บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยอาศัยทฤษฎีส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 7P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Processes) ในการจัดทำแบบสอบถาม และนำแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสาร แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนสื่อโฆษณา แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ และแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มาใช้ประกอบการตั้งคำถามจะเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์ผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ ผู้ประกอบการธุรกิจนิตยสารแจกฟรีและผู้ที่สนใจจะดำเนินธุรกิจประเภทนี้ เพื่อใช้ในการหาช่องทางการสื่อสารการตลาดให้กับธุรกิจ เพื่อใช้ในการหาช่องทางการสื่อสารการตลาดให้กับธุรกิจ สามารถพัฒนาออกแบบและผลิตนิตยสารแจกฟรีที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ระเบียบวิธีการศึกษาครั้งนี้ มีขอบเขตของประชากรคือ เจ้าของธุรกิจ หรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการสื่อสารการตลาดธุรกิจสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกโครงการ Chiang Mai Medical Hub ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 172 ราย จำแนกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ บริการทางการแพทย์ บริการทันตกรรม สถานประกอบการสปา สถานประกอบการนวดแผนไทย และธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลทั่วไปขององค์กร ข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และทำการเก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 172 ตัวอย่าง โดยต้องการอัตราผลตอบรับ (Respond Rate) มากกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้ได้ผลตอบแบบสอบถามกลับมา 119 ตัวอย่าง ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร

จากการศึกษาพบว่าธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้วประมาณ 1 - 2 ปี เป็นธุรกิจสถานประกอบการนวดแผนไทย เป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีทุนก่อตั้งหรือทุนจดทะเบียนของธุรกิจน้อยกว่า 1 ล้านบาท มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 1 - 50,000 บาท มีงบประมาณด้านการโฆษณาไม่เกิน 10,000 บาท/ปี และไม่เคยลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้

จากการศึกษาพบว่าธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจในการตัดสินใจลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ คิดเป็นร้อยละ 46.22 ตัดสินใจไม่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ คิดเป็นร้อยละ 42.86 และตัดสินใจลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ คิดเป็นร้อยละ 10.92 ตามลำดับ ทั้งนี้ในธุรกิจที่เลือกไม่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ ให้เหตุผลว่า เหตุผลปัจจัยภายนอกส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจต้องพิจารณาอย่างรอบคอบในการใช้จ่ายงบประมาณคิดเป็นร้อยละ 82.40 รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาในรูปนิตยสารมีความสำคัญน้อยกว่าสื่อโฆษณารูปแบบอื่นคิดเป็นร้อยละ 45.10 และขณะนี้ธุรกิจของท่านมีสัญญาลงนิตยสารแจกฟรีเล่มอื่นอยู่คิดเป็นร้อยละ 11.80 ส่วนเหตุผลปัจจัยภายในส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นผลมาจากราคาพื้นที่โฆษณาของนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ สูงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ นิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นนิตยสารใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักคิดเป็นร้อยละ 37.30 และแหล่งหรือสถานที่กระจายนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นจุดเดียวกันกับสถานที่ที่ท่านได้มีการโฆษณาในสื่อโฆษณาอื่นอยู่ก่อนแล้วคิดเป็นร้อยละ 35.30

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Processes) โดยผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านผลิตภัณฑ์

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 4.38) รองลงมาคือ ความน่าสนใจของคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสาร เพื่อดึงดูดผู้อ่านและความน่าเชื่อถือของเนื้อหา สาระ ของบทความต่างๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.15) นิตยสารมีกลุ่มผู้อ่านชัดเจนและนิตยสารจัดทำโดยบริษัทผู้ผลิตนิตยสาร ที่มีผลงานเป็นที่รู้จัก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.30 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ นิตยสารมีขนาดเหมาะสม พกพาได้สะดวก ขนาดA5 (15 x 21 ซม.) (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมาคือ กระดาษนิตยสารมีคุณภาพดี (กระดาษอาร์ทมัน ปกหนา 160 แกรม เนื้อในหนา 90 แกรม) (ค่าเฉลี่ย 3.76) นิตยสารมีสีสันสวยงาม จัดพิมพ์ 4 สี (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ด้านราคา

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.46 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกว่า คือ ความเหมาะสมของราคาพื้นที่โฆษณาตามขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความเหมาะสมของราคาซื้อพื้นที่โฆษณาตามตำแหน่ง (ค่าเฉลี่ย 3.38) เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรองลงมา

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.35 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากกว่า คือ ความเหมาะสมของราคาพื้นที่โฆษณาตามขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.38) ส่วนความเหมาะสมของราคาซื้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พื้นที่โฆษณาตามตำแหน่ง (ค่าเฉลี่ย 3.33) เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรองลงมา

ด้านการจัดจำหน่าย

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญมากกว่า คือ ผู้ลงโฆษณาสามารถติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้ผลิตนิตยสารได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.62) ส่วนการมีหลากหลายช่องทางในการติดต่อเข้าถึงกับบริษัทผู้ผลิต อาทิ โทรศัพท์ E-mail และเว็บไซท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.46) เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรองลงมา

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญมากกว่า คือ ผู้ลงโฆษณาสามารถติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้ผลิตนิตยสารได้อย่างสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.35) ส่วนการมีหลากหลายช่องทางในการติดต่อเข้าถึงกับบริษัทผู้ผลิต อาทิ โทรศัพท์ E-mail และเว็บไซท์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.29) เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญรองลงมา

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ การแถมขนาดพื้นที่โฆษณาให้กับลูกค้า อาทิ ลูกค้าเลือกลงโฆษณาขนาด 1/4 หน้า แต่ทางบริษัทผู้ผลิตเพิ่มขนาดพื้นที่โฆษณาให้เป็น 1/2 หน้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.46) รองลงมา คือ การให้ส่วนลดพิเศษในช่วง 3 ฉบับแรก (ค่าเฉลี่ย 4.15) การแถมจำนวนครั้งในการลงโฆษณา อาทิ ลงโฆษณา 6 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.41 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรกคือ การแถมขนาดพื้นที่โฆษณาให้กับลูกค้า อาทิ ลูกค้าเลือกลงโฆษณาขนาด 1/4 หน้า แต่ทางบริษัทผู้ผลิตเพิ่มขนาดพื้นที่โฆษณาให้เป็น 1/2 หน้า เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.56) รองลงมา คือ การแถมจำนวนครั้งในการลงโฆษณา อาทิ ลงโฆษณา 6 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.47) การให้เครดิตลูกค้า 30 วันในการจ่ายชำระค่าโฆษณาหลังจากกระจายนิตยสารออกสู่ตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.44) ตามลำดับ

ด้านบุคลากร

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญมาก 3 อันดับแรกคือ พนักงานขายมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยเฉพาะการบริการหลังการขายเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.77) รองลงมา คือ พนักงานขายมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และพนักงานขายมีความรู้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สามารถให้คำแนะนำและให้ข้อมูลของนิตยสารแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) พนักงานขายเป็นบุคคลที่ผู้ซื้อโฆษณารู้จักเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.78 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญมาก 3 อันดับแรกคือ พนักงานขายมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส (ค่าเฉลี่ย 3.00) พนักงานขายมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยเฉพาะการบริการหลังการขายเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 2.95) พนักงานขายมีความรู้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สามารถให้คำแนะนำและให้ข้อมูลของนิตยสารแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 2.92)

ด้านหลักฐานทางกายภาพ

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กายภาพในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.19 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ธุรกิจผู้ตอบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกว่า คือ การที่บริษัทมีการจัดตกแต่งสถานที่ไว้อย่างเหมาะสม เป็นสัดส่วน และสวยงาม อาทิ ห้องรับแขก ห้องฝ่ายผลิต และห้องออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 3.23) ส่วนทำเลที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ มีป้ายแสดงให้เห็นชัดเจน และมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.15) เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญรองลงมา

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาผลการศึกษาพบว่าธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทางกายภาพในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.98 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ธุรกิจผู้ตอบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกว่า คือ ทำเลที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ มีป้ายแสดงให้เห็นชัดเจน และมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.07) ส่วนการที่บริษัทมีการจัดตกแต่งสถานที่ไว้อย่างเหมาะสม เป็นสัดส่วน และสวยงาม อาทิ ห้องรับแขก ห้องฝ่ายผลิต และห้องออกแบบ (ค่าเฉลี่ย 2.89) เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบให้ความสำคัญรองลงมา

ด้านกระบวนการ

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ธุรกิจผู้ตอบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความตรงต่อเวลาในการออกวางนิตยสารแต่ละฉบับ (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา คือ มีการทำสัญญาซื้อขายพื้นที่โฆษณาอย่างรัดกุมและบริษัทมีความรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาด ผลงานไม่เป็นไปตามที่ทำสัญญาไว้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีการให้บริการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อโฆษณาให้กับลูกค้า และมีกระบวนการแก้ไขงานที่เหมาะสม หากเกิดข้อผิดพลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผู้ตอบให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.50 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ธุรกิจผู้ตอบส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ บริษัทมีความรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาด ผลงานไม่เป็นไปตามที่ทำสัญญา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ไว้ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมา คือ มีกระบวนการแก้ไขงานที่เหมาะสม หากเกิดข้อผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย 3.53) ความตรงต่อเวลาในการออกวางนิตยสารแต่ละฉบับ (ค่าเฉลี่ย 3.51) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะจากแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะ โดยหากพนักงานบริษัทผู้ผลิตนิตยสารที่ประสานงานติดต่อกับลูกค้า (AE) ลาออก บริษัทควรแจ้งรายละเอียดของงานที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้าให้พนักงานใหม่ที่เข้ารับตำแหน่งแทนทราบ รวมทั้งตรวจสอบรายละเอียดสัญญาเดิมที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามทฤษฎีที่เกี่ยวข้องคือ ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด โดยอาศัยการตั้งคำถามโดยใช้ 7P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Processes) ซึ่งทำให้ทราบความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ดังตารางที่ 5.1

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อภิปรายผล		
	ผลการศึกษา	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ในการศึกษาครั้งนี้ธุรกิจผู้ตอบที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 ส่วนธุรกิจผู้ตอบที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.30	- การศึกษาของสุพิศ พุทธมี (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านการผลิตงานโฆษณาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.10 - การศึกษาของไปรยา นพสุวรรณ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.76	- การศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านการผลิตงานโฆษณาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อภิปรายผล		
	ผลการศึกษา	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
2. ด้านราคา (Price)	ธุรกิจผู้ตอบที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.46 ส่วนธุรกิจผู้ตอบที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.35	-การศึกษาของไปรยา นพสุวรรณ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 - การศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร์(2545) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านราคาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 - การศึกษาของสุพิศ พุทธมี (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อภิปรายผล		
	ผลการศึกษา	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place)	ธุรกิจผู้ตอบที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.54 ส่วนธุรกิจผู้ตอบที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.32	-การศึกษาของไปรยา นพสุวรรณ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญต่อกับส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.77 - การศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.17 - การศึกษาของสุพิศ พุทธมี (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.07	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อภิปรายผล		
	ผลการศึกษา	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ธุรกิจผู้ตอบที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 ส่วนธุรกิจผู้ตอบที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.41	- การศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.96 - การศึกษาของไปรยา นพสุวรรณ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีได้ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 - การศึกษาของสุพิศ พุทธมี (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.92	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อภิปรายผล		
	ผลการศึกษา	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
5. ด้านบุคคล (People)	ธุรกิจผู้ตอบที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 ส่วนธุรกิจผู้ตอบที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 2.78	- การศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านขบวนการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.03 - การศึกษาของไปรยา นพสุวรรณ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีได้ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.61	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อภิปรายผล		
	ผลการศึกษา	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
6. ด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)	ธุรกิจผู้ตอบที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.19 ส่วนธุรกิจผู้ตอบที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.98	- การศึกษาของไปรยา นพสุวรรณ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีได้ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.88	- การศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านการให้บริการที่มีผลต่อกรเลือกใช้สื่อโฆษณาอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.99

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อภิปรายผล		
	ผลการศึกษา	สอดคล้อง	ไม่สอดคล้อง
7. ด้านกระบวนการ (Processes)	ธุรกิจผู้ตอบที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 ส่วนธุรกิจผู้ตอบที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.41	- การศึกษาของปาริชาติ ศรีสมเพ็ชร์(2545) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาดด้านขบวนการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.41 - การศึกษาของไปรยา นพสุวรรณ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรีได้ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.97	

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ผู้ศึกษาได้ค้นพบสิ่งที่น่าสนใจดังนี้

1. ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจในการตัดสินใจลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ คิดเป็นร้อยละ 46.21 รองลงมาคือ ตัดสินใจไม่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ และตัดสินใจลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ คิดเป็นร้อยละ 42.85 และ 10.92

2. ธุรกิจผู้ตอบที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ ตามลำดับ

3. ธุรกิจผู้ตอบที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านหลักฐานทางกายภาพ และด้านบุคลากร ตามลำดับ

4. ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา และที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันรายละเอียดดังตารางที่ 5.2 และตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.2 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจ**เลือก**นิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
การแถมขนาดพื้นที่โฆษณาให้กับลูกค้า อาทิ ลูกค้าเลือกลงโฆษณาขนาด 1/4 หน้า แต่ทางบริษัทผู้ผลิตเพิ่มขนาดพื้นที่โฆษณาให้เป็น 1/2 หน้า เป็นต้น	4.46	มากที่สุด	การส่งเสริมการตลาด	1
ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสาร	4.38	มาก	ผลิตภัณฑ์	2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจ**เลือก**นิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
ความน่าสนใจของคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสารเพื่อดึงดูดผู้อ่าน	4.15	มาก	ผลิตภัณฑ์	3
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา สาระ ของบทความต่างๆ	4.15	มาก	ผลิตภัณฑ์	3
การให้ส่วนลดพิเศษในช่วง 3 ฉบับแรก	4.15	มาก	การส่งเสริมการตลาด	3
นิตยสารมีกลุ่มผู้อ่านชัดเจน	4.08	มาก	ผลิตภัณฑ์	4
นิตยสารจัดทำโดยบริษัทผู้ผลิตนิตยสาร ที่มีผลงานเป็นที่รู้จัก	4.08	มาก	ผลิตภัณฑ์	4
การแถมจำนวนครั้งในการลงโฆษณา อาทิ ลงโฆษณา 6 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น	4.00	มาก	การส่งเสริมการตลาด	5
นิตยสารมีขนาดเหมาะสม พกพาได้สะดวก ขนาดA5 (15 x 21 ซม.)	3.92	มาก	ผลิตภัณฑ์	6
นิตยสารมีสีสันสวยงาม จัดพิมพ์ 4 สี	3.92	มาก	ผลิตภัณฑ์	6
นิตยสารมีการลงโฆษณาของคู่แข่งทางธุรกิจของท่าน	3.92	มาก	ผลิตภัณฑ์	6
ความตรงต่อเวลาในการออกวางนิตยสารแต่ละฉบับ	3.92	มาก	กระบวนการ	6
กระดาษนิตยสารมีคุณภาพดี (กระดาษอาร์ทมัน ปกหนา 160 แกรม เนื้อในหนา 90 แกรม)	3.85	มาก	ผลิตภัณฑ์	7
มีการทำสัญญาซื้อขายพื้นที่โฆษณาอย่างรัดกุม	3.85	มาก	กระบวนการ	7
บริษัทมีความรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาด ผลงานไม่เป็นไปตามที่ทำสัญญาไว้	3.85	มาก	กระบวนการ	7
จำนวนนิตยสารที่พิมพ์ในแต่ละครั้งประมาณ 20,000 ฉบับต่อเดือน	3.77	มาก	ผลิตภัณฑ์	8
การจัดทำสมาชิกให้กับกลุ่มผู้อ่านนิตยสารเป็นประจำ	3.77	มาก	ผลิตภัณฑ์	8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจ**เลือก**นิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
การให้เครดิตลูกค้า 30 วันในการจ่ายชำระค่าโฆษณาหลังจากกระจายนิตยสารออกสู่ตลาด	3.77	มาก	การส่งเสริมการตลาด	8
พนักงานขายมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าโดยเฉพาะการบริการหลังการขายเป็นอย่างดี	3.77	มาก	บุคลากร	8
มีกระบวนการแก้ไขงานที่เหมาะสม หากเกิดข้อผิดพลาด	3.77	มาก	กระบวนการ	8
มีการให้บริการออกแบบและสร้างสรรสื่อโฆษณาให้กับลูกค้า	3.77	มาก	กระบวนการ	8
เนื้อหาในนิตยสารพิมพ์เป็นภาษาไทยเพียงภาษาเดียว	3.69	มาก	ผลิตภัณฑ์	9
นิตยสารมีการกระจายตามสถานที่ต่างๆ หลากหลาย	3.69	มาก	ผลิตภัณฑ์	9
ความถี่ในการพิมพ์นิตยสาร โดยจัดพิมพ์เป็นรายเดือน	3.69	มาก	ผลิตภัณฑ์	9
ทีมงานมีขั้นตอนการทำงานที่รวดเร็ว และรอบคอบ	3.69	มาก	กระบวนการ	9
จำนวนหน้าของนิตยสารประมาณ 30 หน้า	3.62	มาก	ผลิตภัณฑ์	10
ผู้ลงโฆษณาสามารถติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้ผลิตนิตยสารได้อย่างสะดวก	3.62	มาก	การจัดจำหน่าย	10
ความเหมาะสมของราคาพื้นที่โฆษณาตามขนาด	3.54	มาก	ราคา	11
การรับชำระค่าโฆษณาในระบบ Barter บางส่วน แทนเงินสด เช่น ในส่วนที่เป็น Barter ลูกค้าจะจ่ายชำระค่าโฆษณาเป็นบัตรของขวัญเพื่อใช้บริการธุรกิจของท่านบัตรของขวัญเพื่อใช้บริการธุรกิจของท่านแทนเงินสดในการชำระค่าโฆษณา	3.54	มาก	การส่งเสริมการตลาด	11

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจ**เลือก**นิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
มีหลากหลายช่องทางในการติดต่อเข้าถึงกับบริษัทผู้ผลิต อาทิ โทรศัพท์ E-mail และเว็บไซท์ เป็นต้น	3.46	มาก	การจัดจำหน่าย	12
การกำหนดแพ็คเก็จราคาโดยขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการเลือกลงโฆษณาของลูกค้า อาทิ 3 เดือน 6 เดือน และ 1 ปี เป็นต้น โดยลูกค้าที่เลือกลงโฆษณาระยะยาวจะได้รับราคาที่ถูกกว่า	3.46	มาก	การส่งเสริมการตลาด	12
พนักงานขายมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.46	มาก	บุคลากร	12
พนักงานขายมีความรู้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สามารถให้คำแนะนำและให้ข้อมูลของนิตยสารแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	3.46	มาก	บุคลากร	12
ความเหมาะสมของราคาซื้อพื้นที่โฆษณาตามตำแหน่ง	3.38	ปานกลาง	ราคา	13
พนักงานขายเป็นบุคคลที่ผู้ซื้อโฆษณารู้จักเป็นอย่างดี	3.37	ปานกลาง	บุคลากร	14
บริษัทมีการจัดตกแต่งสถานที่ไว้อย่างเหมาะสม เป็นสัดส่วน และสวยงาม อาทิ ห้องรับแขก ห้องฝ่ายผลิต และห้องออกแบบ เป็นต้น	3.23	ปานกลาง	หลักฐานทางกายภาพ	15
ทำเลที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ มีป้ายแสดงให้เห็นชัดเจน และมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ	3.15	ปานกลาง	หลักฐานทาง	16
ผู้บริหารหรือเจ้าของบริษัทผู้ผลิตนิตยสารรู้จักเป็นการส่วนตัวกับท่าน	2.85	ปานกลาง	บุคลากร	17

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 5.2 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา 5 อันดับแรก ได้แก่ การแถมขนาดพื้นที่โฆษณาให้กับลูกค้า อาทิ ลูกค้าเลือกลงโฆษณาขนาด 1/4 หน้า แต่ทางบริษัทผู้ผลิตเพิ่มขนาดพื้นที่โฆษณาให้เป็น 1/2 หน้า เป็นต้น ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสาร ความน่าสนใจของคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสาร เพื่อดึงดูดผู้อ่าน ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา สาระ ของบทความต่างๆ การให้ส่วนลดพิเศษในช่วง 3 ฉบับแรก นิตยสารมีกลุ่มผู้อ่านชัดเจน นิตยสารจัดทำโดยบริษัทผู้ผลิตนิตยสาร ที่มีผลงานเป็นที่รู้จัก และการแถมจำนวนครั้งในการลงโฆษณา อาทิ ลงโฆษณา 6 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น

ตารางที่ 5.3 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยัง**ไม่แน่ใจ**ในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
นิตยสารมีขนาดเหมาะสม พกพาได้สะดวก ขนาดA5 (15 x 21 ซม.)	3.78	มาก	ผลิตภัณฑ์	1
กระดาษนิตยสารมีคุณภาพดี (กระดาษอาร์ทมัน ปกหนา 160 แกรม เนื้อในหนา 90 แกรม)	3.76	มาก	ผลิตภัณฑ์	2
นิตยสารมีสีสันสวยงาม จัดพิมพ์ 4 สี	3.73	มาก	ผลิตภัณฑ์	3
ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา สาระ ของบทความต่างๆ	3.67	มาก	ผลิตภัณฑ์	4
บริษัทมีความรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาด ผลงานไม่เป็นไปตามที่ทำสัญญาไว้	3.65	มาก	กระบวนการ	5
การแถมขนาดพื้นที่โฆษณาให้กับลูกค้า อาทิ ลูกค้าเลือกลงโฆษณาขนาด 1/4 หน้า แต่ทางบริษัทผู้ผลิตเพิ่มขนาดพื้นที่โฆษณาให้เป็น 1/2 หน้า เป็นต้น	3.56	มาก	การส่งเสริมการตลาด	6
ความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสาร	3.55	มาก	ผลิตภัณฑ์	7
มีกระบวนการแก้ไขงานที่เหมาะสม หากเกิดข้อผิดพลาดโฆษณา 6 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น	3.53	มาก	กระบวนการการตลาด	8

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยัง**ไม่แน่ใจ**ในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
ความตรงต่อเวลาในการออกวางนิตยสารแต่ละฉบับ	3.51	มาก	กระบวนการ	9
ความน่าสนใจของคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสารเพื่อดึงดูดผู้อ่าน	3.49	มาก	ผลิตภัณฑ์	10
มีการทำสัญญาซื้อขายพื้นที่โฆษณาอย่างรัดกุม	3.49	มาก	กระบวนการ	10
การแถมจำนวนครั้งในการลงโฆษณา อาทิ ลงโฆษณา 6 ครั้ง ฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น	3.47	มาก	การส่งเสริมการตลาด	11
การให้เครดิตลูกค้า 30 วันในการจ่ายชำระค่าโฆษณาหลังจากกระจายนิตยสารออกสู่ตลาด	3.44	มาก	การส่งเสริมการตลาด	12
มีการให้บริการออกแบบและสร้างสรรสื่อโฆษณาให้กับลูกค้า	3.44	มาก	กระบวนการ	13
ทีมงานมีขั้นตอนการทำงานที่รวดเร็ว และรอบคอบ	3.42	มาก	กระบวนการ	14
การให้ส่วนลดพิเศษในช่วง 3 ฉบับแรก	3.40	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด	15
ความเหมาะสมของราคาพื้นที่โฆษณาตามขนาด	3.38	ปานกลาง	ราคา	16
ผู้ลงโฆษณาสามารถติดต่อประสานงานกับบริษัทผู้ผลิตนิตยสารได้อย่างสะดวก	3.35	ปานกลาง	การจัดจำหน่าย	17
การกำหนดแพ็คเก็จราคาโดยขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการเลือกลงโฆษณาของลูกค้า อาทิ 3 เดือน 6 เดือน และ 1 ปี เป็นต้น โดยลูกค้าที่เลือกลงโฆษณาระยะยาวจะได้รับราคาที่ถูกกว่า	3.35	ปานกลาง	การจัดจำหน่าย	17
ความเหมาะสมของราคาซื้อพื้นที่โฆษณาตามตำแหน่ง	3.33	ปานกลาง	ราคา	18

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยัง**ไม่แน่ใจ**ในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
จำนวนหน้าของนิตยสารประมาณ 30 หน้า	3.31	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	19
นิตยสารมีกลุ่มผู้อ่านชัดเจน	3.29	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	20
มีหลากหลายช่องทางในการติดต่อเข้าถึงกับบริษัทผู้ผลิต อาทิ โทรศัพท์ E-mail และเว็บไซท์ เป็นต้น	3.29	ปานกลาง	การจัดจำหน่าย	20
การรับชำระค่าโฆษณาในระบบ Barter บางส่วน แทนเงินสด เช่น ในส่วนที่เป็น Barter ลูกค้าจะจ่ายชำระค่าโฆษณาเป็นบัตรของขวัญเพื่อใช้บริการธุรกิจของท่านบัตรของขวัญเพื่อใช้บริการธุรกิจของท่านแทนเงินสดในการชำระค่าโฆษณา	3.29	ปานกลาง	การส่งเสริมการตลาด	20
นิตยสารจัดทำโดยบริษัทผู้ผลิตนิตยสาร ที่มีผลงานเป็นที่รู้จัก	3.07	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	21
ทำเลที่ตั้งของบริษัทสะดวกในการติดต่อ มีป้ายแสดงให้เห็นชัดเจน และมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาติดต่อ	3.07	ปานกลาง	หลักฐานทางกายภาพ	21
นิตยสารมีการลงโฆษณาของคู่แข่งทางธุรกิจของท่าน	3.04	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	22
นิตยสารมีการกระจายตามสถานที่ต่างๆ หลากหลาย	3.02	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	23
จำนวนนิตยสารที่พิมพ์ในแต่ละครั้งประมาณ 20,000 ฉบับต่อเดือน	3.02	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	23
ความถี่ในการพิมพ์นิตยสาร โดยจัดพิมพ์เป็นรายเดือน	3.02	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	23
พนักงานขายมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.00	ปานกลาง	บุคลากร	24

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยัง**ไม่แน่ใจ**ในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา (ต่อ)

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลักด้าน	ลำดับที่
การจัดทำสมาชิกให้กับกลุ่มผู้อ่านนิตยสารเป็นประจำ	2.98	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	25
พนักงานขายมีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าโดยเฉพาะการบริการหลังการขายเป็นอย่างดี	2.95	ปานกลาง	บุคลากร	26
พนักงานขายมีความรู้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สามารถให้คำแนะนำและให้ข้อมูลของนิตยสารแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี	2.92	ปานกลาง	บุคลากร	27
เนื้อหาในนิตยสารพิมพ์เป็นภาษาไทยเพียงภาษาเดียว	2.91	ปานกลาง	ผลิตภัณฑ์	28
บริษัทมีการจัดตกแต่งสถานที่ไว้อย่างเหมาะสม เป็นสัดส่วน และสวยงาม อาทิ ห้องรับแขก ห้องฝ่ายผลิต และห้องออกแบบ เป็นต้น	2.89	ปานกลาง	หลักฐานทางกายภาพ	29
พนักงานขายเป็นบุคคลที่ผู้ซื้อโฆษณารู้จักเป็นอย่างดี	2.73	ปานกลาง	ราคา	30
ผู้บริหารหรือเจ้าของบริษัทผู้ผลิตนิตยสารรู้จักเป็นการส่วนตัวกับท่าน	2.33	น้อย	บุคลากร	31

จากตารางที่ 5.3 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา 5 อันดับแรก ได้แก่ นิตยสารมีขนาดเหมาะสม พกพาได้สะดวก ขนาดA5 (15 x 21 ซม.) กระดาษนิตยสารมีคุณภาพดี (กระดาษอาร์ทมัน ปกหนา 160 แกรม เนื้อในหนา 90 แกรม) นิตยสารมีสีสันสวยงาม จัดพิมพ์ 4 สี ความน่าเชื่อถือของเนื้อหา สาระ ของบทความต่างๆ และบริษัทมีความรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาด ผลงานไม่เป็นไปตามที่ทำสัญญาไว้ ตามลำดับ

4. ธุรกิจที่เลือกไม่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ ให้เหตุผลว่า เหตุผลปัจจัยภายนอกส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจต้องพิจารณาอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รอบคอบในการใช้จ่ายงบประมาณ รองลงมาคือ การโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาในรูปนิตยสาร มีความสำคัญน้อยกว่าสื่อโฆษณารูปแบบอื่น และขณะนี้ธุรกิจของท่านมีสัญญาลงนิตยสารแจกฟรีเล่มอื่นอยู่ ส่วนเหตุผลปัจจัยภายในส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นผลมาจากราคาพื้นที่โฆษณาของนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ สูงเกินไป รองลงมาคือ นิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นนิตยสารใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก และแหล่งหรือสถานที่กระจายนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นจุดเดียวกันกับสถานที่ที่ท่านได้มีการโฆษณาในสื่อโฆษณาอื่นอยู่ก่อนแล้ว

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา มีข้อเสนอแนะดังนี้

จากผลการศึกษาที่ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลในข้างต้น ผู้ศึกษามีความเห็นว่าบริษัทผู้ผลิตนิตยสารสามารถผลิตนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ ออกสู่ตลาดจริงได้ โดยเสนอแนะให้ดำเนินการตอบสนองความต้องการในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดแก่ธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา และพยายามปรับปรุงให้ตอบสนองธุรกิจที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา เปลี่ยนมาเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณาให้ได้

สำหรับธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจสถานประกอบการนวดแผนไทยนั้น จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากรและปัจจัยด้านกระบวนการ โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.91 ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสาร ความน่าสนใจของคอลัมน์ต่างๆ ในนิตยสาร เพื่อดึงดูดผู้อ่าน และความน่าเชื่อถือของเนื้อหา สาระ ของบทความต่างๆ เป็นอันดับต้นๆ ดังนั้นผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ จึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว โดยพิถีพิถันการจัดทำนิตยสารทั้งด้านการออกแบบ การวางรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาที่มีแหล่งที่มาอ้างอิงเชื่อถือได้ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.89 บริษัทผู้ผลิตนิตยสารควรใช้แผนการส่งเสริมการตลาดในการแถมพื้นที่โฆษณาและแถมจำนวนครั้งในการลงโฆษณาเป็นหลัก เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าทั้งสองแผนการส่งเสริมการตลาดดังกล่าวตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้มากที่สุด ปัจจัยด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ย 3.88 บริษัทควรจัดการอบรมความรู้และพัฒนาทักษะให้พนักงานในการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า การให้บริการหลังการขาย ตลอดจนการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม การ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

พัฒนาบุคลิกภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ย 3.80 ควรให้ความสำคัญในเรื่องความตรงต่อเวลาในการออกวางนิตยสารแต่ละฉบับ มีการทำสัญญาซื้อขายพื้นที่โฆษณาอย่างรัดกุมโปร่งใส และการให้ความรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาดผลงานไม่เป็นไปตามที่ทำสัญญาไว้เป็นสำคัญ

สำหรับธุรกิจที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา บริษัทผู้ผลิตนิตยสารต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเปลี่ยนให้ธุรกิจในกลุ่มนี้กลายมาเป็นกลุ่มธุรกิจที่เลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา โดยมุ่งเน้นการปรับปรุงในส่วนประสมการตลาดที่ธุรกิจประเภทนี้ให้ความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3.50 และค่าเฉลี่ยในทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากเช่นกัน ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตนิตยสารจึงควรให้ความสำคัญในทุกกระบวนการ โดยเฉพาะการให้ความรับผิดชอบหากเกิดความผิดพลาดผลงานไม่เป็นไปตามที่ทำสัญญาไว้ โดยอาจมีการชดเชยให้กับลูกค้าได้หลายวิธีกรณีเกิดความผิดพลาดด้านกระบวนการ อาทิ การแถมพื้นที่หน้ากระดาษ เช่น หากไม่เป็นไปตามสัญญาทางบริษัทผู้ผลิตโฆษณาจะแถมพื้นที่โฆษณาให้เพิ่มขึ้นจาก 1/4 หน้า เป็น 1/2 หน้า เป็นต้น การลดค่าโฆษณา เช่น หากไม่เป็นไปตามสัญญาทางบริษัทผู้ผลิตจะลดค่าโฆษณาให้ 20% เป็นต้น และการแถมจำนวนครั้งในการลงโฆษณา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรณีความรุนแรงในการทำผิดสัญญา บริษัทผู้ผลิตนิตยสารควรมีกระบวนการแก้ไขงานที่เหมาะสมเมื่อเกิดข้อผิดพลาดขึ้น ดำเนินการแก้ไขงานอย่างรวดเร็วถูกต้อง เพื่อมิให้เกิดข้อผิดพลาดซ้ำ นอกจากนี้บริษัทควรให้ความสำคัญในเรื่องความตรงต่อเวลาในการออกวางนิตยสารแต่ละฉบับ เนื่องจากส่งผลกับการวางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ของลูกค้าผู้ลงโฆษณาในนิตยสาร โดยอาจมีการวางแผนโปรโมชั่นต่างๆ ไว้และต้องการใช้นิตยสารเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นต่างๆ ให้กับผู้อ่านนิตยสารได้รับทราบ ดังนั้น บริษัทผู้ผลิตนิตยสารจะต้องมีการวางแผนงานการผลิตที่ดี ทั้งในส่วนของฝ่ายผลิตการจัดทำไฟล์ท์งาน ฝ่ายการตลาดติดต่อประสานงานลูกค้า ตลอดจนขั้นตอนกรจัดพิมพ์และการออกวางสู่ตลาด ซึ่งในทุกขั้นตอนต้องมีกำหนดเวลาที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถออกวางนิตยสารได้ตรงตามเวลาที่กำหนดไว้ ในส่วนปัจจัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3.41 บริษัทผู้ผลิตนิตยสารจึงควรวางแผนการส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด อาทิ การแถมขนาดพื้นที่โฆษณาให้กับลูกค้า อาทิ ลูกค้าเลือกลงโฆษณาขนาด 1/4 หน้า แต่ทางบริษัทผู้ผลิตเพิ่มขนาดพื้นที่โฆษณาให้เป็น 1/2 หน้า เป็นต้น และการให้เครดิตลูกค้า 30 วันในการจ่ายชำระค่าโฆษณาหลังจากกระจายนิตยสารออกสู่ตลาด ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าธุรกิจใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลุ่มนี้ต้องการเครดิตในการจ่ายค่าโฆษณา เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กเรื่องการหมุนเวียนเงินทุนจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ผู้ศึกษาเสนอให้บริษัทผู้ผลิตนิตยสารอาจผสมผสานมากกว่า 1 แผนการส่งเสริมการตลาดมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับลูกค้าธุรกิจผู้ลงโฆษณาแต่ละราย และอาจนำการเจรจาต่อรองในการรับชำระค่าโฆษณาในระบบ Barter และการให้ส่วนลดมาใช้เพิ่มเติม โดยเฉพาะในช่วงแรกที่นิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ ออกสู่ตลาดควรเน้นการส่งเสริมการตลาดเป็นสำคัญ เพื่อสร้างฐานลูกค้าให้กับนิตยสาร

ทั้งนี้ เนื่องจากการเก็บแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ค่อนข้างยากเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างค่อนข้างจำกัดและส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น หากผู้สนใจศึกษาค้นคว้าต่อขยายกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น โดยอาจครอบคลุมถึงกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในประเทศไทยที่ต้องการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ ก็จะเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved