

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้ คือ ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ทฤษฎีปัจจัยการเลือกสื่อโฆษณา ทฤษฎีการวิเคราะห์ตลาดธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภค และการกำหนดวัตถุประสงค์การตลาดของการโฆษณา

ระเบียบวิธีการศึกษา มีขอบเขตการศึกษาคือ ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 550 ราย มาจากการสำรวจจำนวนลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ที่ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 12 ฉบับ ทำการศึกษาโดยสุ่มตัวอย่างประชากรแบบสะดวก จำนวน 226 ราย มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ เช่น วารสาร หนังสือ และงานวิจัย และ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถาม 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่ลงโฆษณาซึ่งต้องการให้ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการในด้านต่างๆ ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ และ ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยสถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) อธิบายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ในรูปการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการเลือกโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงาน

บริษัทผลิตสื่อที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก

สรุปผลการศึกษา

ในส่วนของผลการศึกษสามารถแบ่งได้เป็น 6 ส่วนดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 226 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.8 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.2 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ 23-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.8 และ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.3 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.6 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 15.5 และต่ำกว่าอนุปริญญา หรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 10.2 ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ หัวหน้า หรือ เจ้าของกิจการ หรือ กรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 35.8 และผู้จัดการฝ่ายขาย คิดเป็นร้อยละ 12.4

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 226 รายพบว่าส่วนใหญ่มียุ่จำนวนปีที่ดำเนินงานคือ 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคือ มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.5 และ 4-6 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.5 ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานทั้งหมดน้อยกว่า 10 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ 10-50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และ 51-100 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจส่วนใหญ่คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 89.4 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 63.3 และชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 54.4 ส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อโฆษณาที่ได้ผลดีสำหรับการลงโฆษณาสำหรับธุรกิจคือ สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 80.1 รองลงมาคือ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 50.9 และ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 46.5 ผู้มีอำนาจตัดสินใจลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ หัวหน้า หรือ

เจ้าของกิจการ หรือ กรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาคือ ผู้จัดการทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 46.9 และ ผู้จัดการฝ่ายขาย คิดเป็นร้อยละ 12.4

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้านิคมจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3.1 : ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้านิคมจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้านิคมจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ อยู่ในช่วงเวลาของเทศกาลการท่องเที่ยว (High Season) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 การเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และ การเพิ่มของจำนวนคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ส่วนที่ 3.2 : ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงานบริษัทผลิตสื่อที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้านิคมจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงานบริษัทผลิตสื่อที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้านิคมจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงานบริษัทผลิตสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ เชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานผู้ผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 รู้จักกับผู้บริหารบริษัทผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และในระดับน้อยในเรื่อง รู้จักกับพนักงานบริษัทผลิตสื่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ส่วนที่ 3.3 : ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากที่สุดเรียงตามลำดับดังนี้ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากในเรื่อง สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และ ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 โดยให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาวและการลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เท่ากัน

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่ลงโฆษณาซึ่งต้องการให้ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการในด้านต่างๆ

จากการศึกษาเรื่อง ความต้องการของลูกค้าที่ลงโฆษณาซึ่งต้องการให้ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการด้านต่างๆ พบว่าผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการเพิ่มการกระจายสื่อในจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 83.6 รองลงมาคือ กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 78.3 และ พัทยา คิดเป็นร้อยละ 60.2 สถานที่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความต้องการเพิ่มการกระจายสื่อคือ สนามบิน คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือ โรงแรม รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 86.3 และ ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 46.9 ส่วนใหญ่มีความต้องการเพิ่มการกระจายสื่อในยุโรป คิดเป็นร้อยละ 83.2 รองลงมาคือ ญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 77.9 และสหรัฐอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 75.7 และร้อยละ 5.3 ไม่ต้องการให้กระจายสื่อไปยังต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีความต้องการเพิ่มการกระจายสื่อในสายการบินไทย คิดเป็นร้อยละ 89.8 รองลงมาคือ เจแปนแอร์ไลน์ (JAL) คิดเป็นร้อยละ 73.9 และ สายการบินสิงคโปร์ คิดเป็นร้อยละ 62.4 และร้อยละ 1.8 ไม่ต้องการให้กระจายสื่อทางสายการบิน ส่วนใหญ่มีความต้องการให้ใช้ภาษาอังกฤษในการนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 98.2 รองลงมาคือ ภาษาญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 69.9 และ ภาษาไทย คิดเป็นร้อยละ 51.8 ในช่วงนอกเทศกาลท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามคงลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวถ้ามีการเพิ่มบริการดังต่อไปนี้ การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ การลดบทความเกี่ยวกับกิจการให้ คิดเป็นร้อยละ 52.7 และ การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นให้ คิดเป็นร้อยละ 39.8 ตามลำดับ และร้อยละ 17.3 ไม่ต้องการให้เพิ่มบริการใดเพราะไม่ลงโฆษณาในช่วงเวลานอกเทศกาลการท่องเที่ยวอยู่แล้ว ส่วนใหญ่มีความต้องการแพ็คเกจแถมการลงโฆษณาเป็น หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ 44.7 และ วิชชุ คิดเป็นร้อยละ 40.3

ส่วนที่ 5 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการณ์โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ส่วนใหญ่ลงหรือเคยลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวชื่อ พาสปอร์ตทิวศวรรษภูมิ คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ ซีดีโลกเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 45.1 และ คอมพลัส คิดเป็นร้อยละ 44.7 ความถี่ในการออกจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมกับการโฆษณามากที่สุด คือ รายเดือน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมาคือ รายสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.4 และ รายปักษ์ คิดเป็นร้อยละ 14.6 ส่วนใหญ่ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1 ฉบับต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ 2 ฉบับต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และ 3 ฉบับต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.4 สื่อที่ลงโฆษณานอกจากสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 50.4 และ วารสารท่องเที่ยวเช่น อสท ส่องโลก กิรินทร์ สวัสดิ์ คิดเป็นร้อยละ 19.5 วัตถุประสงค์ในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาคือ เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 60.2 และเพื่อเตือนความทรงจำ คิดเป็นร้อยละ 26.5 สำหรับเหตุผลที่เลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ คิดเป็นร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ มีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 53.5 และต้องการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร คิดเป็นร้อยละ 42.9 ส่วนใหญ่ใช้งบประมาณต่อปีในการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวเท่ากับ ต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ 50,000 - 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.8 และ 100,001 - 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.8 ลักษณะการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ต่อเนื่องทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมาคือ ไม่ประจำ เช่นแล้วแต่กิจกรรมของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.3 และลงเฉพาะในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจากพนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 76.5 รองลงมาคือ ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจลงโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 29.6 และ ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้เคยใช้สื่อ คิดเป็นร้อยละ 14.6 ส่วนใหญ่ในปัจจุบันยังลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวอยู่ คิดเป็นร้อยละ 67.3 และ ร้อยละ 32.7 ที่ในปัจจุบันไม่ได้ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวแล้ว โดยมีเหตุผลที่ไม่เลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบันคือ ข้อจำกัด

ด้านงบประมาณการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 44.6 รองลงมาคือ เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร คิดเป็นร้อยละ 28.4 และ ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเทศกาลการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.0

ส่วนที่ 6 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ

จากการศึกษาเรื่อง ปัญหาที่พบหรือเคยพบจากการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ส่วนใหญ่ปัญหาที่เกิดจากผู้ผลิตสื่อ คือ ไม่มีบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 61.1 รองลงมาคือ ราคาการลงโฆษณาแพง คิดเป็นร้อยละ 43.4 และช่องทางการกระจายสื่อมีจำกัด คิดเป็นร้อยละ 35.4 และปัญหาในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจากธุรกิจส่วนใหญ่คือ งบประมาณการโฆษณามีจำกัด คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ ไม่มีการประเมินผลหลังจากการใช้สื่อโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 55.3 และ ไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร คิดเป็นร้อยละ 9.3 สำหรับข้อเสนอแนะนั้นต้องการให้ผู้ผลิตสื่อโฆษณาจัดหมวดหมู่ของการโฆษณาให้ชัดเจนและการให้ผู้ลงโฆษณาตรวจสอบรายละเอียดของการโฆษณาก่อนที่จะทำการพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อออกจำหน่ายแจกจ่ายต่อไป

ตารางที่ 97 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับกิจการจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ข้อมูลเกี่ยวกับ กิจการ	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องคั้ม สถาน บันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของ ที่ระลึกประเภท หัตถกรรม
จำนวนปีที่ ดำเนินงาน	1. 1-3 ปี 2. มากกว่า10 ปี 3. 4-6 ปี	1. มากกว่า10 ปี 2. 1-3 ปี 3. 7-10 ปี	1. 1-3 ปี 2. 4-6 ปี 3. น้อยกว่า 1 ปี และ มากกว่า 7 ปี	1. มากกว่า10 ปี 2. 1-3 ปี 3. 4-6 ปี
จำนวนพนักงาน ทั้งหมด	1. น้อยกว่า 10 คน 2. 10-50 คน 3. 51-100 คน	1. 10-50 คน 2. 101-200 คน 3. มากกว่า 200 คน	1. 10-50 คน 2. น้อยกว่า 10 คน 3. 51-100 คน	1. น้อยกว่า 10 คน 2. 10-50 คน 3. 51-100 คน
กลุ่มลูกค้า เป้าหมายของ ธุรกิจ	1. นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. กลุ่มคนในท้องถิ่น 3. ชาวต่างชาติที่ ทำงานในประเทศไทย	1. นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. นักท่องเที่ยวชาว ไทย 3. หน่วยงานราชการ	1. นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. กลุ่มคนในท้องถิ่น 3. ชาวต่างชาติที่ทำงาน ในประเทศไทย	1. นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. นักท่องเที่ยว ชาวไทย 3. ชาวต่างชาติที่ ทำงานใน ประเทศไทย
ความคิดเห็นต่อ ประเภทของสื่อ โฆษณาที่ ได้ผลดีสำหรับ การลงโฆษณา	1. สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว 2. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 3. เว็บไซต์	1. สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว 2. เว็บไซต์ 3. หนังสือพิมพ์ ท้องถิ่น	1. สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว 2. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 3. เว็บไซต์	1. สื่อสิ่งพิมพ์แจก ฟรีเพื่อการ ท่องเที่ยว 2. เว็บไซต์ 3. แผ่นพับ โบว์ ชัวร์ ใบปลิว
ผู้มีอำนาจ ตัดสินใจลง โฆษณาในสื่อ สิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการ ท่องเที่ยว	1. หุ่นส่วน/เจ้าของ กิจการ/กรรมการ ผู้จัดการ 2. ผู้จัดการทั่วไป 3. ผู้จัดการฝ่าย การตลาด	1. ผู้จัดการทั่วไป 2. หุ่นส่วน/เจ้าของ กิจการ/กรรมการ 3. ผู้จัดการฝ่าย โฆษณา	1. หุ่นส่วน/เจ้าของ กิจการ/กรรมการ ผู้จัดการ 2. ผู้จัดการทั่วไป 3. ผู้จัดการฝ่าย บริหารงานลูกค้า	1. หุ่นส่วน/ เจ้าของกิจการ/ กรรมการ ผู้จัดการ 2. ผู้จัดการทั่วไป 3. ผู้จัดการฝ่ายขาย

ตารางที่ 98 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกโฆษณา ลงในสื่อสิ่งพิมพ์ แจกฟรีเพื่อการ ท่องเที่ยว	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของที่ ระลึกประเภท หัตถกรรม
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม ภายนอก	1. อยู่ในช่วงเวลาของ เทศกาลการท่องเที่ยว 2. การเพิ่มของจำนวน นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 3. การเพิ่มของจำนวน คู่แข่ง	1. อยู่ในช่วงเวลาของ เทศกาลการท่องเที่ยว 2. การเพิ่มของจำนวน คู่แข่ง 3. การเพิ่มของจำนวน นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	1. อยู่ในช่วงเวลาของ เทศกาลการท่องเที่ยว 2. การเพิ่มของจำนวน นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 3. การเพิ่มของจำนวน คู่แข่ง	1. การเพิ่มของ จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. อยู่ในช่วงเวลาของ เทศกาลการท่องเที่ยว 3. การเพิ่มของ จำนวนคู่แข่ง
ปัจจัย ความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ลง โฆษณาและ พนักงาน บริษัทผู้ผลิตสื่อ	1. เชื่อมมั่นใน ความสามารถของ พนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหาร บริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงาน บริษัทผลิตสื่อ	1. เชื่อมมั่นใน ความสามารถของ พนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหาร บริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงาน บริษัทผลิตสื่อ	1. เชื่อมมั่นใน ความสามารถของ พนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหาร บริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงาน บริษัทผลิตสื่อ	1. เชื่อมมั่นใน ความสามารถของ พนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหาร บริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงาน บริษัทผลิตสื่อ
ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	1. นำเสนอเนื้อหา น่าสนใจ ดึงดูดใจ มี ประโยชน์ต่อผู้อ่าน 2. เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เป้าหมายได้ดี 3. สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่ายทั้ง ภาษาไทยและ ต่างประเทศ	1. เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เป้าหมายได้ดี 2. สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่ายทั้ง ภาษาไทยและ ต่างประเทศ 3. นำเสนอเนื้อหา น่าสนใจ ดึงดูดใจ มี ประโยชน์ต่อผู้อ่าน	1. เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เป้าหมายได้ดี 2. นำเสนอเนื้อหา น่าสนใจ ดึงดูดใจ มี ประโยชน์ต่อผู้อ่าน และมีกรออกแบบ รูปเล่มสวยงาม ดึงดูดใจ 3. ได้ตำแหน่งหรือเนื้อ ที่โฆษณาตรงตาม ความต้องการ	1. สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่ายทั้ง ภาษาไทยและ ต่างประเทศ 2. เข้าถึงกลุ่มลูกค้า เป้าหมายได้ดี 3. นำเสนอเนื้อหา น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ต่อ ผู้อ่าน

ตารางที่ 98 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทธุรกิจ(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เเสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
ปัจจัยด้านราคา	1. เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา 2. ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา 3. ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ	1. เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา 2. ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา 3. การให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา	1. เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา 2. ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา 3. การให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา	1. เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา 2. ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา 3. ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	1. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ 2. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ 3. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก	1. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ 2. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ 3. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก	1. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ 2. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ 3. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก	1. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก 2. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ 3. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	1. การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ 2. การเป็นผู้สนับสนุนงานที่ลูกค้าขอ 3. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณาและ การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นให้	1. การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ และมีเว็บไซต์ให้ข้อมูลข่าวสารครบ 2. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 3. มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง และการให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว	1. มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง 2. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณาและการลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ 3. การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว และการแถมหน้ากระดาษให้	1. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 2. การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาวและมีเว็บไซต์ให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน 3. มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง

ตารางที่ 99 สรุปความต้องการของลูกค้าที่ลงโฆษณาที่ต้องการให้ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการด้านต่างๆจำแนกตามประเภทธุรกิจ

ความต้องการในการปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เเสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
จังหวัดท่องเที่ยวที่ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อ	1. กรุงเทพมหานคร 2. ภูเก็ต 3. พัทยา	1. ภูเก็ต 2. กรุงเทพมหานคร 3. สมุย	1. ภูเก็ต 2. กรุงเทพมหานคร 3. สมุย	1. ภูเก็ต 2. กรุงเทพมหานคร 3. สมุย
สถานที่ที่ต้องการให้กระจายสื่อในจังหวัดเชียงใหม่	1. สนามบิน 2. โรงแรม รีสอร์ท 3. ห้างสรรพสินค้า	1. สนามบิน 1. โรงแรม รีสอร์ท 2. ร้านอาหาร	1. โรงแรม รีสอร์ท 2. สนามบิน 3. ร้านกาแฟและเบอร์เกอร์รี่ และร้านอาหาร	1. โรงแรม รีสอร์ท 2. สนามบิน 3. ร้านกาแฟและเบอร์เกอร์รี่
ประเทศที่ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อ	1. ญี่ปุ่น 2. ยุโรป 3. สหรัฐอเมริกา	1. ยุโรป 2. ญี่ปุ่น 3. ออสเตรเลีย	1. ญี่ปุ่น 2. ยุโรปและสหรัฐอเมริกา 3. ออสเตรเลีย	1. ยุโรป 2. สหรัฐอเมริกา 3. ญี่ปุ่น
สายการบินที่ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อ	1. สายการบินไทย 2. เจแปนแอร์ไลน์ 3. สายการบินสิงคโปร์	1. สายการบินไทย 2. เจแปนแอร์ไลน์ 3. สายการบินสิงคโปร์	1. สายการบินไทย 2. เจแปนแอร์ไลน์ 3. สายการบินสิงคโปร์	1. สายการบินไทย 2. เจแปนแอร์ไลน์ 3. สายการบินสิงคโปร์
ภาษาที่ต้องการให้ใช้ในการนำเสนอ	1. ภาษาอังกฤษ 2. ภาษาไทย 3. ภาษาญี่ปุ่น	1. ภาษาอังกฤษ 2. ภาษาญี่ปุ่น 3. ภาษาไทย	1. ภาษาอังกฤษ 2. ภาษาญี่ปุ่น 3. ภาษาไทย	1. ภาษาอังกฤษ 2. ภาษาญี่ปุ่น 3. ภาษาไทย
การเพิ่มบริการนอกช่วงเทศกาลการท่องเที่ยวที่ทำให้ยังคงโฆษณา	1. การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ 2. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 3. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่น	1. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 2. การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ 3. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่น	1. การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ 2. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 3. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่น	1. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 2. การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ 3. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่น

ตารางที่ 99 สรุปความต้องการของลูกค้าที่ลงโฆษณาที่ต้องการให้ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการด้านต่างๆจำแนกตามประเภทธุรกิจ (ต่อ)

ความต้องการในการปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เเสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
แพ็คเกจแถมการโฆษณาในสื่ออื่น	1. หนังสือพิมพ์ 2. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง 3. วิทยู	1. หนังสือพิมพ์ 2. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง 3. วิทยู	1. หนังสือพิมพ์ 2. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง 4. วิทยู	1. ป้ายโฆษณากลางแจ้งและวิทยู 2. หนังสือพิมพ์ 3. เคมبلทีวี

ตารางที่ 100 สรุปพฤติกรรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทธุรกิจ

พฤติกรรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เเสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. คอมพาส 2. ซิตีไลฟ์เชียงใหม่ 3. พาสปอร์ตทูสุวรรณภูมิ	1. พาสปอร์ตทูสุวรรณภูมิ 2. ซิตีไลฟ์เชียงใหม่ 3. คอมพาส	1. ซิตีไลฟ์เชียงใหม่ 2. ไกด์ลายส์ 3. พาสปอร์ตทูสุวรรณภูมิและคอมพาส	1. พาสปอร์ตทูสุวรรณภูมิ 2. ไกด์ลายส์ 3. คอมพาส
ความถี่การออกจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการโฆษณามากที่สุด	1. รายเดือน 2. รายสัปดาห์ 3. รายปี	1. รายเดือน 2. รายสัปดาห์ 3. รายปี	1. รายเดือน 2. รายสัปดาห์ 3. รายปี	1. รายเดือน 2. รายสัปดาห์ 3. รายปี
สื่อที่ลงโฆษณา นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 2. เว็บไซต์ 3. วิทยู	1. เว็บไซต์ 2. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 3. หนังสือพิมพ์ต่างประเทศ	1. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 2. เว็บไซต์ 3. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง	1. เว็บไซต์ 2. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 3. วารสารท่องเที่ยว

ตารางที่ 100 สรุปพฤติกรรมกรโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทธุรกิจ (ต่อ)

พฤติกรรมกรโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เเสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
วัตถุประสงค์ของการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ 2. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3. เพื่อเตือนความทรงจำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 2. เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ 3. เพื่อเตือนความทรงจำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ 2. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3. เพื่อเตือนความทรงจำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ 2. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3. เพื่อเตือนความทรงจำ
เหตุผลที่เลือกกรโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ 2. ธุรกิจมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย 3. มีความต้องการที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย 2. เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ 3. เห็นว่าสื่อเหมาะสมกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการเพราะมีลักษณะเป็นสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความต้องการที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร 2. เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ 3. ธุรกิจมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ 2. ธุรกิจมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย 3. มีความต้องการที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กรและเห็นว่าสื่อเหมาะสมกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการเพราะมีลักษณะเป็นสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ตารางที่ 100 สรุปพฤติกรรมกรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทธุรกิจ (ต่อ)

พฤติกรรมกรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เเสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
จำนวนฉบับที่ลงโฆษณาเฉลี่ยต่อเดือนต่อกิจการ	1.6	2.1	2.7	2.0
งบประมาณต่อปีสำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. ต่ำกว่า 50,000 บาท 2. 50,000- 100,000 บาท 3. 100,001 - 200,000 บาท	1. ต่ำกว่า 50,000 บาท 2. 50,000- 100,000 บาท 3. 100,001 - 200,000 บาท	1. ต่ำกว่า 50,000 บาท 2. 50,000- 100,000 บาท 3. 100,001 - 200,000 บาท	1. ต่ำกว่า 50,000 บาท 2. 50,000- 100,000 บาท 3. 100,001 - 200,000 บาท
ลักษณะการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. ต่อเนื่องทุกเดือน 2. ไม่ประจำ เช่น แล้วแต่กิจกรรมของบริษัท 3. ลงเฉพาะในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว	1. ต่อเนื่องทุกเดือน 2. ไม่ประจำ เช่น แล้วแต่กิจกรรมของบริษัท 3. ต่อเนื่องทุกไตรมาส	1. ต่อเนื่องทุกเดือน 2. ไม่ประจำ เช่น แล้วแต่กิจกรรมของบริษัท 3. ลงเฉพาะในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว	1. ต่อเนื่องทุกเดือน 2. ไม่ประจำ เช่น แล้วแต่กิจกรรมของบริษัท 3. ลงเฉพาะในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว
แหล่งที่รับข่าวสารการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. พนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง 2. ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจลงโฆษณา 3. ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้เคยใช้สื่อ	1. พนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง 2. ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจลงโฆษณา 3. เว็บไซต์	1. พนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง 2. ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจโฆษณา 3. ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้เคยใช้สื่อ	1. พนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง 2. ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจลงโฆษณา 3. ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้เคยใช้สื่อ

ตารางที่ 100 สรุปพฤติกรรมกรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามประเภทธุรกิจ (ต่อ)

พฤติกรรมกรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ประเภทธุรกิจ			
	กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง	กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท	กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย	กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
เหตุผลที่ไม่เลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อจำกัดด้านงบประมาณการโฆษณา 2. ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเทศกาลการท่องเที่ยว 3. เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเทศกาลการท่องเที่ยว 2. เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร 3. ข้อจำกัดด้านงบประมาณการโฆษณา 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไปลงโฆษณาในสื่ออื่นที่ได้ผลดีกว่า 2. ข้อจำกัดด้านงบประมาณการโฆษณา 3. เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อจำกัดด้านงบประมาณการโฆษณา 2. ไปลงโฆษณาในสื่ออื่นที่ได้ผลดีกว่า 3. เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร

ตารางที่ 101 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับกิจการจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ	งบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,000- 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
ประเภทธุรกิจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม 2. กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง 3. กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม 2. กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท 3. กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม และ กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย 2. กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท 3. กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย 2. กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม 3. กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท

ตารางที่ 101 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับกิจการจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว(ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับ กิจการ	งบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,000- 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
จำนวนปีที่ ดำเนินงาน	1. 1-3 ปี 2. มากกว่า10 ปี 3. 4-6 ปี	1. มากกว่า10 ปี 2. 1-3 ปี 3. 4-6 ปี	1. 1-3 ปี 2. มากกว่า 10 ปี 3. 4-6 ปี	1. มากกว่า10 ปี 2. 4-6 ปี 3. 1-3 ปี
จำนวนพนักงาน ทั้งหมด	1. น้อยกว่า 10 คน 2. 10-50 คน 3. 51-100 คน	1. น้อยกว่า 10 คน 2. 10-50 คน 3. 51-100 คน	1. 10-50 คน 2. 101-200 คน 3. น้อยกว่า 10 คน	1. 10-50 คน 2. 51-100 คนและ มากกว่า 200 คน 3. น้อยกว่า 10 คน
กลุ่มลูกค้า เป้าหมายของ ธุรกิจ	1. นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. นักท่องเที่ยวชาว ไทย 3. ชาวต่างชาติที่ ทำงานในประเทศ ไทย	1. นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. นักท่องเที่ยวชาว ไทย 3. ชาวต่างชาติที่ ทำงานในประเทศ ไทย	1. นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. ชาวต่างชาติที่ทำงาน ในประเทศไทย 3. กลุ่มคนในท้องถิ่น	1. นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ 2. กลุ่มคนใน ท้องถิ่น 3. ชาวต่างชาติที่ ทำงานใน ประเทศไทย
ความคิดเห็นต่อ ประเภทของสื่อ โฆษณาที่ได้ผลดี สำหรับการลง โฆษณา	1. สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว 2. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 3. เว็บไซต์	1. สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว 2. เว็บไซต์ 3. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว	1. สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อ การท่องเที่ยว 2. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 3. เว็บไซต์และ หนังสือพิมพ์ ต่างประเทศ	1. สื่อสิ่งพิมพ์แจก ฟรีเพื่อการ ท่องเที่ยว 2. เว็บไซต์ 3. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว
ผู้มีอำนาจ ตัดสินใจลง โฆษณาในสื่อ สิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว	1. หุ่นส่วน/เจ้าของ กิจการ/กรรมการ ผู้จัดการ 2. ผู้จัดการทั่วไป 3. ผู้จัดการฝ่ายขาย	1. หุ่นส่วน/เจ้าของ กิจการ/กรรมการ ผู้จัดการ 2. ผู้จัดการทั่วไป 3. ผู้จัดการฝ่ายขาย	1. หุ่นส่วน/เจ้าของ กิจการ/กรรมการ ผู้จัดการ 2. ผู้จัดการทั่วไป 3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	1. หุ่นส่วน/เจ้าของ กิจการ/กรรมการ ผู้จัดการ 2. ผู้จัดการทั่วไป 3. ผู้จัดการฝ่าย โฆษณา

ตารางที่ 102 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามงบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	งบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก	<ol style="list-style-type: none"> 1. อยู่ในช่วงเวลาของเทศกาลการท่องเที่ยว 2. การเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3. การเพิ่มของจำนวนคู่แข่ง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเพิ่มของจำนวนคู่แข่ง 2. อยู่ในช่วงเวลาของเทศกาลการท่องเที่ยวและการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3. เทคโนโลยีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อยู่ในช่วงเวลาของเทศกาลการท่องเที่ยว 2. การเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3. การเพิ่มของจำนวนคู่แข่งและการเพิ่มของจำนวนชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. อยู่ในช่วงเวลาของเทศกาลการท่องเที่ยว 2. การเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3. การเพิ่มของจำนวนคู่แข่ง
ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงานบริษัทผู้ผลิตสื่อ	<ol style="list-style-type: none"> 1. เชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหารบริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงานบริษัทผลิตสื่อ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหารบริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงานบริษัทผลิตสื่อ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหารบริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงานบริษัทผลิตสื่อ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหารบริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงานบริษัทผลิตสื่อ

ตารางที่ 102 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามงบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	งบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน มีการออกแบบรูปเล่มสวยงาม ดึงดูดใจ 	<ol style="list-style-type: none"> เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่ายทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน 	<ol style="list-style-type: none"> สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่ายทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน และได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ 	<ol style="list-style-type: none"> มีคุณภาพการพิมพ์ 4 สี สวยงามและมีการออกแบบรูปเล่มสวยงาม ดึงดูดใจและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี มีรูปภาพคมชัด สวยงามและตัวหนังสือสะกดคำไม่ผิดพลาดและสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ
ปัจจัยด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ 	<ol style="list-style-type: none"> เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา การให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา 	<ol style="list-style-type: none"> ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ และจ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วน 	<ol style="list-style-type: none"> เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณาและจ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วน

ตารางที่ 102 สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามงบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว(ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	งบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	<ol style="list-style-type: none"> 1. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ 2. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก 3. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก 2. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ 3. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ 2. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ 3. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ 2. สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ 3. ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 2. มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง 3. การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ 2. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 3. การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 2. มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง 3. มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเป็นผู้สนับสนุนงานที่ลูกค้าขอและการลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้และมีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง

ตารางที่ 103 สรุปความต้องการของลูกค้าที่ต้องการให้ผู้ผลิตสื่อปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการด้านต่างๆ ำแนกตามงบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

ความต้องการในการปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
จังหวัดท่องเที่ยวที่ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อ	1. กรุงเทพมหานครและภูเก็ต 2. สมุย	1. ภูเก็ต 2. กรุงเทพมหานคร 3. พัทยา	1. ภูเก็ต 2. กรุงเทพมหานคร 3. พัทยา	1. ภูเก็ตและกรุงเทพมหานครและพัทยา
สถานที่ที่ต้องการให้กระจายสื่อในจังหวัดเชียงใหม่	1. สนามบิน 2. โรงแรม รีสอร์ท 3. ร้านกาแฟและเบอร์เกอร์รี่	1. สนามบิน 2. โรงแรม รีสอร์ท 3. ร้านอาหาร	1. โรงแรม รีสอร์ท 2. สนามบิน 3. ร้านอาหาร	1. โรงแรม รีสอร์ท 2. สนามบินและร้านกาแฟและเบอร์เกอร์รี่
ประเทศที่ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อ	1. ยุโรป 2. ญี่ปุ่น 3. สหรัฐอเมริกา	1. สหรัฐอเมริกา 2. ยุโรป 3. ญี่ปุ่น	1. ญี่ปุ่นและยุโรป 2. ออสเตรเลีย	1. สหรัฐอเมริกา 2. ยุโรปและญี่ปุ่น
สายการบินที่ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อ	1. สายการบินไทย 2. เจแปนแอร์ไลน์ 3. สายการบินสิงคโปร์	1. สายการบินไทย 2. เจแปนแอร์ไลน์ 3. สายการบินสิงคโปร์	1. เจแปนแอร์ไลน์ 2. สายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก 3. สายการบินไทย	1. สายการบินไทย 2. สายการบินสิงคโปร์ 3. สายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก
ภาษาที่ต้องการให้ใช้ในการนำเสนอ	1. ภาษาอังกฤษ 2. ภาษาญี่ปุ่น 3. ภาษาไทย	1. ภาษาอังกฤษ 2. ภาษาญี่ปุ่น 3. ภาษาฝรั่งเศส	1. ภาษาญี่ปุ่น 2. ภาษาอังกฤษ 3. ภาษาฝรั่งเศส	1. ภาษาอังกฤษ 2. ภาษาญี่ปุ่น 3. ภาษาไทยและภาษาฝรั่งเศส
การเพิ่มบริการนอกช่วงเทศกาลการท่องเที่ยวที่ยังคงโฆษณา	1. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 2. การลดบทยความเกี่ยวกับกิจการให้ 3. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่น	1. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 2. การลดบทยความเกี่ยวกับกิจการให้ 3. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่น	1. การลดบทยความเกี่ยวกับกิจการให้ 2. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่น 3. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา	1. การลดบทยความเกี่ยวกับกิจการให้ 2. การแถมหน้ากระดาษให้ 3. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่น
แพ็คเกจแถมการโฆษณาในสื่ออื่น	1. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง 2. หนังสือพิมพ์ 3. วิทยู	1. หนังสือพิมพ์ 2. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง 3. วิทยูและเคเบิลทีวี	1. หนังสือพิมพ์ 2. วิทยู 3. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	1. หนังสือพิมพ์ 2. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง 3. วิทยู ด้ว่วงในทีวีและเคเบิลทีวี

ตารางที่ 103 สรุปความต้องการของลูกค้าที่ต้องการให้ผู้ผลิตสื่อปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการด้านต่างๆ จำแนกตามงบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว (ต่อ)

ความต้องการในการปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการ	ประเภทธุรกิจ			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
แพ็คเกจแถมการโฆษณาในสื่ออื่น	1. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง 2. หนังสือพิมพ์ 3. วิทยู	1. หนังสือพิมพ์ 2. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง 3. วิทยูและเคเบิลทีวี	1. หนังสือพิมพ์ 2. วิทยู 3. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง	1. หนังสือพิมพ์ 2. ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง 3. วิทยู ตัววิ่งในทีวี และเคเบิลทีวี

ตารางที่ 104 สรุปพฤติกรรมกรรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว จำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	งบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
การโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. คอมพาส 2. พาสปอร์ตทู สุวรรณภูมิ 3. ซิตีไลฟ์เชียงใหม่	1. พาสปอร์ตทู สุวรรณภูมิ 2. ไกด์ล่ายส์ 3. ซิตีไลฟ์เชียงใหม่	1. คอมพาส 2. พาสปอร์ตทูสุวรรณ ภูมิ 3. ไกด์ล่ายส์	1. พาสปอร์ตทู สุวรรณภูมิ 2. ซิตีไลฟ์เชียงใหม่ 3. ไกด์ล่ายส์
ความถี่การออกจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการโฆษณามากที่สุด	1. รายเดือน 2. รายสัปดาห์ 3. รายปี	1. รายเดือน 2. รายสัปดาห์ 3. รายปี	1. รายเดือน 2. รายปี 3. รายสัปดาห์	1. รายเดือน
สื่อที่ลงโฆษณา นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 2. เว็บไซต์ 3. แม็กกาซีนภาษา ญี่ปุ่น	1. เว็บไซต์ 2. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 3. วารสารท่องเที่ยว	1. เว็บไซต์ 2. แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิวและ หนังสือพิมพ์ ต่างประเทศ	1. เว็บไซต์และแผ่น พับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว 2. วิทยู

ตารางที่ 104 สรุปพฤติกรรมการณ์โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรมการณ์ โฆษณาในสื่อ สิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อ การท่องเที่ยว	งบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
วัตถุประสงค์ของการ โฆษณาในสื่อ สิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อ การท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการไปปลีก 2. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3. เพื่อเตือนความทรงจำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และ เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการไปปลีก 2. เพื่อเตือนความทรงจำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการไปปลีก 2. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3. เพื่อเตือนความทรงจำ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการไปปลีก 2. เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3. เพื่อเตือนความทรงจำ
เหตุผลที่เลือก โฆษณาในสื่อ สิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อ การท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ 2. ธุรกิจมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย 3. มีความต้องการที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย 2. เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ 3. เห็นว่าสื่อเหมาะสมกับการโฆษณาสินค้าหรือบริการเพราะมีลักษณะเป็นสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ 2. มีความต้องการที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร 3. ธุรกิจมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขายและต้องการที่จะแนะนำสินค้าหรือบริการใหม่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย 2. เพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ 3. มีความต้องการที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร
จำนวนฉบับที่ลง โฆษณาเฉลี่ย ต่อเดือนต่อกิจการ	1.7	2.2	2.8	5.0

ตารางที่ 104 สรุปพฤติกรรมการณ์โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรมการณ์โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	งบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว			
	ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 - 100,000 บาท	100,001 - 200,000 บาท	มากกว่า 200,000 บาท
ลักษณะการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. ต่อเนื่องทุกเดือน 2. ไม่ประจำ เช่น แล้วแต่กิจกรรมของบริษัท 3. ลงเฉพาะในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว	1. ต่อเนื่องทุกเดือน 2. ไม่ประจำ เช่น แล้วแต่กิจกรรมของบริษัท 3. ต่อเนื่องทุกไตรมาส	1. ต่อเนื่องทุกเดือน 2. ลงเฉพาะในช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว 3. ก่อนเทศกาลการท่องเที่ยว 1 เดือน	1. ต่อเนื่องทุกเดือน 2. ต่อเนื่องทุกไตรมาส
แหล่งที่รับข่าวสารการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. พนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง 2. ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจลงโฆษณา 3. ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้เคยใช้สื่อ	1. พนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง 2. ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจลงโฆษณา 3. ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักหรือผู้เคยใช้สื่อ	1. พนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง 2. ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจลงโฆษณา 3. จากลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการ	1. พนักงานขายบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง 2. ติดต่อเองเนื่องจากเห็นสื่อแล้วสนใจลงโฆษณา 3. จากลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการ
เหตุผลที่ไม่เลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	1. ข้อจำกัดด้านงบประมาณการโฆษณา 2. เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร 3. ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเทศกาลการท่องเที่ยว	1. ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเทศกาลการท่องเที่ยว 2. ข้อจำกัดด้านงบประมาณการโฆษณา 3. เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร	1. ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเทศกาลการท่องเที่ยวและไปลงโฆษณาในสื่ออื่นที่ได้ผลดีกว่าและข้อจำกัดด้านงบประมาณการโฆษณา	

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวคือ เพื่อจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการ และ เพื่อเตือนความทรงจำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เท็ดสัคคี แซ่เตียว (2542) ได้ศึกษาถึงเรื่อง ความคิดเห็นต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของลูกค้าและผู้ลงโฆษณาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2540-2541 พบว่า วัตถุประสงค์ในการโฆษณาคือ เพื่อบอกถึงสินค้าหรือบริการใหม่ และ บอกถึงกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดในแต่ละช่วง

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วย

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ อยู่ในช่วงเวลาของเทศกาลการท่องเที่ยว การเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการเพิ่มของจำนวนคู่แข่งขั้นของผู้ลงโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) ที่ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ ภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขัน ระดับความต้องการซื้อของตลาดและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงานบริษัทผลิตสื่อ มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงตามลำดับดังนี้ เชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานผู้ผลิตสื่อ รู้จักกับผู้บริหารบริษัทผลิตสื่อ และรู้จักกับพนักงานบริษัทผลิตสื่อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) พบว่าปัจจัยระหว่างบุคคลมีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากคือ อำนาจที่ได้รับมอบหมายและความชอบส่วนตัว

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึงการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของผู้ผลิตสื่อ อีกทั้งการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวไปยังผู้อ่าน มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ และนำเสนอเนื้อหา น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เทิดศักดิ์ แซ่เตียว (2542) พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงโฆษณามากที่สุดได้แก่ การพิจารณาการลงโฆษณาจะคำนึงถึงคุณภาพที่ได้รับจากการลงโฆษณาว่ามีการจัดจำหน่ายครอบคลุมพื้นที่ได้ผลอย่างเต็มที่ คุณภาพเนื้อหา สารของข่าวที่นำเสนอว่ามีความรวดเร็วถูกต้องและมีความหลากหลายมากน้อยเพียงใด แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเรียงลำดับดังนี้ งานมีคุณภาพ งานได้มาตรฐานและความเชี่ยวชาญในการผลิตงาน

ปัจจัยด้านราคา หมายถึงจำนวนเงินที่ผู้ลงโฆษณาต้องจ่ายให้กับผู้ผลิตสื่อเพื่อลงโฆษณาสินค้าหรือบริการของตนเอง มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา และราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เทิดศักดิ์ แซ่เตียว (2542) พบว่าด้านราคาผู้ลงโฆษณาเห็นด้วยในเรื่อง ราคาถูกกว่าโฆษณากับฉบับอื่น มีการลดแลกแจกแถมสำหรับลูกค้าที่ลงประจำเพื่อเป็นการมัดใจลูกค้า และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ราคาในการผลิตสื่อ ราคาซื้อเนื้อที่-เวลาสื่อโฆษณา การให้เครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ลงโฆษณาและผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ และตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เทิดศักดิ์ แซ่เตียว (2542) พบว่า ด้านสถานที่หรือช่องทางการจำหน่ายผู้ลงโฆษณาเห็นด้วยในเรื่อง สามารถติดต่อกับบริษัทหรือเอเจนซีโฆษณาเพื่อลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นได้ง่าย และ สำนักงานของหนังสือพิมพ์อยู่ใน

ทำเลที่ติดต่อสะดวกมีที่จอดรถเพียงพอ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ติดต่อง่าย สามารถเข้าตรวจเช็คงานได้ และไปมาสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึงการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีให้กับผู้ลงโฆษณา มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ การแถมหน้ากระดาษให้ และการเป็นผู้สนับสนุนงานที่ลูกค้าขอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เทิดศักดิ์ แซ่เตียว (2542) พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ลงโฆษณาเห็นด้วยในเรื่อง หนังสือพิมพ์ควรรับประชาสัมพันธ์กิจกรรมบริษัทของลูกค้าที่ลงโฆษณาเพื่อเป็นบริการเสริมแก่ผู้ลงโฆษณา และมีพนักงานฝ่ายโฆษณาติดต่อหาลูกค้าโดยตรงทำให้สะดวกในการลงโฆษณา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ การให้ส่วนลด การแถมเวลา-หน้ากระดาษ และการเป็นผู้สนับสนุนงานที่ลูกค้าขอ

ข้อค้นพบ

ข้อมูลเกี่ยวกับกิจการ

พบว่าธุรกิจที่ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาด เล็ก เนื่องจากมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 10 คน ส่วนใหญ่ดำเนินงานมาแล้ว 1-3 ปี และมากกว่า 10 ปี โดยมีลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจที่ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สื่อโฆษณาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าได้ผลดีสำหรับการลงโฆษณา สำหรับธุรกิจมากที่สุดคือ สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว และผู้มีอำนาจตัดสินใจในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ หุ่นส่วน หรือ เจ้าของกิจการ หรือ กรรมการผู้จัดการ

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า แต่ละกลุ่มธุรกิจมีลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันดังนี้ 1. กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มคนในท้องถิ่นและชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย 2. กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยและหน่วยงานราชการ 3. กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มคนในท้องถิ่นและชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย 4. กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย ผู้มีอำนาจตัดสินใจลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่คือ หุ่นส่วน หรือ เจ้าของกิจการ หรือ กรรมการผู้จัดการ ยกเว้นในกลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ผู้จัดการทั่วไป

เมื่อจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มธุรกิจที่ใช้งบประมาณสำหรับการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาท คือ 1. กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย 2. กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม 3. กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ตามลำดับ โดยที่มีลูกค้าเป้าหมายเป็น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มคนในท้องถิ่นและชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย ตามลำดับ

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก

พบว่าปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ เทคโนโลยีการโฆษณาผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น เอสเอ็มเอส(SMS) โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ที่ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด ขณะที่กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย และกลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ความสำคัญในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกมีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากสำหรับทุกกลุ่มธุรกิจ ยกเว้นในกลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกมีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากสำหรับทุกกลุ่มงบประมาณ ยกเว้น กลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุดคือ ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและเทคโนโลยีการโฆษณาผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น เอสเอ็มเอส(SMS)

ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงานบริษัทผู้ผลิตสื่อ

พบว่าปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวและพนักงานบริษัทผู้ผลิตสื่อที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ความเห็นอกเห็นใจ

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวและพนักงานบริษัทผู้ผลิตสื่อที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากสำหรับทุกกลุ่มธุรกิจ ยกเว้นในกลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการ โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวและพนักงานบริษัทผู้ผลิตสื่อที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากสำหรับทุกกลุ่มงบประมาณ ยกเว้น กลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการ โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุดคือ ความเห็นอกเห็นใจ รู้จักกับพนักงานบริษัทผู้ผลิตสื่อ และรู้จักกับผู้บริหารผู้ผลิตสื่อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นนานาชาติ

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ในกลุ่มธุรกิจ อาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง และกลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นไทย และภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นนานาชาติ

เมื่อจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการ โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการ โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวต่ำกว่า 50,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นนานาชาติ ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการ โฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว 100,001-200,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี

เพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นไทยและภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นนานาชาติ ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นไทย ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นนานาชาติ และผลิตได้เร็วเพราะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตงาน

ปัจจัยด้านราคา

พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ จ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นบัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้บริการ

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า ในกลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ ในกลุ่มขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ จ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นบัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้บริการ

เมื่อจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวต่ำกว่า 50,000 บาท และ 50,000-100,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ จ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นบัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้บริการ ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว 100,001-200,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ การให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ และการให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นในกลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์

เมื่อจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาท ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อได้สะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้นในกลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยคือ การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นให้

ความต้องการของลูกค้าที่ลงโฆษณาซึ่งต้องการให้ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ปรับปรุงหรือเพิ่มการให้บริการด้านต่างๆ

พบว่าผู้ลงโฆษณาต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในสถานที่ดังต่อไปนี้มากที่สุด จังหวัดภูเก็ต ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป และบนเครื่องบินของสายการบินไทย ภาษาที่ต้องการให้ใช้ในการนำเสนอมากที่สุดคือ ภาษาอังกฤษ ในช่วงเวลานอกเทศกาลท่องเที่ยวการให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณาจะช่วยให้ผู้ลงโฆษณายังคงที่จะลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่ต้องการแถมแพ็คเกจการโฆษณาในหนังสือพิมพ์

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่ามีความแตกต่างดังต่อไปนี้ ในกลุ่มธุรกิจ อาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ประเทศญี่ปุ่น ในช่วงเวลานอกเทศกาลท่องเที่ยวการลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้จะช่วยให้ผู้ลงโฆษณายังคงที่จะลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ในกลุ่มธุรกิจ เพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในโรงแรม รีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศญี่ปุ่น ในช่วงเวลานอกเทศกาล

ท่องเที่ยวการลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้จะช่วยให้ผู้ลงโฆษณายังคงที่จะลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ในกลุ่มชายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในโรงแรม รีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ และผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่ต้องการแถมแพ็คเกจการโฆษณาเป็นป้ายโฆษณากลางแจ้ง

เมื่อจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่ามีความแตกต่างดังต่อไปนี้ ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวต่ำกว่า 50,000 บาท ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่ต้องการแถมแพ็คเกจการโฆษณาเป็นป้ายโฆษณากลางแจ้ง ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว 50,000 -100,000 บาท ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศสหรัฐอเมริกา ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว 100,001 -200,000 บาท ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในโรงแรม รีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศญี่ปุ่น และบนเครื่องบินของเจแปนแอร์ไลน์ ในช่วงเวลานอกเทศกาลท่องเที่ยวการลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้จะช่วยให้ผู้ลงโฆษณายังคงที่จะลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาท ต้องการให้เพิ่มการกระจายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โรงแรม รีสอร์ทในจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ในช่วงเวลานอกเทศกาลท่องเที่ยวการลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้จะช่วยให้ผู้ลงโฆษณายังคงที่จะลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

พฤติกรรมการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ พาสปอร์ตทูสุวรรณภูมิ โดยที่ความถี่ในการจัดจำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการลงโฆษณาที่สุดคือ รายเดือน นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวยังมีการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆ คือ เว็บไซต์ และ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ ใบปลิว ธุรกิจส่วนใหญ่ใช้งบประมาณต่อปีในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจํานวนน้อยกว่า 50,000 บาท โดยมีลักษณะการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวต่อเนื่องทุกเดือน สำหรับเหตุผลที่เลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวคือเพื่อเป็นข้อมูลนำลูกค้ามาซื้อสินค้าหรือบริการและมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย แหล่งที่รับข่าวสารการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการ

ท่องเที่ยวคือมีพนักงานขายจากบริษัทผู้ผลิตสื่อมาติดต่อโดยตรง เหตุผลหลักที่ไม่ได้ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวแล้วคือ ข้อจำกัดด้านงบประมาณการโฆษณา

เมื่อจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่ามีความแตกต่างดังต่อไปนี้ ในกลุ่มธุรกิจ อาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมความที่สุดคือ คอมพิวเตอร์ ในกลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท เหตุผลหลักที่ไม่ได้ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวแล้วคือ ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเทศกาลการท่องเที่ยว ในกลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมความที่สุดคือ คอมพิวเตอร์ และเหตุผลหลักที่ไม่ได้ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวแล้วคือ ไปลงโฆษณาในสื่ออื่นที่ได้ผลดีกว่า และเป็นกลุ่มธุรกิจที่ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่ากลุ่มธุรกิจอื่น ๆ นั้นคือ 2.7 ฉบับต่อเดือนต่อกิจการ

เมื่อจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวต่ำกว่า 50,000 บาท และ 100,000-200,000 บาท สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมความที่สุดคือ คอมพิวเตอร์ ในกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว 50,000-100,000 บาท มีเหตุผลหลักที่ไม่ได้ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวแล้วคือ ไม่ได้อยู่ในช่วงเวลาเทศกาลการท่องเที่ยว ในปัจจุบันกลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาทยังคงลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวทุกราย

ปัญหาในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

พบว่าปัญหาในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตสื่อส่วนใหญ่คือ ไม่มีบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณา ราคาการลงโฆษณาแพง และช่องทางการกระจายสื่อมีจำกัด และ ปัญหาในการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวจากธุรกิจส่วนใหญ่คือ งบประมาณการโฆษณามีจำกัด ไม่มีการประเมินผลหลังจากการใช้สื่อ และไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหาร

ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	แปล ผล	อันดับ	ปัจจัยที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับ	ค่า เฉลี่ย ของ ปัจจัย ย่อย	แปล ผล ปัจจัย ย่อย
ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก	3.58	มาก	5	<ol style="list-style-type: none"> 1. อยู่ในช่วงเวลาของเทศกาลการท่องเที่ยว 2. การเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 3. การเพิ่มของจำนวนคู่แข่งชั้น 4. การเพิ่มของจำนวนชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย 5. ราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง 6. การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐบาลและการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย 7. เทคโนโลยีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ 8. ค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลง 9. การเพิ่มของจำนวนบริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ 10. การส่งเสริมการส่งออกจากรัฐบาล 11. เทคโนโลยีการโฆษณาผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น เอสเอ็มเอส(SMS) 	4.13 4.09 3.92 3.64 3.63 3.60 3.52 3.50 3.48 3.21 2.67	มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก น้อย น้อย น้อย
ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงานบริษัทผู้ผลิตสื่อ	3.52	มาก	6	<ol style="list-style-type: none"> 1. เชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานผู้ผลิตสื่อ 2. รู้จักกับผู้บริหารบริษัทผลิตสื่อ 3. รู้จักกับพนักงานบริษัทผลิตสื่อ 4. ความเห็นอกเห็นใจ 	3.98 3.53 3.41 3.15	มาก มาก น้อย น้อย

ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรี เพื่อการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่	ปัจจัยที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับ	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อย	แปลผลปัจจัยย่อย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.10	มาก	1	<ol style="list-style-type: none"> เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี สื่อสารได้ชัดเจนเข้าใจง่ายทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน มีการออกแบบรูปเล่มสวยงาม ดึงดูดใจ มีรูปภาพคมชัด สวยงาม มีคุณภาพการพิมพ์ 4 สี สวยงาม ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้มาก ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสื่อ (Style) ตัวหนังสือสะกดคำไม่ผิดพลาด จำนวนฉบับที่พิมพ์ออกจำหน่ายทั้งหมด สามารถเก็บข้อมูลไว้อ่านได้นาน ผลิตได้เร็วเพราะมีความเชี่ยวชาญในการผลิตงาน ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นไทย ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นนานาชาติ 	4.51 4.45 4.35 4.31 4.23 4.22 4.19 4.17 4.11 4.11 4.00 3.97 3.90 3.53 3.39	มากที่สุด มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก น้อย
ปัจจัยด้านราคา	3.80	มาก	4	<ol style="list-style-type: none"> เหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาขึ้นอยู่กับเนื้อที่ที่ใช้ในการโฆษณา ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ การให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา จ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นบัตรเครดิตต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้บริการ 	4.13 4.01 3.75 3.74 3.37	มาก มาก มาก มาก มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.07	มาก	2	<ol style="list-style-type: none"> ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก 	4.22 4.02 3.98	มาก มาก มาก

ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ถ่วงน้ำหนัก	แปลผล	อันดับที่	ปัจจัยที่มีความสำคัญเรียงตามลำดับ	ค่าเฉลี่ยของปัจจัยย่อย	แปลผลปัจจัยย่อย
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.92	มาก	3	1. การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา 2. มีพนักงานขายคิดต่อลูกค้าโดยตรง 3. การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาวและการลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ 4. มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน 5. การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นให้ 6. การแถมหน้ากระดาษให้ 7. การเป็นผู้สนับสนุนงานที่ลูกค้าขอ	4.09 4.00 3.99 3.92 3.85 3.81 3.75	มาก มาก มาก มาก มาก มาก มาก

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมทั้งองค์กรแล้ว ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ลงโฆษณาและพนักงานบริษัทผู้ผลิตสื่อในเรื่อง ความเชื่อเชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานผู้ผลิตสื่อ โดยที่มีการเตรียมตัวอย่างดีในการไปนำเสนองานแก่ลูกค้าผู้ลงโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากร การเตรียมผลงานในอดีต อีกทั้งต้องพยายามสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร โดยการสร้างตราชื้อหือของผู้ผลิตสื่อให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างแก่ลูกค้าผู้ลงโฆษณา

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มประเภทธุรกิจที่ลงโฆษณา มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการกระจายสื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยการเพิ่มการกระจายสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในสถานที่ดังต่อไปนี้ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยวเช่น

กรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต พัทยา ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน เช่น ท่าอากาศยาน โรงแรม รีสอร์ท ห้างสรรพสินค้า นิคมอุตสาหกรรมลำพูน ในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ประเทศต่างๆในทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา บนเครื่องบินของสายการบินต่างๆ เช่น สายการบินไทย เจแปนแอร์ไลน์และสายการบินสิงคโปร์ ด้านการผลิตสื่อภาษาที่ใช้ในการการนำเสนอควรจะสามารถสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาอังกฤษ ภาษาไทยและภาษาญี่ปุ่น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มคนในท้องถิ่น ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวชาวไทย พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน โดยพิจารณาจากรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบ ความสนใจ ทัศนคติของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและลานนาในช่วงเทศกาลต่างๆ และนำวิธีการดำรงชีวิตในประเทศไทย วิธีการทำอาหารไทย แหล่งหรือสถานที่ในการรับประทานอาหารทั้งอาหารไทยและอาหารต่างชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับระยะเวลาที่ลงโฆษณาจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตามระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่ถ้าลงโฆษณาติดต่อกัน 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาท ต่อเดือน เป็นต้น ราคาค่าโฆษณาจะแตกต่างกันตามเนื้อที่หรือตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา อีกทั้งผู้ลงโฆษณาสามารถจ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นการจ่ายโดยใช้ บัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าอาหาร เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของผู้ลงโฆษณา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ลงโฆษณาโดยที่สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ และบริษัทผู้ผลิตสื่อควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้การส่งเสริมการตลาดในเรื่องต่อไปนี้มี การลงบทความเกี่ยวกับกิจการของผู้ลงโฆษณาให้ เช่น การลงบทความแนะนำร้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่ การเป็นผู้สนับสนุนงานที่ผู้ลงโฆษณาขอ การให้ส่วนลดเมื่อผู้ลงโฆษณาต่อสัญญาการลงโฆษณา การมีพนักงานขายไปติดต่อผู้ลงโฆษณาโดยตรง และการแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆ ให้ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และวิทยุ อีกทั้งควรเพิ่มบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณาให้กับผู้ลงโฆษณาโดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของผู้ลงโฆษณาหรือผลตอบกลับจากการใช้บัตรส่วนลดค่าอาหารหรือ

เครื่องดื่มน้ำที่จัดส่งไปให้ผู้อ่านหรือลูกค้าของผู้ลงโฆษณาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

2. กลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการกระจายสื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยการเพิ่มการกระจายสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในสถานที่ดังต่อไปนี้ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยวเช่น จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร สมุย ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ท่าอากาศยาน โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร หน่วยงานราชการหรือองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ ในต่างประเทศ เช่น ประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย บนเครื่องบินของสายการบินต่างๆ เช่น สายการบินไทย เจแปนแอร์ไลน์และสายการบินสิงคโปร์ ด้านการผลิตสื่อภาษาที่ใช้ในการการนำเสนอควรจะสามารถสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทย เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทย หน่วยงานราชการและองค์กรธุรกิจ พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน โดยพิจารณาจากรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบ ความสนใจ รสนิยม ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและลานนาในช่วงเทศกาลต่างๆ แนะนำสถานที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ สถานที่สำหรับจัดอบรมสัมมนา เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับระยะเวลาที่ลงโฆษณาจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตามระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่ถ้าลงโฆษณาติดต่อกัน 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาท ต่อเดือน เป็นต้น ราคาค่าโฆษณาจะแตกต่างกันตามเนื้อที่หรือตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา อีกทั้งมีการให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา เช่น ชำระค่ามัดจำเพียงบางส่วนที่เหลือจะจ่ายหลังสื่อออกจำหน่ายไปแล้ว 1 เดือน เป็นต้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ลงโฆษณาโดยที่สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ และบริษัทผู้ผลิตสื่อควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้การส่งเสริมการตลาดในเรื่องต่อไปนี้ มีการลงบทความเกี่ยวกับกิจการของผู้ลงโฆษณาให้ เช่น การลงบทความเกี่ยวกับสถานที่พักในเชียงใหม่ มีเว็บไซต์ของผู้ผลิตสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วน

ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับของผู้ผลิตสื่อ ผลงานในอดีตของผู้ผลิตสื่อ ราคาค่าลงโฆษณา มีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของผู้ลงโฆษณาและเปิดโอกาสให้ลูกค้าผู้ลงโฆษณาจองที่פקผ่านทางเว็บไซต์ของผู้ผลิตสื่อได้ พร้อมทั้งสามารถให้ผู้ลงโฆษณาแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บบอร์ดเพื่อนำความคิดเห็นที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุง การผลิตสื่อให้สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ลงโฆษณา การให้ส่วนลดเมื่อผู้ลงโฆษณาต่อสัญญาการลงโฆษณา การมีพนักงานขายไปติดต่อผู้ลงโฆษณาโดยตรง การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว และการแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆ ให้ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และวิทยุ อีกทั้งควรเพิ่มบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณาให้กับผู้ลงโฆษณาโดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของผู้ลงโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์หรือผลตอบกลับจากการใช้บัตรส่วนลดค่าที่פקที่จัดส่งไปให้ผู้อ่านหรือลูกค้าของผู้ลงโฆษณาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

3. กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสิร์มสวย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการกระจายสื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยการเพิ่มการกระจายสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในสถานที่ดังต่อไปนี้ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร สมุย ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ท่าอากาศยาน ร้านอาหาร และเบอร์รี่ ร้านอาหาร ในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย บนเครื่องบินของสายการบินต่างๆ เช่น สายการบินไทย เจแปนแอร์ไลน์ และสายการบินคิงโดม ด้านการผลิตสื่อควรมีการออกแบบรูปเล่มอย่างสวยงามมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน โดยพิจารณาจากรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบ ความสนใจ รสนิยม ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ กลุ่มคนในท้องถิ่น ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและลานนาในช่วงเทศกาลต่างๆ แนะนำวิธีการดำรงชีวิตในประเทศไทย การรักษาสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติบำบัด ข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรไทยและการรักษาโรคแบบไทย เป็นต้น โดยใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยในการนำเสนอ พร้อมทั้งต้องเปิดโอกาสให้ผู้ลงโฆษณาสามารถเลือกตำแหน่งที่จะลงโฆษณาได้ตามที่ต้องการอีกด้วย

ปัจจัยด้านราคา ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับระยะเวลาที่ลงโฆษณาจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตามระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่ถ้าลงโฆษณาติดต่อกัน 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาท ต่อเดือน เป็นต้น ราคาค่าโฆษณาจะแตกต่างกันตามเนื้อที่หรือ

ตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา อีกทั้งมีการให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา เช่น ชำระค่ามัดจำเพียงบางส่วนที่เหลือจะจ่ายหลังสื่อออกจำหน่ายไปแล้ว 1 เดือน เป็นต้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ลงโฆษณา โดยที่สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ และบริษัทผู้ผลิตสื่อควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้การส่งเสริมการตลาดในเรื่องต่อไปี้ การมีพนักงานขายไปติดต่อผู้ลงโฆษณาโดยตรง การให้ส่วนลดเมื่อผู้ลงโฆษณาต่อสัญญาการลงโฆษณา มีการลงบทความเกี่ยวกับกิจการของผู้ลงโฆษณาให้ เช่น การลงบทความเกี่ยวกับธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว การแถมหน้ากระดาษสำหรับการลงโฆษณาให้เมื่อผู้ลงโฆษณาตกลงโฆษณาติดต่อกันเป็นเวลานานเช่น มากกว่า 1 ปี เป็นต้น และการแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆ ให้ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และวิทยุ อีกทั้งควรเพิ่มบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณาให้กับผู้ลงโฆษณา โดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของผู้ลงโฆษณาหรือผลตอบกลับจากการใช้บัตรส่วนลดค่าบริการที่จัดส่งไปให้ผู้อ่านหรือลูกค้าของผู้ลงโฆษณาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

4. กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการกระจายสื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยการเพิ่มการกระจายสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในสถานที่ดังต่อไปนี้ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร สมุย ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ท่าอากาศยาน ร้านอาหารและเบอร์เกอร์รี่ ในต่างประเทศ เช่น ประเทศต่างๆในทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น บนเครื่องบินของสายการบินต่างๆ เช่น สายการบินไทย เจแปนแอร์ไลน์และสายการบินโคปเปอร์ ด้านการผลิตสื่อภาษาที่ใช้ในการนำเสนอควรจะมีสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาไทย เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย ผู้ส่งออก พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ คึงดูใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน โดยพิจารณาจากรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบ ความสนใจ รสนิยม ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและลานนาในช่วงเทศกาลต่างๆ แนะนำสถานที่ช้อปปิ้งในจังหวัดเชียงใหม่ แนะนำแหล่งที่สามารถสั่งซื้อสินค้า

สำหรับการส่งออกจำนวนมาก ข้อมูลประวัติความเป็นมาของธุรกิจพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น การทำเครื่องเงิน การทำเครื่องปั้นดินเผาศิลาตล การทำกระดาษสา เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับระยะเวลาที่ลงโฆษณาจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตามระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่ถ้าลงโฆษณาติดต่อกัน 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาท ต่อเดือน เป็นต้น ราคาค่าโฆษณาจะแตกต่างกันตามเนื้อที่หรือตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา อีกทั้งผู้ลงโฆษณาสามารถจ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นการจ่ายโดยใช้ บัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าซื้อสินค้า เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของผู้ลงโฆษณา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ลงโฆษณาโดยที่บริษัทผู้ผลิตสื่อควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ และสามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้การส่งเสริมการตลาดในเรื่องต่อไปนี้ การให้ส่วนลดเมื่อผู้ลงโฆษณาต่อสัญญาการลงโฆษณา การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว มีเว็บไซต์ของผู้ผลิตสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับของผู้ผลิตสื่อ ผลงานในอดีตของผู้ผลิตสื่อ ราคาค่าลงโฆษณามีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของผู้ลงโฆษณาและเปิดโอกาสให้ลูกค้าผู้ลงโฆษณาจองสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ของผู้ผลิตสื่อได้ พร้อมทั้งสามารถให้ผู้ลงโฆษณาแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บบอร์ดเพื่อนำความคิดเห็นที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุง การผลิตสื่อให้สร้าง ความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ลงโฆษณา การมีพนักงานขายไปติดต่อผู้ลงโฆษณาโดยตรง มีการลงบทความเกี่ยวกับกิจการของผู้ลงโฆษณาให้ เช่น การลงบทความเกี่ยวกับธุรกิจศิลาตลในจังหวัดเชียงใหม่ และการแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆให้ เช่น ป้ายโฆษณากลางแจ้ง วิทยุ หนังสือพิมพ์ และเคเบิลทีวี อีกทั้งควรเพิ่มบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณาให้กับผู้ลงโฆษณาโดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของผู้ลงโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์และที่ร้านหรือผลตอบกลับจากการใช้บัตรส่วนลดค่าซื้อสินค้าที่จัดส่งไปให้ผู้อ่านหรือลูกค้าของผู้ลงโฆษณาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาตามกลุ่มประเภทธุรกิจที่ลงโฆษณา มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. กลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีสำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวต่ำกว่า 50,000 บาท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการกระจายสื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยการเพิ่มการกระจายสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในสถานที่ดังต่อไปนี้ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพมหานคร จังหวัดภูเก็ต สมุย ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ท่าอากาศยาน โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหารและเบอร์เกอร์รี่ ในต่างประเทศ เช่น ประเทศต่างๆในทวีปยุโรป ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา บนเครื่องบินของสายการบินต่างๆ เช่น สายการบินไทย เจแปนแอร์ไลน์และสายการบินโคปเปอร์ ด้านการผลิตสื่อควรมีการออกแบบรูปลักษณ์อย่างสวยงามมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน โดยพิจารณาจากรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบความสนใจ รสนิยม ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทยและนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและลานนาในช่วงเทศกาลต่างๆ แหล่งซื้อสินค้าพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่ วิธีการทำอาหารไทย แนะนำสถานบันเทิงในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น โดยใช้ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่นและภาษาไทยในการนำเสนอ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับระยะเวลาที่ลงโฆษณาจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตามระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่ถ้าลงโฆษณาติดต่อกัน 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาท ต่อเดือน เป็นต้น ราคาค่าโฆษณาจะแตกต่างกันตามเนื้อที่หรือตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา อีกทั้งผู้ลงโฆษณาสามารถจ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นการจ่ายโดยใช้ บัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าซื้อสินค้า เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของผู้ลงโฆษณา

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ลงโฆษณาโดยที่สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ บริษัทผู้ผลิตสื่อควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก และสามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้การส่งเสริมการตลาดในเรื่องต่อไปนี้ การให้ส่วนลดเมื่อผู้ลงโฆษณาต่อสัญญาการลงโฆษณา การมีพนักงานขายไปติดต่อผู้ลงโฆษณาโดยตรง การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว

มีการลงบทความเกี่ยวกับกิจการของผู้ลงโฆษณาให้ เช่น การลงบทความเกี่ยวกับธุรกิจของบ้าน
 ถวายในจังหวัดเชียงใหม่ และการแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆ ให้ เช่น ป้ายโฆษณากลางแจ้ง
 หนังสือพิมพ์ และวิทยุ อีกทั้งควรเพิ่มบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณาให้กับผู้ลงโฆษณา
 โดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของผู้ลงโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์และที่ร้าน
 หรือผลตอบกลับจากการใช้บัตรส่วนลดค่าซื้อสินค้า ค่าอาหาร และค่าบริการ ที่จัดส่งไปให้ผู้อ่าน
 หรือลูกค้าของผู้ลงโฆษณาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

2. กลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีสำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว 50,000 -100,000 บาท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับ
 ความสามารถในการกระจายสื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยการเพิ่มการกระจาย
 สื่อไปยังกลุ่มลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในสถานที่ดังต่อไปนี้ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น
 จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร พัทยา ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ท่าอากาศยาน โรงแรม รีสอร์ท
 ร้านอาหาร ในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ประเทศต่างๆในทวีปยุโรป ญี่ปุ่น บนเครื่องบินของ
 สายการบินต่างๆ เช่น สายการบินไทย เจแปนแอร์ไลน์และสายการบินสิงคโปร์ สิงคโปร์ ด้านการผลิต
 สื่อภาษาที่ใช้ในการนำเสนอควรจะต้องสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่นและ
 ภาษาฝรั่งเศส เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยว
 ชาวไทย ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจและ
 เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน โดยพิจารณาจากรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบ ความสนใจ ทัศนคติ ของ
 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและลานนาในช่วงเทศกาลต่างๆ
 แนะนำสถานที่ช้อปปิ้งในจังหวัดเชียงใหม่ แนะนำสถานที่พักผ่อนในจังหวัดเชียงใหม่ข้อมูลประวัติ
 ความเป็นมาของธุรกิจพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น การทำเครื่องเงิน การทำเครื่องปั้นดินเผา
 ศิลาด การทำกระดาษสา เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับ
 ระยะเวลาที่ลงโฆษณาจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตาม
 ระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่ถ้าลงโฆษณาติดต่อกัน
 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาท ต่อเดือน เป็นต้น ราคาค่าโฆษณาจะแตกต่างกันตามเนื้อที่หรือ
 ตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา อีกทั้งมีการให้เครดิตการชำระเงินค่าเช่าเนื้อที่โฆษณา เช่น ชำระค่ามัด
 จำเพียงบางส่วนที่เหลือจะจ่ายหลังสื่อออกจำหน่ายไปแล้ว 1 เดือน เป็นต้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ลงโฆษณาโดยที่บริษัทผู้ผลิตสื่อควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ และสามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้การส่งเสริมการตลาดในเรื่องต่อไปนี้มีผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องกับกิจการของผู้ลงโฆษณาให้ เช่น การลงบทความเกี่ยวกับธุรกิจบนถนนสันกำแพง-เชียงใหม่ การให้ส่วนลดเมื่อผู้ลงโฆษณาต่อสัญญาการลงโฆษณา การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว การมีพนักงานขายไปติดต่อผู้ลงโฆษณาโดยตรง และการแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆให้ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง เเคเบิลทีวีและวิทยุ อีกทั้งควรเพิ่มบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณาให้กับผู้ลงโฆษณาโดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของผู้ลงโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์และที่ร้านหรือผลตอบกลับจากการใช้บัตรส่วนลดค่าซื้อสินค้า ค่าอาหารและค่าที่พัก ที่จัดส่งไปให้ผู้อ่านหรือลูกค้าของผู้ลงโฆษณาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

3. กลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีสำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว 100,001 -200,000 บาท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการกระจายสื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยการเพิ่มการกระจายสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในสถานที่ดังต่อไปนี้ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร พัทยา ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ท่าอากาศยาน ร้านอาหาร ในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ประเทศต่างๆในทวีปยุโรป ออสเตรเลีย บนเครื่องบินของสายการบินต่างๆ เช่น เจแปนแอร์ไลน์ สายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิกและสายการบินไทย ด้านการผลิตสื่อภาษาที่ใช้ในการนำเสนอควรจะสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาญี่ปุ่น ภาษาอังกฤษ และภาษาฝรั่งเศส เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย กลุ่มคนในท้องถิ่น พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน โดยพิจารณาจากรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบ ความสนใจ รสนิยม ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและลานนาในช่วงเทศกาลต่างๆ แนะนำสถานที่ช้อปปิ้งในจังหวัดเชียงใหม่ การนวดและการรักษาโรคแบบไทย ความแตกต่างของวัฒนธรรมไทยและญี่ปุ่น เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับราคาค่าโฆษณาจะแตกต่างกันตามเนื้อที่หรือตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา ระยะเวลาที่ลงโฆษณาจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตามระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่ถ้าลงโฆษณาติดต่อกัน 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาทต่อเดือน เป็นต้น อีกทั้งผู้ลงโฆษณาสามารถจ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นการจ่ายโดยใช้ บัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าซื้อสินค้า เพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจของผู้ลงโฆษณา แต่อย่างไรก็ตามผู้ลงโฆษณากลุ่มนี้จะยินดีจ่ายค่าโฆษณาตามราคาที่ผู้ผลิตสื่อเสนอมา ดังนั้นเพื่อเป็นข้อเสนอที่น่าสนใจสำหรับผู้ลงโฆษณาในกลุ่มนี้ผู้ผลิตสื่อควรจัดแพ็คเกจราคาค่าโฆษณาที่แสดงให้เห็นว่าคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป โดยอาจทำในลักษณะจัดส่วนลดให้เมื่อลงโฆษณาต่อเป็นระยะเวลานาน การจัดแพ็คเกจการโฆษณาแถมในสื่ออื่นๆให้ เช่น เคเบิลทีวี ทีวีในทีวี วิทยุ เมื่อผู้ลงโฆษณาลงโฆษณาถึงจำนวนเงินหรือระยะเวลาตามกำหนด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ลงโฆษณาโดยที่สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ และบริษัทผู้ผลิตสื่อควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้การส่งเสริมการตลาดในเรื่องต่อไปนี้ การให้ส่วนลดเมื่อผู้ลงโฆษณาต่อสัญญาการลงโฆษณา การมีพนักงานขายไปติดต่อผู้ลงโฆษณาโดยตรง มีเว็บไซต์ของผู้ผลิตสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับของผู้ผลิตสื่อ ผลงานในอดีตของผู้ผลิตสื่อ ราคาค่าลงโฆษณามีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ของผู้ลงโฆษณาและเปิดโอกาสให้ลูกค้าผู้ลงโฆษณาจองสินค้าหรือที่พักผ่านทางเว็บไซต์ของผู้ผลิตสื่อได้ พร้อมทั้งสามารถให้ผู้ลงโฆษณาแสดงความคิดเห็นผ่านเว็บบอร์ด เพื่อนำความคิดเห็นที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุง การผลิตสื่อให้สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ลงโฆษณา มีการลงบทความเกี่ยวกับกิจการของผู้ลงโฆษณาให้ เช่น การลงบทความเกี่ยวกับธุรกิจบนถนนสันกำแพง-เชียงใหม่ และการแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆให้ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง และวิทยุ อีกทั้งควรเพิ่มบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณาให้กับผู้ลงโฆษณาโดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของผู้ลงโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์และที่ร้านหรือผลตอบกลับจากการใช้บัตรส่วนลดค่าซื้อสินค้า ค่าอาหารและค่าที่พัก ที่จัดส่งไปให้ผู้อ่านหรือลูกค้าของผู้ลงโฆษณาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

4. กลุ่มที่มีงบประมาณต่อปีสำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่า 200,000 บาท

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการกระจายสื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยการเพิ่มการกระจายสื่อไปยังกลุ่มลูกค้าของผู้ลงโฆษณาในสถานที่ดังต่อไปนี้ ในจังหวัดหรือสถานที่ท่องเที่ยว เช่น จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร พัทยา ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ท่าอากาศยาน ร้านอาหารและเบอร์เกอร์รี่ ในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป ญี่ปุ่น บนเครื่องบินของสายการบินต่างๆ เช่น สายการบินไทย สายการบินสิงคโปร์และสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิค ด้านการผลิตสื่อ ควรมีคุณภาพการพิมพ์ 4 สี สวยงาม มีการออกแบบรูปเล่มสวยงาม ดึงดูดใจ มีรูปภาพคมชัดสวยงาม ตัวหนังสือสะกดคำไม่ผิดพลาด ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอควรจะสามารถสื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้ง ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาไทยและภาษาฝรั่งเศส เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มคนในท้องถิ่น ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน โดยพิจารณาจากรูปแบบการดำรงชีวิต ความชอบ ความสนใจ รสนิยม ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและลานนาในช่วงเทศกาลต่างๆ การนวดและการรักษาโรคแบบไทย แนะนำสถานที่ช้อปปิ้งในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคา ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับระยะเวลาที่ลงโฆษณาจะต้องมีความเหมาะสมกับราคาโดยมีการจัดแบ่งราคาค่าโฆษณาตามระยะเวลาที่ลงโฆษณา เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือนเท่ากับ 5,000 บาท แต่ถ้าลงโฆษณาติดต่อกัน 3 เดือนจะลดราคาเหลือ 4,000 บาท ต่อเดือน เป็นต้น ราคาค่าโฆษณาจะแตกต่างกันตามเนื้อที่หรือตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา แต่อย่างไรก็ตามผู้ลงโฆษณากลุ่มนี้จะยินดีจ่ายค่าโฆษณาตามราคาให้ผู้ผลิตสื่อเสนอมา ดังนั้นเพื่อเป็นข้อเสนอที่น่าสนใจสำหรับผู้ลงโฆษณาในกลุ่มนี้ผู้ผลิตสื่อควรจัดแพ็คเกจราคาค่าโฆษณาที่แสดงให้เห็นว่าคุ้มค่ากับเงินที่ต้องจ่ายไป โดยอาจทำในลักษณะจัดส่วนลดให้เมื่อลงโฆษณาต่อเป็นระยะเวลานาน การจัดแพ็คเกจโฆษณาแถมในสื่ออื่นๆ ให้ เช่น หนังสือพิมพ์ เบบิลทีวี ตัววิ่งในทีวี เมื่อผู้ลงโฆษณาตกลงโฆษณาถึงจำนวนเงินหรือระยะเวลาตามกำหนด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ผลิตสื่อและผู้ลงโฆษณาโดยที่สามารถติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรืออีเมลล์ และบริษัทผู้ผลิตสื่อควรตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ควรให้การส่งเสริมการตลาดในเรื่องต่อไปนี้ การมีพนักงานขายไปติดต่อผู้ลงโฆษณาโดยตรง มีการลงบทความเกี่ยวกับกิจการของผู้ลงโฆษณาให้ เช่น การลงบทความเกี่ยวกับธุรกิจบนถนนทางดงจังหวัดเชียงใหม่ การเป็นผู้สนับสนุนงานที่ถูกค้าขอ การแถมหน้ากระดาษให้เมื่อมีการลงโฆษณาติดต่อกันเป็นเวลานาน และการแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นๆ ให้ เช่น หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง วิทยุ เคเบิลทีวี และตัววิ่งในทีวี อีกทั้งควรเพิ่มบริการประเมินผลหลังการใช้สื่อโฆษณาให้กับผู้ลงโฆษณาโดยการออกแบบสอบถามลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจของผู้ลงโฆษณาผ่านทางเว็บไซต์และที่ร้านหรือผลตอบกลับจากการใช้บัตรส่วนลดค่าซื้อสินค้า ค่าอาหารและค่าที่พัก ที่จัดส่งไปให้ผู้อ่านหรือลูกค้าของผู้ลงโฆษณาพร้อมกับสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

จากปัญหาที่ผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่ลงโฆษณาไม่เกิน 6 เดือน ทำให้ผู้ผลิตสื่อจำเป็นต้องหาผู้ลงโฆษณาอยู่เป็นประจำเพื่อที่จะรักษารายได้ของธุรกิจให้คงที่จนทำให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 56.6 มีลักษณะการลงโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวแบบต่อเนื่องทุกเดือน และร้อยละ 43.4 มีลักษณะการลงโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวแบบไม่ต่อเนื่องทุกเดือน ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวไม่เกิน 6 เดือนและช่วงเวลาที่ส่วนใหญ่จะไม่มีการลงโฆษณาคือ ช่วงเวลานอกเทศกาลการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวคือ ทางด้านราคาควรมีการจัดแบ่งราคาตามระยะเวลาในการลงโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ลงโฆษณาทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาวเนื่องจากราคาค่าลงโฆษณาถูกลงกว่าปกติ ซึ่งเป็น การทำให้ผู้ลงโฆษณาลงโฆษณากับผู้ผลิตสื่อมากกว่า 6 เดือน เช่น ราคาค่าโฆษณาต่อ 1 เดือน เท่ากับ 5,000 บาท แต่เมื่อทำสัญญาลงโฆษณาติดต่อกัน 1 ปี ราคาค่าโฆษณาจะลดลงเหลือ 3,500 บาท ต่อเดือน เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการจัดทำการส่งเสริมการตลาดเป็นพิเศษในช่วงนอกเทศกาลการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการจูงใจผู้ลงโฆษณาให้ยังคงลงโฆษณาอยู่นั้นคือ การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา การลงบทความเกี่ยวกับกิจการให้ การแถมการลงโฆษณาในสื่ออื่นให้ อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง วิทยุ เคเบิลทีวี และการแถมหน้ากระดาษให้ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาควมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ โดยนำมาเปรียบเทียบกับในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่ ทำให้ทราบว่าในจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ มีปัจจัยส่วนประสมการตลาดอะไรบ้างที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว นำไปปรับปรุงแก้ไขปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการสร้างความพอใจสูงสุดแก่ผู้ลงโฆษณา อีกทั้งควรมุ่งที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่ออื่นๆ ของผู้ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกัน

ผู้ศึกษาควมุ่งศึกษาเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตสื่อในด้านการผลิตสื่อ การจัดการ การบริหารงาน การตลาด เพื่อเป็นข้อมูลในเชิงลึกกับผู้สนใจทั่วไปในการประยุกต์ ควบคุมกับผลการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved