

การศึกษาพฤติกรรม เกี่ยวกับการซื้อนิตยสารสตรีของไทยใน เขตกรุง เทพมหานคร



นายสุพจน์ กุลปราศรัยทอง

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาการศึกษาศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

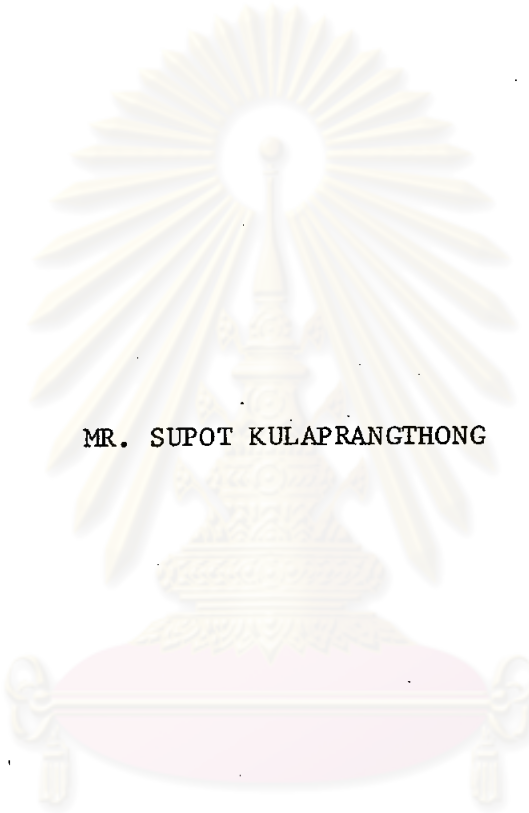
พ.ศ. 2529

ISBN 974-566-616-5

013630

1 15479621

A STUDY ON BUYING BEHAVIORS OF THAI WOMEN WITH REGARD TO WOMEN MAGAZINES
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



MR. SUPOT KULAPRANGTHONG

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1986

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรม เกี่ยวกับการซื้อสินค้าสารสรีของ ไทย ใน เขต
กรุงเทพมหานคร

โดย นายสุพจน์ กุลปรารักษ์ทอง

ภาควิชา การตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนิตย์ ศิริโกศากิจ



บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาคามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.สรชัย พิศาลบุตร)

รักษาการในตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนรักษาการในตำแหน่งคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมภพ เจริญกุล)

..... กรรมการ

(คุณ ชุติตา อารีย์พิพัฒน์กุล)

..... กรรมการ

(อาจารย์ รุ่งเรือง เจางามรัมย์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนิตย์ ศิริโกศากิจ)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การศึกษาพฤติกรรมการซื้อนิตยสารสตรีของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร

ชื่อนิติกร นายสุพจน์ กุศลรางค์ทอง

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นางนิตย์ ศิริโกศากิจ

ภาควิชา การตลาด

ปีการศึกษา 2528



บทคัดย่อ

นิตยสารสตรีเป็นประเภทนิตยสารที่นับรวมกันจะมีจำนวนการผลิตออกมาวางจำหน่ายตามร้านหนังสือมากที่สุด เมื่อเทียบกับนิตยสารประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้การเคลื่อนไหวในกลุ่มของนิตยสารสตรีมีอยู่ตลอดเวลา มีทั้งประเภทออกมาฉบับเดียวแล้วหยุด หรือ เปลี่ยนแปลงคณะผู้จัดทำ บางฉบับก็มียอดจำหน่ายสูง ประกอบกับภาวะการรู้หนังสือของประชาชนมีมากขึ้น การขยายตัวของสินค้าอุปโภคบริโภค และ เทคโนโลยีทางการพิมพ์เจริญก้าวหน้า ทำให้มีผู้หันมาสนใจประกอบธุรกิจนิตยสารกันอย่างจริงจังมากขึ้น แต่ยังไม่มียุคใดทำการศึกษาด้านการตลาดของนิตยสารสตรีอย่างจริงจัง ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการซื้อนิตยสารสตรีของสตรีไทยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและสาธารณชนทั่วไป

การศึกษาครั้งนี้เน้นหนักไปทางด้านการวิจัย โดยการออกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 500 ชุด เป็นแบบสอบถามของผู้ที่เคยซื้อนิตยสารสตรี 450 ราย และผู้ที่ไม่เคยซื้อนิตยสารสตรี 50 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบโควต้า รวมทั้งการสัมภาษณ์บรรณาธิการ ตลอดจนการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการนิตยสาร

ผลสรุปจากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบว่า เนื้อหาสาระในนิตยสารเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิตยสารสตรีเป็นประจำมากที่สุด โดยเฉพาะคอลัมน์ที่เกี่ยวกับนวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องแปล รองลงมา เป็นปัจจัยด้านราคา

เหตุผลส่วนใหญ่ในการซื้อนิตยสารสตรีมาอ่านคือ ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด จากชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคนิยมซื้อนิตยสารสตรีตามร้านหนังสือทั่วไปมากกว่าการบอกรับ เป็นสมาชิกประจำจากผู้ผลิต

จากการศึกษาในเรื่องนี้ ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่าผู้ผลิตนิตยสารสตรีควรจะให้ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ให้มาก โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับเนื้อหาสาระ คอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสารต้องพอดีกัน ไม่หนักไปด้านใดด้านหนึ่ง ต้องพิถีพิถันในการคัดเลือกนักเขียนและเรื่องที่จะลงในนิตยสาร ให้มีคุณภาพ มีสาระ แต่ไม่หนักสมองเกินไป ภาพหน้าปก ยี่ห้อนิตยสาร ต้องเด่นและสวย ภาพประกอบในเล่มสวย กระดาษดี ขนาดควรเป็น 8.5x11 นิ้ว การพิมพ์ตัวอักษรต้องไม่ให้ผิด กำหนดการออกต้องแน่นอน ราคาควรอยู่ระหว่าง 7-25 บาท ขึ้นกับประเภทนิตยสารสตรี มีการกระจายสินค้าที่รวดเร็วและกว้างขวางไปตามร้านขายหนังสือทุกร้าน ควรมีการโฆษณาบ้างในระยะแรก ๆ ที่ผลิตออกจำหน่าย การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคและการประชาสัมพันธ์ก็เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องทำอย่างต่อเนื่อง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thesis Title A Study on Buying Behaviors of Thai Women with
 Regard to Women Magazines in Bangkok Metropolitan
 Area

Name Supot Kulaprangthong

Thesis Advisor Assistant Nongnit Siripokakij

Department Marketing

Academic Year 1985



ABSTRACT

Women magazines, among the other magazines, are most widely published and distributed over the bookstores. As more and more people are better educated together with the enlargement of consumer markets and the rapid development of the publishing technology, magazine business has consequently interested by many investors. Women magazine market is very volatile and competitive. The degree of successes of such magazines varied considerably from one of the best seller to one of failure since the first issue or of changing the editorial team. Since no one has ever paid much attention on the market research, the author therefore conducted this Buying behaviors of Thai women with regard to women magazines in Bangkok Metropolitan Area, aiming that some uses for all related parties concerned including the academy and general public.

The study was servey-oriented. 500 questionnaires were distributed to respondents by quota sampling method. Of which 450 are

designed for those who ever bought and the rest 50 are for those who never bought the women magazine. In addition, the research also included interviewing the magazine editors and other magazine concerned parties.

Following findings can be summarized from the study:-

- The contents in the magazine are the most influential factor for the repetitive purchasing particularly, the contents of the novels, short stories and translation stories. Prices are, however, the secondary influential factor.
- The reason to buy and read the women magazine is pest for relaxation from the daily working strains.
- The consumers prefer to buy magazine from the bookstores rather than subscription

As a result from the study, the author would like to make following recommendations to the women magazine producers:-

- The producers should pay very much attention on the quality, particularly on the contents of each column. The overall contents must be a well mixture not concentrate on any particular point or mood.
- The columnist and the story to be published must be seriously selected to ensure. The readers are relax, obtaining some sort of valuable knowledge but must not be too heavy for them.
- The picture design of the front cover including the magazine's name must be look attractive.
- The pictures or photos inside must be beautiful.
- The good quality paper of size 5"x11" are recommended and the proof of wording and printing must be correct and on time delivery.

- The price may should be between 7-25 bahts, depending on the types of women magazine to be marketed
- The distribution must be fast and convenience
- Advertising is necessary when launch. Sales promotions and public relations should be continually done.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



กิตติกรรมประกาศ

ในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สมภพ เจริญกุล ที่ได้มาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ รุ่ง เรือง เงามามร์คน ที่ได้มาเป็นกรรมการสอบ และคุณชุลิตา อารียทิพัฒน์กุล บรรณาธิการบริหารนิตยสารคิฉัน ที่ได้สละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำแนะนำและมาเป็นกรรมการสอบ

นอกจากนี้ บุคคลสำคัญที่จะต้องประกาศให้ทราบคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนิตย์ สิริโกศาภิก ที่รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการเขียนวิทยานิพนธ์ ตลอดจนสละเวลาให้คำแนะนำ ปรึกษา ข้อคิด และแก้ไขวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณท่านบรรณาธิการนิตยสารสตรีฉบับต่าง ๆ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการนิตยสารต่าง ๆ ที่ได้ร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ และให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นแนวทางและประโยชน์ในการเขียนด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ผู้เขียนขอขอบคุณครอบครัวของผู้เขียน หัวหน้างานที่ผู้เขียนทำงานอยู่ คนพิมพ์วิทยานิพนธ์ และเพื่อน ๆ ที่ได้ให้กำลังใจในการเขียนวิทยานิพนธ์นี้ด้วยดีตลอดมา

สุพจน์ กุลปรารค์ทอง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ



ฉ

หน้า

✓ บทคัดย่อภาษาไทย	๖
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่	
✓ 1 บทนำ	1
2 ความหมาย ประเภท และขั้นตอนการผลิตนิตยสาร	9
3 การดำเนินงานด้านการตลาด	18
4 การวิเคราะห์ข้อมูล	39
✓ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	136
บรรณานุกรม	141
ภาคผนวก	144
ประวัติผู้เขียน	162

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงการ เคยซื้อและไม่เคยซื้อ นิตยสารสตรีของการทดสอบ สุ่มตัวอย่าง	5
2 แสดงจำนวนประชากรใน เขตกรุง เทพมหานครที่เป็น เพศหญิง	6
3 แสดงการกระจายของประชากร โดยพิจารณาพฤติกรรมการซื้อ และอายุ	7
4 แสดงการกระจายของตัวอย่างที่จะสุ่ม	8
5 แสดงจำนวนนิตยสารสตรีที่พิมพ์ โดยแยกตามกำหนดที่ออกจำหน่าย	19
6 แสดงจำนวนนิตยสารที่พิมพ์แยกตามประเภทนิตยสาร	21
7 แสดงกำหนดออก ขนาด จำนวนหน้าทั้งหมด จำนวนหน้าสี และประเภท ของกระดาษ	25
8 แสดงอัตราค่าโฆษณาของนิตยสารสตรีทั้ง 28 ฉบับ แยกตามประเภท.....	28
9 แสดงการ เปรียบ เทียบราคาที่ตั้งครั้งแรกกับราคาในปัจจุบันของ นิตยสารทั้ง 30 ฉบับ	32
10 แสดงผู้จัดจำหน่ายของนิตยสารสตรีแต่ละฉบับ	35
11 แสดงข้อมูล เกี่ยวกับผู้บริ โภค	39
12 แสดง ลักษณะการ เคยซื้อ นิตยสารสตรี	42
13 แสดง ลักษณะการ เคยซื้อ นิตยสารสตรี จำแนกตามอายุ	43

ตารางที่ (ต่อ)

หน้า

14	แสดงลักษณะการเคยซื้อนิตยสารสตรี จำแนกตามการศึกษา	44
15	แสดง ลักษณะการ เคยซื้อนิตยสารสตรี จำแนกตามอาชีพ	45
16	แสดง ลักษณะการ เคยซื้อนิตยสารสตรี จำแนกตามรายได้	46
17	แสดงยี่ห้อนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคเคยซื้อแบบ เป็นครั้ง เป็นคราว	47
18	แสดงยี่ห้อนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคเคยซื้อแบบ เป็นประจำ	48/1
19	แสดง เหตุผลในการซื้อนิตยสารสตรีบาง เล่ม แบบ เป็นครั้ง เป็นคราว	50
20	แสดง เหตุผลในการซื้อนิตยสารสตรีบาง เล่ม แบบ เป็นครั้ง เป็นคราว จำแนกตามอายุ	51
21	แสดง เหตุผลในการซื้อนิตยสาร สตรีบาง เล่มแบบ เป็นครั้ง เป็นคราว จำแนกตามการศึกษา	53
22	แสดง เหตุผลในการซื้อนิตยสารสตรีบาง เล่ม แบบ เป็นครั้ง เป็นคราว จำแนกตามอาชีพ	55
23	แสดง เหตุผลในการซื้อนิตยสาร สตรีบาง เล่มแบบ เป็นครั้ง เป็นคราว จำแนกตามรายได้	57
24	แสดงการมีโครงการและไม่มีโครงการจะซื้อนิตยสารสตรีแบบ เป็น ประจำเพิ่มขึ้น	59
25	แสดงการมีโครงการจะซื้อนิตยสาร สตรีแบบ เป็น ประจำ เพิ่มขึ้น จำแนกตามอายุ	60
26	แสดงการมีโครงการจะซื้อนิตยสารสตรีแบบ เป็นประจำ เพิ่มขึ้น จำแนกตามการศึกษา	62

ตารางที่ (ต่อ)

หน้า

27	แสดงการมีโครงการจะซื้อนิตยสารสตรีแบบ เป็นประจำ เพิ่มขึ้น จำแนกตามอาชีพ	64
28	แสดงการมีโครงการจะซื้อนิตยสารสตรีแบบ เป็นประจำ เพิ่มขึ้น จำแนกตามรายได้	66
29	แสดงยี่ห้อนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคมองว่าโครงการจะซื้อเป็นประจำเพิ่มขึ้น	68
30	แสดงความนิยมนิตยสารสตรียี่ห้อต่าง ๆ	70
31	แสดงความนิยมนิตยสารสตรียี่ห้อต่าง ๆ จำแนกตามอายุ	72
32	แสดงความนิยมนิตยสารสตรียี่ห้อต่าง ๆ จำแนกตามการศึกษา	75
33	แสดงความนิยมนิตยสารสตรียี่ห้อต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ	78
34	แสดงความนิยมนิตยสารสตรียี่ห้อต่าง ๆ จำแนกตามรายได้	81
35	แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิตยสารสตรีแบบซื้อเป็นประจำ	84
36	แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิตยสารสตรีแบบซื้อเป็นประจำ จำแนกตามอายุ	85
37	แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิตยสารสตรีแบบซื้อเป็นประจำ จำแนกตามการศึกษา	86
38	แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิตยสารสตรีแบบซื้อเป็นประจำ จำแนกตามอาชีพ	87
39	แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อนิตยสารสตรีแบบซื้อเป็นประจำ จำแนกตามรายได้	88

ตารางที่ (ต่อ)

หน้า

40	แสดงความนิยมคอสม์นั้ต่าง ๆ ในนิตยสารสตรี	89
41	แสดง เหตุผลในการ เลือกชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน	91
42	แสดง เหตุผลในการ เลือกชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน จำแนกตามอายุ	92
43	แสดง เหตุผลในการ เลือกชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน จำแนกตามการศึกษา ..	93
44	แสดง เหตุผลในการ เลือกชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน จำแนกตามอาชีพ	95
45	แสดง เหตุผลในการ เลือกชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน จำแนกตามรายได้	97
46	แสดงวิธีการชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน	99
47	แสดงวิธีการชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน จำแนกตามอายุ	100
48	แสดงวิธีการชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน จำแนกตามการศึกษา	101
49	แสดงวิธีการชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน จำแนกตามอาชีพ	102
50	แสดงวิธีการชื่อนิตยสารสตรีมาอ่าน จำแนกตามรายได้	103
51	แสดงร้านหนังสือที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อหนังสือ	104
52	แสดงร้านหนังสือที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อหนังสือ จำแนกตามอายุ	105
53	แสดงร้านหนังสือที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อหนังสือ จำแนกตามการศึกษา	106
54	แสดงร้านหนังสือที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อหนังสือ จำแนกตามอาชีพ	107
55	แสดงร้านหนังสือที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อหนังสือ จำแนกตามรายได้	108
56	แสดง เหตุผลในการบอกรับ เป็นสมาชิกประจำจากผู้ผลิต	109

ตารางที่ (ต่อ)

หน้า

57	แสดง เหตุผลในการบอกรับ เป็นสมาชิกประจำจากผู้ผลิต จำแนกตามอายุ .	110
58	แสดง เหตุผลในการบอกรับ เป็นสมาชิกประจำจากผู้ผลิต จำแนกตามการศึกษา	111
59	แสดง เหตุผลในการบอกรับ เป็นสมาชิกประจำจากผู้ผลิต จำแนกตามอาชีพ	112
60	แสดง เหตุผลในการบอกรับ เป็นสมาชิกประจำจากผู้ผลิต จำแนกตามรายได้	113
61	แสดงขนาดของนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคนิยม	114
62	แสดงขนาดของนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคนิยม จำแนกตามอายุ	115
63	แสดงขนาดของนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคนิยม จำแนกตามการศึกษา	116
64	แสดงขนาดของนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคนิยม จำแนกตามอาชีพ	117
65	แสดงขนาดของนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคนิยม จำแนกตามรายได้	118
66	แสดง ความถี่ในการออกนิตยสารที่ผู้บริโภคเห็นว่า เหมาะสม	119
67	แสดง ความถี่ในการออกนิตยสารที่ผู้บริโภคเห็นว่า เหมาะสม จำแนกตามอายุ	120
68	แสดง ความถี่ในการออกนิตยสารที่ผู้บริโภคเห็นว่า เหมาะสม จำแนกตามการศึกษา	121
69	แสดง ความถี่ในการออกนิตยสารที่ผู้บริโภคเห็นว่า เหมาะสม จำแนกตามอาชีพ	122

ตารางที่ (ต่อ)

หน้า

70	แสดงความถี่ในการออกนิตยสารที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเหมาะสม จำแนกตามรายได้	123
71	แสดงช่วงราคาของนิตยสารที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเหมาะสม	124
72	แสดงช่วงราคาของนิตยสารที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเหมาะสม จำแนกตามอายุ	125
73	แสดงช่วงราคาของนิตยสารที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเหมาะสม จำแนกตามการศึกษา	126
74	แสดงช่วงราคาของนิตยสารที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเหมาะสม จำแนกตามอาชีพ	127
75	แสดงช่วงราคาของนิตยสารที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเหมาะสม จำแนกตามรายได้	128
76	แสดงช่วงราคาของนิตยสารที่ผู้บริโภครู้สึกเห็นว่าเหมาะสม จำแนกตาม กำหนดออกนิตยสารเป็นรายสัปดาห์ รายบิษั และรายเดือน	129
77	แสดงสื่อโฆษณาที่ผู้บริโภครู้สึกเคยเห็นโฆษณา นิตยสารสตรี	130
78	แสดงการ เคยอ่านและไม่เคยอ่านนิตยสารสตรี	131
79	แสดงสถานที่ที่ผู้บริโภครู้สึกเคยอ่านนิตยสารสตรี	131
80	แสดงโครงการจะซื้อนิตยสารสตรีว่าจะซื้อแบบ เป็นประจำหรือแบบ เป็นครั้ง เป็นคราว	132

ตารางที่ (ต่อ)

หน้า

81	แสดงยี่ห้อนิตยสารสตรีที่ผู้บริโภคมิโครงการจะซื้อ เป็นครึ่ง เป็นคราว	132
82	แสดง เหตุผลที่ผู้บริโภคมิยังมีโครงการจะซื้อนิตยสารสตรีในขณะนี้	135

จึงต้อง
เฉพาะด้าน



ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย