

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ในสภาพสังคมปัจจุบันสื่อบันเทิงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการคลายความเครียด โดยมีการนำเสนอในรูปแบบของสื่อต่างๆ อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต รายการโทรทัศน์ วิทยุ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง นิตยสาร จะเห็นได้จากตลาดของนิตยสารบันเทิงที่มีขนาดตลาดใหญ่ทั้งด้านโฆษณาและกลุ่มผู้อ่าน อีกทั้งยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (บลิส พับลิชชิ่ง, 2548: ออนไลน์) ซึ่งมูลค่าตลาดโดยรวมของนิตยสารคือ 5,903 ล้านบาท (ประชาชาติธุรกิจ, 2551: ออนไลน์) เนื่องจากราคาของนิตยสารประเภทนี้ที่ไม่สูงนัก ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่าย ส่งผลให้มีปริมาณการขายนามากตามไปด้วย (ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549: ออนไลน์) ด้วยเหตุนี้ทำให้มีสำนักพิมพ์ต่างๆ เข้าสู่ตลาดนิตยสารเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโมโนกรุ๊ป เจ้าของนิตยสาร GOSSIP Star โน้ตพับลิชชิ่ง เจ้าของนิตยสารบันเทิง ทีวีพูล และ โพลีพลัส เจ้าของนิตยสารบันเทิง Oops!

เนื้อหาภายในเล่มของนิตยสารบันเทิงจะเน้นเรื่องราวในแวดวงบันเทิง เช่น การซุบซิบ ดารา ความเคลื่อนไหวของดารา เรื่องย่อละคร เรื่องส่วนตัว รูปภาพดารา และการพาดหัวข่าวที่น่าสนใจ รวมไปถึงการสัมภาษณ์ดาราที่เป็นที่นิยมในขณะนั้น โดยนิตยสารบันเทิงที่มีจำหน่ายในปัจจุบันจากการรวบรวมของแมกกาซีนดีดอทคอม พบว่ามีมากถึง 13 ฉบับ ได้แก่ ASIAN PLUS, Who?, OK!, OHO, HELLO STAR, HELLO!, I-BITE, I-BOOK, STAR CLIP, STAR's album, Oops!, ทีวีพูล และ GOSSIP Star (แมกกาซีนดีดอทคอม, 2553: ออนไลน์) ซึ่งกลุ่มผู้อ่านหลักคือกลุ่มผู้หญิงวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน ที่สนใจในข่าวสารของดาราที่ตนชื่นชอบและความเคลื่อนไหวต่างๆ ในวงการบันเทิง (ประชาชาติธุรกิจ, 2551: ออนไลน์) โดยเนื้อหาด้านบันเทิงในนิตยสารนั้นได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4 ในกลุ่มผู้หญิง ซึ่งสูงกว่ากลุ่มผู้ชายที่อยู่ในอันดับที่ 10 โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้หญิงอายุไม่เกิน 25 ปีที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 3 ซึ่งนิตยสารประเภท กอสซิปดาราได้รับความนิยมมากที่สุดในกลุ่มช่วงอายุนี้ (สมาคมนิตยสารแห่งประเทศไทย, 2552)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีประชากรมากถึง 1,632,548 คน โดยในจำนวนนี้มีประชากรเพศหญิงมากถึง 835,027 คน (กระทรวงมหาดไทย, กรมการปกครอง, 2552: ออนไลน์) คิดเป็น 51.15% มีสถาบันการศึกษาในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาเปิดสอนถึง 27 สถานศึกษา (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2550: ออนไลน์)

และมีธุรกิจห้างร้านเปิดให้บริการในอำเภอเมืองเชียงใหม่มากถึง 8,635 กิจการ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2550: ออนไลน์) เป็นแหล่งรวมของผู้หญิงวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารบันเทิง และยังมีร้านหนังสือชั้นนำ อาทิเช่น ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ ที่เปิดให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่มากถึง 13 สาขา (ซีเอ็ดยูเคชั่น, 2553: ออนไลน์) บีทูเอส ดอกหญ้า นายอินทร์ สุริวงษ์บุ๊คเซ็นเตอร์ และดวงกมล อีกทั้งยังมีร้านค้าแผงลอยต่างๆ ที่มีการจำหน่ายนิตยสารบันเทิงกระจายอยู่ทั่วไป ทำให้เชียงใหม่กลายเป็นตลาดขนาดใหญ่ของนิตยสารบันเทิง แต่จากการที่แต่ละสำนักพิมพ์มองเห็น โอกาสการเติบโตของตลาดนิตยสารบันเทิงที่มีการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นนี้ ส่งผลให้มีคู่แข่งเข้าสู่ตลาดนิตยสารบันเทิงเพิ่มขึ้น ทำให้แต่ละสำนักพิมพ์จะต้องให้ความสำคัญในตัวสินค้าและสิ่งต่างๆ ที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านพฤติกรรม的开รับสื่อและการชื้อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้นและสามารถแข่งขันในตลาดนิตยสารบันเทิงได้ต่อไป

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อและการชื้อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้สนใจหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจนิตยสารบันเทิงได้นำไปใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และพัฒนากลยุทธ์การตลาดต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม的开รับสื่อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรม的开รับสื่อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม的开รับสื่อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม的开รับสื่อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาด ของนิตยสารบันเทิงให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## นิยามศัพท์

**พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ** หมายถึง ความถี่ ระยะเวลา และช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ

### นิตยสาร

**พฤติกรรมการซื้อ** หมายถึง พฤติกรรมทั้งการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ การใช้ การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ โดยใช้คำถาม 6Ws 1H ซึ่งประกอบไปด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร ในการหาคำตอบ

**นิตยสารบันเทิง** หมายถึง หนังสือที่พิมพ์ออกขายเป็นรายคาบ เช่น นิตยสารรายสัปดาห์ นิตยสารรายเดือน ซึ่งมีการนำเสนอข่าว เรื่องราว เหตุการณ์ และความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกี่ยวกับบุคคล ผลงาน และกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในวงการบันเทิงทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านภาพยนตร์ โทรทัศน์ ละคร วิทยุ เพลง ดนตรี ศิลปะ รวมทั้งดารานักแสดง นักร้อง นักดนตรี และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์งานด้านความบันเทิงทั้งหมด ได้แก่ ASIAN PLUS, Who?, OK!, OHO, HELLO STAR, HELLO!, I-BITE, I-BOOK, STAR CLIP, STAR's album, Oops!, ทิวพุด และ GOSSIP Star

**ผู้บริโภค** หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ซื้อและรับข้อมูลข่าวสารจากนิตยสารบันเทิง ที่มีจำหน่ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่