

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจ ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือที่มีอำนาจในองค์กรและผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ลงโฆษณาของ ธุรกิจ ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีการลงโฆษณาในนิตยสาร แจกฟรี ภายใน 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 160 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.5 มีอายุ 31-40 ปี มากที่สุดร้อยละ 49.4 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 73.8 มีตำแหน่ง หุ้นส่วน/เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 47.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด ประเภทของธุรกิจ ธุรกิจบริการ ร้อยละ 31.3 ระยะเวลาประกอบธุรกิจ 4-6 ปี ร้อยละ 31.9 เงินทุนแรกเริ่ม มากกว่า 10,000,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 36.3 มีจำนวนพนักงานทั้งหมด จำนวน 10-50 คน ร้อยละ 37.5 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจเป็นชาวต่างชาติที่อาศัยในประเทศไทยมากที่สุด ร้อยละ 78.8

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีมากที่สุดคือ คอมพาส (Compass) ร้อยละ 45.6 และกำลังลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีมากที่สุดคือ นิตยสารซิตีไลฟ์ (Citylife) ร้อยละ 26.9 ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีแต่ละครั้ง คือรายเดือน ร้อยละ 86.3 และจำนวนครั้งที่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีแต่ละครั้งคือ 12 ครั้งต่อปี โดยมีงบประมาณต่อปีที่ใช้สำหรับการโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีโดยเฉลี่ย คือ 50,000 – 100,000 บาท ร้อยละ 57.5 ผู้มีอำนาจตัดสินใจลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ คือ หุ่นส่วน/เจ้าของกิจการ/กรรมการผู้จัดการ ร้อยละ 76.9 ส่วนใหญ่สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ คือ ภาวะเศรษฐกิจ ร้อยละ 88.1 และปัจจัยภายในที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ คือ งบประมาณ ร้อยละ 84.4 สาเหตุที่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ คือ จูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ ร้อยละ 69.4

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากเรียงลำดับคือ ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.77) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.72) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.71) ด้านบุคคล (ค่าเฉลี่ย 3.61) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดคือ ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.36) และความมีเอกลักษณ์ (style) (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล (ค่าเฉลี่ย 3.88) รองลงมา ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.65)

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากคือ การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา ทัศนคติของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.76) และการให้บริการของพนักงานขายต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.88) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.15) รองลงมา มีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.92) และมีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การทำงานของทีมงานออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.16) และการตรวจสอบงานออกแบบมีวิธีการง่ายโดยการเช็คอีเมล ไม่ต้องเดินทางมาหรือมีพนักงานขายเดินทางไปพบเพื่อความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ความพึงพอใจโดยรวม ในการลงโฆษณาในนิตยสาร แจกฟรีของธุรกิจในระดับพอใจ ร้อยละ 88.1

**ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกพีริชของธุรกิจใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ ความมีเอกลักษณ์ (style) (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.68) รองลงมา เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.18) และ ความมีเอกลักษณ์ (style) (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.44) รองลงมา ความมีเอกลักษณ์ (style) (ค่าเฉลี่ย 4.39) และบริษัทมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ที่ดีมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่ม อาชีพ ธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.50) และ บริษัทมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ที่ดีมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี (ค่าเฉลี่ย 4.44) และความมีเอกลักษณ์ (style) (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ การให้เครดิตการชำระเงินค่าโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ การให้เครดิตการชำระเงินค่าโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ ราคาถูกกว่าลงโฆษณาด้วยสื่ออื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่ม อาชีพ ธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ ราคาถูกกว่าลงโฆษณาด้วยสื่ออื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ ราคาถูกกว่าลงโฆษณาด้วยสื่ออื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล ดี (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และ ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล ดี (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมา ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ให้ ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล 3 (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.61) และ ติดต่อได้สะดวกทาง โทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่ม อาชีพ ธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล 3 (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.4.05) และ ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อ สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ แรก คือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล 3 (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ติดต่อได้ สะดวกทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญที่มี ค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ การให้ ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ให้ความสำคัญที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา การให้ ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญา การลงโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ให้ ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะ ยาว (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 3.83) และมี เว็บไซต์ให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่ม อาชีพ ธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ (ค่าเฉลี่ย 4.64) รองลงมา การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว (ค่าเฉลี่ย 4.36) และ การให้ ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญา การลงโฆษณาในระยะยาว (ค่าเฉลี่ย 4.34) และการให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจ กลุ่มธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึก ประเภทหัตถกรรม ธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามประเภทธุรกิจกลุ่มธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.79) รองลงมา อรรถาศัยของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ การให้บริการของพนักงานขายต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา การให้บริการของพนักงานขายต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค (ค่าเฉลี่ย 3.57) และความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของทีมงานออกแบบ อรรถาศัยของพนักงานขาย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ อรรถาศัยของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ การให้บริการของพนักงานขายต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค พนักงานมีความน่าเชื่อถือมีการติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่ม อาชีพ ธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของทีมงานออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ ทีมงานออกแบบมีความน่าเชื่อถือมีการติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย การให้บริการของพนักงานขายต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร (ค่าเฉลี่ย 3.94) รองลงมา ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของทีมงานออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และอรรถศาสตร์ของพนักงานขาย การให้บริการของพนักงานขายต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.12) รองลงมา มีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.83) และมีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.76)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.00) รองลงมา มีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.71) และมีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า (2.61)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.17) รองลงมา มีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.94) และมีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่ม อาชีพ ธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.32) รองลงมา มีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.14) และมีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.05)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.18) รองลงมา มีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.00) และมีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การทำงานของทีมงานออกเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา การตรวจสอบงานออกแบบมีวิธีการง่ายโดยการใช้อีเมล ไม่ต้องเดินทางมาหรือมีพนักงานขายเดินทางไปพบเพื่อความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ ความรวดเร็วในการทำงานของกระบวนการออกแบบของทีมงานออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การทำงานของทีมงานออกเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ ความรวดเร็วในการทำงานของกระบวนการออกแบบของทีมงานออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริมสวย ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การทำงานของทีมงานออกเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา การตรวจสอบงานออกแบบมีวิธีการง่ายโดยการใช้อีเมล ไม่ต้องเดินทางมาหรือมีพนักงานขายเดินทางไปพบเพื่อความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ ความรวดเร็วในการทำงานของการให้บริการของพนักงานทั่วไปในการตอบคำถามและแก้ปัญหาต่างๆ ได้ (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่ม อาชีพ ธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ การทำงานของทีมงานออกเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ ความรวดเร็วในการทำงานของกระบวนการออกแบบของทีมงานออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มอาชีพธุรกิจบริการ ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.26)

รองลงมา การทำงานของทีมงานออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.24) และ ความรวดเร็วในการทำงานของกระบวนการออกแบบของทีมงานออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาใน นิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิด ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (อดุลย์และดลยา จาตุรงค์กุล, 2546) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ งานมีคุณภาพ

ปัจจัยด้านราคา หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการรวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรมซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าที่เป็นตัวเงิน จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่

ลงโฆษณา และสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาในการผลิตสื่อ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อผู้บริโภคจะได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ติดต่อง่าย สามารถเข้าตรวจเช็คงานได้ และไปมาสะดวก

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การสื่อสารการตลาดที่แน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดลำดับแรกคือ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพิศ พุทธิ (2548) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญา การโฆษณา และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การให้ส่วนลด การแถมเวลา และหน้ากระดาษ และการเป็นผู้สนับสนุนงานที่ลูกค้าขอ

ปัจจัยด้านบุคคล หมายถึง การเลือก การฝึกอบรมและจูงใจพนักงานเพื่อทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความสามารถของพนักงาน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง การให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นคุณค่าบริการที่ส่งมอบ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางลำดับแรกคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ

ปัจจัยด้านกระบวนการ หมายถึง กระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่าง จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยโดยรวม

ในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ การทำงานของทีมงาน ออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร (2545) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ส่งงานตรงเวลา

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาใน นิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. พบว่าปัจจัยภายในที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี ของธุรกิจ ของผู้ตอบแบบสอบถามคือ งบประมาณ รองลงมา แผนการตลาด และสาเหตุที่ลง โฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ คือมุ่งใจให้ซื้อสินค้าและบริการ รองลงมา สร้างความจดจำ
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน ระดับมากเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่อง ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ และเกือบทุกประเภทธุรกิจให้ ความสำคัญในระดับมากที่สุด ยกเว้นกลุ่มธุรกิจ เพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทย เสริม ที่ให้ ความสำคัญในระดับมากในเรื่องนี้
4. ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคา ต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา และราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์ เมื่อ พิจารณาตามประเภทธุรกิจพบว่า กลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม และกลุ่ม ธุรกิจ บริการ ให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ ในขณะที่กลุ่มธุรกิจ อื่นที่เหลือให้ความสำคัญในระดับปานกลาง
5. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน ระดับมากทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ต หรือทางอีเมลล์ และพิจารณาตามประเภทธุรกิจพบว่าทุกประเภทธุรกิจให้ความสำคัญในระดับมาก เหมือนกัน
6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกประเภทธุรกิจให้ ความสำคัญในระดับมากที่สุดเหมือนกันในเรื่องการลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้
7. ปัจจัยด้านบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเกือบทุกปัจจัยย่อย

ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร ส่วนปัจจัยย่อยในเรื่อง การรู้จักกับพนักงานขายเป็นการส่วนตัว พนักงานทั่วไปมีความน่าเชื่อถือมีการติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย และอรรถาธิบายของพนักงานทั่วไป ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามประเภทธุรกิจพบว่ากลุ่มธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก

8. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง

9. ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ การทำงานของทีมงาน ออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา

10. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมในการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ ถึงร้อยละ 88.1

ตารางที่ 36 แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้	4.62	มากที่สุด	การส่งเสริมการตลาด	1
ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ	4.59	มากที่สุด	ผลิตภัณฑ์	2
เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี	4.36	มาก	ผลิตภัณฑ์	3
การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว	4.28	มาก	การส่งเสริมการตลาด	4
ความมีเอกลักษณ์ (style)	4.21	มาก	ผลิตภัณฑ์	5
การทำงานของทีมงานออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา	4.18	มาก	กระบวนการ	6

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกพีรีของ
ธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ สำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับ ที่
ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงาน ออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า	4.16	มาก	กระบวนการ	7
ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา	4.09	มาก	ราคา	8
ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลง โฆษณา	4.09	มาก	ราคา	9
ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลง โฆษณา	4.09	มาก	ราคา	9
บริษัทมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ที่ดีมี ความน่าเชื่อถือ	4.04	มาก	ผลิตภัณฑ์	10
มีการออกแบบรูปเล่มสวยงามดึงดูดใจ	4.04	มาก	ผลิตภัณฑ์	10
นำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ ต่อผู้อ่าน	4.00	มาก	ผลิตภัณฑ์	11
การตรวจสอบงานออกแบบมีวิธีการง่ายโดย การเช็คอีเมลไม่ต้องเดินทางมาหรือมีพนักงาน ขายเดินทางไปพบเพื่อความสะดวก	3.98	มาก	กระบวนการ	12
การให้ส่วนลดเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา	3.97	มาก	การส่งเสริมการตลาด	13
ความรวดเร็วในการทำงานของกระบวนการ ออกแบบของทีมงานออกแบบ	3.96	มาก	กระบวนการ	14
เนื้อหาของบทความและเนื้อหาที่ใช้ใน นิตยสาร มีการสื่อสารได้ชัดเจนเข้าใจง่ายทั้ง ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ	3.90	มาก	ผลิตภัณฑ์	15
สามารถติดต่อได้ทางอินเทอร์เน็ตหรือทาง อีเมลล์	3.88	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	19
ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความ ชำนาญของผู้บริหาร	3.86	มาก	บุคคล	17
มีคุณภาพการพิมพ์ 4 สี สวยงาม	3.84	มาก	ผลิตภัณฑ์	18

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกพีรีของ
ธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ สำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับ ที่
ติดต่อได้สะดวกทางโทรศัพท์	3.78	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	19
ความรวดเร็วในการทำงานของการให้บริการ ของพนักงานทั่วไปในการตอบคำถามและ แก้ปัญหาต่างๆ ได้	3.78	มาก	กระบวนการ	20
จำนวนฉบับที่พิมพ์ออกมาทั้งหมด	3.77	มาก	ผลิตภัณฑ์	21
ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์	3.76	มาก	ราคา	22
อรรถาศัยของพนักงานขาย	3.76	มาก	บุคคล	22
มีความหลากหลายของการให้บริการและความ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น การ ออกแบบสื่อทางการตลาด การให้บริการ เว็บไซต์	3.75	มาก		23
การให้บริการของพนักงานขายต่อลูกค้าอย่าง เสมอภาค	3.74	มาก	บุคคล	24
ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และ ความชำนาญของทีมงานออกแบบ	3.73	มาก	บุคคล	25
พนักงานมีความน่าเชื่อถือมีการติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย	3.66	มาก	บุคคล	26
ตั้งอยู่ในทำเลที่ติดต่อสะดวก	3.65	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	27
การให้บริการของพนักงานทั่วไปต่อลูกค้า อย่างเสมอภาค	3.65	มาก	บุคคล	28
ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และ ความชำนาญของพนักงานขาย	3.65	มาก	บุคคล	28
มีฝีมือในการถ่ายภาพส่งผลให้รูปภาพคมชัด สวยงาม	3.64	มาก	ผลิตภัณฑ์	29
อรรถาศัยของทีมงานออกแบบ	3.63	มาก	บุคคล	30
การให้บริการของทีมงานออกแบบต่อลูกค้า อย่างเสมอภาค	3.63	มาก	บุคคล	30

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกพีรีของ
ธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับ ความ สำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับ ที่
ทีมงานออกแบบมีความน่าเชื่อถือมีการ ติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย	3.63	มาก	บุคคล	30
มีเว็บไซต์ให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน	3.58	มาก	การส่งเสริมการตลาด	31
การรู้จักกับผู้บริหาร	3.56	มาก	บุคคล	32
มีพนักงานขายติดต่อลูกค้าโดยตรง	3.54	มาก	การส่งเสริมการตลาด	33
ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร	3.54	มาก	บุคคล	33
สามารถเก็บข้อมูลไว้อ่านได้นาน	3.52	มาก	ผลิตภัณฑ์	34
มีการลงโฆษณารายในสื่ออื่นๆ เพื่อสร้างการรู้จัก นิตยสาร	3.48	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด	35
การแถมโฆษณาให้	3.48	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด	36
การแถมการลงโฆษณารายในเว็บไซต์ให้	3.47	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด	37
ตัวหนังสือสะกดคำไม่ผิดพลาด	3.44	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	38
การรู้จักกับพนักงานขายเป็นการส่วนตัว	3.44	ปานกลาง	บุคคล	38
การแถมการลงโฆษณารายในสื่อสิ่งพิมพ์ในเครือ ให้	3.39	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด	39
ราคาถูกกว่าลงโฆษณากับสื่ออื่นๆ	3.38	ปานกลาง	ราคา	40
พนักงานทั่วไปมีความน่าเชื่อถือมีการ ติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลอธิบายอย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย	3.38	ปานกลาง	บุคคล	40
การประชาสัมพันธ์โดยการทำเอกสารข้อมูล ของนิตยสาร เพื่อนำมาเผยแพร่	3.37	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด	41
อรรถยาศัยของพนักงานทั่วไป	3.37	ปานกลาง	บุคคล	41
การให้เครดิตการชำระเงินค่าโฆษณา	3.35	ปานกลาง	ราคา	42
ผลิตได้เร็วเพราะมีความเชี่ยวชาญในการผลิต งาน	3.29	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	43

ตารางที่ 36 (ต่อ) แสดงสรุประดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
จ่ายค่าโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลือจะเป็นบัตรส่วนลดต่างๆ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าใช้บริการ (Barter System)	3.20	ปานกลาง	ราคา	44
ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นไทย	3.17	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	45
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ	3.15	ปานกลาง	ลักษณะทางกายภาพ	46
มีอุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า	2.92	ปานกลาง	ลักษณะทางกายภาพ	48
มีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า	2.83	ปานกลาง	ลักษณะทางกายภาพ	48
สถานที่ที่มีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัย สวยงาม	2.76	ปานกลาง	ลักษณะทางกายภาพ	49
สถานที่มีความเป็นระเบียบ สะอาดเรียบร้อย	2.76	ปานกลาง	ลักษณะทางกายภาพ	49
ภาพลักษณ์ของสื่อที่แสดงออกถึงความเป็นลานนา	2.59	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	50

ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผล ต่อการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ 10 อันดับแรก ได้แก่ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ ได้ตำแหน่งหรือเนื้อที่โฆษณาตรงตามความต้องการ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี การให้ส่วนลดเมื่อทำสัญญาการลงโฆษณาในระยะยาว ความมีเอกลักษณ์ (style) การทำงานของทีมงานออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา บริษัทมีชื่อเสียง ความมั่นคง ภาพพจน์ที่ดีมีความน่าเชื่อถือมีการออกแบบรูปเล่มสวยงามดึงดูดใจ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาใน นิตยสารแจกฟรีของธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแต่ละส่วนประสมทางการตลาดมีผลเป็นไปใน ทิศทางเดียวกันกับแต่ละกลุ่มธุรกิจ ผู้ศึกษาจึงขอศึกษาและมีข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาเฉพาะ ส่วนประสมทางการตลาดโดยไม่แบ่งตามกลุ่มธุรกิจดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน ระดับมาก ดังนั้นในการผลิตนิตยสารแจกฟรีผลิตภัณฑ์ถือเป็นส่วนสำคัญเนื่องจากเป็นสิ่ง ที่สามารถพบเห็นจับต้องได้ รูปแบบ การออกแบบเล่มจึงส่งผลการจดจำชื่อของแต่ละนิตยสาร เมื่อมาพิจารณาถึงปัจจัยย่อยต่างๆ คือ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ของผู้ลงโฆษณา (Target Audience) เมื่อนำมาพิจารณารวมกับกลุ่มเป้าหมายของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมี 4 กลุ่มที่ให้คำสำคัญดังนี้ 1. ชาวต่างชาติที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย 2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3. นักท่องเที่ยวชาวไทย 4. กลุ่มคนในท้องถิ่น ดังนั้นแล้วสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีควรคำนึงถึงคือการเลือก กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนว่าต้องการกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการคือกลุ่มใด อาจจะเป็นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรืออาจจะหลายกลุ่มรวมกันเช่น เฉพาะกลุ่มชาวต่างชาติที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย หรือกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย เมื่อมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนแล้วทำให้ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี กำหนดรูปแบบของนิตยสารว่าจะเป็นอย่างใด ซึ่งในส่วนนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ความมีเอกลักษณ์ (Style) ดังนั้นการกำหนดรูปแบบเอกลักษณ์ของแต่ละเล่มควรสอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ การออกแบบรูปแบบเล่ม เนื้อหาที่น่าสนใจ และภาษาที่ใช้ เนื่องจาก กลุ่มเป้าหมาย 4 กลุ่มที่ได้กล่าวมาข้างต้น มีความสนใจในรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกันไป เช่น กลุ่มชาวต่างชาติที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย เนื้อหาควรเป็นภาษาอังกฤษเนื่องจากเป็นภาษาที่ หลายประเทศใช้และเป็นที่ยอมรับ กลุ่มคนในท้องถิ่นควรมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกลุ่มคน ในท้องถิ่น เนื่องจากมีความสนใจใน ท้องถิ่นของตน (ในส่วนนี้ผู้ศึกษาเห็นว่าควรเป็นหัวข้อที่นำไปศึกษาต่อ) ดังนั้นเมื่อผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีได้กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนไว้แล้ว ควรที่จะมีการ ปรับปรุงรูปแบบนิตยสาร เนื้อหา และการนำเสนอให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ในการ ผลิตรูปแบบเล่มจะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ได้ตำแหน่ง หรือเนื้อหาที่โฆษณาตรงตามความต้องการ ดังนั้นในส่วนนี้ถือเป็นโอกาสของผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี แจกฟรีที่จะสามารถเพิ่มมูลค่า (Value Added) ให้กับตำแหน่งหรือพื้นที่ที่ลูกค้าต้องการได้ เนื่องจาก การผลิตนิตยสารตำแหน่งที่เด่นหรือพื้นที่ที่มีข้อจำกัดและมีจำนวนจำกัด เช่นพื้นที่ปกหลัง ปกใน พื้นที่ด้านหน้า พื้นที่ด้านขวา พื้นที่ติดกับบทความพื้นที่ติดกับแผนที่เป็นต้น ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี

แจกฟรี่สามารถเพิ่มราคาและสร้างเงื่อนงำเพิ่มขึ้นให้กับผู้ลงโฆษณา เนื่องจากเป็นส่วนที่มีความต้องการ (Demand) สูง เช่นราคาของปกหลังเป็นราคาที่มีมูลค่าสูงที่สุดเนื่องจากเป็นหน้าที่โดดเด่นที่สุด และควรมีการจัดหน้ากระดาษให้มีพื้นที่พอสมควรที่จะรองรับความต้องการของผู้ลงโฆษณา ในส่วนนี้ เช่น วางบทความอยู่ด้านซ้ายเพื่อให้หน้าโฆษณาได้อยู่ด้านขวา เมื่อสามารถเพิ่มราคาได้ส่งผลให้ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี่แจกฟรี่ได้รับรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนในการผลิตนิตยสารแจกฟรี่นั้นควรผลิตเป็นรายเดือนเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงโฆษณารายเดือน

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ดังนั้นการตั้งราคาควรพิจารณาปัจจัยต่างๆที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ ในส่วนแรกผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับจำนวน 12 ครั้งต่อปีในการลงโฆษณามากที่สุดแสดงว่าส่วนใหญ่ลงโฆษณา 12 ครั้งต่อปี การตั้งราคานั้นควรตั้งราคาในส่วนนี้ให้มีความเหมาะสมและน่าสนใจมากที่สุดเพื่อดึงดูดให้ลงโฆษณาในระยะยาว ประกอบกับผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในส่วนของ ราคาเหมาะสมกับระยะเวลาที่ลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับพื้นที่ในการลงโฆษณา ราคาต่อหน่วยเหมาะสมกับตำแหน่งในการลงโฆษณา ดังนั้นผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี่แจกฟรี่ ควรตั้งราคาค่าโฆษณาได้ดังนี้คือ แบ่งตามระยะเวลาที่ลงโฆษณา 3 เดือน 6 เดือน และ 12 เดือน ให้ เช่น ค่าโฆษณา 16,000 บาทต่อเดือนในการลงโฆษณา 3 เดือน ค่าโฆษณา 15,000 บาทต่อเดือนในการลงโฆษณา 6 เดือน และค่าโฆษณา 14,000 บาทต่อเดือนในการลงโฆษณา 12 เดือน ซึ่งราคาค่าลงโฆษณาจะแตกต่างกันตามพื้นที่หรือตำแหน่งที่ใช้ในการโฆษณา หากมีพื้นที่ขนาดใหญ่จะมีราคาสูงกว่าพื้นที่ขนาดเล็กแบ่งตามพื้นที่หรือขนาดในการลงโฆษณา ในส่วนนี้ต้องพิจารณารูปแบบและขนาดของนิตยสารแจกฟรี่ รูปแบบเล่ม การออกแบบพื้นที่หรือขนาดในการลงโฆษณาควรมีความสัมพันธ์กัน ราคาพื้นที่ขนาดใหญ่ควรมีราคาที่สูงใจเพื่อให้ผู้ลงโฆษณามีความสนใจลงพื้นที่ขนาดใหญ่ และตำแหน่งที่โดดเด่นจะมีราคาสูงกว่าตำแหน่งปกติ อีกทั้งผู้ลงโฆษณาสามารถจ่ายค่าลงโฆษณาเป็นเงินเพียงบางส่วนที่เหลืออาจจ่ายเป็นบัตรเครดิตต่างๆ เช่น ส่วนลดค่าที่พัก ค่าอาหาร เป็นต้น นอกจากนั้นแล้วผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ราคาเหมาะสมกับจำนวนที่พิมพ์ จะเห็นได้ว่าจำนวนพิมพ์มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากจำนวนพิมพ์มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย เมื่อมีการผลิตให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้วทำให้มีผู้ติดตามมากขึ้นส่งผลต่อผู้บริโภคของผู้ลงโฆษณาทำให้มีผู้ไปใช้บริการหรือซื้อสินค้ามากขึ้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ดังนั้น ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี่ ควรมีการจัดทำระบบอินเทอร์เน็ตให้มีเสถียรภาพ ง่ายต่อการติดต่อโดยเฉพาะทางอีเมล เนื่องจาก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการติดต่อด้านนี้มากที่สุดและในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการติดต่อทางอีเมลเป็นที่นิยม

สะดวกรวดเร็วและเป็นไปอย่างแพร่หลาย นอกจากนั้นแล้วการผลิตนิตยสารแจกฟรีจะมีการเกี่ยวข้องกับกรอกแบบรูปแบบงานและภาพถ่าย ซึ่งต้องใช้ไฟล์งานที่มีขนาดใหญ่มากเพื่อคุณภาพในการผลิตนิตยสาร ดังนั้นการรับส่งงานที่มีขนาดใหญ่ทางอีเมลจึงต้องมีการจัดการระบบที่ดีในการส่งและรับไฟล์ที่มีขนาดใหญ่ โดยต้องมีระบบที่ดีทั้งสองฝ่ายคือทั้งผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีและผู้ลงโฆษณา เพราะต้องมีการรับส่งไฟล์กันทั้งสองฝ่าย ในขณะที่ฝ่ายผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีเองสามารถควบคุมระบบภายในได้แต่ฝ่ายผู้ลงโฆษณาไม่สามารถกำหนดหรือควบคุมได้ ดังนั้นผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีควรมีวิธีการอื่นเพื่อรองรับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น ผู้ลงโฆษณาใช้ฟรีอีเมลที่ไม่สามารถส่งหรือรับไฟล์ขนาดใหญ่ได้ ควรมีวิธีการอัพโหลดไว้ทางเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ลงโฆษณาสามารถดาวน์โหลดได้อย่างง่ายดาย หรือผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีส่งไฟล์ที่มีขนาดเล็กผู้ลงโฆษณาเพื่อให้อ่านและเปิดดูได้ นอกจากระบบ อินเทอร์เน็ตหรือทางอีเมล แล้วช่องทางโทรศัพท์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้ลงโฆษณาสามารถติดต่อกับผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีได้ ดังนั้นควรจัดให้มีเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวกทั้งเบอร์บริษัทและเบอร์มือถือ ในส่วนของเบอร์บริษัทควรมีคูสายที่รองรับการติดต่อเข้ามาอย่างสะดวกมีการจัดทำระบบอัตโนมัติเพื่อต่อไปยังแผนกต่างๆ หรือมีผู้รับโทรศัพท์ที่อยู่ตลอดเวลา ส่วนเบอร์มือถือควรเป็นผู้ที่สามารถติดต่อได้อยู่ตลอดเวลา สะดวก รวดเร็วในการติดต่อ เช่น ควรให้ฝ่ายขายมีเบอร์โทรศัพท์มือถือที่สามารถติดต่อได้อย่างสะดวก ทั้งนี้แล้วเบอร์บริษัทและเบอร์มือถือควรมีการติดต่อง่าย รวดเร็วในการตอบรับอย่างรวดเร็ว และส่วนสุดท้ายควรเลือกทำเลที่ตั้งที่สามารถติดต่อได้สะดวกเป็นที่รู้จัก อยู่ในสถานที่ติดต่อได้ง่าย เช่น นิคมานheimันท์ ท่าแพ เป็นต้น

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี ควรมีการวางแผนการส่งเสริมการขายที่สอดคล้องตามความต้องการของผู้ลงโฆษณา จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของส่วนลดด้านราคาในกรณีที่มีการลงโฆษณาระยะ ยาวและเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณา ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดควรจะไปกับการค่าโฆษณา นอกจากค่าโฆษณาที่ได้มีการกำหนดไว้แล้วการนำเสนอราคาควรพิจารณาเมื่อผู้ลงโฆษณามีการลงโฆษณาระยะ ยาวและเมื่อต่อสัญญาการลงโฆษณาควรให้ข้อเสนอส่วนลดที่เพิ่มมากขึ้นนอกเหนือจากค่าโฆษณาที่ได้กำหนดไว้และแถมหน้าโฆษณาเพิ่มให้หรือลงโฆษณาในผลิตภัณฑ์ในเครือ เช่น เว็บไซต์ นิตยสารเล่มอื่น นอกจากนั้นแล้วผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ การลงบทความที่เกี่ยวกับกิจการให้ ดังนั้นในการเสนอราคาค่าโฆษณา นอกจากส่วนลดแล้วควรมีการเสนอการเขียนบทความให้กับผู้ลงโฆษณาเพื่อเป็นแรงจูงใจมากขึ้น โดยการพิจารณาการเขียนบทความให้เน้นควรมีการจัดสรรให้เป็นไปอย่างเหมาะสมตามธุรกิจ อัตราการจ่ายค่าโฆษณา และระยะเวลาของผู้ลงโฆษณา กล่าวคือการเขียนบทความอาจมี

หลายแบบแบ่งเป็นกลุ่มธุรกิจต่างๆ หรือตามความเหมาะสมอื่นๆ เช่น ผู้ลงโฆษณาเป็นธุรกิจร้านอาหารซึ่งมีการลงโฆษณามายาวนานมีการต่อสัญญาอยู่เสมอ ควรเขียนบทความพร้อมแสดงรูปภาพที่มีสีสันสดใสชัดเจนเพื่อให้ดึงดูดใจให้กลุ่มผู้อ่านต้องการไปใช้บริการมากขึ้น ผู้ผลิตนิตยสาร ควรมีการจัดทำเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน เพื่อให้เข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว อีกทั้งควรมีพนักงานขายติดต่อกู้ค่าโดยตรง ด้วยเพื่อให้เข้าไปติดต่อยังผู้ลงโฆษณาเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับนิตยสารแจกฟรี เข้าใจง่ายจากการอธิบายของพนักงานขาย

ปัจจัยด้านบุคคล จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก บุคคลกรนั้นถือได้ว่าเป็นตัวขับเคลื่อนองค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรเจริญเติบโต ทุกคนในองค์กรคือบุคคลที่มีความสำคัญเท่าเทียมกันในการทำงาน ต้องมีการประสานงาน ทำงานเป็นทีม เพื่อให้องค์กรสามารถเจริญเติบโต จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญของผู้บริหาร ทัศนคติของพนักงานขาย และการให้บริการของพนักงานขายต่อลูกค้าอย่างเสมอภาค ดังนั้นผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีควรมีการจัดการเรียนรู้ในองค์กรนั้น ซึ่งมาจาก ความคิดพนักงาน ข้อมูลจากลูกค้า การวิจัยและพัฒนา การแลกเปลี่ยนความรู้ในวิธีการทำงานที่เป็นเลิศ และการเปรียบเทียบกับองค์กรที่เป็นเลิศ นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ จะเห็นได้ว่าการเรียนรู้ขององค์กรและของแต่ละบุคคลเป็นการปรับตัวและพัฒนาก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กรทั้งในด้านผลการดำเนินการ ความพึงพอใจของลูกค้าและพนักงาน แล้วยังทำให้องค์กรมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งด้วย ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรของผู้บริหารและพนักงาน สิทธิบัตรทางปัญญา ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ล้วนเป็นสิ่งที่คู่แข่งยากจะเลียนแบบได้

การจัดอบรมและการประเมินผลให้กับผู้บริหารตลอดจนพนักงานทุกแผนก ทั้งในด้านความรู้ความสามารถเฉพาะทางของแต่ละแผนกและการมีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการ รวมทั้งการทำงานเป็นทีม ควรจัดการอบรมอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและกระตุ้นการทำงานของพนักงาน ส่งผลให้ผู้บริหารตลอดจนพนักงานมีความแม่นยำในข้อมูลและเชี่ยวชาญของแต่ละแผนกเพิ่มมากขึ้น ทำให้ มีข้อมูลที่สื่อสารไปยังลูกค้ามี ความน่าเชื่อถือ มากขึ้น ในการบริหารงานผู้บริหารควรสร้างแรงจูงใจให้กับหัวหน้าทีมและพนักงานต่างๆ ทั้งในด้านการให้คำชมและการให้รางวัลเป็นสิ่งตอบแทน ซึ่งเป็นความคาดหวังของพนักงานทุกคน สร้างแรงจูงใจเพื่อให้ได้มีโอกาสก้าวหน้า สิ่งสำคัญ ทุกคนมีแรงจูงใจที่ต่างกัน แรงจูงใจนี้เอง เป็นปัจจัยกระตุ้นที่บุคคลกระทำการสิ่งต่างๆ ได้ รวมไปถึงการสร้างแรงจูงใจในปัจจัยพื้นฐานของการทำงานของพนักงานคือ

เงินเดือน โบนัส ตำแหน่ง และสวัสดิการ หน้าที่การงานที่สูงขึ้น ค่าตอบแทนตามทักษะของพนักงาน ค่าตอบแทนตามทักษะของพนักงาน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ถึงแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านนี้ในระดับปานกลาง แต่ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีควรให้ความสำคัญในเรื่องนี้ เนื่องจากจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันสถานที่ประกอบการได้เข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญในการติดต่อประสานงาน เพื่อใช้เป็นสถานที่ในการนัดพบลูกค้านอกจากการที่พนักงานขายออกไปพบลูกค้าแล้ว การเข้ามาที่สถานที่ประกอบการเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าในหลายด้าน เช่น การนำเสนองานที่มีอุปกรณ์และระบบที่ดีเพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพชัดเจนขึ้นและสามารถพูดคุยกับทางพนักงานออกแบบได้ในสิ่งที่ตนต้องการพร้อมทั้งสามารถตรวจเช็คไฟล์งานต่างๆได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น น้ำดื่ม ชา กาแฟ ห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ ให้กับลูกค้าอย่างเพียงพอซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการให้บริการลูกค้า มี อุปกรณ์ทันสมัยในการให้บริการลูกค้า และมีห้องประชุมในการเสนองานและรับรองลูกค้า สถานที่ควรมีบรรยากาศที่ดี การตกแต่งทันสมัย สวยงาม และสถานที่มีความเป็นระเบียบ สะอาดเรียบร้อย ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและความพึงพอใจในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัยย่อย ดังนั้นผู้ผลิตนิตยสารควรทราบนขั้นตอนกระบวนการผลิตนิตยสารแจกฟรี เพื่อที่จะสามารถนำไปปฏิบัติได้

กระบวนการผลิตนิตยสารแจกฟรี

1. ทีมงานทั้งหมดได้แก่ทีมนักเขียน ทีมงานออกแบบ ทีมงานช่างภาพ ทีมงานการตลาดและทีมงานฝ่ายขาย จัดการประชุมเพื่อกำหนดรูปแบบของนิตยสารว่าในแต่ละฉบับมีการนำเสนอในรูปแบบไปในทางทิศใด มีการนำเสนอประเด็นใดเป็นหลัก

2. ทีมงานนักเขียน ทีมงานฝ่ายผลิตและทีมงานช่างภาพจะมีการปรึกษากันในเรื่องของรูปแบบการออกแบบและภาพที่นำเสนอ เพื่อหาสถานที่สัมภาษณ์และถ่ายภาพประกอบ

3. แต่ละแผนจะทำหน้าที่ของตน คือทีมนักเขียนจะเขียนบทความต่างๆ ทีมงานออกแบบจะออกแบบทั้งบทความ งานดีไซน์โฆษณาของลูกค้าที่ลงโฆษณาและจัดทำรูปแบบ (Dummy) ของนิตยสารว่าจะประกอบไปด้วยอะไรบ้าง ทีมงานช่างภาพจะถ่ายภาพทั้งในส่วนของบทความและภาพถ่ายของลูกค้าที่ลงโฆษณา ทีมงานด้านการตลาดจะทำโปรโมชันเพื่อให้ทีมงานฝ่ายขายนำไปเสนอขายให้กับลูกค้า

4. ในช่วงเวลาการออกแบบงานดีไซน์ให้กับลูกค้าที่ลงโฆษณาที่ทีมงานฝ่ายขายจะมีหน้าที่สอบถามความต้องการของลูกค้าว่าต้องการให้รูปแบบของงาน โฆษณาจะออกมาเป็นรูปแบบใด แล้วนำไปให้กับทางทีมงานออกแบบเพื่อออกแบบ เมื่อมีการออกแบบเสร็จทางทีมงานออกแบบจะให้ทีมงานนักเขียนตรวจสอบตัวสะกดเพื่อตรวจสอบความถูกต้องแล้วส่งให้กับทางทีมงานฝ่ายขายเพื่อตรวจสอบอีกครั้งว่าตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ก่อนส่งให้ลูกค้าตรวจสอบ หากมีการแก้ไขจากลูกค้าที่ทีมงานออกแบบจะต้องทำการแก้ไขและทีมงานฝ่ายขายต้องส่งให้ลูกค้าตรวจสอบจนกว่าลูกค้าจะมีการยืนยัน

5. ในขณะที่ทีมงานออกแบบทำการออกแบบงานดีไซน์ของผู้ลงโฆษณา จะนำบทความที่นักเขียนได้แต่งขึ้นและภาพที่ทีมงานช่างภาพได้ถ่ายไว้มาทำการออกแบบ แล้วนำทุกอย่างมารวบรวมเพื่อกำหนดรูปแบบของกระดาษแต่ละหน้าเมื่อทุกอย่างครบและเสร็จสมบูรณ์แล้วจะทำการนำไฟล์ไปส่งยังโรงพิมพ์เพื่อที่จะทำการพิมพ์ โดยที่โรงพิมพ์จะส่งมาให้ตรวจสอบสองครั้งเพื่อเช็คความถูกต้องแม่นยำก่อนที่จะสั่งพิมพ์

เมื่อดูจากการผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญ ในเรื่อง การทำงานของทีมงานออกแบบเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตรงต่อเวลา ระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้มีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงาน และตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นในส่วนนี้ผู้ผลิตนิตยสารแจกพีร์ควรให้ความสำคัญมากที่สุด ควรกำหนดระยะเวลาในรูปแบบของตารางเวลา (Timeline) เพื่อกำหนดเวลา (Deadline) ในการออกแบบและการส่งงานต่างๆเพื่อให้งานเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด เนื่องจากการกำหนดเวลาที่แน่นอนทำให้การผลิตและวันเวลาที่นิตยสารแจกพีร์ผลิตเสร็จเป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด ส่งผลต่อความคุ้มค่าของระยะเวลาในการลงโฆษณาของลูกค้า นอกจากนั้นแล้วควรมีทีมงานตรวจสอบความถูกต้องของงานออกแบบทั้งในรูปแบบงานและตัวสะกดให้ถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า ก่อนที่จะส่งให้ลูกค้าตรวจสอบ หากพิจารณาจากกระบวนการผลิตแล้วจะมีทีมงานนักเขียนที่ตรวจสอบในส่วนของตัวสะกดและทีมงานฝ่ายขายตรวจสอบรูปแบบงานดีไซน์โฆษณาก่อนที่จะส่งให้ลูกค้า ควรจะมีการจัดทำแบบฟอร์มการตรวจสอบงานดีไซน์โฆษณาของลูกค้าเป็นรายบุคคลเพื่อตรวจสอบเพื่อป้องกันการผิดพลาด ในการส่งงานให้ลูกค้าสอบ งานดีไซน์โฆษณา ควรให้ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้ทางอีเมลล์ โดยไม่ต้องเดินทางมาที่สำนักงาน หรือการมีพนักงานขายเดินทางไปพบเพื่อความสะดวกของลูกค้า นอกจากนั้นกระบวนการทำงานของทีมงานควรความรวดเร็วในการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบ แก้ปัญหาต่างๆ เป็นต้น

ในกระบวนการผลิตนั้นหากมีการมีการออกวางแผนการจัดการที่ดีแล้วหากที่
 ข้อผิดพลาดที่ไม่คาดหวังเช่น เบอร์โทรศัพท์ของลูกค้าผิด รูปที่ลงไม่ใช่รูปที่ต้องการ เนื้อหามีการ
 สะกดผิด เป็นต้น ทางผู้ผลิตนิตยสารควรมีแผนสำรองเพื่อรองรับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น เช่นการ
 พิมพ์เบอร์โทรศัพท์ที่ถูกต้องเพื่อนำมาแปะติดในส่วนที่ผิดพลาดทุกเล่ม การทำงานดีไซน์โฆษณา
 ออนไลน์ หรือแจ้งข่าวสารออนไลน์ในส่วนที่มีเนื้อหาหรือรูปผิดพลาด เพื่อส่งให้กับผู้ที่รับข่าวสาร
 ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ดังนั้นผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีจะต้องมีการเตรียมแผนเพื่อรองรับปัญหาต่างๆ ที่
 อาจเกิดขึ้นตลอดเวลาหลังจากนิตยสารพิมพ์เสร็จ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved