

บทบาทหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันในการให้การศึกษาด้านธุรกิจ  
กับความพึงพอใจของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA”

นาย ทรงวิทย์ กุศลศักดิ์นันท์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ ภาควิชาวารสารสนเทศ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-332-033-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE ROLE OF BUSINESS EDUCATION OF KHOO KHAENG DAILY NEWSPAPER  
AND GRATIFICATION OF KHOO KHAENG MINI-MBA'S STUDENTS**

**Mr. Songwit Kulsakdinun**

**A Thesis Submitted in Partial Fullfillment of the Requirements**

**for the Degree of Master of Arts in Journalism**

**Department of Journalism**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

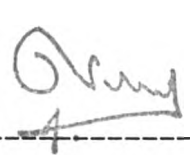
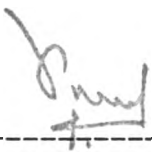
**Academic Year 1998**

**ISBN 974-332-033-4**

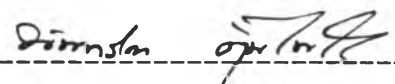
หัวข้อวิทยานิพนธ์     บทบาทหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันในการให้การศึกษาด้านธุรกิจ  
 กับความพึงพอใจของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA”  
 โดย                             นาย ทรงวิทย์ กุลศักดิ์นันท์  
 ภาควิชา                     วารสารสนเทศ  
 อาจารย์ที่ปรึกษา         รองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เขยประทับ

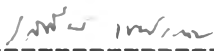
---


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ  
 ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารศึกษาด้านวารสารศาสตร์

  ..... กงบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
 (.....)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ..... ประธานกรรมการ  
 (รองศาสตราจารย์ นันทริกา ชุ่มไพโรจน์)

 ..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
 (รองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เขยประทับ)

 ..... กรรมการ  
 (ศาสตราจารย์ สุกัญญา สุกบรรทัด)

ทรงวิทย์ กุลศักดิ์นันท์ : บทบาทหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันในการให้การศึกษาด้านธุรกิจ กับความพึงพอใจของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” (THE ROLE OF BUSINESS EDUCATION OF KHOO KHAENG DAILY NEWSPAPER AND GRATIFICATION OF KHOO KHAENG Mini-MBA'S STUDENTS.)  
 อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.เสถียร เขยประทับ, 159 หน้า. ISBN 974-332-033-4.


วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ เพื่อศึกษาบทบาทในการให้การศึกษาของหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน และมโนทัศน์ในการให้การศึกษาของหนังสือพิมพ์ เพื่อทราบความสัมพันธ์ของการเพิ่มบทบาทในการให้การศึกษาของหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน กับการเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรหนังสือพิมพ์ เพื่อวิเคราะห์การให้การศึกษาในบริบทของการเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง และเพื่อสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในลักษณะของสื่อ และในการดำเนินงานของ บริษัท คู่แข่ง จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างภายในองค์กร พบว่า การปรับ/เพิ่มบทบาทของหนังสือพิมพ์ “คู่แข่งรายวัน” ในบริบทของการเป็นสินค้าประเภทหนึ่งตามโครงการ “คู่แข่ง Mini-MBA” นั้น เป็นการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจโดยใช้ “การศึกษา” เป็นเครื่องมือและจุดขาย เพื่อส่งเสริมการขายผู้อ่านประเภทสมาชิกประจำ และคาดหวังรายได้จากการโฆษณาในที่สุด แต่หลังการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทให้เป็นระบบลอยตัว (Managed Float) ของกระทรวงการคลัง เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2540 โครงการดังกล่าวหันมาเน้นรายได้จากค่าสมัครเรียน เพื่อใช้เป็นเงินสดหมุนเวียนสำหรับพุงฐานะการเงินของบริษัทฯ

สำหรับกลุ่มตัวอย่างภายนอกองค์กร คือ นักการตลาด นักการศึกษา นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน นักวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชน และคู่แข่งอื่น พบว่า บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการให้ศึกษามีความสำคัญเช่นเดียวกับบทบาทอื่น ๆ แต่ในทางปฏิบัติ บทบาทดังกล่าวจะขัดแย้งและไปด้วยกันไม่ได้กับบทบาทในการรายงานข่าวสาร ยกเว้นนักการตลาด และนักการศึกษาที่เห็นว่า หนังสือพิมพ์สามารถปรับ/เพิ่มบทบาทในการให้การศึกษาได้ นอกจากนี้ ต่างก็เห็นว่า การศึกษาเป็นสินค้า/บริการประเภทหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดผลกำไรได้ ขณะที่นักการศึกษา และนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน เห็นว่า ควรนำผลกำไรที่ได้รับนั้นกลับไปพัฒนาและปรับปรุงการศึกษาให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น ไม่ควรดำเนินการเป็นการค้า

ผลสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำนวน 392 คน พบว่า นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากร คือ เพศ สถานภาพสมรส รุ่นนักศึกษา อาชีพ ระดับการศึกษา และที่อยู่ขณะสมัครเรียน แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในลักษณะของสื่อ และในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันเพียงบางส่วน

ภาควิชา .....วารสารสนเทศ.....  
 สาขาวิชา .....การหนังสือพิมพ์.....  
 ปีการศึกษา 2541.....

ลายมือชื่อนิติกร   
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

#397 06007 28 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD : EDUCATION / NEWSPAPER / GRATIFICATION

SONGWIT KULSAKDINUN : THE ROLE OF BUSINESS EDUCATION OF KHOO KHAENG DAILY NEWSPAPER AND GRATIFICATION OF KHOO KHAENG Mini-MBA'S STUDENTS.

THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.SATIEN CHEYPRATUB, Ph.D. 159 pp. ISBN 974-332-033-4.

The aim of this study is to examine the role of education of Khoo Khaeng Daily Newspaper and the concept of education of the newspaper in order to establish the relationship between the increase in the role of education and the increase in the income of Khoo Khaeng Daily Newspaper. Additionally, the study intends to analyse education as a kind of product and to survey the gratification of Khoo Khaeng Mini-MBA students by their demographic backgrounds towards the nature of media and the operation of Khoo Khaeng (Public) Company Limited.

The study of sample groups within the organization reveals that the adjustment/increase in the educational role of Khoo Khaeng Daily Newspaper in the context of its being a kind of product as part of the "Khoo Khaeng Mini-MBA" project is a way of foreseeing business opportunity by using "education" as a tool and selling point. The aim is to promote the sales of long-term subscription and generate income from advertisement, ultimately. However, after the change in currency exchange rate to the Managed Float system by the Ministry of Finance as of July 2, 1997, the said project shifted its focus to the income gained from application in order to maintain sufficient cash flow to support the financial status of the company.

The study of sample groups outside the organization, namely experts in marketing, scholars and academics in mass communication, including mass communication practitioners and rival companies reveals that the role of the newspaper in education is just as important as other roles. However, in practise, the said role often contradicts and mismatches with the role in news reporting. Experts in marketing and academics opine that the newspaper is capable of adjusting/increasing its role in education. They agree that education can be viewed as a kind of product/service that generates profit. Meanwhile, scholars and academics in mass communication feel that the gained profit should be used in improving the standard of education rather than for a commercial purpose.

The survey of the gratification of 392 Khoo Khaeng Mini-MBA students reveals that students with different demographic backgrounds, ie. sex, marital status, class, profession, educational level and residential area at the time of application show partially different responses in their gratification towards the nature of media and the operation of Khoo Khaeng (Public) Company Limited.

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....

สาขาวิชา.....การพิมพ์.....

ปีการศึกษา.....2541.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์ช่วยเหลือจากบุคคลต่อไปนี้

รองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เขยประทับ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ได้ให้คำแนะนำ มุมมอง ข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนการอ่านและตรวจทานงานวิจัยนี้เป็นอย่างยิ่ง

รองศาสตราจารย์ นันทริกา คุ้มไพโรจน์ และ ศาสตราจารย์ สุกัญญา สูดบรรทัด คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ได้กลั่นกรอง เสนอแนะข้อบกพร่องของงานวิจัยนี้ด้วยภูมิปัญญาทางวิชาการ โดยละเอียดรอบคอบ

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณผู้หลักผู้ใหญ่ทุกท่านที่อนุญาตให้ข้าพเจ้าทำการสัมภาษณ์ รวมถึงกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาทุกท่านที่ช่วยตอบแบบสอบถามในส่วนของการสำรวจ

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา ผู้เห็นความสำคัญของการศึกษาของลูกๆ ทุกคน และให้การสนับสนุนอย่างยิ่งในระหว่างการทำกรวิจัย

“พี่ก” พี่ผู้ให้หนทางการศึกษาต่อปริญญาโท, “เอียง” เพื่อนผู้ให้โอกาสและเวลาในการศึกษาต่อปริญญาโทอย่างยิ่งแก่ข้าพเจ้าขณะทำงานด้วยกันฉันท์มิตรยามยาก, “หน่อง” เพื่อนผู้ตามได้ไต่กับการศึกษาของข้าพเจ้าเสมอมา “พี่เล็ก” หัวหน้างานผู้ให้ความช่วยเหลือ และให้คำแนะนำงานวิจัยในระหว่างการเก็บข้อมูล และ “เอ.มติชน” เพื่อนร่วมเรียนและร่วม Advisor ที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจในยามที่ข้าพเจ้ารู้สึกอ่อนใจ

“ซูป” และ “ข้าวปุ้น” ภรรยาและลูกสาว ผู้ให้และเป็นกำลังใจด้วยดีแก่ข้าพเจ้าในระหว่างการทำวิจัยมาโดยตลอด

บุคคลต่างๆ ข้างต้นนี้ขอได้รับความขอบคุณอย่างจริงใจจากข้าพเจ้า อย่างไรก็ตาม ความรับผิดชอบในงานวิจัยนี้ย่อมเป็นของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว

ทรงวิทย์ กุลศักดิ์นันท์

ครบรอบวันเกิดลูกสาวปีที่ 2, 2542

## สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญแผนภาพ.....	ด

### บทที่

<b>1</b>	<b>บทนำ.....</b>	<b>1</b>
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหานำวิจัย.....	9
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
	นิยามศัพท์.....	10
	ขอบเขตการวิจัย.....	11
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
<b>2</b>	<b>แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>18</b>
	ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน.....	14
	แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาทางไกล.....	15
	แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาตามนัยทางเศรษฐศาสตร์.....	17
	แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดสำหรับสถาบันการศึกษา.....	19
	ทฤษฎีว่าด้วยการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	23
	ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	24
	ข้อสมมติฐาน.....	24
<b>3</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย.....</b>	<b>25</b>
	ประชากรเป้าหมาย.....	25
	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	26
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27

## สารบัญ(ต่อ)

	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
	ข้อจำกัดของการวิจัย.....	31
<b>4</b>	<b>ผลการวิจัย.....</b>	<b>82</b>
	<u>กลุ่มตัวอย่างภายในองค์กร</u>	
	1. บทบาทหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันในการให้การศึกษาในบริบทของการเป็นสินค้า.....	32
	แนวคิดทางการศึกษาที่แตกต่างกัน.....	33
	ความเป็นมาของบริษัทฯ.....	36
	ความเป็นมาและวัตถุประสงค์ของ Section “คู่แข่ง Mini-MBA”.....	42
	บทบาทและความสำคัญของหนังสือพิมพ์ในการให้การศึกษา.....	59
	การให้การศึกษาในบริบทของการเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง.....	63
	2. ความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มบทบาทของหนังสือพิมพ์ในการให้ศึกษากับรายได้.....	75
	<u>กลุ่มตัวอย่างภายนอกองค์กร</u>	
	บทบาทของหนังสือพิมพ์ในด้านการให้การศึกษา.....	83
	การให้การศึกษาในบริบทของการเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง.....	90
	ประสิทธิภาพและข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์ในการให้การศึกษา.....	94
	ความแตกต่างระหว่างการเรียนแบบค่อหน้ากับการเรียนทางไกลผ่านหน้าหนังสือพิมพ์.....	99
<b>5</b>	<b>ผลสำรวจความพึงพอใจของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA”.....</b>	<b>103</b>
<b>6</b>	<b>บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>128</b>
	สรุปผลการวิจัย.....	129
	อภิปรายผลการวิจัย.....	138
	ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	146
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย.....	146
	รายการอ้างอิง.....	147
	ภาคผนวก.....	151
	ประวัติผู้วิจัย.....	159



## สารบัญตาราง

### บทที่ 4

1. ลำดับการออกสื่อประเภทต่างๆของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน).....	38
2. การใช้โฆษณาผ่านสื่อประเภทต่างๆ ระหว่างปี 2536-2538.....	40
3. แสดงรายได้ของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) เฉพาะธุรกิจสื่อสารมวลชน.....	41
4. ปฏิทินเวลาเรียนของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” แต่ละรุ่น.....	42
5. แสดงพัฒนาการส่วนที่ให้การศึกษแยกตามประเภทของหนังสือพิมพ์.....	45
6. แสดงประเภทสื่อและจำนวนที่ใช้โฆษณาและประชาสัมพันธ์ของ Section Get-Rich-Quick.....	47
7. แสดงตัวอย่างเป้าหมายของหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันในปี 2539.....	48
8. เปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ในเครือคู่แข่งกับคู่แข่งชั้นรายอื่น.....	49
9. การจัดวางหน้า (Lay out) ของ section “คู่แข่ง Mini-MBA”.....	51
10. โครงสร้างหลักสูตร “คู่แข่ง Mini-MBA”.....	52
11. ฐานธุรกิจของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน).....	60
12. โครงสร้างธุรกิจของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน).....	61
13. เปรียบเทียบรายละเอียดของโครงการ “คู่แข่ง Mini-MBA” และนักลงทุนหน้าใหม่.....	72
14. สรุปแรงผลักดัน 5 ประการที่มีผลต่อการทำกำไรของโครงการ “คู่แข่ง Mini-MBA” (2540).....	74
15. รายงานการวิเคราะห์ต้นทุนโครงการ Mini-MBA (แนวทางที่หนึ่ง).....	76
16. รายงานการวิเคราะห์ต้นทุนโครงการ Mini-MBA (แนวทางที่สอง).....	76
17. รายได้จากสมาชิกภาพโครงการ “คู่แข่ง Mini-MBA” ต่อ 1 คน.....	77
18. ตัวอย่างใบสั่งซื้อโครงการ “คู่แข่ง Mini-MBA”.....	78
19. โครงสร้างราคาขายและส่วนลดของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” รุ่นที่ 5.....	78
20. ประมาณการค่าใช้จ่ายโครงการ “คู่แข่ง Mini-MBA” รุ่นที่ 1 ถึงรุ่นที่ 4.....	81

### บทที่ 5

1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	103
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ.....	104
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ.....	104
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกกระดัับการศึกษา.....	105
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	105
6. เปรียบเทียบจำนวนนักศึกษาทั้งหมด กับจำนวนที่ตอบแบบสอบถาม.....	106

## สารบัญตาราง(ต่อ)

7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามถิ่นที่อยู่ขณะสมัครเรียน.....	106
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพื้นความรู้ทางการจัดการธุรกิจ.....	107
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งความรู้ทางการจัดการธุรกิจ.....	107
10. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่อ่าน Section “คู่แข่ง Mini-MBA” ...	108
11. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกสถานที่อ่าน Section “คู่แข่ง Mini-MBA” .....	108
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลที่สมัครเรียน.....	109
13. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นในการหาความรู้ ในลักษณะเดียวกับ “คู่แข่ง Mini-MBA” .....	110
14. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่สามารถแสวงหาความรู้ ในลักษณะเดียวกับ “คู่แข่ง Mini-MBA” .....	110
15. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการติดต่อกับบริษัทฯ, โครงการ KKBS, คู่แข่ง Mini-MBA.....	111
16. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการติดต่อ.....	111
17. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจในลักษณะของสื่อ.....	112
18. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความพึงพอใจในการดำเนินงาน ของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน).....	113
19. ความพึงพอใจในลักษณะของสื่อของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามเพศ.....	117
20. ความพึงพอใจในลักษณะของสื่อของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามสถานภาพ.....	118
21. ความพึงพอใจในลักษณะของสื่อของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามรุ่นนักศึกษา.....	119
22. ความพึงพอใจในลักษณะของสื่อของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามอาชีพ.....	120
23. ความพึงพอใจในลักษณะของสื่อของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามระดับการศึกษา.....	121
24. ความพึงพอใจในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามเพศ.....	122
25. ความพึงพอใจในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามสถานภาพ.....	123
26. ความพึงพอใจในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามรุ่นนักศึกษา.....	124
27. ความพึงพอใจในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามอาชีพ.....	125

**สารบัญตาราง(ต่อ)**

28. ความพึงพอใจในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” จำแนกตามถิ่นที่อยู่ขณะสมัครเรียน.....	126
---	-----

---

## สารบัญแผนภาพ

1. โครงสร้างองค์กรของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน).....	62
2. บ้านไค 4 ชั้นสู่ภูมิปัญญา.....	65

-----