บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

นโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในนโยบายหลักในการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศไทย หลังจากที่ได้ประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ.2541 โดยรัฐบาลดำเนินการให้จัดทำแผนยุทธศาสตร์สำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นซึ่งเป็นการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศ ดังจะเห็นได้จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าในปี พ.ศ. 2546 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เดินทางมาไทยทั้งสิ้น 10,004,453 คน และรับรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่า 309,269 ล้านบาท โดยมีวันพักในประเทศไทยโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8.19 วัน และมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 3,774.50 บาทต่อคนต่อวัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547: ออนไลน์)

จากข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2546 พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเชียงใหม่ทั้งสิ้น 1,431,511 คนและรับรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคิดเป็นมูลค่า 37,831.54 ล้านบาทโดยมีวันพักในเชียงใหม่โดยเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 4.08 วัน และมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 2,943.30 บาทต่อคนต่อวัน สำหรับเป้าหมายการตลาดที่วางไว้ของจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2547 คือจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเชียงใหม่เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 จากปี พ.ศ. 2546 วันพักในเชียงใหม่โดยเฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จากปี พ.ศ. 2546 และมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 จากปี พ.ศ. 2546 (จังหวัดเชียงใหม่, 2547: ออนไลน์)

จากเป้าหมายที่วางไว้เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีส่วนสำคัญมากต่อความสำเร็จของแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันสื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้รับความนิยมใช้มากประเภทหนึ่งคือ “สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว” อันเนื่องมาจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้ง่ายและทั่วถึงโดยที่สื่อจะให้ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างละเอียด ดังจากการสำรวจประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการรายหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทำธุรกิจเกี่ยวกับการขายของที่ระลึกได้กล่าวไว้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่มาเป็นลูกค้าของกิจการไม่ว่าจากกลุ่มทัวร์ หรือ การเดินทางมาเอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จะรู้จักกิจการจากสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว การเดินทางมาซื้อสินค้าของกิจการของนักท่องเที่ยวนั้นจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีให้ไกด์ หรือ รถรับจ้างดูเพื่อที่จะได้นำทางมายังร้านค้าของกิจการ ซึ่งกิจการจะใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีอย่างน้อยเดือนละ 2 ฉบับ (ทัศนีย์ ยะจา, 2548: สัมภาษณ์)

ปัจจุบันภาวะการแข่งขันในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง จากการสำรวจของผู้ศึกษาประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตสื่อรายหนึ่ง (บรรจง สมฤทธิ์, 2548: สัมภาษณ์) พบว่ามีผู้ประกอบธุรกิจจำนวนทั้งสิ้น 12 ฉบับ แบ่งตามประเภทของภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดังนี้ การนำเสนอเป็นภาษาไทย 1 ฉบับได้แก่ นาวเชียงใหม่เนวิเกเตอร์(Now Chiang Mai Navigator) การนำเสนอเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ 4 ฉบับได้แก่ คอมพาส(Compass) ปาธโซ๊ะ (Paszo) แปซิฟิกรีวิวแม็กกาซีน(Pacific Review Magazine) กูดมอร์นิ้งเชียงใหม่ (Good Morning Chiang Mai) การนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ 6 ฉบับได้แก่ ซิตี้ไลทฟ์ไกด์ทู (City Life Guide To) เชียงใหม่แอนด์นอร์ทเทิร์นไทยแลนด์ทัวริสไกด์ (Chiang Mai and Northern Thailand Tourist Guide) สวัสดีนพบุรีเชียงใหม่ (Sawasdee Nopburee Chiang Mai) ซิตี้ไลฟ์เชียงใหม่ (City Life Chiang Mai) ไกด์ลายส์ (Guidelines) อาร์ตแอนด์เคาเจ้อร์ (Art and Culture) การนำเสนอเป็นภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษ 1 ฉบับได้แก่ พาสปอร์ตทูสุวรรณภูมิ (Passport to Suvannaphoum) โดยลักษณะของสื่อที่ออกมาจะเป็นการให้ข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ตารางเวลาการเดินทางด้วยวิธีการต่างๆ เช่น เครื่องบิน รถไฟ รถทัวร์ ข้อมูลข่าวสารอื่นๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สถานที่ช้อบปิ้ง สถานที่รับประทานอาหาร ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆของจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ประกอบธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวมีรายได้จากการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมและรีสอร์ท สปาการนวดแผนไทย ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ธุรกิจขายของที่ระลึก สถานบันเทิงต่างๆ เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบธุรกิจผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวรายหนึ่ง พบว่าปัญหาสำคัญที่ประสบอยู่ในปัจจุบันด้านการตลาดคือ การหาลูกค้าของธุรกิจเพื่อมาลงโฆษณาที่ทำได้ยากมากยิ่งขึ้นอันเนื่องมาด้วยจำนวนคู่แข่งขันที่มีจำนวนมากในปัจจุบัน ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางด้านราคา อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่ของธุรกิจจะลงโฆษณาไม่เกิน 6 เดือนทำให้จำเป็นต้องหาลูกค้าอยู่เป็นประจำที่จะรักษารายได้ของธุรกิจให้คงที่เพื่อทำให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ (บรรจง สมฤทธิ์, 2548: สัมภาษณ์)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันทำให้ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวต่างก็พยายามผลิตสื่อที่มีส่วนประสมการตลาดของตัวเองเพื่อนำเสนอและสร้างความพอใจแก่ลูกค้าที่ลงโฆษณาให้ได้มากที่สุด ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวหรือผู้สนใจทั่วไปที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจดังกล่าว ในการจัดทำ ปรับปรุง พัฒนา ส่วนประสมการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว หรือผู้สนใจทั่วไปที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจดังกล่าวในการจัดทำ ปรับปรุง พัฒนา ส่วนประสมการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

นิยามศัพท์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ส่วนประสมการตลาดอันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่ธุรกิจใช้ในการโฆษณาประชา สัมพันธ์และ/หรือส่งเสริมการตลาด เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นรูปเล่มขนาดต่างๆกัน การพิมพ์เป็นลักษณะกราฟฟิกสี ภาษาที่ใช้ในการพิมพ์อาจเป็นไปได้ทั้งภาษาไทยและ/หรือภาษา ต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น พร้อมมีการจำแนกและจัดเนื้อหา ออกเป็นประภทต่างๆ

ลูกค้า หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิเช่น โรงแรมและรีสอร์ท สปา การนวดแผนไทย ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ธุรกิจขายของที่ระลึก สถานบันเทิงต่างๆ เป็นต้น ซึ่งได้ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเองในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved