับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 1.4 อาชีพกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 1.5 รายได้ต่อเดือนกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 1.6 ระยะเวลาการอ่านกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

### 1.1 เพศกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (T-Test) ระหว่างเพศกับความคาดหวังจากการอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า เพศของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังจากนิตยสารดอกเบี๋ยไม่แตกต่างกัน ดังในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างเพศกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

เพศ	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง)	SD	t
<b>การเงินธนาคาร</b>				
ชาย	72	44.78	6.99	3.52 *
หญิง	50	49.76	8.59	
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
ชาย	65	46.18	6.39	0.52
หญิง	54	45.54	7.13	

\* P < 0.05



## 1.2 อายุกับความคาดหวังจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสาร ดอกเบี้ย

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างอายุกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า อายุของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน แตกต่างกันอย่างใด ดังในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

อายุ	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
20-29 ปี	55	46.07	7.74	1.14
30-39 ปี	48	46.46	8.14	
40-49 ปี	18	50.00	8.57	
50-60 ปี	1	48.00		
<b>ดอกเบี้ย</b>				
ต่ำกว่า 20 ปี	1	37.00		1.93
20-29 ปี	43	44.02	6.73	
30-39 ปี	47	47.02	7.17	
40-49 ปี	23	47.30	5.35	
50-60 ปี	5	46.60	4.56	

$P > 0.05$

### 1.3 ระดับการศึกษากับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างระดับการศึกษากับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ระดับการศึกษาของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังจากวารสารข่าวการเงินธนาคารแตกต่างกันไปด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทำการทดสอบหากลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' แล้วพบว่า จากการแบ่งช่วงการศึกษาของผู้อ่านเป็นกลุ่มต่าง ๆ มีกลุ่มที่แตกต่างกันคือ กลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีกับกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มการศึกษาระดับอื่น ๆ มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 19

ตารางที่ 19 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

ระดับการศึกษา	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
1. อนุปริญญา/เทียบเท่า	3	48.00	6.93	
2. ปริญญาตรี	94	44.97	7.40	14.00*
3. สูงกว่าปริญญาตรี	25	53.64	6.92	กลุ่ม3>2
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
1. มัธยมศึกษาตอนต้น	2	46.50	7.78	
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย	1	36.00		
3. อนุปริญญา/เทียบเท่า	3	52.33	6.81	1.80
4. ปริญญาตรี	82	45.24	7.11	
5. สูงกว่าปริญญาตรี	31	47.26	5.02	

\* P < 0.05

#### 1.4 อาชีพกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างอาชีพกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า อาชีพของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังจากวารสารข่าวการเงินธนาคารแตกต่างกันไปด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' แล้วพบว่า กลุ่มผู้มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนกับกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มอาชีพอื่น ๆ มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย อาชีพที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 20

**ตารางที่ 20 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน**

อาชีพ	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
1. พนักงานเอกชน	68	44.82	6.88	3.85* กลุ่ม 2>1
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	49.72	9.01	
3. ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	9	46.78	7.92	
4. นิสิต/นักศึกษา	2	52.50	6.36	
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
1. พนักงานเอกชน	82	46.30	6.65	0.98
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	43.52	6.61	
3. ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	8	47.75	4.92	
4. นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	5	47.00	10.42	
5. นิสิต/นักศึกษา	1	46.00		

\* P < 0.05

### 1.5 รายได้ต่อเดือนกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้่านวารสารข่าวการเงินธนาคารและนิตยสารดอกเบี๋ย ที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน แตกต่างกันไปด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อย่างไรก็ตามเมื่อทำการทดสอบหากลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' พบว่า ไม่มีคู่ใดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังในตารางที่ 21

**ตารางที่ 21** การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

รายได้ต่อเดือน	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	15	44.93	5.64	2.82*
10,000-30,000 บาท	70	45.66	8.29	
30,001-50,000 บาท	29	49.17	7.64	
50,001-100,000 บาท	8	52.00	8.23	
มากกว่า 100,000 บาท				
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	10	44.40	3.60	2.47*
10,000-30,000 บาท	56	44.25	7.81	
30,001-50,000 บาท	34	47.32	5.57	
50,001-100,000 บาท	18	49.06	4.87	
มากกว่า 100,000 บาท	1	47.00		

\*  $P < 0.05$

### 1.6 ระยะเวลาการอ่านกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างระยะเวลาการอ่านกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ระยะเวลาการอ่านของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระยะเวลาการอ่านของนิตยสารดอกเบี๋ยที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังแตกต่างกันไปด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' แล้วพบว่า กลุ่มผู้อ่านที่อ่านมาเป็นระยะเวลา 1-3 ปี กับกลุ่มผู้อ่านที่อ่านมาเป็นระยะเวลา 4-6 ปี มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนช่วงระยะเวลาการอ่านอื่น ๆ มีความคาดหวังไม่แตกต่างกัน ดังในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระยะเวลาในการอ่านกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

ระยะเวลาการอ่าน	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
ต่ำกว่า 1 ปี	18	43.56	5.51	1.75
1-3 ปี	66	46.35	8.33	
4-6 ปี	18	48.78	9.56	
7-9 ปี	16	50.00	6.87	
ตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไป	4	47.75	5.44	
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
ต่ำกว่า 1 ปี	17	45.65	6.19	4.10*
1-3 ปี	53	43.60	7.33	
4-6 ปี	36	48.58	5.47	
7-9 ปี	8	49.88	4.64	
ตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไป	5	45.20	3.42	

\* P < 0.05

ตารางที่ 23 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้รับสารมีความคาดหวัง จากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐาน	กลุ่มผู้อ่าน การเงินธนาคาร		กลุ่มผู้อ่าน นิตยสารดอกเบี๋ย	
	t	F-Ratio	t	F-Ratio
1.1 เพศกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน	3.52*		0.52	
1.2 อายุกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน		1.14		1.93
1.3 ระดับการศึกษากับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน		14.00*		1.80
1.4 อาชีพกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน		3.85*		0.98
1.5 รายได้ต่อเดือนกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน		2.82*		2.47*
1.6 ระยะเวลาการอ่านกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน		1.75		4.10*

\*  $P < 0.05$

สรุปผลการทดสอบในตารางที่ 23 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ อายุ และระยะเวลาการอ่านที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งเป็นการยอมรับเพียงบางส่วนของสมมติฐาน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการอ่านที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งเป็นการยอมรับเพียงบางส่วนของสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 2 ผู้รับสารมีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน  
แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์**

- 2.1 เพศกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 2.2 อายุกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 2.3 ระดับการศึกษากับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 2.4 อาชีพกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 2.5 รายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน
- 2.6 ระยะเวลาการอ่านกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

## 2.1 เพศกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (T-Test) ระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า เพศของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น พบว่า เพศชาย และเพศหญิงมีพึงพอใจจากนิตยสารดอกเบี๋ยไม่แตกต่างกัน ดังในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างเพศกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

เพศ	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ)	SD	t
<b>การเงินธนาคาร</b>				
ชาย	72	41.79	5.35	-2.68*
หญิง	50	44.56	5.99	
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
ชาย	65	41.72	5.57	0.02
หญิง	54	41.70	5.71	

\*  $P < 0.05$



## 2.2 อายุกับความพึงพอใจที่ได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างอายุกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า อายุของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอายุกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

อายุ	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
20-29 ปี	55	43.10	5.48	0.20
30-39 ปี	48	42.75	6.37	
40-49 ปี	18	42.67	5.24	
50-60 ปี	1	47.00		
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
ต่ำกว่า 20 ปี	1	40.00		1.92
20-29 ปี	43	41.33	5.64	
30-39 ปี	47	42.68	5.89	
40-49 ปี	23	39.65	3.82	
50-60 ปี	5	45.80	7.46	

P > 0.05

### 2.3 ระดับการศึกษากับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ระดับการศึกษาของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังจากวารสารข่าวการเงินธนาคารแตกต่างกันไปด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทำการทดสอบหากกลุ่มที่แตกต่างกันโดยวิธีการของ Scheffe' แล้วพบว่า จากการแบ่งช่วงการศึกษาของผู้อ่านเป็นกลุ่มต่าง ๆ มีกลุ่มที่แตกต่างกันคือ กลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีกับกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลุ่มการศึกษาระดับอื่น ๆ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

ระดับการศึกษา	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
1. อนุปริญญา/เทียบเท่า	3	45.33	5.77	8.81 * กลุ่ม 3>2
2. ปริญญาตรี	94	41.81	5.32	
3. สูงกว่าปริญญาตรี	25	46.84	5.77	
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
1. มัธยมศึกษาตอนต้น	2	39.50	4.95	0.68
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย	1	38.00		
3. อนุปริญญา/เทียบเท่า	3	39.67	7.23	
4. ปริญญาตรี	82	41.44	5.65	
5. สูงกว่าปริญญาตรี	31	42.90	5.50	

\*  $P < 0.05$

## 2.4 อาชีพกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า อาชีพของผู้อ่านวารสารข่าวการเงิน ธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

อาชีพ	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
1. พนักงานเอกชน	68	41.88	5.73	2.03
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	44.37	5.68	
3. ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	9	43.00	5.74	
4. นิสิต/นักศึกษา	2	47.00	1.41	
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
1. พนักงานเอกชน	82	41.87	5.55	0.72
2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	41.52	5.80	
3. ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	8	41.88	5.67	
4. นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์	5	38.60	6.43	
5. นิสิต/นักศึกษา	1	48.00		

P > 0.05

## 2.5 รายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารและนิตยสารดอกเบี๋ย ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน แตกต่างกันอย่างใด ดังในตารางที่ 28

ตารางที่ 28 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

รายได้ต่อเดือน	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	15	43.47	4.59	0.96
10,000-30,000 บาท	70	42.20	5.58	
30,001-50,000 บาท	29	43.90	6.76	
50,001-100,000 บาท	8	44.75	5.28	
มากกว่า 100,000 บาท				
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	10	43.30	4.11	0.98
10,000-30,000 บาท	56	40.73	5.61	
30,001-50,000 บาท	34	42.71	5.88	
50,001-100,000 บาท	18	41.83	5.76	
มากกว่า 100,000 บาท	1	45.00		

P > 0.05

## 2.6 ระยะเวลาการอ่านกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

จากผลการทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ย (ANOVA) ระหว่างระยะเวลาการอ่านกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีระยะเวลาการอ่านแตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ดังในตารางที่ 29

ตารางที่ 29 การทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างระยะเวลาในการอ่านกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

ระยะเวลาการอ่าน	N (จำนวน)	X (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ)	SD	F
<b>การเงินธนาคาร</b>				
ต่ำกว่า 1 ปี	18	41.50	6.16	1.36
1-3 ปี	66	42.94	5.68	
4-6 ปี	18	42.17	6.89	
7-9 ปี	16	44.00	4.26	
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	4	48.25	2.06	
<b>ดอกเบี๋ย</b>				
ต่ำกว่า 1 ปี	17	42.65	5.85	1.12
1-3 ปี	53	40.85	5.58	
4-6 ปี	36	41.92	5.27	
7-9 ปี	8	42.00	5.45	
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	5	45.80	7.46	

$P > 0.05$

ตารางที่ 30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผู้รับสารมีความพึงพอใจที่ได้รับจาก  
นิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐาน	กลุ่มผู้อ่าน การเงินธนาคาร		กลุ่มผู้อ่าน นิตยสารดอกเบี๋ย	
	t	F-Ratio	t	F-Ratio
2.1 เพศกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน	-2.68*		0.02	
2.2 อายุกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน		0.02		1.92
2.3 ระดับการศึกษากับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจ รายเดือน		8.81*		0.68
2.4 อาชีพกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน		2.03		0.72
2.5 รายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจ รายเดือน		0.96		0.98
26 ระยะเวลาการอ่านกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจ รายเดือน		1.36		1.12

\*  $P < 0.05$

สรุปผลการทดสอบในตารางที่ 30 แสดงว่า เพศ และระดับการศึกษา ของกลุ่ม  
ตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตย  
สารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่  
อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่  
ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งเป็นการยอมรับเพียงบางส่วนของ  
สมมติฐาน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ  
รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการอ่านที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตย  
สารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน