

### บทที่ 3

#### การดำเนินงานด้านการตลาด

ปัจจุบันนิตยสารสตรี เป็นประเภทนิตยสารที่มีการผลิตออกมามากที่สุด<sup>1</sup> เมื่อเปรียบเทียบกับนิตยสารประเภทอื่น ๆ ที่วางจำหน่ายบนแผงหนังสือ คือ มีจำนวน 28 เล่ม\* ลักษณะตลาดของนิตยสารสตรีของไทยมีลักษณะ เป็นผู้ขายมากราย (Monopolistic) มีการแข่งขันกันมาก และมีนักลงทุนพยายามที่จะผลิตนิตยสารสตรีเล่มใหม่ ๆ ออกมาสู่ตลาดอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ เพราะเชื่อว่า<sup>2</sup> นิตยสารสตรีจะให้ผลดีในระยะยาว เพราะมองที่ตลาดโฆษณาจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค (Consumer Products) มีมาก และนับวันจะมากยิ่งขึ้น เพราะในสังคมที่ตลาดชนชั้นกลางกำลังเริ่มขยายตัวนั้น ความต้องการในสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) จะโตเร็วมาก ฉะนั้นถ้ามองในแง่ตลาดโฆษณาจะมีแนวโน้มดีมาก ประกอบกับในปัจจุบันอัตราค่าโฆษณาในโทรทัศน์ได้เพิ่มขึ้นสูงมาก ทำให้ผู้ผลิตสินค้าหันมาสนใจโฆษณาในนิตยสารมากขึ้น ดังนั้นนิตยสารสตรีแต่ละฉบับต่างพยายามแข่งขันกันปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้นิตยสารของตนได้รับความนิยมจากผู้อ่าน

สำหรับส่วนแบ่งตลาด (Market Share) รวมทั้งประเทศของนิตยสารสตรีทั้ง 28 ฉบับ ไม่สามารถระบุให้ชัดเจนได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การแจ้งยอดจำนวนที่พิมพ์ต่อบริษัทโฆษณา ซึ่งเป็นนโยบายของแต่ละบริษัทผู้ผลิต เพราะการแจ้งยอดจำนวนที่พิมพ์มากก็เพื่อหวังผลต่อการขายเนื้อที่โฆษณา

\* จากการสำรวจนิตยสารที่ผลิตและออกจำหน่ายก่อนเดือน สิงหาคม 2528 .

<sup>1</sup> สุภษิต . "หนังสือผู้หญิง . ธุรกิจขายฝันบนหน้ากระดาษเป็นอนิเมท ." กระดิ่งงา ปีที่ 1 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม 2527) : 141 .

<sup>2</sup> สนธิ ลิ้มทองกุล , "ต้องแก้ก่อนจึงชนะได้ ." ผู้จัดการ ปีที่ 1 ฉบับที่ 11 (กรกฎาคม 2527) : 220 .



แต่อย่างไรก็ตามตัวเลขที่แสดงยอดจำนวนพิมพ์ของแต่ละฉบับในตารางที่ 5 ช่วยให้สามารถมองเห็นถึงสถานการณ์การแข่งขันในระหว่างตราสินค้าได้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 5. แสดงจำนวนนิตยสารสตรีที่พิมพ์ โดยแยกตามกำหนดที่ออกจำหน่าย

กำหนดออก	ชื่อนิตยสาร	จำนวนพิมพ์
รายสัปดาห์	บางกอก	200,000
	สกุลไทย	180,000
	สตรีสาร	80,000
	เดลิเมล์	65,000
	ทานตะวัน	50,000
รายบักษ์	ขวัญ เรือน	160,000
	กุลสตรี	130,000
	ดิฉัน	120,000
	แพรว	60,000
	แม่บ้าน	60,000
	หญิงไทย	60,000
	นรี	50,000
	เปรี้ยว	50,000
	สาวสยาม	50,000
	ลลนา	50,000
	กานดา	50,000
	แพรวสุดสัปดาห์	40,000
	เรวี	30,000
คัทลียา	20,000	

ตารางที่ 5 (ต่อ)

กำหนดออก	ชื่อนิตยสาร	จำนวนที่พิมพ์
รายเดือน	สาวสวย	100,000
	ผู้หญิง 24	50,000
	ลูกส	40,000
	กระดิ่งงา	30,000
	นะคะ	30,000
ราย 2 เดือน	แฟชั่นดารา	45,000
	แฟชั่นวัยรุ่น	45,000
	แฟชั่นรีวิว	30,000
ราย 3 เดือน	ไทยแฟชั่น	50,000

ที่มา : ข่าวมิเดีย บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ จำกัด เดือน ตุลาคม 2528

จากตารางที่ 5 จะเห็นว่ากลุ่มนิตยสารเพื่อสาวรักบ้านรักเรือน ขวัญเรือนมียอดพิมพ์สูงสุด 160,000 ฉบับ สำหรับกลุ่มนิตยสารเพื่อสาวรักการบันเทิง เรืองรมย์ บางกอกมียอดพิมพ์สูงสุด 200,000 ฉบับ ส่วนกลุ่มนิตยสารเพื่อสาวรักสวยรักงาม สาวสวยมียอดพิมพ์สูงสุด 100,000 ฉบับ กลุ่มนิตยสารเพื่อสาววัยรุ่น แพรวมียอดพิมพ์สูงสุด 60,000 ฉบับ และกลุ่มนิตยสารเพื่อสาววัยทำงาน ดิฉันมียอดพิมพ์สูงสุด 110,000 ฉบับ

ตารางที่ 6. แสดงจำนวนนิตยสารที่พิมพ์แยกตามประเภทนิตยสาร

ประเภทนิตยสาร	ชื่อนิตยสาร	จำนวนพิมพ์
เพื่อสาวรักบ้านรักเรือน	ขวัญเรือน	160,000
	กุลสตรี	130,000
	แม่บ้าน	60,000
	หญิงไทย	60,000
	กานดา	50,000
เพื่อสาวรักการบันเทิง เรืองรมย์	บางกอก	200,000
	สกุลไทย	180,000
	ทานตะวัน	65,000
	เดลิเมล์	50,000
เพื่อสาวรักสวยรักงาม	สาวสวย	100,000
	ไทยแฟชั่น	50,000
	สาวสยาม	50,000
	แฟชั่นดารา	45,000
	แฟชั่นวัยรุ่น	45,000
	แฟชั่นรีวิว	30,000

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ประเภทนิตยสาร	ชื่อนิตยสาร	จำนวนพิมพ์
เพื่อสาววัยรุ่น	แพรว	60,000
	เปรี้ยว	50,000
	แพรวสุดสัปดาห์	40,000
	แรกรุ่น	30,000
เพื่อสาววัยทำงาน	ดิฉัน	110,000
	สตรีสาร	80,000
	นรี	50,000
	ผู้หญิง 24	50,000
	ลลนา	50,000
	นะกะ	30,000
	กระดิ่งงา	30,000
	จุกส์	30,000
	กัทลีญา	20,000

ที่ยา ขาวมิเดีย บริษัท โอกลวี แอนิเมเตอร์ จำกัด ตุลาคม 2528

ผลิตภัณฑ์

ในที่นี้จะกล่าวถึงเนื้อหา รูปแบบ และการกำหนดอัตราค่าโฆษณา

เนื้อหาของนิตยสารสตรีทั้ง 30 ยี่ห้อ สรุปได้ดังนี้

ยี่ห้อ	เนื้อหา
<p>กานดา กุลสตรี ขวัญ เรือน แม่บ้าน หญิงไทย</p>	<p>นิตยสาร เพื่อสาว : เนื้อหาหลักของนิตยสารกลุ่มนี้ เน้นที่การให้ความรู้ใน รักบ้านรัก เรือน เชิงการบ้านการ เรือน หรือการให้ข้อคิด ข้อสั่ง เกด หรือข้อชี้แนะหรือข้ออุทาหรณ์แก่ผู้ครองเรือน ส่วนใหญ่ เป็น เกร็ดความรู้ เรื่องผู้หญิงกับความสวยงามทั้งกาย และใจในการผูกใจชาย รวมถึงการประดิษฐ์ การ ตกแต่ง เย็บปักถักร้อย การทำอาหาร การดูแลบุตร และธิดา ตลอดจนการทำความสะดวก การดูแลบ้าน เรือน ทุกเล่มมีหน้าเรียนตัด เสื้อ ที่แตกต่างกันไปจาก เล่ม อื่น ๆ คือ <u>แม่บ้าน</u>ซึ่งไม่มีหน้าแบบเสื้อ แต่มีภาพ อาหารและความรู้เกี่ยวกับการปรุงอาหารแทน</p>
<p>เคลิเมลล์ ทานตะวัน บางกอก สกุลไทย</p>	<p>นิตยสารเพื่อสาว : เนื้อหาหลักของนิตยสารกลุ่มนี้ เน้นหนักด้านนวนิยาย รักการบันเทิง ทั้งเรื่องยาว เรื่องสั้น เรื่องแปล นวนิยายใน เรื่องรมย์ แต่ละเล่มก็เน้นต่างกันไป <u>บางกอก ทานตะวัน</u> เน้น เรื่องประเภท โลกโหม ส่วน <u>สกุลไทย</u> และ <u>เคลิเมลล์</u> เน้นด้านชีวิต แต่อย่างไรก็ตาม หนังสือ กลุ่มนี้ยังมีแฟชั่นประจำฉบับ ยกเว้น <u>สกุลไทย</u> ที่หันไปเน้นภาพเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจ นอกจากนี้แต่ละ เล่มยกเว้น <u>บางกอก</u> ต่างจัดทำคอลัมน์ เสริมมาช่วยให้นิตยสารน่าอ่านยิ่งขึ้น</p>

## การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของนิตยสารสตรีทั้ง 30 ยี่ห้อ (ต่อ)

ยี่ห้อ	เนื้อหา
<p>ไทยแพชั่น แพชั่นคารา แพชั่นรีวิว แพชั่นวัยรุ่น สาวสยาม สาวสวย</p>	<p>นิตยสารเพื่อสาว : นิตยสารทั้ง 7 ฉบับในกลุ่มนี้ สามารถแบ่งย่อยออกได้ เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกมี <u>ไทยแพชั่น</u> <u>แพชั่นคารา</u> <u>แพชั่นรีวิว</u> และ<u>แพชั่นวัยรุ่น</u> กลุ่มนี้เน้นหนักด้านแฟชั่น เป็นแบบ เสื้อ แบบผม เกือบทั้งเล่ม มีการถ่ายทำและใช้กระดาษอย่างดี อีกกลุ่มประกอบด้วย <u>สาวสยาม</u> <u>สาวสวย</u> กลุ่มนี้ เน้นด้านนวนิยาย แต่ที่ไม่รวมในกลุ่มสาวรักสวยรักงาม เพราะมีแฟชั่นมากกว่า และเน้นเรื่องสวย ๆ งาม ๆ ด้วย</p>
<p>เปรี้ยว แพรว แพรวสุด- สัปดาห์ เรา</p>	<p>นิตยสารเพื่อสาว : เนื้อหาหลักของนิตยสารกลุ่มนี้ เน้นตลาดวัยรุ่น นายแบบ และนางแบบส่วนใหญ่ เป็นหน้าใหม่ ๆ ส่วนของ ภาษาที่เขียน เป็นกันเองกับวัยรุ่น มีคอลัมน์ต่าง ๆ ที่เน้นสาระและความรื่นเริงที่อ่านแล้ว เข้าใจได้ง่ายอยู่มากมาย</p>
<p>นตะ กระดิ่งงา ดิฉัน นรี ผู้หญิง 24 คัทลียา ลลนา จุกส สตรีสาร</p>	<p>นิตยสารเพื่อสาว : เนื้อหาหลักของนิตยสารกลุ่มนี้ เน้นไปที่สาวที่มีการมีงานทำแล้ว หรือไม่ก็เป็นสาวในรั้วอุดมศึกษา ประกอบไปด้วยคอลัมน์ต่าง ๆ เช่น สัมภาษณ์บุคคล สารคดี แม่บ้าน จัดบ้าน จัดสวน ดูดวง ฯลฯ แต่ละฉบับลงเน้นเนื้อหาต่างกันไป</p>

ตารางที่ 7 แสดงกำหนดออก ขนาด จำนวนหน้าทั้งหมด จำนวนหน้าสี และประเภทของ  
กระดาษ

ยี่ห้อ	กำหนด ออกราย	ขนาด (นิ้ว)	จำนวนหน้า ทั้งหมด (ประมาณ)	จำนวนหน้าสี ในส่วนที่เป็นเนื้อ หา	ประเภทของ กระดาษหน้า ขาวดำ
กานดา	บักซ์	7.5x10	158	8	ปรู๊ฟ
กุลสตรี	บักซ์	6.5x9.5	200	10-12	ปรู๊ฟ
ขวัญ เรือน	บักซ์	6.5x9.5	212	14-16	ปรู๊ฟ
แม่บ้าน	บักซ์	7.5x10	124	10-12	ปรู๊ฟ
หญิงไทย	บักซ์	6.5x9.5	208	24	ปรู๊ฟ
เคลิเมล	สัปดาห์	9.5x13	92	2-3	ปรู๊ฟ
ทานตะวัน	สัปดาห์	9.5x13	96	2-4	ปรู๊ฟ
บางกอก	สัปดาห์	9.5x13	60	2-3	ปรู๊ฟ
สกุลไทย	สัปดาห์	9.5x13	80	2-4	ปรู๊ฟ
ไทยแพชั่น	3 เดือน	12.5x14.5	100	70-80	อาร์ด
แพชั่นดารา	2 เดือน	8.5x11	120	85-90	อาร์ด
แพชั่นรีวิว	2 เดือน	8.5x11	124	85-90	อาร์ด
แพชั่นวัยรุ่น	2 เดือน	8.5x11	120	85-90	อาร์ด
สาวสยาม	บักซ์	8.5x11	92	3-5	ปรู๊ฟ
สาวสวย	บักซ์	8.5x11	108	-	ปรู๊ฟ



## ตารางที่ 7 (ต่อ)

ชื่อ	กำหนด ออกราย	ขนาด (นิ้ว)	จำนวนหน้า ทั้งหมด	จำนวนหน้า สี ในส่วน ที่เป็น เนื้อหา	ประเภทของ กระดาษหน้า ขาวดำ
เปรี้ยว	บักซ์	8.5x11	156	28-32	ปรูฟมัน
แพรว	บักซ์	8.5x11	198	16-20	ปรูฟ
แพรวสุด- สัปดาห์	บักซ์	8.5x11	146	17-20	ปรูฟ
เรา	บักซ์	8.5x11	120	16-20	ปรูฟ
คัทลียา	บักซ์	8.5x10	156	20	ปรูฟ
กระดิ่งงา	เดือน	8.5x11	140	32	ปรูฟมัน
ดิฉัน	บักซ์	8.5x11	228	24-32	ปรูฟมัน
นรี	บักซ์	8.5x11	138	24	ปรูฟ
ผู้หญิง 24	เดือน	8.5x11	192	116-20	ปอนด์
นะกะ	เดือน	8.5x11	124	-	ปรูฟ
ลลนา	บักซ์	8.5x11	162	20-24	ปรูฟ
ลุดส	เดือน	8.5x11	120	40-45	ปอนด์
สตรีสาร	สัปดาห์	7.5x11	132	5-8	ปรูฟ

ที่มา : จากถาวรฉบับนิตยสารสตรีแต่ละฉบับ เดือน ตุลาคม 2528

### รูปแบบของนิตยสาร

จากตารางที่ 7 จะเห็นรูปแบบของนิตยสารในด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ

#### 1. ด้านขนาด

มีเพียงกลุ่มนิตยสารเพื่อสาวรักการบันเทิง เรียงรมย์ที่เป็นขนาด 4 หน้ายก<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ใช้กระดาษกว้างยาว 24 คูณ 35 นิ้ว พิมพ์ด้วยแม่พิมพ์ได้ด้านละ 4 หน้าต่อแผ่น

และไทยแพชั่น ที่เป็นขนาด 4 หน้ายกพิเศษ นอกนั้นเป็นขนาด 8 หน้ายกทั้งหมด ซึ่งมีทั้ง 8 หน้ายกเล็ก และ 8 หน้ายกธรรมดา และ 8 หน้ายกพิเศษ

2. ด้านกระดาษที่ใช้พิมพ์ ในวงการหนังสือนิยมใช้อยู่ 4 ชนิด คือ กระดาษอาร์ตการ์ด กระดาษอาร์ต กระดาษปรีฟมันและกระดาษปรีฟธรรมดา เห็นได้ว่านิตยสารสตรีส่วนใหญ่ นิยมใช้กระดาษปรีฟธรรมดาในการพิมพ์ มีเพียงนิตยสารลูกผสมบ้างเดียวที่ใช้กระดาษปอนด์

3. ด้านความหนาของกระดาษที่ใช้พิมพ์ ทั่ว ๆ ไปใช้กระดาษ 85 แกรม<sup>1</sup> ส่วนปกหนังสือนิยมใช้กระดาษ 150-210 แกรม

4. ด้านตัวเรียง นิตยสารสตรีส่วนใหญ่มักใช้ตัวเรียงขนาด 14 ปอยท์<sup>2</sup> และส่วนใหญ่ใช้ตัวเรียงระบบคอมพิวเตอร์

\* ในปัจจุบันนิตยสารสตรีเริ่มให้ความสนใจนำเอาศิลปะมาช่วยในการออกแบบหลายด้าน เช่น

1. ด้านภาพหน้าปก เนื่องจากมีการผลิตนิตยสารออกมามากมายหลายประเภท ปกของนิตยสาร เป็นสื่ออันแรกในการดึงให้คนอ่าน เข้ามาจับต้องหนังสือและเปิด เข้าไปอ่านข้างใน ดังนั้นนิตยสารสตรีแต่ละฉบับพยายามออกแบบหน้าปกของตนให้เด่นที่สุด นับตั้งแต่ชื่อนิตยสาร ภาพตัวอักษร และข้อความบนปก เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้อ่านรู้จัก เนื้อหาที่บรรจุอยู่ภายใน มีการนำเทคนิคแปลก ๆ ใหม่ ๆ มาใช้ตลอดเวลา

2. ด้านหน้าสารบัญ ซึ่งเป็นหน้าที่แสดงออกถึง เนื้อหาภายใน เล่มของนิตยสารทั้งหมด และเนื่องจากผู้อ่านบางคนชอบอ่านหน้าสารบัญก่อนที่จะเปิดดูรายละเอียดข้างใน จึงมีนิตยสารสตรีหลายเล่ม เริ่ม ให้ความสนใจทำหน้าสารบัญให้สวยงามและเกิดประโยชน์มากที่สุด บางฉบับให้เนื้อที่ถึง 2 หน้า บางฉบับเริ่มทำเป็นภาพสีและมีภาพประกอบ เป็นต้น

<sup>1</sup> เป็นหน่วยวัดคุณภาพกระดาษ คือ ถ้านำกระดาษอาร์ตขนาด 1 ตารางเมตรมา 1 แผ่น ซึ่งน้ำหนัก 85 กรัม แสดงว่ากระดาษนั้นเป็นกระดาษ 85 กรัม

<sup>2</sup> ปอยท์ คือ หน่วยบอกขนาดส่วนสูงของตัวอักษร 1 ปอยท์ = 0.01384 นิ้ว

๓. ด้านการจัดวางรูปเล่มภายใน ปกคิบรรณาธิการจะคิดมาก่อนว่าจะทำอย่างไร และให้ฝ่ายศิลป์ทำออกมา แต่ปัจจุบันส่วนใหญ่ให้ฝ่ายศิลป์เป็นผู้จัดทำ แต่บางฉบับยังไม่เห็นความสำคัญ โดยยังมีการใช้ตัวหนังสือขนาดเล็กเพื่อบรรจุเนื้อหา มาก ๆ ซึ่งเป็นอันตรายต่อสายตาคนอ่าน บางฉบับใช้ตัวหนังสือหลายแบบเกินไปภายในเล่มเดียวกัน ทำให้แลดูไม่สวยงาม

ตารางที่ 8 แสดงอัตราค่าโฆษณาของนิตยสารสตรีทั้ง 28 ฉบับ แยกตามประเภท

ตำแหน่งหน้าที่จะลงโฆษณา						
ยี่ห้อ	ปกหลัง	ปกหน้าใน	ปกหน้าใน	หน้า ๓	เนื้อใน	
					สี่สี	ขาวดำ
นิตยสารเพื่อสาวรักบ้านรักเรือน						
ขวัญเรือน	29,000	28,000	26,000	-	27,000	7,000
แม่บ้าน	24,000	19,000	18,000	19,000	19,000	6,000
กุลสตรี	22,000	19,000	18,000	20,000	17,000	8,500
กานดา	15,000	13,000	11,000	-	9,000	5,000
หญิงไทย	14,000	10,000	9,000	-	8,000	-
นิตยสารเพื่อสาวรักการบันเทิง เรืองรมย์						
บางกอก	33,000	30,000	30,000	-	22,000	11,000
สกุลไทย	33,000	26,000	26,000	-	26,000	-
เดลิเมล์	28,000	26,000	-	-	24,000	-
ทานตะวัน	12,000	7,000	7,000	-	6,000	3,600

## ตารางที่ 8 (ต่อ)

ยี่ห้อ	ตำแหน่งหน้าที่จะลงโฆษณา					
	ปกหลัง	ปกหน้าใน	ปกหลังใน	หน้า 3	เนื้อหา	
					สี	ขาวดำ
<b>นิตยสารเพื่อสาวรักสวยรักงาม</b>						
แฟชั่นดารา	35,000	30,000	25,000	27,500	18,000	-
แฟชั่นวัยรุ่น	35,000	30,000	25,000	27,500	18,000	-
ไทยแฟชั่น	31,000	21,000	20,000	21,000	-	-
สาวสวย	30,000	25,000	22,000	20,000	20,000	7,000
สาวสยาม	24,000	19,000	16,000	-	14,000	7,500
แฟชั่นรีวิว	18,000	16,000	14,000	-	15,000	-
<b>นิตยสารเพื่อสาววัยรุ่น</b>						
แพรว	24,000	20,000	16,000	15,000	12,500	16,000
เปรี้ยว	16,000	14,000	13,000	12,500	12,000	-
เรา	12,000	11,000	10,000	-	8,000	4,000
แพรวสุด- ส์ปดาศ์	9,000	7,000	6,000	7,000	6,000	3,000



## ตารางที่ 8 (ต่อ)

ชื่อ	ค่าแห่งหน้าที่จะลงโฆษณา					
	ปกหลัง	ปกหน้าใน	ปกหลังใน	หน้า 3	เนื้อใน	
					สี่สี	ขาวดำ
นิตยสารเพื่อสาววัยทำงาน						
ดิฉัน	25,500	22,000	20,000	21,000	17,000	11,000
ลูกส	20,000	18,000	16,000	17,000	14,000	9,000
ลลนา	20,000	16,000	13,000	16,000	13,000	5,000
ผู้หญิง 24	18,000	12,000	12,000	15,000	12,000	8,000
กระดังงา	17,000	15,000	13,000	-	12,000	8,000
สตรีสาร	18,000	14,000	12,500	-	12,000	8,000
นรี	15,000	13,000	12,500	10,000	10,000	-
คัทลียา	15,000	13,000	12,000	11,000	10,000	3,500
นะกะ	15,000	12,000	12,000	10,000	9,000	6,000

ที่มา : ใบแจ้งความจ้างลงโฆษณาของแต่ละบริษัท สํารวจสิ้นเดือน สิงหาคม 2528

4. ด้านรูปประกอบ ซึ่งอาจจะ เป็นรูปถ่าย รูปวาด หรือรูปตัดปะนั้น เป็นหัวใจสำคัญอันหนึ่งของการจัดหน้าหนังสือ และผู้ซื้อนิตยสารส่วนหนึ่งซื้อนิตยสารเพราะตัดใจในรูปภาพประกอบ ทำให้ผู้ผลิตนิตยสารสตรีให้ความสนใจเรื่องภาพประกอบมากขึ้น มีการว่าจ้างช่างภาพ ผู้เขียนภาพประกอบที่มีชื่อให้มาถ่ายภาพหรือวาดภาพให้ มีการค้นหาเทคนิคใหม่ ๆ ในการนำเสนอรูปภาพอยู่ตลอดเวลา

อัตราค่าลงโฆษณาในนิตยสาร

กล่าวกันได้ว่า รายได้ของนิตยสารมีอยู่ 2 ทาง คือ รายได้จากการจำหน่ายนิตยสาร

และรายได้จากการขาย เนื้อที่กระดาษสำหรับการโฆษณา ผู้บริหารของนิตยสารสคริปต์ฉบับต่าง ๆ ให้ความสนใจกับการหาโฆษณามาลงในนิตยสารของคนมาก โดยบางฉบับมีเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโดยตรงในการไปติดต่อกับบริษัทต่าง ๆ มาลงโฆษณาในหนังสือของคุณ

อัตราค่าโฆษณาจะถูกหรือแพงขึ้นกับปัจจัย

1. ความนิยมในนิตยสารเล่มนั้น
2. นโยบายของผู้ผลิตว่าจะให้มีหน้าโฆษณากี่หน้า คือส่วนใหญ่เป็นพวกนิตยสารที่มียอดจำหน่ายสูงมาก ถ้าเพิ่มหน้าโฆษณาผลการคำนวณเนื้อหาค่าใช้จ่ายแล้ว ค่ากระดาษที่ต้องเสียเพิ่ม เท่ากับเงินค่าโฆษณาที่ได้เพิ่มมา บางครั้งค่ากระดาษที่เพิ่มยังมากกว่าค่าโฆษณาที่ได้เพิ่มมาอีก

### การตั้งราคา (Pricing)

เนื่องจากรายได้จากการจำหน่ายนิตยสาร เป็นเพียงส่วนหนึ่งของรายรับ ยังมีรายได้ อีกทางคือ รายได้จากค่าโฆษณาที่บริษัทห้างร้านต่าง ๆ ว่าจ้างให้ลงในนิตยสาร ดังนั้นแต่ละฉบับจะมีวิธีการตั้งราคาที่ไม่เหมือนกัน บางฉบับเน้นรายได้จากโฆษณาโดยยอมตั้งราคารานิตยสารของตนต่ำกว่าราคาต้นทุนในการผลิต แต่บางฉบับเน้นรายได้จากค่าโฆษณาเป็นหลัก ดังนั้นราคาที่ตั้งไว้จึงต้องคุ้มค่าใช้จ่าย นอกจากนี้การตั้งราคายังต้องพิจารณาถึงการตั้งราคาของนิตยสาร คู่แข่งที่อยู่ในประเภทเดียวกัน และการวางตำแหน่งนิตยสารว่าจะให้อยู่ในระดับไหน

ราคาของนิตยสารแต่ละฉบับที่จำหน่ายให้ผู้บริโภคคนสุดท้ายมีราคาเดียว เหมือนกัน ไม่ว่าผู้บริโภคจะซื้อจากส่วนไหนของประเทศ ราคาของนิตยสารสคริปต์แต่ละฉบับดูได้จากตารางที่ 5 ดังนั้นเกี่ยวกับการตั้งราคาในที่นี้จะกล่าวถึง ราคาที่ผู้ผลิตกำหนดขึ้น เป็นราคาขายส่ง โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้ คือ

ราคาขายส่งสำหรับผู้จัดจำหน่ายหรือสำหรับผู้จำหน่าย ส่วนใหญ่ให้ส่วนลดประมาณ 25-35 เปอร์เซ็นต์ของราคารานิตยสารที่จำหน่ายปลีก และให้สินเชื่อบริการประมาณ 1-3 เดือน ขึ้นอยู่กับฐานะทางการเงินและความเชื่อถือของแต่ละแห่ง

การเปลี่ยนแปลงราคาแต่ละครั้งจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

1. ปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น เช่น ค่ากระดาษที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น
2. ความนิยมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าฉบับนั้น ๆ
3. นโยบายและความสามารถในการหาโฆษณามาลงในนิตยสารของคน

ตารางที่ 9 แสดงการ เปรียบ เทียบราคาที่ตั้งครั้งแรกกับราคาในปัจจุบันของนิตยสารทั้ง 30 ฉบับ แยกตามประเภท

ยี่ห้อ	ปีที่แรกที่วางตลาด	ราคาที่ตั้งครั้งแรก (บาท)	ราคาปัจจุบัน (บาท) พ.ศ.2529	% การ เปลี่ยน แปลงราคา	วางจำหน่าย มาแล้ว/ปี
<b>นิตยสาร เพื่อสาวรักบ้านรัก เรือน</b>					
กานดา	2526	15	15	-	3
กุลสตรี	2513	5	15	200.0	16
ขวัญ เรือน	2511	5	15	200.0	18
แม่บ้าน	2519	8	12	50.0	10
หญิงไทย	2513	8	12	50.0	16
<b>นิตยสาร เพื่อสาวรักการบันเทิง เรืองรมย์</b>					
เดลิเมล์	2517	7	10	42.9	12
สกุลไทย	2497	2.50	10	300.0	32
บางกอก	2501	3	7	133.3	28
ทานตะวัน	2515	5	7	40.0	14





## ตารางที่ ๑ (ต่อ)

ยี่ห้อ	ปีที่วางตลาด	ราคาที่ตั้งครั้งแรก (บาท) ม.ค. 2529	ราคาปัจจุบัน (บาท)	% การเปลี่ยนแปลงราคา	วางจำหน่ายมาแล้ว/ปี
<b>นิตยสาร เพื่อสาวรักสวยรักงาม</b>					
ไทยแฟชั่น	2515	15	50	233.3	14
แฟชั่นวัยรุ่น	2517	30	50	66.7	12
แฟชั่นดารา	2524	30	50	66.7	5
แฟชั่นรีวิว	2525	35	50	57.2	4
สาวสวย	2518	8	12	50.0	11
สาวสยาม	2517	8	10	25.0	12
สตรีสยาม	2524	10	10	-	5
<b>นิตยสาร เพื่อสาววัยรุ่น</b>					
แพรว	2522	10	20	100.0	7
เปรี้ยว	2524	15	20	33.3	5
แพรวสุดสัปดาห์	2525	10	15	50.0	4
เรา	2526	15	20	33.3	3



## ตารางที่ 9 (ต่อ)

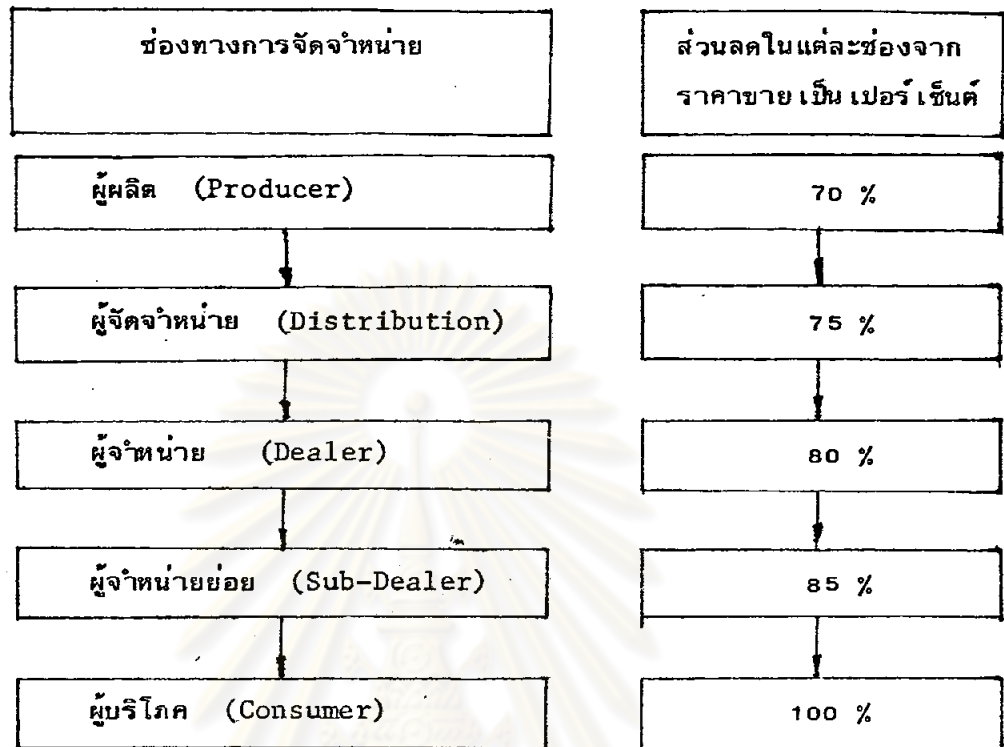
ยี่ห้อ	ปีแรกที่วางตลาด	ราคาที่ตั้งครั้งแรก (บาท) ม.ค. 2529	ราคาปัจจุบัน* (บาท)	% การเปลี่ยนแปลงราคา	วางจำหน่ายมาแล้ว/ปี
นิตยสารเพื่อสาววัยทำงาน					
จุดศ	2526	35	35	-	3
ดิฉัน	2520	12	30	150.1	9
กระดิ่งงา	2526	30	25	-16.7	3
คัทลียา	2528	20	20	-	1
ผู้หญิง 24	2524	20	35	25.0	5
นกะ	2528	30	30	-	1
ลลนา	2516	7.50	20	166.7	13
สตรีสาร	2490	1.50	15	900	39
นรี	2526	12	15	25	3

ที่มา : จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการและผู้เกี่ยวข้องของนิตยสารสตรีฉบับต่าง ๆ

\* สืบราคาจลนเดอน มกราคม 2529

### ช่องทางการจัดจำหน่าย

จุดประสงค์ของการจัดจำหน่ายสินค้าคือ การนำสินค้าจากผู้ผลิตหรือจากผู้ขายไปยังสถานที่ที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคต้องการจะซื้อ และเป็นสถานที่ที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคหาซื้อได้สะดวก วิธีการจำหน่ายนิตยสาร(สตรี)จะผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย และการให้ส่วนลดในแต่ละช่องจะเป็นไปในลักษณะดังต่อไปนี้



นิตยสารสตรีที่ผลิตเป็นรูปเล่มเสร็จเรียบร้อยแล้วจะส่งไปยังผู้จัดจำหน่ายของผู้ผลิต  
ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 10 แสดงผู้จัดจำหน่ายของนิตยสารสตรีแต่ละฉบับ

ยี่ห้อ	จัดจำหน่ายเอง	ให้ผู้อื่นเป็นผู้จัดจำหน่าย
กานดา	ทจก. ประพันธ์สาส์น	-
กุลสตรี	บ. บวรสารการพิมพ์	-
หญิงไทย	บ. อักษรโสภณ จำกัด	-
สกุลไทย	บ. อักษรโสภณ จำกัด	-
ขวัญเรือน	บ. บรรลือสาส์น จำกัด	-
แพชั่นรีวิว	บ. บรรลือสาส์น จำกัด	-
เคลิเบิ้ล	บ. ประทุมช่าง จำกัด	-
แม่บ้าน	บ. ประชาช่าง จำกัด	-

## ตารางที่ 10 (ต่อ)

ยี่ห้อ	จัดจำหน่ายเอง	ให้ผู้อื่น เป็นผู้จัดจำหน่าย
บางกอก	บ. บางกอกการพิมพ์ จำกัด	-
ทานตะวัน	บ. บางกอกการพิมพ์ จำกัด	-
ไทยแพชั่น	บ. ไทยแพชั่น จำกัด	-
แพชั่นคารา	บ. วงศ์สว่างการพิมพ์	-
แพชั่นวัยรุ่น	บ. วงศ์สว่างการพิมพ์	-
สาวสยาม	บ. ศรีสยามการพิมพ์	-
สตรีสาร	บ. การพิมพ์สตรีสาร จำกัด	-
สาวสวย	บ. สาวสวย จำกัด	-
แพรว	หจก. วารสารบ้านและสวน	-
แพรวสุดสัปดาห์	หจก. วารสารบ้านและสวน	-
กระดิ่งงา	-	บ. เพ็ญบุญ จำกัด
ลูกศ	-	หจก. ก. สัมพันธ์
เปรี๊ยะ	-	หจก. ก. สัมพันธ์
เรา	-	หจก. ก. สัมพันธ์
มะกะ	-	หจก. ก. สัมพันธ์
ดิฉัน	-	หจก. ก. สัมพันธ์
นรี	-	หจก. ก. สัมพันธ์
ผู้หญิง 24	-	หจก. ก. สัมพันธ์
คัทลียา	-	หจก. ก. สัมพันธ์
ลลนา	-	หจก. ก. สัมพันธ์

ที่มา : จากนิตยสารฉบับต่าง ๆ สัปดาห์สิ้นเดือน มกราคม 2529

จากรูปช่องทางการจัดจำหน่ายและจลนการของ ~~ที่ 10~~ จะเห็นว่า ผู้ผลิตนิตยสารสตรี ส่วนหนึ่งเป็นผู้ขายสินค้าให้ผู้จำหน่าย แล้วผู้จำหน่ายจะเป็นผู้ขายสินค้าให้ผู้บริโภค ร้านผู้จำหน่าย อาจจะมีการส่งสินค้าไปยังผู้จำหน่ายย่อย (Sub-Dealer) ซึ่งจะมีอยู่หลายร้าน โดยผู้ผลิต จะให้ส่วนแบ่งแก่ผู้จำหน่าย (Dealer) ประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ ของราคานิตยสารที่ขาย ปลีกแก่ผู้ผลิตนิตยสาร อีกส่วนหนึ่งจะให้ผู้จัดจำหน่าย (Distributor) เป็นผู้ขายสินค้าให้โดยผู้จัดจำหน่าย (Distributor) จะไม่มีการขายให้ผู้บริโภคโดยตรง แต่จะส่งสินค้าให้กับผู้จำหน่าย (Dealer) ซึ่งผู้จำหน่ายจะเป็นผู้ขายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง ร้านผู้จำหน่ายอาจจะส่งสินค้าไปให้ผู้จำหน่ายย่อย (Sub-Dealer) ด้วย ทั้งนี้ผู้ผลิตจะให้ส่วนแบ่งแก่ผู้จัดจำหน่าย ประมาณ 30-35 เปอร์เซ็นต์ และผู้จัดจำหน่ายจะให้ส่วนแบ่งแก่ผู้จำหน่ายประมาณ 25 เปอร์เซ็นต์

นอกจากวิธีการจัดจำหน่ายข้างต้นแล้ว ผู้ผลิตใช้วิธีขายตรงโดยให้ผู้อ่านบอกรับ เป็นสมาชิกโดยตรงจากผู้ผลิตควบคู่ไปด้วย

เนื่องจากนิตยสาร เป็นสินค้าที่ต้องผลิตออกมาอย่างต่อเนื่อง มีกำหนดออกเป็นรายต่าง ๆ เช่น รายสัปดาห์ รายบimestrial รายเดือน เป็นต้น จึงต้องอาศัยความรวดเร็วในการวางตลาด เพราะถ้าออกล่าช้าจะทำให้มีผลต่อความนิยมในตัวนิตยสารได้ ดังนั้นผู้ผลิตนิตยสารที่จะเป็นผู้จัดจำหน่าย เองนั้น จะต้องเป็นผู้ผลิตที่มีนิตยสารอยู่ในเครือหลายฉบับ หรือต้องเป็นนิตยสารที่ผลิตมานาน และในปัจจุบัน เป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่านและมียอดจำหน่ายสูง เพราะการกระจายนิตยสารให้มีการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือทั่วประเทศในระยะเวลายังสั้นต้องใช้กำลังคนและทุนมาก

#### การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

การส่งเสริมทางการตลาดของนิตยสารของนิตยสารสตรีฉบับต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยใช้บุคคล (Personal Selling) และการประชาสัมพันธ์ (Publicity)

1. การโฆษณา (Advertising) การโฆษณานิตยสารสตรีไม่ค่อยมีการทำกัน มีโฆษณากันไม่กี่ยี่ห้อ โดยปกติมักเป็นยี่ห้อที่ออกใหม่ ส่วนยี่ห้อที่ออกมานานแล้ว บางยี่ห้อจะมีโฆษณาตอนนิตยสารฉบับใหม่ออกสู่ตลาด ส่วนใหญ่จะทำการส่งเสริมการจำหน่ายด้วยตัวนิตยสาร เองมากกว่า

โดยการจัดทำรูปเล่ม ภาพประกอบ เนื้อหาสาระ โดยเฉพาะภาพหน้าปกให้เด่นส่วน สำหรับนิตยสารสตรีเล่มที่มีโฆษณา สื่อโฆษณาที่นิยมใช้ได้แก่ วิทยุ หนังสือพิมพ์

2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การส่งเสริมการขายแบ่งออกได้เป็น

2.1 การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ระดับผู้บริโภค (Consumer Promotion)  
ทำได้หลายกรณีเช่น

2.1.1 แจกของแถม เช่น นิตยสารฉบับพิเศษ สมุด ลายปัก ฯลฯ

2.1.2 ส่งบทความ เรื่องสั้น ฯลฯ มาประกวดชิงรางวัล

2.1.3 เพิ่มรูปสี เป็นบางฉบับ

2.1.4 ให้ผู้บริโภคสมัคร เป็นกลุ่ม เพื่อมาช่วยทำนิตยสาร ในแนวที่นิตยสารนั้นกำหนดไว้เป็นครั้งเป็นคราว

2.1.5 ทำภาพหน้าปกให้เด่นสะดุดตา

2.2 การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ระดับคนกลาง (Trade Promotion)

ถ้าเจ้าของนิตยสารให้ผู้อื่น เป็นผู้จัดจำหน่ายจะไม่มี แต่ถ้าผู้ผลิตเป็นผู้จัดจำหน่ายเอง มักทำให้รูปของ

2.2.1 การให้ส่วนลดในสินค้าที่ขายให้ โดยจะให้เปอร์เซ็นต์ส่วนลดเพิ่มประมาณ 5 % จากราคาปกนิตยสาร

2.2.2 การผ่อนงานการชำระเงินออกไปบ้างตามสมควร

2.2.3 การจัดชั้นโชว์ ณ จุดขาย

2.2.4 การให้ของแถมในโอกาสพิเศษ เช่น ปีใหม่ เป็นต้น

2.3 การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ระดับพนักงานขาย (Sales Force Promotion)

ไม่มีการทำกัน

3. การขายโดยส่วนบุคคล (Personal Selling) ไม่มีการทำเลย

4. การประชาสัมพันธ์ (Publicity) อาจทำได้หลายกรณี เช่น

4.1 จัดงานฉลองครบรอบปีตาม โรงแรมชั้นนำ

4.2 การจัดประกวดยอดนายแบบและนางแบบหน้าใหม่

4.3 การส่งข่าว ไปลงในคอลัมน์แนะนำหนังสือ ตามหนังสือพิมพ์และนิตยสารในช่วง

ที่นิตยสารฉบับใหม่ออกสู่ตลาด