

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

จากการจัดอันดับของเว็บไซต์เพื่อการท่องเที่ยวอันดับหนึ่งของโลก ที่มีสถิติการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์จากนักท่องเที่ยวทั่วโลกกว่า 25 ล้านคนต่อเดือน ได้จัดอันดับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุดของโลก และของทวีปต่าง ๆ ประจำปี 2551 จากนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยการให้คะแนนผ่านทางเว็บไซต์ ผลปรากฏว่า จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับรางวัล best destination in trip advisor's in augural travelers' choice destinations award ซึ่งนับเป็นรางวัลแห่งความภาคภูมิใจของจังหวัดเชียงใหม่ในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551: 1-2)

แม้ว่าจังหวัดเชียงใหม่จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจนได้รับการจัดอันดับให้เป็นเมืองน่าเที่ยวอันดับต้น ๆ แต่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกลับมิได้เฟื่องฟู เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศประสบกับปัญหาในช่วงปี พ.ศ. 2546-พ.ศ.2552 ประกอบกับการประกาศพระราชบัญญัติการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน (พ.ร.ก) และการปิดสนามบินของกลุ่มผู้ประท้วงเพื่อขับไล่รัฐบาล ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติชะลอและยกเลิกการเดินทางมายังประเทศไทยกว่าร้อยละ 80 ทำให้ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบันเทิง และสปา สูญเสียรายได้มากกว่า 6,000 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551: 2) ส่วนผลกระทบต่อการใช้บริการของประชาชนนั้น พบว่ายังคงชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง มีความเสียหายประมาณ 3,000 ล้านบาท ด้านการลงทุน มีการลงทุนลดลงมากกว่า 2,000 ล้านบาท ขณะที่ภาคการส่งออกได้รับผลกระทบมากถึง 30,000 ล้านบาท ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ในปี 2546 พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 1,431,511 คน มีรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ คิดเป็นมูลค่า 37,831 ล้านบาท โดยมีวันพักในจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 4 วันและมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อวันต่อคนอยู่ที่ 2,943 บาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551: 6) เมื่อเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยและเกิดปัญหาทางการเมืองดังกล่าว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จึงประสบปัญหาและได้รับความเสียหายตามไปด้วย ไม่เว้นแม้กระทั่งธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งนับว่าเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากว่า สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี มีการเผยแพร่ข้อมูล การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

ร้านอาหาร ธุรกิจบริการ สถานบันเทิงและสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนั้นยังมีข้อมูลเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของล้านนา กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ สอดแทรกด้วยข้อมูลจากนายกสมาคมโฆษณาได้เปิดเผยถึงรายได้จากการโฆษณาในครึ่งปีแรกของปี 2551 ว่าโดยรวมขยายตัวเพียงร้อยละ 0.64 และสื่อนิตยสารประสบกับปัญหาวิกฤติ ทำให้การขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 5 เฉพาะในเดือนมิถุนายน เดือนเดียว รายได้จากการลงโฆษณาในสื่อ นิตยสารลดลงถึงร้อยละ 25 ส่วนหนึ่งจากการที่บริษัทหลายแห่งเปิดนิตยสารเล่มใหม่ จึงเกิดการแย่งบโฆษณากัน สื่อ นิตยสารเป็นสื่อที่มีอัตราการรายได้ลดลงตลอดทั้งในแง่ของครึ่งปีแรก มีประมาณ 2,736 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.26 จากปีที่ผ่านมาซึ่งมีถึง 2,888 ล้านบาท ส่วนในเดือนมิถุนายนมีเพียง 380 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 25 จากเดือนเดียวกันของปี 2550 ที่มีมูลค่า 509 ล้านบาท ซึ่งเป็นไปตามที่ได้ประเมินเอาไว้ตั้งแต่ช่วงต้นปีนี้ว่า รายได้จากสื่อ นิตยสารจะลดลงมากที่สุด เพราะในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีนิตยสารเกิดขึ้นใหม่จำนวนมาก ทั้งการซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศหรือที่พัฒนาขึ้นมาเอง ขณะที่ผู้ลงโฆษณาก็มีเพียงกลุ่มเดิม อีกทั้งงบประมาณก็จำกัด ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่เป็นอยู่นี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551: 5-8)

จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลมายังภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงใหม่ และการเข้ามาของสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ การเพิ่มขึ้นของการใช้งานมือถือแบบ Smart Phone และแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนการใช้งานอินเทอร์เน็ต การปรับตัวรับข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่หันไปเน้นการบริโภคผ่านเครือข่าย เว็บไซต์ต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้ความนิยมของสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงอย่างรุนแรง ในขณะที่ลูกค้าลงโฆษณา ก็ลดความสำคัญของสื่อด้านนี้ ทำให้องค์กรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีที่มีแนวโน้มกำลังขยายตัว ต้องหาวิธีการและการจัดการเพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอด ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหาร บรรณาธิการจำเป็นต้องศึกษาค้นคว้า ข้อมูล และวางแผนในการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ ศึกษาทิศทางของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งกลุ่มคนอ่าน และกลุ่มลูกค้าผู้สนับสนุนโฆษณา และความต้องการของตลาด

ความสำคัญของปัญหา

จุดมุ่งหมายของการทำนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว คือ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้อ่านให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากการอ่าน การออกแบบ รวมไปถึงการสอดแทรกเนื้อหา สารต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องมีความชัดเจน และต้องสามารถตอบสนองความต้องการได้จริง ต้องมีการสำรวจตรวจสอบกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ว่ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการอ่านนิตยสารเป็นใคร และมีมากน้อยเพียงใด ข้อดีของนิตยสารแจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว คือ

1. นักท่องเที่ยวไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อ
2. สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี มีลักษณะเป็นการตลาดเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวสามารถสื่อสารได้โดยตรงกับนักท่องเที่ยว
3. สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นจริงได้ดีที่สุด เพราะฉะนั้นเมื่อไรก็ตามที่สินค้าหรือบริการ ต้องการแสดงให้เห็นถึงสถานที่ รูปภาพของสินค้า สื่อสิ่งพิมพ์จะมีความเหมาะสมมากกว่า
4. ความสะดวกสบายในการรับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เนื่องจากการวางโดยทั่วไปตามแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ฯ และสามารถชมได้จากเว็บไซต์ของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ๆ
5. สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสิ่งที่ผู้อ่านสามารถเก็บสะสมไว้ได้ และสามารถจะย้อนกลับมาดูได้ทุกเวลาที่ต้องการ
6. สินค้าและบริการสามารถเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระสอดคล้องกับตัวสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจน

เชียงใหม่เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางธุรกิจที่รวดเร็ว ส่วนหนึ่งมาจากนโยบายของภาครัฐที่พยายามสนับสนุนให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางในหลาย ๆ ด้าน ทำให้ภาคธุรกิจมีชีวิตชีวา นักลงทุนจากทั่วประเทศยังคงให้ความสนใจในการลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ก็เป็นธุรกิจชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นมาตามสภาพธุรกิจ เปรียบเสมือนดัชนีชี้วัดความเจริญทางเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยใด การก่อเกิดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวทั่วโลกก็อิงแอบไปกับสภาพของเมืองนั้น ๆ เช่นเดียวกับเมืองเชียงใหม่ที่สื่อสิ่งพิมพ์ชนิดนี้ ทำหน้าที่สะท้อนภาพความเปลี่ยนแปลงของเมืองใหญ่แห่งนี้มาโดยตลอด

สำหรับรายได้หลักของนิตยสารแจกฟรีนั้น ได้มาจากการขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสาร นอกจากนั้นยังมีรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาในส่วนอื่น ๆ ด้วย เช่น ใบปลิว เอกสารแทรก หรือสินค้าสำหรับแจกเพื่อสมนาคุณลูกค้า ในวาระต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ครบรอบวันก่อตั้ง

ประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ ๆ ซึ่งการกำหนดราคาจะตั้งตามความเหมาะสมและโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และประโยชน์ที่เจ้าของสินค้าจะได้รับ อัตราค่าลงโฆษณาบนนิตยสารถูกกำหนดขึ้นโดยพิจารณาถึงความเหมาะสมระหว่างความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับราคาเฉลี่ยของอุตสาหกรรม

ราคาของการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็นช่วงตามขนาดพื้นที่และตำแหน่งที่ลงโฆษณาซึ่งเนื้อที่สำหรับลงโฆษณาจะขายเนื้อที่ปกหน้าด้านใน ปกหลังด้านใน ปกหลังด้านนอก และหน้าอื่น ๆ ซึ่งอาจขายเต็มหน้ากระดาษ ครึ่งหน้ากระดาษ สองในสามของหน้า หนึ่งในสามของหน้า หรือหนึ่งในสี่ของหน้า ในเรื่องของราคาดังนั้น จะแตกต่างกันไปตามที่บริษัทผู้ผลิตจะเป็นผู้กำหนด เช่น การลงโฆษณาหนึ่งหน้าเต็มของนิตยสาร Compass จะเริ่มต้นที่ 35,000 บาทต่อการลงโฆษณา 6 เดือน ครึ่งหน้า จะเริ่มต้นที่ 25,000 บาทต่อการลงโฆษณา 6 เดือน หรือนิตยสาร Paszo จะเริ่มต้นที่ 16,000 บาทต่อการลงโฆษณา 1 เดือน ครึ่งหน้า จะเริ่มต้นที่ 10,000 บาทต่อการลงโฆษณา 1 เดือน ราคาที่แตกต่างกันนั้นอาจจะเป็นเพราะว่าด้วยขนาดของนิตยสาร ระยะเวลา หรือการตกลงระหว่างผู้สนับสนุนและผู้ขาย ความเป็นสื่อต้องสามารถเป็นกระบอกเสียง ที่ทำหน้าที่ในการกระจายข่าวสารสู่สังคมโลก เพื่อก่อให้เกิดสิ่งที่ดีงาม การทำหน้าที่ของสื่อจึงควรเป็นการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว และแม่นยำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับประเทศ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติควรได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเหมาะสม ทำให้ชาวโลกได้รู้จักถึงจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยที่มีความสวยงามทั้งทางวัฒนธรรม ศิลปะ ประเพณี ผ่านสิ่งพิมพ์แจกฟรีที่อาจ ถือได้ว่าเป็นของที่ระลึกจากจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้อยากกลับมาสัมผัสอีกครั้ง ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศในระยะยาวอีกด้วย

สื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน คือ “สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว” (สุพิศ พุทธิมิ, 2548: ง) เนื่องจากคุณสมบัติของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ง่ายและทั่วถึง โดยที่สื่อจะให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างละเอียดและค่อนข้างครบถ้วน และจากคามนิยมนี้อย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีสำหรับการท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น จากการสำรวจของบรรจง สมฤทธิ์ ในปี พ.ศ. 2548 พบว่า มีผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวนทั้งสิ้น 12 ฉบับ แบ่งตามประเภทของการใช้ภาษา ดังนี้

ตาราง 1 สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีสำหรับการท่องเที่ยว แบ่งตามประเภทของการใช้ภาษา

การนำเสนอ	ชื่อภาษาไทย	ชื่อภาษาอังกฤษ	จำนวนพิมพ์ ต่อครั้ง
ภาษาไทย	นาวเชียงใหม่เนวิเกเตอร์	Now Chiang Mai Navigator	20,000
ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	คอมพาส	Compass	45,000
ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	ปาซโซ๊ะ	Paszo	20,000
ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	แปซิฟิกรีวิวแม็กกาซีน	Pacific Review Magazine	20,000
ภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ	กู๊ดมอร์นิงเชียงใหม่	Good Morning Chiang Mai	20,000
ภาษาอังกฤษ	ซิตีไลฟ์ไกด์ทู	City Life Guide To	20,000
ภาษาอังกฤษ	เชียงใหม่แอนด์นอร์ธเทิร์น ไทยแลนด์ทัวริสไกด์	Chiang Mai and Northern Thailand Tourist Guide	20,000
ภาษาอังกฤษ	สวัสดีคนพบุรีเชียงใหม่	Sawasdee Nopburee ChiangMai	20,000
ภาษาอังกฤษ	ซิตีไลฟ์เชียงใหม่	City Life Chiangmai	35,000
ภาษาอังกฤษ	ไกด์ลายส์	Guidelines	20,000
ภาษาอังกฤษ	อาร์ตแอนด์เคาเจอร์	Art and Culture	20,000
ภาษาอังกฤษ และญี่ปุ่น	พาสปอร์ตพุสสุวรรณภูมิ	Passport to Suvannaphoum	20,000

ที่มา: สุพิศ พุทธิมี (2548: 3)

จากการเพิ่มจำนวนของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ และสภาวะปัญหา เศรษฐกิจถดถอยในปัจจุบัน ทำให้ผู้ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ประสบสภาวะปัญหาในด้านต่าง ๆ อาทิ การบริหารจัดการด้านการเงิน

ปัญหาด้านแหล่งเงินทุน ปัญหาในการปรับกลยุทธ์ด้านการตลาด องค์กรผู้ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จำเป็นต้องต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในทุกๆด้านเพื่อความอยู่รอดของ องค์กร ทั้งทางด้านการออกแบบและการพัฒนาเนื้อหา สารระ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่เป็น ผู้สนับสนุนและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ องค์กรผู้ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวต่างพากันปรับตัวและหากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจ ของตนให้อยู่รอดเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าองค์กรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ไม่สามารถอยู่รอด หรือต้องหยุด การดำเนินธุรกิจลงไปส่วนหนึ่ง อาจมีผลเสียต่อธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ อาทิ นักท่องเที่ยวขาดแหล่งรับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญและจำเป็นต่อการตัดสินใจ และอาจประสบกับ ปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ และ ภาพรวมของเศรษฐกิจของประเทศได้ นอกจากนี้ปัจจัยที่กล่าวมาแล้วยังมีปัจจัยอีกทางหนึ่ง ซึ่งทำให้ ผู้ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ประสบกับปัญหา คือ สภาพา ะวะการแข่งขันทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น และนับวันจะยิ่งรุนแรงขึ้นมาก อย่างที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เริ่มมีมากขึ้น หลายแบบ หลายขนาด หลาย ภาษา ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการสนับสนุน ยังคงเป็นเพียงกลุ่มเดิม ทำให้สื่อเหล่านี้เกิดการแข่งขัน และแย่งลูกค้ากันเอง (สุพิศ พุทธิมี, 2548: 3)

ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันกันอย่าง มากนั้น การที่จะทำให้อสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวติดตลาดเป็นที่ต้องการของผู้อ่าน นักท่องเที่ยว หรือแม้แต่ลูกค้าผู้สนับสนุน โฆษณาได้ ย่อมไม่ใช่เรื่องง่าย และการเข้ามามีบทบาท มากขึ้น ของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต สื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ ยิ่งส่งผลกระทบไปยังองค์กรผู้ผลิตสื่อ สิ่งพิมพ์แจกฟรี อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งถ้ามองจากความมั่นใจของเจ้าของหรือบรรณาธิการบริหาร สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี ยังมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ และรูปแบบการดำเนินกลยุทธ์แบบ ใหม่ การจะผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีอนาคตที่ดีและมั่นคงต้องมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง จึงจะสามารถ ดำเนินธุรกิจนี้ได้ต่อไป จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา กลยุทธ์การปรับตัวด้าน การตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว รวมไปถึงข้อมูลด้านปัจจัยภายในและปัจจัย ภายนอกองค์กร ที่ส่งผลกระทบด้านต่างๆ ทำให้องค์กรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี ปรับตัวเพื่อความ อยู่รอด และเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวใน การบริหารจัดการ ประมวลผลสาระความรู้ และเพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ รวมถึงผู้สนใจทั่วไปที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ ในการปรับตัว เพื่อความอยู่รอด ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปทำการปรับปรุง

พัฒนา กลยุทธ์ด้านการตลาด และด้านอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของธุรกิจและลูกค้ามากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. ปัจจัยภายในของการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
2. ปัจจัยภายนอกของการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่
3. การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริหารหรือบรรณาธิการสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ได้ทราบถึงกลยุทธ์การปรับตัวทางด้านการตลาด แนวทางในการบริหาร แนวทางการปรับเปลี่ยนองค์กรและสื่อสิ่งพิมพ์ ให้ผ่านพ้นภาวะเศรษฐกิจถดถอย
2. ผู้ประกอบธุรกิจบริการและท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้สนับสนุนหรือลูกค้าของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทราบถึงแนวทางในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ และใช้เป็นแนวทางในการเลือกลงโฆษณาให้เหมาะสมกับสินค้าและบริการของตน
3. พนักงานสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ได้ทราบและเข้าใจถึงกลยุทธ์ด้านการตลาด เพื่อนำไปปฏิบัติให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้
4. ผู้อ่านสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี ที่มีการพัฒนารูปแบบ และมีเนื้อหาสาระเพิ่มมากขึ้น

5. นักวิชาการด้านสื่อสิ่งพิมพ์และนักนิเทศศาสตร์ ที่สนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การปรับกลยุทธ์ด้านการตลาดในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว” ผู้วิจัยมีขอบเขตในการวิจัย ดังต่อไปนี้

ก. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มประชากรที่จะศึกษาครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มเจ้าของและพนักงานการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 6 องค์กร ได้แก่

1) บริษัท เอส.พี. พับลิชชิง กรุ๊ป จำกัด ตั้งอยู่ที่ 11/1 ซอย 3 ถนนบำรุงบุรี ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ผลิตนิตยสาร คอมพาส (Compass) ไกด์ลายส์ (Guidelines) และเชียงใหม่แอนด์นอร์ทเทิร์นไทยแลนด์ทัวร์สไกด์ (Chiang Mai and Northern Thailand Tourist Guide)

2) บริษัท ตรีศิลา จำกัด ตั้งอยู่ที่ 3 ถนนชมดอย ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ผลิตนิตยสาร ซิตี้ไลฟ์เชียงใหม่ (City Life Chiangmai) และซิตีไลฟ์ไกด์ทู (City Life Guide To)

3) บริษัท อนุจิตทรัพย์อนันต์ จำกัด ตั้งอยู่ที่ 3 ซอย 1 ถนนช้างตลาดต้นพยอม ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ผลิตนิตยสารพาสปอร์ตทูลูสุวรรณภูมิ (Passport to Suvannaphoum)

4) บริษัท นิมมานา พับลิชชิง จำกัด ตั้งอยู่ที่ 254/1 ถนนเจริญราษฎร์ ตำบลวัดเกต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ผลิตนิตยสาร ปาซโซ (Paszo)

5) บริษัท เชียงใหม่ฮิป แมกาซีน 87 ถนนศรีภูมิ ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 ผู้ผลิตนิตยสาร ฮิป (chiang mai hip magazine)

6) หจก.ม้าขาว จำกัด ตั้งอยู่ที่ 115/28 หมู่ 10 ตำบลสันป่าเลียด อำเภอคอยสะเกิด จังหวัดเชียงใหม่ 50220 ผู้ผลิตนิตยสาร ช้างเผือก แมกกาซีน (Chang puak)

ข. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับ

1) ปัจจัยภายในของการดำเนินธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ วิธีการดำเนินการ การบริหารงาน การวางแผนการด้านการตลาด ในภาวะ

เศรษฐกิจถดถอย โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่อง แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีการบริหารและการจัดการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ สถานการณ์ในปัจจุบันและแนวโน้มการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต

2) ปัจจัยภายนอกของการดำเนินธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจ ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย โดยใช้กรอบแนวคิดเรื่อง การวิเคราะห์องค์กร การตลาดและการส่งเสริมการขาย และแนวความคิด การเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาด การบริหารจัดการองค์กรในภาวะเศรษฐกิจถดถอย

3) การปรับเปลี่ยนและกลยุทธ์ด้านการตลาดของสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ กลยุทธ์ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย ผลกระทบที่องค์กรได้รับ การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดขององค์กรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ค. ขอบเขตด้านสถานที่ ศึกษาเฉพาะองค์กรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ 6 องค์กร ที่มีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น

ง. ขอบเขตด้านระยะเวลา ศึกษาตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2541 – เดือนตุลาคม 2552 เท่านั้น

นิยามศัพท์ทั่วไป

สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี หรือ free copy หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งตามปกติมีปกอ่อน ระบุกำหนดออกที่แน่นอน ประกอบด้วยเนื้อหาสาระที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง เช่น บทความต่าง ๆ โดยผู้เขียนหลายคน บทสัมภาษณ์ นวนิยาย เรื่องสั้น บทวิจารณ์ ข่าวต่าง ๆ และโฆษณา มีภาพประกอบค่อนข้างมาก และแจกฟรีตามสถานที่ต่าง ๆ

สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือเพื่อการส่งเสริมการตลาด เป็นสื่อที่สนับสนุนการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นรูปเล่มขนาดต่าง ๆ การพิมพ์เป็นลักษณะกราฟฟิคสีสันสวยงาม ภาษาที่ใช้อาจเป็นภาษาไทย หรือภาษาต่างประเทศ และมีการจำแนก จัดเนื้อหา ออกเป็นประเภทต่าง ๆ

กลยุทธ์ด้านการตลาด หมายถึง การนำหลักการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ และส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสม มาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาด หมายถึง การปรับเปลี่ยน การเพิ่มช่องทาง การสร้างรายได้ในการดำเนินธุรกิจประเภทสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

สภาวะเศรษฐกิจถดถอย หมายถึง การเกิดภาวะชะงักงันทางธุรกิจ มีการชะลอตัวของธุรกิจต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทำให้เกิดภาวะค่าเงินตกต่ำ เงินทุนสำรองประเทศลดลง น้ำมันและสินค้าขึ้นราคา ฐานะทางการเงินของประเทศอ่อนแอลง เกิดผลกระทบต่อวงจรเศรษฐกิจของประเทศ เป็นสภาวะเศรษฐกิจถดถอยที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2541 ที่ส่งผลกระทบต่อสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

การปรับตัว หมายถึง ความสามารถในการปรับปรุงธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในภาวะแวดล้อม สังคม และสถานการณ์ต่าง ๆ

กลยุทธ์ด้านการตลาด หมายถึง การนำหลักการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ มาใช้ปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้

รูปแบบการบริหารองค์กร หมายถึง กรอบแนวคิดที่เป็นแนวในการจัดการองค์กร เป็นการออกแบบระบบงาน และแนวทางในการดำเนินการในการบริหาร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ ประกอบด้วยปัจจัยภายนอกองค์กร และปัจจัยภายในองค์กร

ปัจจัยภายนอกองค์กร เป็นสภาพแวดล้อมภายนอกที่องค์กรเผชิญอยู่หรือเกี่ยวข้องกับทั้งในลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อาทิเช่น ความต้องการของลูกค้าหรือผู้สนับสนุน การแข่งขันในตลาด การต่อรองของผู้ซื้อและผู้ขาย โอกาส อุปสรรคและความอยู่รอด

ปัจจัยภายในองค์กร เป็นองค์ประกอบภายในองค์กร ที่มีอยู่ทั้งในลักษณะของรูปธรรมและนามธรรม ได้แก่ การบริหาร การเงิน การตลาด การผลิต ปัจจัยภายในที่เป็นเชิงบวกและส่งผลดีหรือสามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงานเรียกว่า จุดแข็ง (strength) ปัจจัยภายในที่เป็นเชิงลบหรือเป็นสิ่งที่ส่งผลให้ทำงานไม่ได้ตามเป้าประสงค์เรียกว่า จุดอ่อน (weakness)

นักท่องเที่ยว หมายถึง ชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีความสนใจในสถานที่ศิลปวัฒนธรรมล้านนา แหล่งบันเทิงต่างๆ และเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้อ่าน หมายถึง กลุ่มลูกค้าของผู้สนับสนุนสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่ติดตามอ่านสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี

ลูกค้าหรือผู้สนับสนุนโฆษณา หมายถึง หน่วยงาน ห้างร้าน หรือองค์กร ที่ต้องการทำการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลสินค้าและบริการ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

คนกลางทางการตลาด หมายถึง บริษัท องค์กร หรือผู้ที่ทำหน้าที่ในการ
ประสานงานระหว่างองค์กรผู้ผลิตสื่อและลูกค้า ทำหน้าที่วางแผนการสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ลูกค้า
หน่วยงาน และองค์กร