

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในพื้นที่เมือง
เชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี

ผู้เขียน นางสาวไพบยา นพสุวรรณ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้าคว่ำแบบอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในพื้นที่เมืองเชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือที่มีอำนาจในองค์กรและผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจลงโฆษณาของธุรกิจในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีภายใน 1 ปีที่ผ่านมา โดยใช้ตัวอย่างจำนวน 160 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

จำนวนนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 14 ฉบับ ได้แก่ นิตยสารซิตี้ไลฟ์ (Citylife) ไกด์ไลน์ (Guideline) ทัวริสไกด์ (Tourist Guide) คอมพาส (Compass) พาสปอร์ตภูสุวรรณภูมิ (Passport to Supvannaphoum) ช้างเผือกแม็กกาซีนแอนด์แมพ (Chang Puak Magazine & Map) เวลคัมทูเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน(Welcome to Chiang Mai, Chiang Rai, Mae Hong Son) ปาซโซ (Paszo) ลองสเตย์ ไกด์ (Longstay Guide) วอสออน (What's on) โฟโกโม (Focomo) เชียงใหม่แม็ก (Chiang Mai Mag) อาร์ตแอนด์คัลเจอร์ (Art and Culture) ฮิปแม็กกาซีน (HIP magazine)

โดยมีผลการศึกษาดังนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี ตำแหน่งหุ้นส่วน/เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ

ด้านกิจการส่วนมากเป็นประเภทธุรกิจบริการ ระยะเวลาประกอบธุรกิจ 4-6 ปี เงินทุนแรกเริ่ม มากกว่า 10,000,000 บาท จำนวนพนักงานทั้งหมด จำนวน 10-50 คน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจเป็นชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และกลุ่มคนในท้องถิ่น

พฤติกรรมการณ์ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเคยลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี คือ คอมพาส รองลงมาไกด์ไลน์ และนิตยสารชีดีไลฟ์ ส่วนมากระยะเวลาในการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีแต่ละครั้งคือ รายเดือน จำนวน 12 ครั้งต่อปี งบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการลงโฆษณา 50,000-100,000 บาท โดยผู้มีอำนาจตัดสินใจลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีได้แก่ หัวหน้า/เจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีคือ ภาวะเศรษฐกิจ สำหรับปัจจัยภายในที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี คือ งบประมาณ ส่วนสาเหตุที่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี คือ ใจให้ซื้อสินค้าและบริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านบุคคล และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ 10 อันดับแรก ได้แก่ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว ความมีเอกลักษณ์ (style) การทำงานของทีมงานออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา บริษัทมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ที่ดีมีความน่าเชื่อถือมีการออกแบบรูปเล่มสวยงามดึงดูดใจ

Independent Study Title	Marketing Mix Factors Affecting Companies in Mueang Chiang Mai District Toward Advertising in Free-Copy Magazines
Author	Miss Pairaya Nopsuwan
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

The objective of this study is about the marketing mix factors affecting companies in Mueang Chiang Mai district toward advertising in free-copy magazines. There were 160 respondents who could make decisions in advertising free copy magazines last year. The instrument used to collect the data was questionnaires. The researcher analyzed the data by using descriptive statistics which were frequency, percentage and mean.

Lists below examples of free copy magazines in Chiang Mai; Citylife, Guidelines, Tourist Guide, Compass, Passport to Suvannaphoum, Chang Puak Magazine & Map, Welcome to Chiang Mai, Chiang Rai, Mae Hong Son, Paszo, Longstay Guide, What's on, Focomo, Chiang Mai Mag, Art and Culture and Hip Magazine.

Most of the respondents were female aged 31 – 40 years old and graduated with Bachelor degrees. They were company owners, committees, partners and managers. They were service companies which have been running for 4 – 6 years, 10,000,000 baht of capital and hire 10 – 50 employees. The target groups were foreigners who live in Thailand, tourists, and local people.

Respondents advertise in Compass, Guideline and Citylife respectively. Approximately, advertisements appeared in magazine for 12 months which cost 50,000 – 100,000 baht per year. Partners, owners and committees have decided to advertise in magazines. The physical evidence that influences in decision making was economy. The internal factor affecting decision making was budget. The reason advertising free copy magazines were motivation in buying products and services.

According to the marketing factors, processes, place, products, promotions, prices and people, were ranked at a high level. Physical evidence was ranked at a moderate level. The first top ten minor factors affecting advertising were having short articles to introduce the products, best position selections, impacting the target market, discounting, style, punctuality, accuracy, good editing, acceptable prices compared with the duration of advertising, acceptable prices compared with the size of advertising, the fame of the magazine, the stability of the magazine, reliability and the design of the magazine.