

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน และความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ" มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการ ซึ่งประกอบด้วย การบริหารงาน การจัดองค์กร การลดต้นทุน การนำเสนอเนื้อหา กระบวนการผลิต และการตลาด ของนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนสามารถอยู่ได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ และความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการของนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจกับความพึงพอใจของผู้รับสาร

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยกรอบทฤษฎีและแนวคิดในการศึกษาที่สำคัญ คือ แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร แนวคิดการตลาดและการสื่อสาร การตลาด ทฤษฎีองค์กร ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

สำหรับแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ แหล่งข้อมูลจากเอกสาร แหล่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับบุคคลในองค์กรผู้ผลิตนิตยสาร บุคคลในกลุ่มบริษัทโฆษณา และบุคคลที่ทำงานในวงการสื่อธุรกิจ และกลุ่มผู้อ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน

การวิจัยในส่วนของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน ใช้วิธีการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มผู้อ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน จำนวน 300 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร จำนวน 150 คน ได้รับการตอบแบบสอบถามกลับ จำนวน 122 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 81.33 และกลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ย จำนวน 150 คน ได้รับการตอบแบบสอบถามกลับ จำนวน 119 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 79.33

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน ใช้โปรแกรม SPSS FW ประกอบด้วยการวิเคราะห์ทั่วไป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้รับสารมีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ T-Test และ One-way ANOVA

สมมติฐานที่ 2 ผู้รับสารมีความพึงพอใจจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ T-Test และ One-way ANOVA

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ทฤษฎีการจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

- 1.1 การจัดโครงสร้างองค์กร และการบริหารงาน
- 1.2 การนำเสนอเนื้อหา
- 1.3 กระบวนการผลิต
- 1.4 การลดต้นทุน
- 1.5 การตลาด

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน แบ่งออกเป็น

- การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยข้อมูล 2 กลุ่ม ด้วยค่า T (T-test)
- การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 3 กลุ่มขึ้นไป ด้วยสถิติ One-Way ANOVA และกรณีที่พบว่าแตกต่างกัน จะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการของ Scheffe'

ส่วนที่ 1

วิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

1.1 การจัดองค์กรและการบริหารงาน

จากการศึกษาวิจัยการจัดองค์กรและการบริหารงานของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า การจัดโครงสร้างองค์กรของผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีการจัดองค์กรที่มีความคล้ายคลึงกัน โดยองค์กรทั้ง 2 นั้น จัดอยู่ในประเภทการเป็นเจ้าของ คือ ประเภทบริษัท (Corporation) โดยมีผู้ถือหุ้นหลายคน ส่วนใหญ่ผู้ถือหุ้นจะอยู่ในวงใกล้ชิดกัน และหุ้นมักจะไม่ถูกขายให้กับบุคคลภายนอก

ในด้านการบริหารงานนั้น วารสารข่าวการเงินธนาคาร จะใช้ระบบการบริหารแบบคนเดียว โดยมีผู้อำนวยการ ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการ เป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจสูงสุด และเป็นผู้มอบนโยบายให้กับฝ่ายงานต่าง ๆ

ส่วนองค์กรผู้ผลิตนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น การบริหารงานจะอยู่ในรูปของคณะกรรมการ ซึ่งจะเป็นผู้ประชุมเพื่อวางแผนงาน โดยมีประธานกรรมการเป็นผู้มอบนโยบายให้กับกรรมการผู้จัดการ และกระจายต่อไปยังผู้จัดการฝ่ายงานต่าง ๆ อีกต่อหนึ่ง

1.2 การนำเสนอเนื้อหา

การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีความคล้ายคลึงกันตรงที่นำเสนอเนื้อหาที่มีความเจาะลึกทุกแง่มุมในเรื่องเศรษฐกิจ การเงิน การคลัง ธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน และจะพยายามสร้างความแตกต่างให้กับเนื้อหาของตนเอง โดยจะมีมุมมองในด้านข่าวที่แตกต่างกันออกไป ตามประสบการณ์ของคนทำงาน

แต่จุดที่แตกต่างกันคือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร มีข้อมูล ตัวเลข ทางเศรษฐกิจ ที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ ซึ่งนิตยสารดอกเบี๋ย ยังขาดจุดนี้

1.3 กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีความคล้ายคลึงกันโดยส่วนใหญ่ โดยในขั้นตอนของงานข่าว จะมีการประชุมข่าวทุกเดือน เพื่อทำการวางแผนวางรายละเอียดของเนื้อหาข่าว ว่าภายในเดือนนั้น จะนำเสนอข่าวใดที่จะเป็นข่าวเพื่อทำสัปดาห์ โดยมีการบริหารการเป็นผู้มอบหมาย และควบคุมนโยบายด้านข่าว และมีหัวหน้ากอง

บรรณาธิการ ทำหน้าที่ในการติดตามงานข่าว และประสานงานกับฝ่ายผลิต ส่วนการผลิต เนื้อหา นั้น เมื่อกองบรรณาธิการ จัดพิมพ์ต้นฉบับข่าวเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะส่งข้อมูลไปยังฝ่ายผลิต (ศิลปกรรม) เพื่อทำการจัดหน้า และทำการพิมพ์เพื่อนำมาตรวจแก้ และเมื่อทำต้นฉบับเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะส่งไปยังร้านแยกสี ถ่ายเพลท และส่งไปยังโรงพิมพ์เพื่อทำการจัดพิมพ์ต่อไป

หลังจากเสร็จสิ้นจากกระบวนการในการพิมพ์หนังสือแล้ว จะมีการจัดส่งไปยังผู้อ่าน โดยแยกเป็นการจัดส่งให้กับสมาชิก และการส่งไปยังตัวแทนจำหน่ายต่อไป

สำหรับกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร จะนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดขั้นตอนในการผลิต ด้วยการจัดส่งข้อมูลผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว มากยิ่งขึ้น

1.4 การลดต้นทุน

การลดต้นทุนของ นิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ นั้น จะมีการลดต้นทุนที่คล้ายคลึงกัน โดยในส่วนสำนักงาน จะหยุดทำงานในวันเสาร์ และทำการปิดสำนักงานตรงเวลา นอกจากนี้ยังมีการลดต้นทุนในด้านตัวผลิตภัณฑ์ คือ การลดจำนวนหน้าขาว-ดำ และหน้าสีสีลง ในด้านนักเขียนพิเศษนั้น จะพยายามใช้ให้น้อยที่สุด นอกจากนี้ได้ทำการปรับลดเงินเดือนพนักงานลงประมาณร้อยละ 5-15 และยังมีนโยบายไม่รับคนเพิ่มขึ้นอีกด้วย และไม่มียุทธศาสตร์ในการปลดพนักงาน

1.5 การตลาด

ในด้านการตลาดของนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับนั้น จะมีความแตกต่างกัน โดยวารสารข่าวการเงินธนาคารจะมีการสอบถามความคิดเห็นของผู้อ่าน เพื่อนำมาปรับปรุงนิตยสาร มีการให้ส่วนลดในการสมัครเป็นสมาชิก มีช่องทางการจำหน่ายมากกว่านิตยสารดอกเบี๋ย คือ มีการขายสมาชิคนิตยสาร อิเลคทรอนิกส์ มีการจัดการส่งเสริมการขายหลายอย่าง เช่น การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ส่วนนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น จะเน้นที่การขายสมาชิก ด้วยวิธีการให้ทดลองอ่านนิตยสารเพื่อหวังผลให้สมัครเป็นสมาชิกในอนาคต

ส่วนการตลาดการขายโฆษณานั้น นิตยสารรายธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ นั้น จะให้ส่วนลดกับผู้ซื้อเนื้อที่โฆษณาประมาณร้อยละ 20 และพยายามรักษาลูกค้าเก่าไว้ให้มากที่สุด

ส่วนที่ 2

วิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ นั้น พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือนอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ คือ ปัจจัยด้านการนำเสนอเนื้อหา และปัจจัยด้านความเป็นเจ้าของ โดยนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ จะเน้นด้านการนำเสนอเนื้อหาเป็นหลัก เนื่องจากนิตยสารธุรกิจนั้น ผลิตภัณฑ์ที่จะขายให้แก่ผู้อ่าน คือ ตัวเนื้อหา ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความเจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่มุมของเศรษฐกิจ ธุรกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน และมีประเด็นข่าวที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักการเงิน การธนาคาร และผู้บริหารในองค์กรธุรกิจ เพื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้อ่านให้มากที่สุด

ในด้านปัจจัยความเป็นเจ้าของนิตยสารนั้น เจ้าของวารสารข่าวการเงินธนาคารนั้น คือ นายสันติ วิริยะรังสฤษฎ์ ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวงการหนังสือพิมพ์มากกว่า 20 ปี โดยปัจจุบันยังเป็นคอลัมนิสต์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านมากที่สุดในประเทศ ทำหน้าที่ในการเขียนคอลัมน์ข่าวสังคม หน้า 4 และคอลัมน์หมายเหตุประเทศไทย ในหน้า 5 ทำให้เป็นที่รู้จักของผู้บริหารขององค์กรธุรกิจต่าง ๆ และยังคงอยู่ในแวดวงสื่อมวลชนในด้านทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มานาน ทำให้เป็นที่ยอมรับนับถือจากผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ

ส่วนเจ้าของนิตยสารดอกเบี๋ย คือ นายรัฐกร อัสตรธีรยุทธ์ ซึ่งเป็นอดีตบรรณาธิการบริหารและผู้ก่อตั้งหนังสือพิมพ์ประชาชาติมติชน โดยทำงานในแวดวงสื่อมวลชนมานานมากกว่า 20 ปี จึงทำให้เป็นที่รู้จักของนักธุรกิจ ผู้บริหารองค์กรธุรกิจต่าง ๆ เช่นเดียวกัน

ปัจจัยความเป็นเจ้าของ จึงมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของนิตยสาร เพราะภาพลักษณ์ของผู้มีอำนาจในการบริหาร หรือเจ้าของกิจการ เป็นที่ยอมรับนับถือของผู้อ่าน หรือบริษัทต่าง ๆ ที่ซื้อเนื้อที่โฆษณา ยิ่งจะทำให้การตัดสินใจในการซื้อนิตยสาร หรือซื้อสื่อโฆษณา ได้ง่ายมากขึ้น

ดังนั้น ปัจจัยการนำเสนอเนื้อหา และปัจจัยความเป็นเจ้าของนั้น เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายของนิตยสารธุรกิจรายเดือน มีความสนใจในนิตยสารฉบับนั้น ๆ ทำให้

เกิดรายได้จากการขายสมาชิก การขายนิตยสาร และรายได้จากการขายเนื้อที่โฆษณา ซึ่งถือได้ว่าเป็นรายได้หลักของธุรกิจนิตยสาร

สำหรับปัจจัยด้านการบริหาร การจัดองค์กร การลดต้นทุน กระบวนการผลิต การตลาด จะเป็นปัจจัยที่สามารถทำให้การดำเนินธุรกิจนิตยสารธุรกิจรายเดือน สามารถอยู่รอดได้ ถ้ามีการผสมผสานนโยบายด้านต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว อย่างสอดคล้องกัน และมีแนวทางในทางเดียวกัน โดยมีการบริหารที่รัดกุมรอบครอบ มีการจัดองค์กรที่สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมภายนอก คือ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และสภาวะแวดล้อมภายใน คือ ฝ่ายจัดการ ฝ่ายผลิต บุคลากรสื่อมวลชน ซึ่งจะลดความขัดแย้งระหว่างสื่อมวลชนกับปัจจัยภายนอก และจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งด้านการรับใช้สังคมและด้านธุรกิจ

ส่วนการลดต้นทุนนั้น จะทำให้การบริหารด้านการเงิน มีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น จะทำให้เกิดความสมดุลในด้านรายรับกับรายจ่าย ซึ่งจะช่วยให้นิตยสารธุรกิจสามารถประคองตัวให้ผ่านพ้นวิกฤติทางเศรษฐกิจในช่วงนี้ได้

สำหรับเรื่องกระบวนการผลิตนั้น การจัดกระบวนการผลิตให้มีความคล่องตัว ลดขั้นตอนในการผลิตได้มากเท่าไร ยิ่งจะทำให้ลดค่าใช้จ่ายได้มากขึ้นเท่านั้น

ในด้านการตลาด ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ การตลาดนั้น มีความสำคัญ นโยบายการตลาดที่สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ จะสามารถลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรผู้ผลิตนิตยสารนั้นได้

การผสมผสานระหว่างนโยบายต่าง ๆ ทั้งการบริหาร การจัดองค์กร การลดต้นทุน กระบวนการผลิต การตลาด จะมีส่วนช่วยในการที่จะประคองธุรกิจนิตยสารให้สามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 3

การวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

3.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่ศึกษาจำนวน 122 คน พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ เพศชายร้อยละ 59.00 เพศหญิงร้อยละ 41.00 ส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 45.10 มีอายุระหว่าง 20- 29 ปี สำหรับด้านการศึกษา กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 77.00 การประกอบอาชีพนั้น ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 55.70 ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท ร้อยละ 57.40 และมีระยะเวลาในการอ่าน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 54.10 อ่านมาเป็นเวลาระหว่าง 1-3 ปี

ส่วนผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๊ยม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ เพศชาย ร้อยละ 54.60 เพศหญิงร้อยละ 45.40 ส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 39.50 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี สำหรับด้านการศึกษา กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๊ยม ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 68.90 การประกอบอาชีพนั้น ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 68.90 ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 30,000 บาท ร้อยละ 47.10 และมีระยะเวลาในการอ่าน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 44.50 อ่านมาเป็นระยะเวลา ระหว่าง 1-3 ปี

3.2 ปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน

3.2.1 ปัจจัยในการเลือกอ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร

ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร เลือกอ่านมากที่สุดคือ การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่มุม (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมาคือ มีเนื้อหาที่ตรงกับความ ต้องการ มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีเนื้อหาข่าวสารที่เที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.72) ส่วนปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านเลือกอ่านน้อยที่สุดคือ จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ หนังสือพิมพ์ Internet (ค่าเฉลี่ย 2.25)

3.2.2 ปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารดอกเบี๋ย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านเลือกอ่านนิตยสารดอกเบี๋ยมากที่สุด คือ นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่มุม (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาคือ มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีเนื้อหาข่าวสารที่เที่ยงตรง (ค่าเฉลี่ย 3.57) ส่วนปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านเลือกอ่านน้อยที่สุดคือ จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ หนังสือพิมพ์ Internet (ค่าเฉลี่ย 2.09)

3.2.3 เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารธุรกิจรายเดือนระหว่างวารสารข่าวการเงินธนาคารกับนิตยสารดอกเบี๋ย

การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยในการเลือกอ่านนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกอ่านนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ มากที่สุด คือ การนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่มุม รองลงมา คือ มีเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการ มีข้อมูลและตัวเลขทางเศรษฐกิจ ส่วนปัจจัยที่ผู้อ่านนิตยสารธุรกิจทั้ง 2 ชื่อฉบับใช้ในการตัดสินใจเลือกอ่าน เป็นอันดับสุดท้าย คือ จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ วิทยุ หนังสือพิมพ์ Internet

3.3 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

3.3.1 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร

การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังมากที่สุดคือ จะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น รองลงมาคือ มีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน และคาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา ตามลำดับ ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ คาดหวังว่า จะรู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ๆ และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่าผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก

3.3.2 การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย

การวิเคราะห์ความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า มีความคาดหวังมากที่สุด คือ จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน รองลงมาคือ มีความคาดหวังว่า จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา และคาดหวังว่าจะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น ตามลำดับ ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ คาดหวังว่า จะสามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก

3.3.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ แตกต่างกัน คือ จะมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 1 นิตยสารดอกเบี๋ย อันดับที่ 3) จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 2 นิตยสารดอกเบี๋ย อันดับที่ 1) จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 3 นิตยสารดอกเบี๋ย อันดับที่ 2)

ในส่วนของความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ น้อยที่สุด คือ กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะรู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ส่วนกลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะสามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำผู้อื่นได้อย่างเพียงพอ และถูกต้อง

3.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ

3.4.1 การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร

การวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นที่ว่า ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน รองลงมาคือ ได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น และได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ ส่วนความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ พึงพอใจที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่นๆ และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวมพบว่าผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก

3.4.2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของผู้่านนิตยสารดอกเบี้ย

การวิเคราะห์จากคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ย มีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นที่ว่า ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน รองลงมาคือ ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ และได้รับความรู้ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น ส่วนความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ พึงพอใจที่สามารถนำไปให้คำปรึกษาแนะนำ กับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่าผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ย มีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง

3.4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารและนิตยสารดอกเบี้ย

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ วารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี้ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ ใกล้เคียงกัน คือ ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน (อันดับที่ 1) ได้รับความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 2 นิตยสารดอกเบี้ย อันดับที่ 3) ได้ใช้เวลาว่างอย่างเป็นประโยชน์ (วารสารข่าวการเงินธนาคาร อันดับที่ 3 นิตยสารดอกเบี้ย อันดับที่ 2)

ในส่วนของความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ น้อยที่สุดคือ กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ส่วนกลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ย มีความพึงพอใจที่สามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำผู้อื่นได้อย่างเพียงพอ และถูกต้อง

3.5 ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในการเปิดรับนิตยสารธุรกิจรายเดือน

3.5.1 ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในวารสารข่าวการเงินธนาคาร

การวิเคราะห์ ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในวารสารข่าวการเงินธนาคาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ "ข่าวการเงินธนาคาร" มากที่สุด รองลงมา คือ คอลัมน์ "สกู๊ปปก" คอลัมน์ "หน้าต่างการเงิน" และคอลัมน์ "เกร็ดการเงิน" ส่วนคอลัมน์ที่กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ คอลัมน์ "กอล์ฟทิป" รองลงมาคือ คอลัมน์ "เที่ยวไวน์รอบโลก" และคอลัมน์ "แมงมุม" ตามลำดับ

3.5.2 ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสารดอกเบี้ย

การวิเคราะห์ ความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสารดอกเบี้ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี้ย มีความพึงพอใจที่ได้รับจากคอลัมน์ "สัมภาษณ์พิเศษ" มากที่สุด รองลงมา คือ คอลัมน์ "จากปก" คอลัมน์ "รายงานพิเศษ" และคอลัมน์ "รายงานดอกเบี้ย" ตามลำดับ

ส่วนคอลัมน์ที่กลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ คอลัมน์ "ท้ายเล่ม" รองลงมาคือ "กถาดอกเบี๋ย" และคอลัมน์ "ดอกเบี๋ยคาร์" ตามลำดับ

3.6 การวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

3.6.1 การวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

จากการวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่มีผลต่อความพึงพอใจนั้น พบว่า การปรับกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจลดลงมากที่สุด คือ การขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก) รองลงมาคือ การปรับลดในส่วนของ การลดจำนวนหน้าลง การลดคุณภาพกระดาษให้ต่ำลง การลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่สีลง และการลดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดของแถม การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ ตามลำดับ

3.6.2 การวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีผลต่อความพึงพอใจ

จากการวิเคราะห์การปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีผลต่อความพึงพอใจนั้น พบว่า การปรับกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจลดลงมากที่สุด คือ การขึ้นราคาค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย (ราคาปก) รองลงมาคือ การปรับลดในส่วนของ การลดจำนวนหน้าลง การลดคุณภาพกระดาษให้ต่ำลง การลดการส่งเสริมการขาย เช่น การลดของแถม การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ และการลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่สีลง ตามลำดับ

3.7 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการกับความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสาร

กลยุทธ์การจัดการของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วยการบริหาร การจัดองค์กร การลดต้นทุน กระบวนการผลิต การตลาด โดยกลยุทธ์การจัดการในด้านต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น จะพิจารณาได้จากการนำเสนอเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้ทราบ

ความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารที่เน้นการเสนอเนื้อหาที่เป็นการรายงานข่าวเชิงวิเคราะห์ และมีการเสนอเนื้อหาที่ครอบคลุมทางด้านการเงิน การคลัง การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน

ส่วนในด้านการลดต้นทุนในผลิตภัณฑ์ ที่ทำให้ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจลดลง คือ การขึ้นค่าสมาชิก เช่น สมาชิกจะได้รับเปอร์เซ็นต์ที่เป็นส่วนลดจากราคาปกน้อยลง/การขึ้นราคาขาย จะทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจลดลงในระดับมาก คุณภาพกระดาษที่ต่ำลง จะทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อวารสารข่าวการเงินธนาคาร ลดลงในระดับปานกลาง และการลดการส่งเสริมการขาย เช่น ของแจก การลดสิทธิพิเศษต่าง ๆ จะทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจต่อวารสารข่าวการเงินธนาคารลดลงในระดับปานกลาง

ส่วนนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น พิจารณาการจกนำเสนอเนื้อหา พบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจที่ได้รับมากที่สุด คือ ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารที่เน้นการเสนอเนื้อหาโดยสะท้อนความเป็นจริงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ให้มากที่สุด

ในด้านการลดต้นทุนของนิตยสารดอกเบี๋ย ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ได้ทำการลดต้นทุน คือ การปรับลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้อ่านมีความพึงพอใจลดลงในระดับปานกลาง

จึงสรุปได้ว่า นิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีการปรับลดต้นทุนในตัวผลิตภัณฑ์ที่น้อยมาก คือ นิตยสารดอกเบี๋ย มีการปรับลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่ ส่วนวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีการปรับลดจำนวนหน้าที่เป็นสีสี่ และมีการปรับลดจำนวนหน้าลง

สำหรับกลยุทธ์ในการจัดการด้านอื่น ๆ ของนิตยสารธุรกิจรายเดือนนั้น การปรับนโยบายในด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะสนองความพึงพอใจให้กับผู้อ่าน เช่น การนำเสนอเนื้อหาที่มีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น และมีความครอบคลุมในด้านการเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ทำให้ผู้อ่านมีความพึงพอใจจากการที่ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน จะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น เพื่อทดแทนในส่วนที่ได้ทำการปรับลดไป ซึ่งการดำเนินกลยุทธ์ในส่วนอื่น ๆ นั้น มีวัตถุประสงค์ให้องค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือนสามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้อ่านด้วย

ส่วนที่ 4

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้รับสารมีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์

1.1 เพศกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า เพศของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความคาดหวังจากนิตยสารดอกเบี๋ยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

1.2 อายุกับความคาดหวังจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า อายุของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ยที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน แตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

1.3 ระดับการศึกษากับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ระดับการศึกษาของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังจากวารสารข่าวการเงินธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สำหรับผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

1.4 อาชีพกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า อาชีพของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังจากวารสารข่าวการเงินธนาคารแตกต่างกันไปด้วย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สำหรับผู้่านนิตยสารดอกเบี๋ย อาชีพที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

1.5 รายได้ต่อเดือนกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารและนิตยสารดอกเบี๋ย ที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

1.6 ระยะเวลาการอ่านกับความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ระยะเวลาการอ่านของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระยะเวลาการอ่านของนิตยสารดอกเบี๋ยที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 ผู้รับสารมีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์

2.1 เพศกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า เพศของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความพึงพอใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพึงพอใจจากนิตยสารดอกเบี๋ยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.2 อายุกับความพึงพอใจที่ได้รับจากวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า อายุของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.3 ระดับการศึกษากับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ระดับการศึกษาของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ที่แตกต่างกัน ทำให้ความคาดหวังจากวารสารข่าวการเงินธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

สำหรับผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.4 อาชีพกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า อาชีพของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.5 รายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนพบว่า รายได้ต่อเดือนของผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารและนิตยสารดอกเบี๋ย ที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน แตกต่างกันอย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.6 ระยะเวลาการอ่านกับความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร และนิตยสารดอกเบี๋ย ที่มีระยะเวลาการอ่านแตกต่าง ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผล

กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ จากการศึกษาพบว่า นิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงที่น้อยมาก โดยได้ทำการปรับปรุงวิธีการเขียนข่าวให้มีความลึกมากขึ้น มีการคัดเลือกข่าวสารมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีการลดจำนวนหน้าลง มุ่งเสนอข่าวที่มีความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และมีกลยุทธ์ที่เพิ่มเติมขึ้นมา คือ การลดต้นทุนในการผลิต โดยการลดจำนวนหน้า และนโยบายในการประหยัดพลังงาน ประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การลดการจ้างนักเขียนพิเศษ หรือการลดเงินเดือนพนักงาน นอกจากนี้ยังได้มีการปรับกลยุทธ์การตลาด ในส่วนของการขายโฆษณา ที่ใช้นโยบายรักษาลูกค้าเก่า และรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าที่เคยซื้อเนื้อที่โฆษณา และกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะซื้อเนื้อที่โฆษณา ซึ่งนิตยสารดอกเบี๋ยได้ปรับปรุงในด้านการส่งเสริมการขาย โดยการใช้พนักงานด้านการตลาด ไปแนะนำหนังสือ และจัดส่งหนังสือไปให้ทดลองอ่าน เพื่อเพิ่มยอดขายในอนาคต

สำหรับส่วนที่ยังคงเดิม คือ การจัดโครงสร้าง การบริหารงาน กระบวนการผลิต การตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย

การที่องค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือน มีการปรับกลยุทธ์การจัดการเพียงเล็กน้อยเนื่องจากในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ การปรับกลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน จะต้องคำนึงถึงสภาวะแวดล้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจ และการตลาด คือ สภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เพราะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดอำนาจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นรายได้ของประชากรที่ลดลง ภาวะเงินเฟ้อ ซึ่งในช่วงที่มีอัตราเงินเฟ้อสูง ผู้บริโภคอาจหาวิธีการที่จะประหยัดในการซื้อสินค้า และในช่วงที่เกิดภาวะเงินเฟ้อนั้น รัฐบาลอาจใช้นโยบายทางการเงิน โดยการจำกัดปริมาณเงินในตลาด เพื่อให้ปริมาณเงินในตลาดลดลง

ส่วนสภาวะแวดล้อมในด้านอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น สังคม การเมือง เทคโนโลยี นั้น ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของนิตยสารธุรกิจรายเดือนในช่วงนี้ ทำให้การปรับกลยุทธ์จึงเน้นไปที่กลยุทธ์ในด้านการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของผู้อ่าน และดึงดูดให้ผู้อ่านตัดสินใจซื้อนิตยสาร และมีการจัดการส่งเสริมการขายควบคู่กันไปด้วย

ในด้านองค์กรของนิตยสารธุรกิจรายเดือนนั้น จากการแบ่งประเภทความเป็นเจ้าของของนิตยสาร สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ประเภทเจ้าของโดยส่วนตัว (Individual Proprietorship) ที่มักมีบุคคลเพียงคนเดียวเป็นเจ้าของ ทำหน้าที่และรับผิดชอบในแต่ละส่วนงานด้วยตนเอง

2. ประเภทหุ้นส่วน (Partnership) โดยจะมีผู้เข้าลงทุน 2-3 คน เงินทุนในการประกอบกิจการจะมากขึ้น และรับผิดชอบทางด้านการเงินร่วมกัน และกำไรสุทธิจะถูกแบ่งเท่า ๆ กัน

3. ประเภทบริษัท (Corporation) โดยมีผู้ถือหุ้นหลายคน มีส่วนเป็นเจ้าของธุรกิจ บริษัทจะถูกบริหารโดยกลุ่มบุคคลที่ผู้ถือหุ้นแต่งตั้งขึ้น ส่วนใหญ่ผู้ถือหุ้นจะอยู่ในวงใกล้ชิด และหุ้นมักจะไม่ได้ถูกขายให้บุคคลภายนอก ผู้ถือหุ้นที่สามารถคุมเสียงในบริษัทได้จะต้องมีหุ้นมากกว่าร้อยละ 51 ขึ้นไป

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า องค์กรนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับนั้น ประเภทความเป็นเจ้าขององค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือน จะเป็นประเภทบริษัท (Corporation) โดยมีผู้ถือหุ้นหลายคนมีส่วนเป็นเจ้าของธุรกิจ แต่การบริหารงานนั้น องค์กรผู้ผลิตของวารสารข่าวการเงินธนาคาร จะมีผู้บริหารที่ควบคุมนโยบายทั้งหมด เพียงคนเดียว โดยผู้ถือหุ้นใหญ่และผู้บริหารนิตยสารจะเป็นคนคนเดียวกัน ส่วนองค์กรผู้ผลิตนิตยสารดอกเบี๋ย จะมีคณะกรรมการบริษัทเป็นผู้มอบหมายนโยบายให้กับกรรมการผู้จัดการเป็นผู้ปฏิบัติ ซึ่งกรรมการผู้จัดการนี้จะทำหน้าที่ในการดูแลและประสานงานกับฝ่ายงานต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจ

สำหรับเจ้าของวารสารข่าวการเงินธนาคาร คือ นายสันติ วิริยะรังสฤษฎ์ นั้น เป็นบุคคลที่อยู่ในแวดวงสื่อมวลชนมานานกว่า 20 ปี อีกทั้งปัจจุบันยังเป็นคอลัมนิสต์ประจำ ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ที่เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านมากที่สุด ส่วนเจ้าของนิตยสารดอกเบี๋ย คือ นายรัฐกร อัสตรธีรยุทธ นั้น เป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงสื่อมวลชนมานานกว่า 20 ปี เช่นเดียวกัน ซึ่งบุคคลทั้ง 2 นี้ เป็นที่ยอมรับ นับถือ และเป็นที่ยู้งักกันเป็นอย่างดี ในแวดวงสื่อมวลชน และแวดวงธุรกิจ ทำให้ภาพลักษณ์ของนิตยสารธุรกิจรายเดือนทั้ง 2 ชื่อฉบับ เป็นที่ยอมรับของผู้อ่าน และผู้ที่จะลงโฆษณาในระดับหนึ่งด้วย

บรรยงศ์ สุวรรณผ่อง กล่าวไว้ว่า การประกอบธุรกิจจะต้องเป็นนิติบุคคล เพราะการประกอบธุรกิจจะต้องมีการทำสัญญาในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องกฎหมาย ภาษีอากร เข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นธุรกิจนิตยสารจึงต้องมีประเภทความเป็นเจ้าของในรูปแบบของบริษัท ซึ่งผู้ถือหุ้นใหญ่ที่มีอำนาจในการบริหารงานหรือรับผิดชอบ จะเป็นคนสำคัญ เพราะจะเป็นสัญลักษณ์หรือตัวแทนของนิตยสาร ถ้าผู้มอบอำนาจในการบริหารเป็นคนคนเดียวกับบรรณาธิการ จะทำให้การบริหารงานมีความคล่องตัว และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

ทันที และในปัจจุบันความเป็นเจ้าของธุรกิจนั้น ยังมีส่วนทำให้การหารายได้ของนิตยสาร ไม่ว่าจะเป็นการขายผลิตภัณฑ์ หรือการขายเนื้อที่โฆษณา จะทำได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งถ้าตัวเจ้าของหรือผู้บริหารเป็นที่ยอมรับในสังคม ยิ่งจะเป็นจุดได้เปรียบกว่าคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน

ในส่วนของ การนำเสนอเนื้อหา นั้น Frank Luther Mott เชื่อว่า นิตยสารจะเสนองานเขียนซึ่งบางส่วนมีคุณภาพสูงให้แก่ประชาชน และโดยบทบาทหน้าที่นั้น นิตยสารจัดเป็นสื่อมวลชนที่ผสมผสานระหว่างหนังสือพิมพ์กับหนังสือเล่ม กล่าวคือ คล้ายหนังสือพิมพ์ในเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็น ความบันเทิง และการโฆษณา ส่วนคล้ายคลึงกับหนังสือเล่มนั้น อยู่ที่การเจาะลึกรายละเอียดเหตุการณ์เบื้องหลังข่าว และมุ่งให้ความรู้แก่กลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม จากการผสมผสานดังกล่าว ทำให้นิตยสารวิวัฒนาการแตกแขนงออกไปเป็นนิตยสารประเภทต่าง ๆ ตามเนื้อหาและกลุ่มผู้อ่าน

และเมื่อพิจารณาตามแนวคิดด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ที่จะทำการขายให้แก่ผู้บริโภค คือ ตัวนิตยสารนั้น การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ หรือบริโภคนิตยสาร โดยเฉพาะนิตยสารแนวธุรกิจ ที่เป็นนิตยสารที่ดีพิมพ์ขึ้นมา เพื่อมุ่งให้ผู้ที่อยู่วงการธุรกิจอุตสาหกรรม หรือผู้ที่อยู่ในวิชาชีพต่าง ๆ ได้อ่าน และเข้าใจถึงสภาวะและสถานการณ์ทางด้านวงการธุรกิจด้านต่าง ๆ ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหา จึงเป็นส่วนสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจนิตยสาร ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งผู้ดำเนินธุรกิจนิตยสารจะต้องคำนึงถึง เพราะถ้าตัวผลิตภัณฑ์ดี เป็นที่สนใจของผู้บริโภค จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ส่งผลให้มีรายได้จากการจำหน่ายที่เพียงพอ และได้กำไรจากการดำเนินธุรกิจ ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์นี้ จะต้องตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า นิตยสารธุรกิจทั้ง 2 ชื่อฉบับ ได้ให้ความสำคัญในด้านการนำเสนอเนื้อหา เป็นปัจจัยอีกปัจจัยหนึ่ง เพราะการดำเนินธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จนั้น ผลิตภัณฑ์จะต้องขายได้ โดยวารสารข่าวการเงินธนาคาร ได้ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยองค์กรผู้ผลิตวารสารข่าวการเงินธนาคารได้ทำการออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และพยายามสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเอง

ส่วนองค์กรผู้ผลิตนิตยสารดอกเบี้ย ให้ความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหา โดยพยายามเสนอเนื้อหาที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน เพื่อเป็นจุดในการดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ

ดังนั้นทั้งปัจจัยทางด้านความเป็นเจ้าของ และปัจจัยในการนำเสนอเนื้อหา นั้น นับได้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่จะสามารถทำให้นิตยสารสามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ดังคำกล่าวของเสรี วงษ์มณฑา ที่ว่า การตัดสินใจซื้อเนื้อที่โฆษณาในนิตยสารได้นั้น จะต้องคำนึงถึง เนื้อหาว่าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ และต้องพิจารณาถึงภาพลักษณ์ของนิตยสารโดยรวม ซึ่งประกอบด้วย เจ้าของ นักเขียน และความนิยมของผู้อ่าน

ส่วนปัจจัยที่จะทำให้นิตยสารธุรกิจรายเดือน สามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น จะต้องมีการผสมผสาน ทั้งการบริหาร การจัดองค์กร การลดต้นทุน กระบวนการผลิต การตลาด โดยนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีการบริหารงานที่มีการกระจายอำนาจ แต่อยู่ในความระแວดระวัง มีการจัดองค์กรตั้งแต่เริ่มแรกที่สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมอยู่แล้ว ทำให้ไม่ต้องมีการปรับโครงสร้างองค์กร

ในส่วนของการลดต้นทุนในการผลิต นั้น มีการปรับลดจำนวนหน้าสี และปรับลดจำนวนหน้าลง อีกทั้งยังมีนโยบายในการประหยัดค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดผลกำไรมากขึ้น รวมทั้งการลดต้นทุนในด้านพนักงาน คือ การปรับลดเงินเดือน และลดค่านายหน้าในการขายเนื้อที่โฆษณา แต่ไม่มีนโยบายในการปลดพนักงานออก ซึ่งเมื่อพิจารณาจากนโยบายในการปรับลดเงินเดือน และค่านายหน้าแล้ว จะเห็นว่าเป็นการกดต้นทุนอีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่ในการขายโฆษณา เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่นั้น มาจากค่านายหน้า

นอกจากนี้ องค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือน มีการดำเนินงานด้วยความระมัดระวัง และตั้งงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ และด้านการตลาด ได้สร้างจุดที่น่าสนใจของนิตยสารเพื่อเป็นจุดดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านได้ตัดสินใจซื้อนิตยสาร หรือบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ตัดสินใจซื้อเนื้อที่โฆษณา มีการตั้งราคาที่เหมาะสม มีช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย และครอบคลุม รวมทั้งมีการส่งเสริมการขาย

ซึ่งสอดคล้องกับ ความคิดเห็น Don Gussow ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์และผ่านงานนิตยสารมาหลายฉบับ ได้กล่าวถึงการประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจนิตยสารได้นั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. ค้นหาสิ่งที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จได้ด้วยตัวเอง เพราะสิ่งเหล่านี้ไม่มีใครสามารถกำหนดเฉพาะเจาะจงลงไปได้ ตลอดจนมองหาโอกาสที่จะเจริญเติบโต
2. จะต้องมีบุคลากรที่สำคัญอย่างน้อย 2 คนที่เข้ากันได้ มีแนวคิดทำนองเดียวกัน คือ ผู้จัดการฝ่ายจัดจำหน่ายและบรรณาธิการ
3. สร้างจุดที่น่าสนใจของหนังสือให้ได้ และจะต้องสร้างหนังสือให้มีคุณภาพมากพอที่จะไม่เสียส่วนแบ่งการตลาดไป

4. ต้องมีความมั่นใจในการจัดองค์กรและการจัดการ
5. ดำเนินงานด้วยความระมัดระวัง และตั้งงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ
6. ว่าจ้างพนักงานที่มีคุณภาพ ไม่ควรว่าจ้างเกินความจำเป็น ต้องตระหนักอยู่เสมอว่าคุณภาพย่อมอยู่เหนือปริมาณ
7. กระจายอำนาจในการบริหาร แต่ควรอยู่ในความระแวดระวัง

สำหรับสาเหตุที่ล้มเหลวนั้น มักมีสาเหตุจากปัจจัยหลายประการดังนี้

1. วางแผนไม่ดี มีผลกระทบจากงบประมาณ การจัดการไม่รอบคอบ เริ่มตั้งแต่บรรณาธิการถึงผู้ผลิต ตลอดจนการจัดจำหน่าย
2. ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้ช้า ขาดความยืดหยุ่นในการดำเนินการและการปรับเนื้อหา
3. เมื่อหนังสือมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จ ก็อาจจะขาดการควบคุมระมัดระวังในงบประมาณ ทำให้เกิดการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยไปโดยเปล่าประโยชน์
4. วิเคราะห์คู่แข่งผิดพลาด การทำนิตยสารใหม่นั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือ การแย่งตลาดของนิตยสารฉบับเก่าที่มีอยู่ จำเป็นต้องระมัดระวังและเอาใจใส่อย่างมาก
5. เมื่อเริ่มประสบความสำเร็จแล้ว มักจะละเลยต่อการพัฒนาคุณภาพหนังสือ ทำให้สูญเสียตลาดไปโดยง่าย

สำหรับกลยุทธ์การจัดการของนิตยสารธุรกิจรายเดือน ทั้ง 2 ชื่อฉบับ มีกลยุทธ์ที่คล้ายคลึงกันมาก เนื่องจากการดำเนินกลยุทธ์เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้รอดพ้นจากการประสบความสำเร็จล้มเหลวทางธุรกิจ ดังที่ ดร. ฌีร์นีย์ร์ กักล่าวไว้ว่า มีการวิจัยเกี่ยวกับนิตยสารที่ประสบความสำเร็จล้มเหลวในการดำเนินงาน ซึ่งนักวิจัยเหล่านั้นสรุปว่า อาจจะมีจุดอ่อนหลายประการที่ทำให้นิตยสารไม่เป็นที่นิยมและต้องเลิกกิจการไป จุดอ่อนเหล่านี้ ได้แก่ รูปแบบของนิตยสารที่ไม่แน่นอน ความล้มเหลวที่เกี่ยวกับงบประมาณ และเงินทุน การขาดความเอาใจใส่เรื่องการใช้เวลา การขาดความรู้ทั่วๆไปเกี่ยวกับธุรกิจด้านการพิมพ์ การโฆษณา และสุดท้ายคือ ความขาดแคลนข่าวสารเกี่ยวกับการว่าจ้างผู้ร่วมงาน และการแข่งขันในวงการธุรกิจนิตยสาร

สำหรับการศึกษาถึงความคาดหวังของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น ผลการวิจัยพบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ อายุ และระยะเวลาการอ่านที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด

ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการอ่านที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด

ในส่วนของความคาดหวังของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ จากการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังมากที่สุดคือ จะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น รองลงมาคือ มีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน และคาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา ตามลำดับ ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ คาดหวังว่า จะได้รู้จักบุคคลอื่น ๆ หรือทราบข่าวเกี่ยวกับบุคคลอื่น ๆ และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่าผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก

ส่วนกลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยประเด็นที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน รองลงมาคือ มีความคาดหวังว่า จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงไปตรงมา และ คาดหวังว่าจะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น ตามลำดับ ส่วนความคาดหวังที่จะได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนที่น้อยที่สุด คือ คาดหวังว่า จะสามารถนำไปให้คำปรึกษา แนะนำกับผู้อื่นได้อย่างเพียงพอและถูกต้อง และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่า ผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังของกลุ่มผู้รับสารนี้ สามารถอธิบายได้จากทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้เป็นการอธิบายพฤติกรรมของผู้รับสาร คือเน้นการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผล โดยที่พฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากมนุษย์จะลงมือทำอะไร จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่า นี่คือนี่ที่ตนต้องการ ดังเช่น กลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความคาดหวังว่า จะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร

ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น ส่วนกลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้ มีความคาดหวังที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นิตยสารจึงเปิดรับนิตยสารแตกต่างกันซึ่งเป็นคนละที่ฉบับ โดยสอดคล้องกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของมนุษย์ ที่มีพื้นฐานที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนคนอื่น

Mcquail และ Gurevitch ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory) โดยมองว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate benefits) หรือผลประโยชน์ที่จะตามมาในอนาคต (delayed benefits) ซึ่งล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ

สำหรับการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น ผลการวิจัยพบว่า เพศ และระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารที่แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการอ่านที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งเป็นการยอมรับเพียงบางส่วนของสมมติฐาน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาการอ่านที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนแตกต่างกันแต่อย่างใด ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

ในส่วนของความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ของกลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารนั้น การวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นที่ว่า ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวมพบว่าผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร มีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก ส่วนกลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น มีความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ มากที่สุดในประเด็นที่ว่า ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน และเมื่อวิเคราะห์จากค่าคะแนนเฉลี่ยรวม พบว่าผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มี

ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสารธุรกิจรายเดือนในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยทั้งในด้านความคาดหวังของผู้รับสาร และความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ นั้น สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่ง Rayburn และ Palmgreen ได้อธิบายว่า ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึงความน่าจะเป็นในการรับรู้ว่ามีบางสิ่งมีคุณลักษณะเฉพาะ ส่วนความพึงพอใจ (Gratification) นั้นหมายถึง ภาวะความพึงพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองของความพอใจนั้น นิตยสารธุรกิจรายเดือนโดยเฉพาะนิตยสารดอกเบี๋ย เป็นไปในลักษณะดังกล่าว เพราะผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย มีความคาดหวังมากที่สุดว่าจะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ย ก็มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ซึ่งความคาดหวังและความพึงพอใจนั้นสอดคล้องต่อกัน แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้อ่านนิตยสารดอกเบี๋ยนั้น ชื่อนิตยสารดอกเบี๋ย เพื่อต้องการทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากกว่าด้านอื่น ๆ ย่อมแสดงให้เห็นว่า นิตยสารดอกเบี๋ยน่าจะตอบสนองความน่าจะเป็นในการรับรู้ ส่วนความพึงพอใจนั้น นิตยสารดอกเบี๋ย สามารถสร้างความภาวะตอบสนองความพอใจนั้น คือ ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน นั่นเอง

ส่วนทางด้านวารสารข่าวการเงินธนาคารนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านนั้น มีความคาดหวังมากที่สุดคือ จะมีความรู้ ความเข้าใจด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากขึ้น แต่ความพึงพอใจของกลุ่มผู้อ่านนั้น มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคาร ไม่สอดคล้องต่อกัน แต่ในประเด็นที่รองลงมาคือ กลุ่มผู้อ่านมีความคาดหวังว่า จะทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน ซึ่งน่าจะพออนุมานได้ว่า ความพึงพอใจและความคาดหวังของกลุ่มผู้อ่านวารสารข่าวการเงินธนาคารนั้น มีความสอดคล้องต่อกันได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า วารสารข่าวการเงินธนาคาร น่าจะตอบสนองความน่าจะเป็นในการรับรู้ได้บ้าง ส่วนความพึงพอใจนั้น วารสารข่าวการเงินธนาคาร สามารถสร้างความภาวะตอบสนองความพอใจได้บ้าง

ส่วนประเด็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการของนิตยสารธุรกิจรายเดือนกับความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น องค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือน พยายามปรับกลยุทธ์การจัดการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร การจัดองค์กร การนำเสนอเนื้อหา การลดต้นทุน กระบวนการผลิต การตลาด โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้รับสารเป็นหลัก เนื่องจากการการบริหาร การจัดองค์กร จะต้องคำนึงถึงสภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งตามทฤษฎีขององค์กรสื่อมวลชนนั้น องค์กรสื่อมวลชน ประกอบด้วยฝ่ายจัดการ ฝ่ายผลิต และนักสื่อสารมวลชน ซึ่งอาจเป็นบุคลากรกลุ่มเดียว หรือแยกเป็นฝ่ายก็ได้ องค์กรสื่อมวลชนมีวัตถุประสงค์ในการรับใช้สังคม และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยการประกอบกิจการจะอยู่ภายใต้แรงกดดัน และอิทธิพลของสังคม ซึ่งประกอบด้วย

เหตุการณ์ปัจจุบัน วัฒนธรรม และข้อมูลข่าวสาร แรงกดดันจากสังคมและการเมือง การปกครอง ประกอบด้วยการควบคุมโดยกฎหมาย และรัฐบาล รวมทั้งการควบคุมจากสถาบันทางสังคมอื่น ๆ ความต้องการและความสนใจของผู้รับสาร นอกจากนี้ยังมีแรงกดดันทางด้านธุรกิจ คือ คู่แข่งขัน สำนักข่าว ผู้โฆษณา เจ้าของ และสภาพแรงงาน

จะเห็นได้ว่า องค์กรสื่อมวลชนต้องประกอบการภายใต้อิทธิพลจากสิ่งต่าง ๆ การจัดรูปแบบองค์กรที่เหมาะสม จะมีส่วนช่วยในการลดความขัดแย้งระหว่างสื่อมวลชนกับปัจจัยภายนอก และจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ทั้งด้านการรับใช้สังคม และด้านธุรกิจ

และการที่องค์กรสื่อมวลชน จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายตลาด แสวงหามูลค่าส่วนเกินจากปัจจัยการผลิต เพื่อผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น โดยที่สภาพแวดล้อมทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไป อาทิ พฤติกรรมผู้บริโภค เหตุการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน หรือความเคลื่อนไหวของคู่แข่งขัน จึงเป็นสิ่งที่องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งต้องให้ความสนใจ

ในด้านการตลาดนั้น นิตยสารธุรกิจรายเดือน มีการวางรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่พยายามให้แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ การตั้งราคาที่เหมาะสม การทำการส่งเสริมการขาย โดยใช้วิธีการต่างๆ เช่น การลดราคา การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และการจัดจำหน่าย โดยมีการเลือกคนกลางที่มีความชำนาญ และช่องทางการจำหน่ายมาก การหาทำเลการขายที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายและมีความสะดวก เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด โดยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้านั้น เกิดจากการวางแผนและการปฏิบัติตามแผนงานที่วางไว้ อันได้แก่การวางรูปแบบผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การทำการส่งเสริมการขาย และการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ

1. ผู้ดำเนินธุรกิจนิตยสารธุรกิจรายเดือน จะต้องคำนึงถึงเนื้อหาการนำเสนอมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านนิตยสารแนวนี้ มีความต้องการในด้านข่าวสาร ข้อมูล ทางเศรษฐกิจ เนื่องจากผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่เปิดรับนิตยสารธุรกิจรายเดือน พบว่า ผู้อ่านต้องการเนื้อหาที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เจาะลึก ครอบคลุมทุกแง่มุม
2. ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น ผู้อ่านมีความคาดหวังที่จะได้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ รวมทั้งมีความคาดหวังว่า จะมีความรู้ ความเข้าใจ ด้านเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน มากยิ่งขึ้น ดังนั้นองค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจรายเดือน ควรที่จะนำเสนอเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน และควรที่จะรายงานข่าวในลักษณะที่ให้ความรู้ ความเข้าใจ และมีการชี้แนะ มากกว่าที่จะนำเสนอในลักษณะซ้ำเติม และก่อให้เกิดความตระหนกตกใจกับภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้น
3. ในช่วงภาวะเศรษฐกิจดี องค์กรผู้ผลิตนิตยสารธุรกิจ ควรจะนำเสนอเนื้อหา ที่มีการชี้แนะ ตักเตือน และสะท้อนความเป็นจริงมากที่สุด ให้ผู้อ่านรู้จักระแวดระวัง ซึ่งไม่ควรจะเสนอเนื้อหาไปในทางที่กระตุ้น หรือปลุกกระแส ให้บิดเบือนจากความเป็นจริง

ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจนั้น ควรจะทำการศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจของหนังสือพิมพ์รายวัน เนื่องจากหนังสือพิมพ์รายวัน มีจำนวนมาก ซึ่งทำให้การแข่งขันสูงไปด้วย รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ก็สูงกว่านิตยสารรายเดือน ทั้งค่าวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายในด้านทรัพยากรบุคคล รวมทั้งรายได้จากโฆษณาที่ลดลงเป็นจำนวนมาก ซึ่งในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์รายวันได้รับผลกระทบมากที่สุดในสื่อสิ่งพิมพ์ด้วยกัน จะเห็นได้จากการปิดตัวลงของหนังสือพิมพ์รายวันเป็นจำนวนมาก
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป น่าจะวิจัยเปรียบเทียบกลยุทธ์การจัดการของนิตยสารหลาย ๆ ประเภท ว่าจะมีกลยุทธ์การจัดการในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
3. ในด้านการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ ควรจะศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจและความคาดหวังจากสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ว่ามีความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกันหรือไม่