

การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคใน เขตกรุง เทพมหานครที่มีต่อวารสารธุรกิจภาษาไทย



นางสาว ชื่นจิตต์ บัญญัติสุภกิจ



วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
ศูนย์วิทยุโทรพัทธการ

ภาควิชาการตลาด  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2530


ISBN 974-567-540-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

012483

I 10297121

A STUDY ON BANGKOK COSUMERS' OPINION TOWARDS THAI BUSINESS MAGAZINES



MISS. CHUENCHIT BANYATSUPASIL

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Business Administration

Graduate School


Chulalongkorn University

1987


หัวข้อวิทยานิพนธ์      การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร  
 ที่มีต่อวารสารธุรกิจภาษาไทย  
 โดย                              นางสาวชื่นจิตต์ บัญญัติศุภศิลป์  
 ภาควิชา                              การตลาด  
 อาจารย์ที่ปรึกษา              คุณเสนาะ สุจิมา  
 อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม      อาจารย์เพลินทิพย์ ไกเมศโสภา

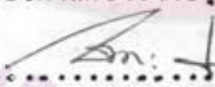


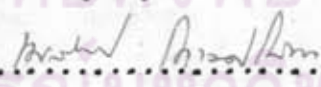
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

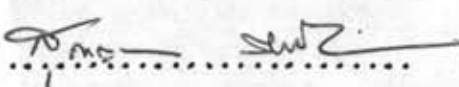
  
 ..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
 (ศาสตราจารย์ ดร.ถาวร วัชรราชัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
 ..... ประธานกรรมการ  
 (รองศาสตราจารย์สุรชนา วัฒนะชาติ)

  
 ..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
 (คุณเสนาะ สุจิมา)

  
 ..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
 (อาจารย์เพลินทิพย์ ไกเมศโสภา)

  
 ..... กรรมการ  
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวัญญา ลิ้มปิสวัสดิ์)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อวารสารธุรกิจภาษาไทย
ชื่อนิติกร	นางสาวชิ่งจิตต์ บัญญัติศุภกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	คุณเสนาะ สุจิมา
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	อาจารย์เพลินทิพย์ โกเมศโสภาน
ภาควิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2529



บทคัดย่อ

วารสารธุรกิจภาษาไทยในปัจจุบัน เป็นวารสารประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมากขึ้น จากผู้อ่านซึ่งสนใจข่าวสารทางธุรกิจ และจากเจ้าของสินค้าซึ่งต้องการลงโฆษณาในวารสาร วารสารฉบับใหม่ได้เกิดขึ้นตลอดเวลา ผู้ผลิตแต่ละรายพยายามแข่งขันกันเสนอวารสารของตนให้เป็นที่พอใจแก่ผู้อ่านมากที่สุด ซึ่งจะให้มีรายได้จากการขายเนื้อที่โฆษณาซึ่งถือเป็นรายได้หลักเพิ่มขึ้นตามมาในที่สุด วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานครที่มีต่อวารสารธุรกิจภาษาไทย โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ เพื่อศึกษาความคิดเห็น สภาวะตลาด ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค อันจะเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้ผลิตวารสารในการปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น การศึกษาค้นคว้าได้ใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ขนาดของตัวอย่าง 400 ราย โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มได้แก่ ผู้ซื้ออ่านจากแผง/ร้านค้า จำนวน 150 ราย ผู้ขอรับเป็นสมาชิกประจำจำนวน 150 ราย และผู้ขอยืมอ่าน จำนวน 100 ราย

### ผลที่ได้จากการศึกษามีดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาย อายุ 25-29 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท เอกชน รายได้ตั้งแต่ 10000 บาทขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อ่านวารสารธุรกิจภาษาไทยมาแล้ว 1-3 ปี และอ่านเป็นประจำทุกเดือน
  2. ผู้บริโภคมีความเห็นว่า การอ่านวารสารธุรกิจภาษาไทย สามารถทำให้คนเป็นคนทันต่อเหตุการณ์ เพิ่มพูนความรู้ด้านวิชาการ มีส่วนช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ และนำข้อมูลสถิติไปใช้ในการอ้างอิง
  3. ตลาดวารสารธุรกิจภาษาไทยในปัจจุบัน มีได้จำกัดอยู่เพียงกลุ่มผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น นักธุรกิจ ค้าขาย ผู้บริหาร/ผู้ประกอบการ เท่านั้น หากแต่ได้ขยายตัวรวมไปถึงกลุ่มผู้มิได้ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น แพทย์ วิศวกร หนายความ นักเรียน/นักศึกษา ด้วย
  4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด คือ เนื้อหาสาระ รองลงมาคือ ส่วนนวนภาษา รูปเล่ม และช่องทางการจัดจำหน่าย
  5. ผู้บริโภค เป็นผู้มีความจงรักภักดีต่อตรายี่ห้อสูง กล่าวคือ ส่วนใหญ่ซื้อวารสารธุรกิจภาษาไทยฉบับ เดิมอ่านต่อเนื่องกันมา เป็นระยะเวลา มากกว่า 1 ปี
- ข้อเสนอแนะสำหรับวิทยานิพนธ์ มีดังต่อไปนี้

1. ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ผู้ผลิตควร เสนอบทความที่มีการวิเคราะห์เจาะลึกในรายละเอียดมากขึ้น แต่ไม่ยากจนเกินไป ความเข้าใจ เนื่องจากผู้บริโภคคำนึงถึงเนื้อหาสาระ เป็นอันดับแรกในการตัดสินใจ เลือกซื้อวารสารธุรกิจภาษาไทยฉบับหนึ่ง ๆ ผู้ผลิตจะต้องมีการกระจายการวางขายตามแผง/ร้านค้าต่าง ๆ มากขึ้น เนื่องจากในการเลือกสถานที่ซื้อ ผู้บริโภคจะคำนึงถึงความสะดวกในการซื้อง่าย เป็นสำคัญ กำหนดการวางจำหน่ายในแต่ละ เดือนจะต้องตรง เวลาและสม่ำเสมอ นอกจากนี้ สำหรับวารสารธุรกิจภาษาไทยฉบับที่เพิ่งออกใหม่ ควรจะมีการโฆษณาให้เป็นที่รู้จัก หลังจากนั้นหน้าปกของวารสารธุรกิจจะทำหน้าที่โฆษณาตัวของมันเอง เมื่อวางอยู่บนแผง

๒. ด้านกลยุทธ์การค้า เน้นงาน ผู้ผลิตควรจัดให้มีการฝึกอบรม และสร้างระบบผลตอบแทนที่จูงใจบุคลากรภายในให้ทำงานให้กับบริษัทยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้ผลิตควรจัดให้มีการ เปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรภายใน โดยการเพิ่มฝ่ายการตลาด เพื่อรับผิดชอบการ เพิ่มยอดขาย เพราะรายได้จากการขายเนื้อที่โฆษณาแต่เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการอยู่รอดของธุรกิจได้ เนื่องจากการที่ภาวะ เศรษฐกิจซบเซา ธุรกิจโฆษณาจะซบเซาตามไปด้วย เจ้าของสินค้าส่วนใหญ่ต่างพยายามประหยัดงบโฆษณาของคนให้ได้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้

กล่าวโดยสรุป ตลาดวารสารธุรกิจภาษาไทยมีแนวโน้มที่จะเจริญเติบโตต่อไปในอนาคตซึ่งสิ่งที่จะตามมาคือ การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในตลาดนี้ จึงควรที่ผู้ผลิตแต่ละราย จะได้มีการปรับส่วนผสมทางการตลาดของตนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้ ได้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

✓

Thesis Title	A Study on Bangkok Consumers' Opinion Towards Thai Business Magazines
Name	Miss Chuenchit Banyatsupasil
Thesis Advisor	Mr. Sanoh Sujima
Thesis Co-advisor	Miss Ploentip Kometsopa
Department	Marketing
Academic Year	1986



ABSTRACT

Nowadays, Thai business magazines is one of the most popular media among readers and advertisers. A number of new business magazines has been launched in the market. Each producer tries to make their publications that satisfy consumers' needs, thus increasing income from classified ads which are a major source of income. The primary objective of this study is to study consumers' opinions towards thai business magazines, influential factors for their decisions, marketing condition and purchasing behavior. The study is conducted through a survey method using 150 subjects from book-stalls, 150 subscribers and 100 borrowers.

The following findings are concluded from the study :-

1. Most of the consumers are males, 25-29 years of age, private company workers, earn more than 10,000 baht per month and hold a bachelor degree. They have been reading Thai business magazines for 1-3 years and read them every month.

2. Consumers think that reading Thai business magazines can help them keep up with what is going on in today business, enhancing business knowledge, helping to make decision in business and providing reference of statistical data

3. Currently, Thai business magazine market consists of not only consumers who work in business field such as business men or entrepreneurs but also those who work in non-business field such as doctors, engineers, lawyers, students, etc.

4. Content of the magazines is the most influential factor for consumers' choices. The next influential factors are wordings, sizes, formats and distribution channels, respectively.

5. Consumers have high level of brand loyalty. Most of them buy the same brand continuously for more than 1 year.

#### Recommendations :-

##### 1. Operation Strategies:

Producers of Thai business magazines should provide training programs and incentive systems to motivate personnel in organizations so that they can devote themselves to the companies. Besides, these companies should be reorganized and set a marketing department to be directly responsible for all marketing activities.

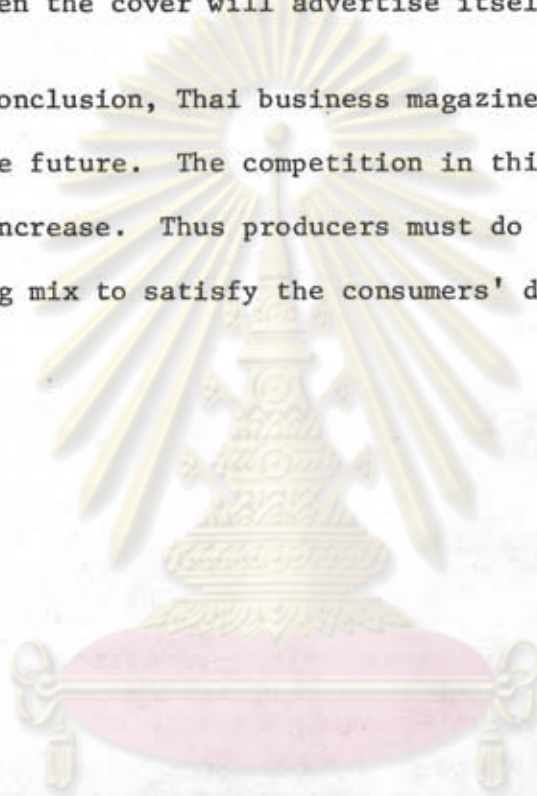
##### 2. Marketing Strategies:

Producers should offer readers more deeply analyzed but comprehensible articles since it was found that consumers will significantly consider content of the magazines when making choices. Besides, Thai business magazines should be more widely



distributed since if was shown that consumers need convenience in buying. Furthermore, the delivery time should be on time every month. As for newly launched, Thai business magazines should make more advertising to make people know about the product. Then the cover will advertise itself on the stand.

In conclusion, Thai business magazine market tends to expand in the future. The competition in this market will definitely increase. Thus producers must do their best to adjust the marketing mix to satisfy the consumers' demand.



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของคุณเสนาะ สุจิมา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์เพลินทิพย์ โกเมศโสภา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ซึ่งท่านทั้งสองได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของการวิจัยมาด้วยดีตลอด ผู้ทำวิทยานิพนธ์ จึงขอกราบขอบพระคุณท่านทั้งสองมา ณ ที่นี้ด้วย นอกจากนี้ผู้ทำวิทยานิพนธ์ ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุรชญา วิวัฒน์ชาติ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาภิญญา ลิขปิสวัสดิ์ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบ และ เนื่องจากทุนการวิจัยครั้งนี้บางส่วนได้รับมาจากทุนอุดหนุนการวิจัยของธนาคารกสิกรไทย จึงขอขอบพระคุณธนาคารกสิกรไทยมา ณ ที่นี้ด้วย

นอกจากนี้ ผู้ทำวิทยานิพนธ์ขอกราบขอบพระคุณผู้ผลิตวารสารธุรกิจฉบับต่าง ๆ และ บริษัท ดีมาร์ จำกัด ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้วิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และท้ายสุด ขอกราบขอบพระคุณบิดา-มารดา ซึ่งสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้ทำวิทยานิพนธ์ตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

ศูนย์วิทยทรัพยากร ชั้นจัดค้ บัณฑิตศุภกิล  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ช
กิตติกรรมประกาศ .....	ญ
สารบัญตาราง .....	ฐ
สารบัญแผนภาพและแผนภูมิ .....	ด
บทที่	
1. บทนำ	
/ ลักษณะความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
/ วัตถุประสงค์ในการวิจัย .....	2
/ แนวเหตุผล ทฤษฎีที่สำคัญ หรือสมมติฐาน .....	2
/ ขอบเขตการวิจัย .....	2
/ วิธีดำเนินการวิจัย .....	2
/ แหล่งที่มาของข้อมูล .....	9
/ การประมวลผล การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล .....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำวิทยานิพนธ์ .....	11
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการวิจัย .....	11
2. สภาวะตลาดวารสารธุรกิจภาษาไทย .....	
นิยาม .....	13
ประเภทของนิตยสาร .....	14
วิวัฒนาการนิตยสารในประเทศไทย .....	17
วิวัฒนาการวารสารธุรกิจในประเทศไทย .....	23

สภาวะการแข่งขันในตลาดวารสารธุรกิจภาษาไทย .....	
การแข่งขันระหว่างวารสารธุรกิจภาษาไทยด้วยกัน .....	30
การแข่งขันระหว่างวารสารธุรกิจภาษาไทยกับสื่อ	
สิ่งพิมพ์ประเภทอื่น .....	36
<b>บทที่</b>	
3. การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด .....	
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ .....	38
กลยุทธ์ด้านราคา .....	46
กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย .....	50
กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย .....	55
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการกลยุทธ์ทางการตลาด .....	57
/ 4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล .....	60
/ 5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ .....	174
บรรณานุกรม .....	184
ภาคผนวก .....	187
/ ภาคผนวก ก. ตัวอย่างแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา .....	188
ภาคผนวก ข. รายชื่อวารสารธุรกิจตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน	
เท่าที่รวบรวมได้ .....	199
ภาคผนวก ค. กฎหมายการพิมพ์ .....	207
ภาคผนวก ง. ความนิยมในการอ่าน (Readership) และความถี่	
ในการอ่าน (Frequency) ของวารสารธุรกิจภาษาไทย .....	240
ภาคผนวก จ. ทฤษฎีว่าด้วยความจงรักภักดีต่อตราหือ (Brand Loyalty	
Theories) .....	253
ประวัติผู้เขียน .....	257

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้บริโภครวม ..... 61	61
2	แสดงความคิดเห็นในการอ่านวารสารธุรกิจภาษาไทย ..... 67	67
3	แสดงระยะเวลาในการอ่านวารสารธุรกิจภาษาไทยจนถึงปัจจุบัน ..... 68	68
4	แสดงความคิดเห็นในการอ่าน จำแนกตามเพศ ..... 69	69
5	แสดงความคิดเห็นในการอ่าน จำแนกตามอาชีพ ..... 70	70
6	แสดงความคิดเห็นในการอ่าน จำแนกตามรายได้ ..... 72	72
7	แสดงระยะเวลาในการอ่านจนถึงปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ .... 73	73
8	แสดงระยะเวลาในการอ่านจนถึงปัจจุบัน จำแนกตามรายได้ .... 75	75
9	แสดงระยะเวลาในการอ่านจนถึงปัจจุบัน จำแนกตามอายุ ..... 76	76
10	แสดงรายชื่อวารสารธุรกิจภาษาไทยที่อ่านในปัจจุบัน ..... 77	77
11	แสดงจำนวนวารสารธุรกิจภาษาไทยที่อ่านในปัจจุบัน ..... 78	78
12	แสดงคอลัมน์ที่อ่านเป็นประจำ ..... 79	79
13	แสดงคอลัมน์ที่อ่านเป็นประจำ จำแนกตามเพศ ..... 80	80
14	แสดงคอลัมน์ที่อ่านเป็นประจำ จำแนกตามอาชีพ ..... 81	81
15	แสดงคอลัมน์ที่อ่านเป็นประจำ จำแนกตามระดับการศึกษา ..... 83	83
16	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่าน วารสารธุรกิจภาษาไทย ..... 84	84
17	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่าน วารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามเพศ ..... 87	87
18	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่าน วารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามอาชีพ ..... 90	90

ตารางที่

19	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านวารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามระดับการศึกษา .....	93
20	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านวารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามความถี่ในการอ่าน .....	96
21	แสดงข้อมูลที่น่าสนใจช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ .....	99
22	แสดงราคาเฉลี่ยของวารสารธุรกิจภาษาไทยที่อ่านอยู่ในปัจจุบัน จำแนกตามกลุ่มผู้บริโภค .....	100
23	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับราคา จำแนกตามรายได้	101
24	แสดงสื่อที่ทำให้รู้จักวารสารธุรกิจภาษาไทยมากที่สุด จำแนกตาม กลุ่มผู้บริโภค .....	102
25	แสดงรายการส่งเสริมการจำหน่ายที่ชื่นชอบ จำแนกตามเพศ	104
26	แสดงรายการส่งเสริมการจำหน่ายที่ชื่นชอบ จำแนกตามอาชีพ	105
27	แสดงรายการส่งเสริมการจำหน่ายที่ชื่นชอบ จำแนกตามรายได้	106
28	แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ .....	107
29	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามกลุ่มผู้บริโภค .....	109
30	แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ .....	112
31	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนวารสารธุรกิจภาษาไทยในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ .....	116
32	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนวารสารธุรกิจภาษาไทยในปัจจุบัน จำแนกตามรายได้ .....	117

ตารางที่	หน้า
33	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับจำนวนวารสารธุรกิจภาษาไทยในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษา ..... 118
34	แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงวารสารธุรกิจภาษาไทย ..... 119
35	แสดงข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวารสารธุรกิจภาษาไทย ..... 120
36	แสดงปัจจัยในการพิจารณาเลือกสถานที่ชื่อวารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามอาชีพ ..... 121
37	แสดงปัจจัยในการพิจารณาเลือกสถานที่ชื่อวารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามรายได้ ..... 123
38	แสดงปัจจัยในการพิจารณาเลือกสถานที่ชื่อวารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามความถี่ในการอ่าน ..... 124
39	แสดงรูปแบบการชื่อวารสารธุรกิจภาษาไทย ..... 125
40	แสดงรูปแบบการชื่อวารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามเพศ ..... 126
41	แสดงรูปแบบการชื่อวารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตามรายได้ ..... 127
42	แสดงรูปแบบการชื่อวารสารธุรกิจภาษาไทย จำแนกตาม ความถี่ในการอ่าน ..... 128
43	แสดงระยะเวลาที่ชื่ออ่านต่อ เนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน ..... 129
44	แสดงระยะเวลาที่ชื่ออ่านต่อ เนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน จำแนกตาม รายชื่วารสารธุรกิจภาษาไทยที่ชื่ออ่านต่อ เนื่องกันดังกล่าว ..... 132
45	แสดงระยะเวลาที่ชื่ออ่านต่อ เนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ ..... 136
46	แสดงระยะเวลาที่ชื่ออ่านต่อ เนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน จำแนกตามรายได้ ..... 139
47	แสดงการตัดสินใจ เมื่อวารสารฉบับที่ชื่ออ่านต่อ เนื่องกันหมด/ไม่มีวางขาย จำแนกตามอาชีพ ..... 142
48	แสดงการตัดสินใจ เมื่อวารสารฉบับที่ชื่ออ่านต่อ เนื่องกันหมด/ไม่มีวางขาย จำแนกตามรายได้ ..... 144

## ตารางที่

49	แสดงการตัดสินใจ เมื่อวารสารฉบับที่ซื้ออ่านต่อเนื่องกันหมด/ไม่มีวางขาย จำแนกตามระยะเวลาในการอ่านถึงปัจจุบัน .....	145
50	แสดง เหตุผลที่ตัดสินใจซื้ออ่าน เป็นประจำ .....	146
51	แสดง เหตุผลที่ไม่สมัคร เป็นสมาชิกประจำ .....	147
52	แสดงประ เภทของสมาชิก .....	148
53	แสดงวิธีจ่าย เงินค่าสมาชิก จำแนกตามอายุ .....	149
54	แสดงวิธีจ่าย เงินค่าสมาชิก จำแนกตามอาชีพ .....	151
55	แสดงวิธีจ่าย เงินค่าสมาชิก จำแนกตามรายได้ .....	153
56	แสดงจำนวนครั้งของการต่ออายุสมาชิก .....	155
57	แสดงจำนวนครั้งของการต่ออายุสมาชิก จำแนกตามรายชื่อวารสาร- ธุรกิจภาษาไทยที่บอกรับ เป็นสมาชิก .....	158
58	แสดงจำนวนครั้งของการต่ออายุสมาชิก จำแนกตามอาชีพ	162
59	แสดงจำนวนครั้งของการต่ออายุสมาชิก จำแนกตามรายได้	166
60	แสดง เหตุผลของการต่ออายุสมาชิก .....	169
61	แสดงนิสัยการซื้อวารสาร /นิตยสาร /หนังสือพิมพ์ ของผู้ขอยืมอ่าน	170
62	แสดงประ เภทของนิตยสาร /หนังสือพิมพ์ที่จ่าย เงินซื้อด้วยตนเอง จำแนกตามรายได้ .....	171
63	แสดง เหตุผลที่ไม่ซื้อวารสารธุรกิจภาษาไทย .....	173



## สารบัญแผนภาพและแผนภูมิ

หน้า

## แผนภาพที่

2.1 แสดงองค์ประกอบสำคัญอันมีผลต่อการ เริ่มต้นของนิตยสารไทย .....

จ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อตราที่ถือ ..... 254

## แผนภูมิที่

ง 1 แสดงจำนวนผู้อ่านฉบับใดฉบับหนึ่งในเดือนที่แล้ว (Readership)  
ในช่วงปี พ.ศ. 2523 - 2527 ..... 243ง 2 แสดงสัดส่วนผู้อ่านฉบับใดฉบับหนึ่งใน เดือนที่แล้วต่อจำนวนประชากร  
ใน เขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงปี พ.ศ. 2523 - 2527 ..... 244ง 3 แสดงจำนวนผู้อ่านฉบับใดฉบับหนึ่งในเดือนที่แล้ว ในช่วงปี พ.ศ.  
2525 - 2527 จำแนกตามอายุ ..... 245ง 4 แสดงจำนวนผู้อ่านฉบับใดฉบับหนึ่งในเดือนที่แล้ว ในช่วงปี พ.ศ.  
2525 - 2527 จำแนกตามชั้นของรายได้ ..... 246ง 5 แสดงจำนวนผู้อ่านฉบับใดฉบับหนึ่งในเดือนที่แล้ว ในช่วงปี พ.ศ.  
2525 - 2527 จำแนกตาม เพศ ..... 247ง 6 แสดงจำนวนผู้อ่านอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง (Frequency)  
ในช่วงปี พ.ศ. 2523 - 2527 ..... 248ง 7 แสดงสัดส่วนผู้อ่านอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งต่อจำนวนประชากรในเขต  
กรุงเทพมหานคร ในช่วงปี พ.ศ. 2523 - 2527 ..... 249ง 8 แสดงจำนวนผู้อ่านอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ในช่วงปี พ.ศ.  
2525 - 2527 จำแนกตาม อายุ ..... 250

## แผนภูมิที่

ง 9	แสดงจำนวนผู้อ่านอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ในช่วงปี พ.ศ. 2525 - 2527 จำแนกตาม ชั้นของรายได้ .....	251
ง 10	แสดงจำนวนผู้อ่านอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ในช่วงปี พ.ศ. 2525 - 2527 จำแนกตาม เพศ .....	252



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย