

นิตยสารแนวท่งเทียว : ศึกษาองค์กร เนื้อหา และผู้รับสาร



นายณฤพณ์ เอื้ออนวันต์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาวารสารสนเทศ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-263-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

7 17371107

TRAVEL MAGAZINES : A STUDY ON ORGANIZATIONS, CONTENTS AND AUDIENCES



Mr. Naruphon Aurthanawan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of The Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Journalism

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1996

ISBN 974-636-263-1


หัวข้อวิทยานิพนธ์      นิตยสารแนวท่งเตียว : ศึกษาองค์กร เนื้อหา และผู้รับสาร  
โดย                              นายณฤพนธ์ เอื้อธนวนันต์  
ภาควิชา                         วารสารสนเทศ  
อาจารย์ที่ปรึกษา         ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุดบรรทัด


---

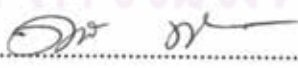
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

  
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุภาวัฒน์ ชุตินวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
( รองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เขยประทับ )

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
( ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุดบรรทัด )

  
..... กรรมการ  
( รองศาสตราจารย์ ดร.ดรณี นีร์บุรุษ )

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



นายณพนธ์ เอื้อธวัชวันต์ : นิตยสารแนวท่องเที่ยว : ศึกษาองค์กร เนื้อหา และผู้รับสาร (TRAVEL MAGAZINES : A STUDY ON ORGANIZATIONS, CONTENTS AND AUDIENCES.) อ.ที่ปรึกษา : ศ. สุกัญญา สุตบรรทัด, 162 หน้า ISBN 974-636-263-1

✕ การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปรียบเทียบองค์กรผู้ผลิตนิตยสารแนวท่องเที่ยวที่เป็นองค์กรของรัฐ (อนุสารอศท.) และองค์กรที่เป็นของภาคเอกชน (เพื่อนเดินทาง , แค้มป์ท่องเที่ยว) พร้อมทั้งสำรวจเนื้อหาของนิตยสารแต่ละชื่อฉบับ โดยแบ่งลำดับเนื้อหาออกเป็นสัดส่วนพื้นที่ การนำเสนอด้วยตัวอักษร ภาพสี และ ภาพขาวดำ วัตถุประสงค์และรูปแบบการนำเสนอ นอกจากนี้ยังทดสอบเนื้อหาที่นำเสนอในนิตยสารว่ามีความสอดคล้องกับการอ่าน การนำไปใช้ และความพึงพอใจของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มบริษัทที่ประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวหรือไม่

ผลการวิจัยพบว่า องค์กรผู้ผลิตนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ มีความแตกต่างกัน โดยแต่ละองค์กรจะไม่มีกำหนดนโยบายในการจัดทำนิตยสาร ยกเว้นอนุสารอศท. ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐ จะจัดทำนิตยสารเพื่อตอบสนองนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนเนื้อหาของแต่ละชื่อฉบับก็มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะขององค์กร และ กลุ่มเป้าหมาย ในด้านความสอดคล้องของผู้ส่งสารกับผู้รับสาร พบว่ามีความสอดคล้องกัน เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง แต่ในด้านความบ่อยครั้งในการอ่านกับลักษณะการนำเสนอของเนื้อหา ไม่สอดคล้องกันบางชื่อฉบับ

นอกจากนี้ยังพบอีกว่าการจัดการทางธุรกิจของแต่ละองค์กรจะแตกต่างกันไปตามลักษณะ และขนาดขององค์กร โดยเฉพาะงบประมาณในการจัดทำซึ่งพบว่าองค์กรของรัฐจะมีมากกว่า และ รายได้จากธุรกิจก็มีมาก ไม่ต้องหาโฆษณา เนื่องจากลูกค้าจะเข้ามาจองลงโฆษณาเอง

สำหรับการศึกษาถึงแนวโน้มในอนาคต พบว่า นิตยสารแนวท่องเที่ยวไม่มีจุดสิ้นสุด จะมีการผลิตนิตยสารแนวท่องเที่ยวต่อไปเรื่อย ๆ และ ภาวะการแข่งขันก็จะมีสูงขึ้นด้วย เนื่องจากผู้ผลิตสามารถนำเสนอเนื้อหา ลักษณะและรูปแบบ ได้อย่างหลากหลาย

ภาควิชา ..... วารสารสนเทศ .....  
สาขาวิชา ..... การหนังสือพิมพ์ .....  
ปีการศึกษา ..... 2539 .....

ลายมือชื่อนิติศ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....



C850347 JOURNALISM

## : MAJOR

KEY WORD: TRAVEL MAGAZINE / ORGANIZATION / CONTENT / AUDIENCE

NARUPHON AURTHANAWAN ; TRAVEL MAGAZINE ; A STUDY ON ORGANIZATIONS,

CONTENTS AND AUDIENCES. THESIS ADVISOR : SUKANYA SUDBANTHAD, 162 pp.

ISBN 974-636-263-1

The purposes of this research are to compare the organizations or business entities, both governmental and private, who produce traveling magazines. The magazines that were studied in this research are Anusarn Aur Sor Tor, Travel Companion and Camping Travel. The method of study includes comparing such traveling magazines by their contexts, pictures, the methods of presentation, the actual use of information contained in such magazines by the readers and the readers' gratifications over the magazines.

The findings of the study show that, besides its business purpose which is to make profit, private business entities, who produce traveling magazines, have no specific policy in producing such magazines. This is different to the case of Travel Authority of Thailand (which is a governmental organization). Travel Authority of Thailand produce Anusarn Aur Sor Tor in order to serve governmental policy. The contents of each magazine are different by its producer and its target group. We further found the relevancy among the producers, the magazine's content, and the target audience.

In the organization aspect, we found that each magazine producer is different in type and size of organization, especially the budget and income. Governmental organization makes more profit from the magazine's business than the others. Furthermore, advertising in governmental organization's magazine is more attractive than in other magazine.

For the future of travelling magazine market, we can conclude that this market has no limitation, its growth and new competitors are expectable in the near future. Another reason to support this idea is that the content of magazine can be presented in varieties of form.

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

สาขาวิชา.....หนังสือพิมพ์.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา.....2539.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเพราะแรงกำลังใจ และแรงกำลังกายที่ทุ่มเทอย่างเต็มที่ ซึ่งผู้ที่เป็นกำลังใจที่สำคัญคอยควบคุมตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ คือ ศ.สุกัญญา สุดบรรทัด อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งเป็นผู้ที่สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาและคำแนะนำการวิจัยตลอดเวลา จึงทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ พร้อมทั้งขอขอบคุณ รศ.ดร. เสถียร เขยประทับ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และ รศ.ดร. ดรุณี หิรัญรักษ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่คอยตรวจสอบแก้ไขสิ่งที่ขาดตกบกพร่องให้สมบูรณ์ รวมทั้ง รศ. นันทริกา คุ้มไพโรจน์ ที่ให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้บริหาร และบุคลากรขององค์กรผู้ผลิตนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับที่ให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลประกอบการจัดทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่หอสมุดแห่งชาติ หอกลางและห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ กำลังใจและการสนับสนุนจากทุกคนในครอบครัว และขอบคุณในความขยันหมั่นเพียรของตนเอง รวมถึงความช่วยเหลือและความเสียสละของเพื่อนๆ ทุกคนที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นฤพนธ์ เอื้อธวัชวันต์

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	
กิตติกรรมประกาศ.....	
สารบัญตาราง.....	
สารบัญภาพ.....	

บทที่

1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	8
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	9
ข้อสันนิษฐานการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์.....	10
ข้อจำกัดการวิจัย.....	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือท่องเที่ยว.....	39
แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	43
ทฤษฎีการจัดองค์กร (สื่อสารมวลชน).....	47
ทฤษฎีทางด้านนโยบาย และการวางแผน.....	52
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	62
วิธีการเก็บข้อมูล.....	62
การนำเสนอข้อมูล.....	72
4. วิเคราะห์ผู้ส่งสารในฐานะนิตยสาร.....	73
การวิเคราะห์องค์กรผู้ผลิตนิตยสาร.....	73
การวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสาร.....	110
5. วิเคราะห์ผู้รับสาร.....	128
6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	137
สรุปผลการวิจัย.....	137
ส่วนที่ 1 องค์กรผู้ผลิต.....	137
ส่วนที่ 2 เนื้อหา.....	139
ส่วนที่ 3 ผู้รับสาร.....	143
ส่วนที่ 4 ความสอดคล้องระหว่างองค์กร (นิตยสาร). เนื้อหา และผู้รับสาร.....	146
อภิปรายผล.....	150
ข้อเสนอแนะ.....	156
รายการอ้างอิง.....	157
ภาคผนวก.....	159
ประวัติผู้วิจัย.....	162



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	สรุปความแตกต่างขององค์กรผู้ผลิตนิตยสาร..... 109
2	สัดส่วนพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาของอนุสารอสท..... 111
3	วัตถุประสงค์การนำเสนอเนื้อหาของอนุสารอสท..... 113
4	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของอนุสารอสท..... 114
5	สัดส่วนพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารเพื่อนเดินทาง..... 116
6	วัตถุประสงค์การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารเพื่อนเดินทาง..... 117
7	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารเพื่อนเดินทาง..... 118
8	สัดส่วนพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแคมป์ท่องเที่ยว..... 122
9	วัตถุประสงค์การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแคมป์ท่องเที่ยว..... 123
10	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแคมป์ท่องเที่ยว..... 124
11	เปรียบเทียบความแตกต่างของเนื้อหาของนิตยสาร 3 ชื่อฉบับ..... 126
12	จำนวนผู้รับสารที่อ่านและไม่อ่านนิตยสารแต่ละชื่อฉบับ..... 130
13	การวัดความบ่อยครั้งในการอ่าน การนำไปใช้ และความพึงพอใจของผู้รับสาร ที่อ่านอนุสารอสท..... 131
14	การวัดความบ่อยครั้งในการอ่าน การนำไปใช้ และความพึงพอใจของผู้รับสาร ที่อ่านนิตยสารเพื่อนเดินทาง..... 133
15	การวัดความบ่อยครั้งในการอ่าน การนำไปใช้ และความพึงพอใจของผู้รับสาร ที่อ่านนิตยสารแคมป์ท่องเที่ยว..... 135
16	สรุปเปรียบเทียบสัดส่วนการนำเสนอเป็นตัวอักษร ภาพสี ภาพขาวดำในนิตยสาร 3 ชื่อฉบับ..... 139
17	ความสอดคล้องระหว่างนิตยสารกับผู้รับสารในด้านเนื้อหา..... 145
18	ความสอดคล้องระหว่างนิตยสารกับผู้รับสารในด้านกลุ่มเป้าหมาย และลักษณะ การนำเสนอ..... 147

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนภูมิสัดส่วนของพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาของอนุสารอศท.....	112
2	แผนภูมิวัตถุประสงค์การนำเสนอเนื้อหาของอนุสารอศท.....	113
3	แผนภูมิรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของอนุสารอศท.....	114
4	แผนภูมิสัดส่วนของพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารเพื่อนเดินทาง.....	117
5	แผนภูมิวัตถุประสงค์การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารเพื่อนเดินทาง.....	118
6	แผนภูมิรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารเพื่อนเดินทาง.....	119
7	แผนภูมิสัดส่วนของพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแค้มป์ท่องเที่ยว...	122
8	แผนภูมิวัตถุประสงค์การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแค้มป์ท่องเที่ยว.....	124
9	แผนภูมิรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารแค้มป์ท่องเที่ยว.....	125
10	แผนภูมิความแตกต่างของการนำเสนอด้วยตัวอักษร.....	140
11	แผนภูมิความแตกต่างของการนำเสนอด้วยภาพสี.....	141
12	แผนภูมิความแตกต่างของการนำเสนอด้วยภาพขาวดำ.....	142

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย