

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการตอบแบบสอบถามในบทที่ 4 เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อนิตยสารสตรีของสตรีไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 500 ราย พบว่าเป็นผู้ที่เคยซื้อนิตยสารสตรี 450 ราย นอกนั้น เป็นผู้ที่ไม่เคยซื้อนิตยสารสตรีเลย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้าง พนักงานบริษัท และมีรายได้ระหว่าง 2,000-4,999 บาท ซื้อนิตยสารสตรีแบบเป็นครั้งเป็นคราวในสัดส่วนที่มากกว่าการซื้อเป็นประจำ ซื้อเป็นครั้งเป็นคราวเพราะลงเนื้อหาสาระตรงกับที่สนใจ โดยมีอีทอ ขวัญเรือน เป็นอีทอที่นิยมซื้อเป็นประจำ เป็นคราวมากที่สุด

สำหรับอีทอนิตยสารที่ผู้บริโภคซื้อเป็นประจำมากที่สุดคือ ขวัญเรือน เพราะเป็นอีทอที่ราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับอีทออื่น และมีเนื้อหาสาระในคอลัมน์ต่าง ๆ พอติดกัน ส่วนใหญ่ไม่มีโครงการจะซื้อนิตยสารสตรีแบบเป็นประจำเพิ่มขึ้น แต่สำหรับพวกที่มีโครงการจะซื้อนิตยสารสตรีแบบเป็นประจำเพิ่มขึ้น/ดิฉันและแพรว เป็นอีทอที่ผู้บริโภคระบุนามากที่สุดเท่ากัน เพราะรูปแบบ คุณภาพ กระดาษและการพิมพ์ดี ภาพสีสวยและมีมาก ถึงแม้จะเป็นภาพโฆษณาก็ตามทำให้ไม่รู้สึกรู้ว่าแพง ถ้าพูดถึงเรื่องความนิยมในอีทอ ดิฉันมาอันดับหนึ่ง เพราะภาพหน้าปกและรูปประกอบสวย การจัดรูปเล่มดี มีเนื้อหาสาระเจาะลึกลงไปในชีวิตการทำงานของผู้หญิงระดับสูง วิธีการนำเสนอให้ความสำคัญกับเรื่องเด่นที่เป็นเรื่องหลัก ด้วยเนื้อหาที่มากเป็นพิเศษ แต่ถูกจำกัดคนอ่านด้วยราคาที่ขาย 30 บาท ซึ่งถ้ามองจากคนอ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แล้วยังไม่ถึงกับว่าแพงและอีทอที่นิยมรองลงมาจากดิฉันคือ ขวัญเรือน

เนื้อหาสาระในนิตยสาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิตยสารสตรีแบบเป็นประจำมากที่สุด โดยเฉพาะพวกนวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องแปล ความรู้ สารคดี และแฟชั่น ส่วนเหตุผลในการซื้อนิตยสารสตรีมาอ่านส่วนใหญ่ระบุว่าต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน

ผู้บริโภคนิยมซื้อนิตยสารตามร้านขายหนังสือทั่วไปมากกว่าการบอกรับ เป็นสมาชิกประจำจากผู้ผลิต เพราะมีปัญหาลำช้าและปัญหาของชำรุดในการไปรษณีย์ ประกอบกับสิทธิพิเศษของการเป็นสมาชิกไม่ค่อยจูงใจเท่าไร สำหรับพวกที่นิยมบอกรับ เป็นสมาชิกประจำจากผู้ผลิตเป็นเพราะสะดวกและแน่ใจว่าจะได้หนังสือครบ

ความถี่ในการออกนิตยสารควรออกเป็นรายปักษ์ เพราะไม่ถึงจนอ่านไม่ทันและไม่นานจนคือไม่คิด ขนาดควรเป็น 6-5x9.5 นิ้ว ราคาของนิตยสารควรอยู่ในช่วง 7-25 บาท

ส่วนใหญ่ผู้บริหารโลกไม่เคยมองเห็นสื่อโฆษณา นิตยสาร และเห็นว่าภาพหน้าปก เป็นสื่อโฆษณาด้วยตัว เองอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ

สำหรับผู้ที่ไม่เคยซื้อนิตยสารสตรีเลยมี 50 ราย เป็นพวกที่เคยอ่านนิตยสารสตรี 30 ราย เคยอ่านจากฉบับที่คนอื่นซื้อมา และทั้งหมดมีโครงการจะซื้อนิตยสารแนว เป็นครั้ง เป็นคราวบ้าง ยี่ห้อคิชั่น เป็นยี่ห้อนิตยสารสตรีอันดับแรกที่พวกเขา มีโครงการจะซื้อ ลำดับรองลงคือ ชวัญเรือน แพรว และ เปรียว ที่ยังไม่ซื้อนิตยสารในขณะนี้ เพราะสามารถยืมอ่านจากคนอื่นได้

#### ปัญหาในการจัดทำนิตยสารสตรี

ส่วนใหญ่จะเป็นกับนิตยสารที่ออกใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ซึ่งพอจะสรุปปัญหาได้ดังนี้

1. การกระจายนิตยสารไปตามร้านหนังสือชำ และวางหนังสือได้ไม่ทั่วถึงทุกร้าน เพราะไม่มีความชำนาญในกรณีที่จัดจำหน่ายเอง แต่ถ้าให้ผู้จัดจำหน่ายเป็นผู้กระจายนิตยสารให้อาจไม่ได้รับความสำคัญ เพราะเขาถือว่า เป็นนิตยสารใหม่และมียอดจำหน่ายน้อย
2. ไม่สามารถรู้จำนวนขายได้แน่นอน กว่าจจะรู้จริงต้องหลังจากผลิตนิตยสารออกจำหน่ายไปถึง 4 ฉบับ เพราะจะเป็นช่วงที่นิตยสารเล่มแรกจะถูกส่งคืนมา
3. ปัญหาการขาดทุนในช่วงแรก ซึ่งจะนานเท่าไรไม่สามารถบอกได้แน่นอนทั้งนี้ เพราะนิตยสารยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคจึงขายได้น้อย ประกอบกับรายได้จากการที่บริษัทต่าง ๆ มาว่าจ้างให้ลงโฆษณาในนิตยสารยังมีน้อย
4. นักเขียนคอลัมน์ต่าง ๆ ที่เก่งหายาก เพราะนักเขียนที่เก่ง ๆ และมีความสามารถส่วนใหญ่มีคอลัมน์ประจำในนิตยสารเล่มอื่น ๆ แล้ว
5. เนื้อหาและรูปแบบของการจัดทำนิตยสารยังไม่ลงตัวว่าจะ เป็นไปในแนวไหนเน้นความล้ำช้าในการจัดทำอันเนื่องมาจากยังใหม่และ ไม่มีความชำนาญ
6. การจำหน่ายนิตยสารส่วนใหญ่ใช้ระบบขายฝาก ภาระจึงตกแก่ผู้ผลิตเพราะถ้าคำนวณยอดจำหน่ายของแต่ละร้านไม่ถูกต้อง หนังสือจะเหลือมากและไม่อยู่ในสภาพที่ขายได้

ปัญหาเหล่านี้ สำหรับนิตยสารสตรีที่มีอายุหลายปีและมียอดจำหน่ายสูง จะไม่ค่อยมีปัญหา จะมีก็ เป็นใน เรื่องของปัญหาความล่าช้าและปัญหาของชำรุดเสียหายในการไปรษณีย์ มีผลต่อการ บอกรับ เป็นสมาชิกประจำของผู้บริโภค

จากผลการวิจัย การศึกษาเอกสาร สิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ และการสัมภาษณ์บุคคลที่มีประสบการณ์ ในการทำนิตยสาร สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

### 1. ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ควรคำนึงถึง

#### 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

เนื้อหาสาระ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อนิตยสารสตรีแบบซื้อ เป็น ประจำของผู้บริโภค ผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญโดยเฉพาะคอลัมน์เกี่ยวกับนวนิยาย เรื่องสั้น เรื่อง แปล ผู้ผลิตต้องพิถีพิถันในการคัดเลือก เรื่องที่จะลง พยายามหานักเขียนคอลัมน์ที่เก่ง ๆ มาประจำ นิตยสารของตน ซึ่งอาจใช้วิธีจัดประกวดการเขียนคอลัมน์ขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อหานักเขียนใหม่ ๆ ควรให้มีนวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องยาว และคอลัมน์ต่าง ๆ ให้พอดีกัน ไม่มากไม่น้อยเกินไป เรื่องที่ คิดมาลง ต้องไม่เป็น เรื่องหนักสมอง เพราะผู้บริโภคซื้อนิตยสารสตรีมาอ่านด้วยเหตุผลที่ว่า ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดมากที่สุด แต่ไม่ใช่ไม่มีสาระเลย เพราะจากการวิจัยผู้บริโภค ต้องการ การ ทบทวน เนื้อหา สาระ ไป ใช้ ประโยชน์ ด้วย เหมือน กัน

ยี่ห้อนิตยสาร รูปลักษณะตัวอักษรซึ่งอาจเป็นตัวโปร่ง ตัวทึบ ตัวบางหรือสี จะ ต้อง ให้ เด่น มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง การวางยี่ห้อนิตยสารบนหน้าปก ควรวางตามแนวตั้ง ขีดทางซ้าย เพราะในปัจจุบันมีการผลิตนิตยสารออกมาเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการจะจัดเรียงนิตยสารตามแนวนอนจะเห็นยี่ห้อนิตยสารไม่เต็ม เหมือนการวางตามแนวตั้ง นอกจากนั้นบนหน้าปกควรมี ยี่ห้อนิตยสารขนาดเล็กตรงมุมซ้ายด้านบน เมื่อไว้กรณีร้านขายหนังสือจัดเรียงนิตยสารตามแนวนอน

ภาพประกอบ เป็นส่วนประกอบสำคัญที่จะทำให้หนังสือสวยหรือไม่สวย ไม่ว่าจะ เป็นรูปวาด ภาพถ่าย หรือรูปตัดแปะต้องสนใจศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อทำให้หนังสือสวยงาม อ่าน และโดย เฉพาะอย่างยิ่งภาพหน้าปกต้องพยายามออกแบบหรือ เลือกภาพที่ เด่น ที่สุด

รูปเล่ม ควรเป็นขนาด 8 หน้ายก (8.5x11 นิ้ว) กระดาษพิมพ์มันสำหรับ เนื้อหา ส่วนรูปประกอบภายในเล่มควรเป็นกระดาษอาร์ต ปกควรเป็นกระดาษอาร์ตการ์ด เคลือบ หลาสดิค

การปรับตัวอักษร ต้องพิถีพิถันไม่ให้ผิด เพราะหนังสือที่พิมพ์บ่อยอ่านแล้วจะ

เสียความรู้สึก

*MSGC 1/10/2018*

กำหนดออก ถ้าเป็นนิตยสารประเภทสวารักการมันเทิง เริงรมย์ ควรออก เป็นรายสัปดาห์ ถ้าเป็นนิตยสารประเภทแฟชั่นล้วนควรออกเป็นราย 2 เดือน นอกนั้นควรออกนิตยสารเป็นรายักษ์ เพราะเป็นระยะเวลาที่ไม่บ่อยไม่มากเกินไป ช่วงเวลาที่ออกควรเป็นต้นเดือน เพราะเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อสูง และต้องออกให้ตรงเวลา ถ้าออกไม่ตรงเวลาจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่อและความไม่เชื่อถือ อันอาจหันไปซื้อนิตยสารเล่มอื่นแทน

2. 1.2 ด้านราคา

ราคา เป็นปัจจัยอีกอันหนึ่งที่ผู้บริโภคสนใจรองลงมาจากปัจจัยด้านเนื้อหาสาระ ก่อนกำหนดราคานิตยสารของตนต้องพิจารณาปัจจัยดังนี้

*อ.น. เติ๋นผู้รอ*

ประเภทนิตยสาร ถ้าเป็นนิตยสารสตรีที่เน้นการบ้านการเรือนราคาไม่ควรจะเกิน 15 บาท ถ้าเป็นนิตยสารสตรีที่เน้นภาพแฟชั่นล้วนราคาควรอยู่ระหว่าง 35-50 บาท ถ้าเป็นนิตยสารสตรีที่เป็นการบันเทิงเริงรมย์ไม่ควรเกิน 10 บาท และถ้าเป็นนิตยสารสตรีที่เน้นกลุ่มที่ทำงานหรือ เรียนในระดับอุดมศึกษาราคาควรอยู่ในช่วง 15-30 บาท

ความถี่ในการออกนิตยสาร คือ ถ้าออกนิตยสารที่มีความถี่ในการออกค่อนข้างสูงราคาไม่ควรจะแพง แต่ถ้าความถี่ในการผลิตมีน้อยราคาอาจจะสูงขึ้นมาได้

นโยบายในการหาโฆษณา ลงในนิตยสาร ถ้าผลิตนิตยสารโดยเน้นให้สามารถตอบสนองการ เป็นสื่อโฆษณาสินค้าได้มาก ราคาจะไม่สูง โดยสรุปแล้วราคาควรอยู่ในช่วง 7-25 บาท

*F-1 MS*

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้บริโภคนิยมซื้อร้านหนังสือทั่วไปร้านไหนก็ได้แล้วแต่สะดวก และนิตยสารแต่ละยี่ห้อต่างมีการผลิตออกมาต่อเนื่องเป็นรายต่าง ๆ เช่น สัปดาห์ รายักษ์ และรายเดือน เป็นต้น เพราะฉะนั้นในการกระจายสินค้าไปสู่มือผู้บริโภค ควรเป็นไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว คือถ้าผู้ผลิตจะจัดจำหน่ายเอง ต้องแน่ใจว่าสามารถกระจายได้ทั่วถึง รวดเร็ว และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อย และถ้าให้ผู้จัดจำหน่ายเป็นผู้กระจายสินค้าจะต้องเป็นผู้จัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพสามารถกระจายสินค้าได้ทั่วถึงและรวดเร็ว

สำหรับปัญหาในเรื่องความล่าช้าและของชำรุดในการส่งไปรษณีย์สำหรับผู้  
บอกรับ เป็นสมาชิกประจำในเขตกรุงเทพมหานคร อาจใช้เป็นหน่วยจักรยานยนต์ในการส่งนิตยสาร  
ให้ถึงมือสมาชิกแทน

#### 1.4 ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย

ผู้ผลิตนิตยสารควรให้ความสำคัญกับการโฆษณา นิตยสารของตนเอง โดยเฉพาะ  
นิตยสารเล่มใหม่ ในระยะแรกควรมีการโฆษณาจนกว่า นิตยสารจะ เริ่มเป็นที่รู้จักของผู้อ่าน ในขณะที่  
เดียวกันจะต้องโฆษณาโดยตัวนิตยสารเอง โดยเฉพาะหน้าปกของนิตยสาร ผู้ผลิตนิตยสารต้อง  
พยายามให้ผู้บริโภคสะดุดและหยิบนิตยสารขึ้นมาพลิกดู เพื่อนำไปสู่การซื้อบ้าง ไม่ซื้อบ้างเป็น  
บางครั้งบางคราว และในที่สุดกลายเป็นผู้ซื้อประจำเพราะติดใจเนื้อหาสาระภายในเล่ม ซึ่งอาจ  
ทำได้โดย

ก. การจัดทำที่วางนิตยสารพร้อมป้ายยี่ห้อ ออกแบบให้เด่นและสวยแล้วนำไป  
ไปติดตามร้านหนังสือที่มียอดจำหน่ายสูง หรือตามร้านหนังสือในย่านชุมชนที่มีคน เดินผ่านไปมา  
วิธีนี้ เป็นการทำให้ นิตยสารของคุณ เด่นชัดแก่คนทั่วไป ไม่ต้องไปเบียดเสียดตัว เองบนแผงหนังสือ  
โดยทางผู้ผลิตอาจต้องมีการให้ผลตอบแทนแก่ร้านหนังสือที่ผู้ผลิตนำเอาที่วางนิตยสารไปติด เพื่อ  
เป็นการกระตุ้นให้ เจ้าของร้าน เอาใจใส่ดูแลของของผู้ผลิต

ข. ส่งตัวอย่างนิตยสารไปตามท้องสมุค สมาคมหรือชมรมที่เป็นกลุ่มลูกค้า  
เป้าหมาย

ค. จัดฉบับพิเศษในวาระต่าง ๆ เช่น ฉบับปีใหม่ ฉบับครบรอบปี เป็นต้น  
โดยการเพิ่มเนื้อหา ภาพสี คอลัมน์พิเศษ ชิงรางวัล แจกของแถม เป็นต้น

ง. จัดให้มีการร่วมสนุกกับนิตยสาร เพื่อให้ผู้อ่าน เกิดความผูกพันกับนิตยสาร  
ของเรา โดยอาจทำในรูปประกวดคอลัมน์ใหม่ ประกวดบทความหรือจัดให้มีการทายปัญหาเพื่อ  
ชิงรางวัล เป็นต้น

จ. กิจกรรมด้านประชาสัมพันธ์ โดยส่งข่าวให้หนังสือพิมพ์ และนิตยสารอื่น ๆ  
ช่วยประชาสัมพันธ์ในคอลัมน์แนะนำหนังสือทุกครั้งที่นิตยสาร เล่มใหม่วางตลาด หรือให้ช่วยเขียน  
แทรกในคอลัมน์อื่น ๆ นอกจากนี้ อาจประชาสัมพันธ์โดยจัดให้มีงานฉลองขึ้นตามโรงแรม เป็นต้น