

พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิเทศสาร : ศึกษาเฉพาะกรณี

บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

นายภัทรนันท์ ชัยพงศ์เกษม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการหนังสือพิมพ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

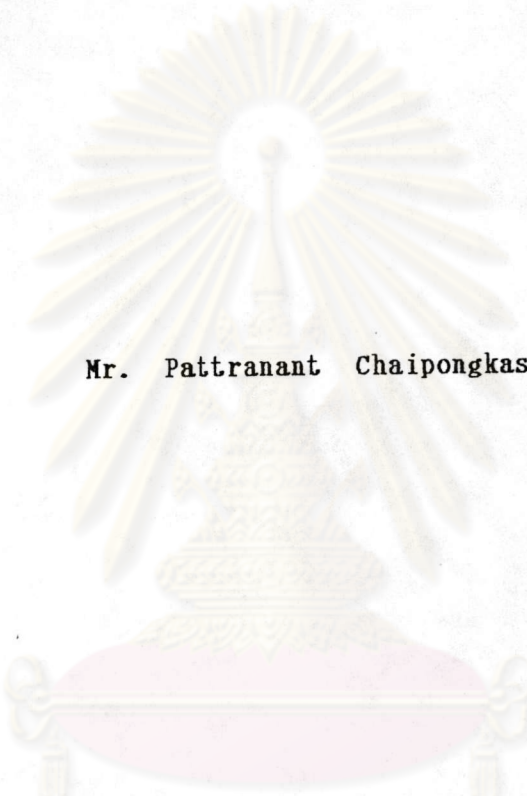
พ.ศ. 2539

ISBN 974-633-173-6

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DEVELOPMENT AND TREND OF MAGAZINE INDUSTRY :

A CASE STUDY OF THE AMARIN PRINTING & PUBLISHING PUBLIC COMPANY LIMITED



Mr. Pattranant Chaipongkasem

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts

Department of Journalism
Graduate School

Chulalongkorn University

1996

ISBN 974-633-173-6

หัวข้อวิทยานิพนธ์

พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสาร :

ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

โดย

นายภัทรนันท์ ชัยพงศ์เกษม

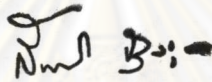
ภาควิชา

การหนังสือพิมพ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เขยประทับ

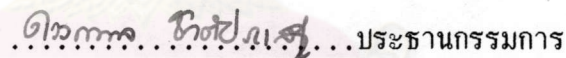
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต



..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ ฤงสูวรรณ)

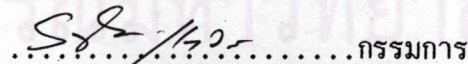
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ)



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



..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)



พิมพ์รินทร์ ชัยพงศ์เกษม : พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสาร : ศึกษาเฉพาะ
บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) (DEVELOPMENT AND TREND
OF MAGAZINE INDUSTRY : A CASE STUDY OF THE AMARIN PRINTING &
PUBLISHING PUBLIC COMPANY LIMITED) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.เสถียร เขยประทีป,
206 หน้า. ISBN 974-633-173-6

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการ และทิศทางของอุตสาหกรรมนิตยสาร
ในอนาคต โดยวิเคราะห์ภายในกรอบของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และ
เทคโนโลยี การวิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็น
องค์กรที่ประกอบธุรกิจหลักทางด้านนิตยสาร

ผลการวิจัยพบว่า บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) เริ่มด้วยธุรกิจ
นิตยสารบ้านและสวน จากนั้นได้ขยายกิจการด้วยการตั้งโรงพิมพ์ สำนักพิมพ์ต่าง ๆ และผลิตนิตยสาร
อีกหลายชื่อฉบับ คือ แพรว แพรวสุดสัปดาห์ LIFE & DECOR TRENDY MAN พร้อมกับมีการลงทุน
ที่เกี่ยวข้องกับงานสิ่งพิมพ์ด้วย คือ บริษัท มัลติมีเดีย ครีเอชั่น จำกัด และบริษัทอมรินทร์ดิจิทัล
อิมเมจ จำกัด

พัฒนาการของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ เกิดจากปัจจัยภายในองค์กร โดยเฉพาะผู้บริหาร
ที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย และปัจจัยภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ซึ่งสนับสนุน
ดำเนินกิจการให้เติบโตอย่างรวดเร็ว

ส่วนแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสารนั้น ผู้บริหารของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
จำกัด (มหาชน) ใช้นโยบายค่อยเป็นค่อยไป คู้จังหวะและโอกาส และแสวงหาความร่วมมือจากองค์กร
อื่น ๆ เพื่อช่วยในการขยายความเติบโต

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การหนังสือพิมพ์
สาขาวิชา การหนังสือพิมพ์
ปีการศึกษา 2538

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C550099 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: DEVELOPMENT / TREND / THE AMARIN PRINTING

PATTRANANT CHAIPONGKASEM : DEVELOPMENT AND TREND OF MAGAZINE INDUSTRY
: A CASE STUDY OF THE AMARIN PRINTING & PUBLISHING PUBLIC COMPANY
LIMITED. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. SATIEN CHEYPRATUB, Ph.D.
206 pp. ISBN 974-633-173-6

The purpose of the study was to analyze the development and trend of magazine industry in the context of social, economic, political, and technological changes. The Amarin Printing & Publishing Public Company, Limited (APRINT), a business organization with special emphasis on magazines, was selected as the case of study.

The result of the study showed that APRINT started from - BAAN LAE SUAN magazine before expanding its business activities to include a publishing house and a variety of magazines ; PRAEW, PRAEW-SUD-SUBDAHA, LIFE & DECOR, TRENDY MAN. It also invested in other activities relating to print media. The Multi-Media Creation Company, Limited and the Amarin Digital Image Company, Limited were founded for such purpose.

Factors from inside and outside APRINT are the main driving force for its success. Far-sightedness and managerial skill of its top executive and directors are major contribution from inside, whereas economic, social, and technological conditions are major outside factors.

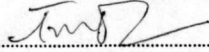
As for future trend of its magazine industry, the executives of APRINT have adopted a cautious wait-and-see attitude and sought a joint business venture with other organizations for its expansion.

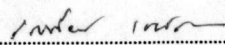
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา.....การหนังสือพิมพ์.....

สาขาวิชา.....การหนังสือพิมพ์.....

ปีการศึกษา.....2538.....

ลายมือชื่อนิสิต..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วง ได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดีของรองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เชษประทีป อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์จรูญรัตน์ แสงอุไร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์ทั้งสามท่านเป็นอย่างยิ่ง

ขอบพระคุณคุณชูเกียรติ อุทกะพันธ์ ประธานและกรรมการผู้จัดการบริษัท อมรินทร์ พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน) คุณสุภาวดี โกมารทัต รองกรรมการผู้จัดการ คุณवलจันท์ ศุภนิมิตร บรรณาธิการบริหารนิตยสารแพรว ที่ทำให้ได้มีโอกาสศึกษา และให้การสนับสนุนด้านข้อมูลด้วยดี

ขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่กรุณาเสียสละเวลาให้ความช่วยเหลือและให้ข้อมูล ข้อคิดเห็น และคำแนะนำ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ขอบพระคุณศูนย์ข้อมูลอมรินทร์ ห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่อำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดาที่ให้การอุปการะและส่งเสริมให้ได้เล่าเรียน ขอขอบคุณ วิชาญ แก้วจรรยา มิตรผู้เสียสละร่างกายและแรงใจช่วยเหลือผู้วิจัยในการศึกษานี้อย่างเต็มที่ คุณศิริกุล จันท์อำวนวสุช คุณนุศรา อะมะลิสเสถียร คุณเอกพงศ์ ประสงค์เงิน คุณชนิษฐา กิตติตระกูลกาล และเพื่อนอีกหลาย ๆ คนจนไม่อาจจะเอ่ยนามได้ครบ ที่คอยรับฟังคำร่ำรำพัน ถกเถียง และให้กำลังใจอย่างดีในยามที่รู้สึกเหนื่อยหน่าย ท้อแท้ ตลอดระยะเวลาที่ศึกษานี้

ภัทรนันท์ ชัยพงศ์เกษม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญแผนภาพ.....	ญ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	6
ปัญหาคำถามวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	7
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	7
ข้อสันนิษฐานในการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร.....	11
ทฤษฎีองค์การ.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับสังคมข้อมูลข่าวสาร.....	28

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	33
แหล่งข้อมูล.....	33
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
เครื่องมือในการเก็บข้อมูล.....	37
ระยะเวลาในการวิจัย.....	42
การตรวจสอบข้อมูล.....	42
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
การนำเสนอข้อมูล.....	44
4. พัฒนาการของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน).....	45
ความเป็นมาของ บริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ.....	45
ยุคก่อตั้งบริษัท.....	45
ยุคเข้าตลาดหุ้น.....	108
5. แนวโน้มอุตสาหกรรมนิตยสารของบริษัท อมรินทร์พรีนติ้งฯ.....	153
6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	167
รายการอ้างอิง.....	175
ภาคผนวก.....	178
ประวัติผู้เขียน.....	201

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

1.	แสดงพัฒนาการด้านรูปแบบของนิตยสารบ้านและสวนพ.ศ. 2519-2538.....	49
2.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทของบ้านและสวน ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2519-2523.....	56
3.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทของบ้านและสวน ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2524-2528.....	57
4.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทของบ้านและสวน ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2529-2533.....	58
5.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทของบ้านและสวน ช่วงที่ 4 พ.ศ. 2534-2538.....	59
6.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทที่เป็นของไทย- ต่างประเทศในบ้านและสวน พ.ศ. 2519-2538.....	61
7.	แสดงพัฒนาการด้านรูปแบบของนิตยสารแพรว พ.ศ. 2522-2538.....	64
8.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทในแพรว ช่วงที่ 1 พ.ศ. 2522-2525.....	70
9.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทในแพรว ช่วงที่ 2 พ.ศ. 2526-2529.....	71
10.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทในแพรว ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2530-2533.....	72
11.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทในแพรว ช่วงที่ 4 พ.ศ. 2534-2538.....	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

12.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทที่เป็นของไทย- ต่างประเทศในแพรว พ.ศ.2522-2538.....	75
13.	แสดงพัฒนาการด้านรูปแบบของนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ พ.ศ.2526-2538..	79
14.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทในแพรวสุดสัปดาห์ ช่วงที่ 1 พ.ศ.2526-2528.....	85
15.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทในแพรวสุดสัปดาห์ ช่วงที่ 2 พ.ศ.2529-2531.....	86
16.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทในแพรวสุดสัปดาห์ ช่วงที่ 3 พ.ศ.2532-2534.....	87
17.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทในแพรวสุดสัปดาห์ ช่วงที่ 4 พ.ศ.2535-2538.....	88
18.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทที่เป็นของไทย- ต่างประเทศในแพรวสุดสัปดาห์ พ.ศ.2526-2538.....	90
19.	ภาวะธุรกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยพ.ศ.2526-2537.....	94
20.	แสดงพัฒนาการด้านรูปแบบของนิตยสาร LIFE & DECOR พ.ศ.2534-2538	100
21.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทใน LIFE & DECOR พ.ศ.2534-2538.....	102
22.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทที่เป็นของไทย- ต่างประเทศ ใน LIFE & DECOR พ.ศ.2534-2538.....	104
23.	ประวัติการเพิ่มทุนของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ.....	106
24.	แสดงรายละเอียดการเพิ่มทุนของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ.....	111
25.	แสดงรายได้ของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ.....	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

26.	แสดงพัฒนาการด้านรูปแบบของนิตยสาร TRENDY MAN พ.ศ. 2535-2538...	116
27.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทใน TRENDY MAN พ.ศ. 2535-2538.....	119
28.	แสดงปริมาณรายเรื่องของการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทที่เป็นเรื่องไทย- ต่างประเทศใน TRENDY MAN พ.ศ. 2535-2538.....	121
29.	สรุปรฐานะการเงินและการดำเนินงานของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งฯ.....	135
30.	ภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2529-2537.....	144
31.	แสดงงบโฆษณาระหว่างปีพ.ศ. 2534-2537.....	145

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภาพ

หน้า

1. แสดงอัตราขยายตัวของการใช้สื่อโฆษณา.....	96
2. แสดงการใช้จ่ายในการใช้จ่ายโฆษณาเปรียบเทียบระหว่างสื่อต่างๆ พ.ศ. 2535-2537.....	146



ศูนย์วิทยพัชร์พยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย