

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ      ความคิดเห็นต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของลูกค้าในอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน      นายเทิดศักดิ์ แซ่เตียว

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต      สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการค้นคว้าแบบอิสระ :

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์      ประธานกรรมการ

อาจารย์นิตยา      วัฒนคุณ      กรรมการ

อาจารย์นฤมล      กิมภากรณ์      กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ความคิดเห็นต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของลูกค้าในอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ลงโฆษณาต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น  
ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาใช้วิธีออกแบบสอบถาม สอบถามผู้ประกอบการประเภทต่างๆ ที่เคยลง  
โฆษณาในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จำนวน 50 ราย ในปัจจุบัน และผู้ซื้อจำนวน 160 จากนั้นนำข้อมูล  
ที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> โดย  
ค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ประกอบการพิจารณาเชิงพรรณนา

จากการศึกษาพบว่าในส่วนของผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการตลาดที่มีผล  
ต่อการตัดสินใจลงโฆษณามากที่สุด ได้แก่ การพิจารณาของผู้ประกอบการที่พิจารณาลงโฆษณาจะ  
คำนึงถึงคุณภาพที่ได้รับจากการลงโฆษณาว่ามีการจัดจำหน่ายครอบคลุมพื้นที่ได้ผลอย่างเต็มที่  
คุณภาพเนื้อหาสาระของข่าวที่นำเสนอว่ามีความรวดเร็วถูกต้องและมีความหลากหลายมากน้อย  
เพียงใด

ส่วนด้านผู้อ่านมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการตลาดแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข่าวที่นำเสนอมีความถูกต้องรวดเร็วและหลากหลาย แต่ข่าวที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ในระดับหนึ่งเท่านั้น เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์จากส่วนกลาง

ด้านราคา ผู้ซื้อรวมถึงสมาชิกรายเดือนเห็นว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบันมีราคาที่เหมาะสมอยู่แล้วและเห็นว่าไม่ควรปรับราคาขึ้นเท่ากับหนังสือพิมพ์จากส่วนกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ซื้อรวมถึงสมาชิกรายเดือนเห็นว่ามีความสะดวกในการหาซื้อได้ง่ายในปัจจุบัน เพราะหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการวางจำหน่ายตามแผงหนังสือทั่วไป และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับที่หาซื้อได้ง่ายจะได้รับความนิยมมากกว่าหนังสือพิมพ์ที่หาซื้อได้ยาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อรวมถึงสมาชิกรายเดือนเห็นว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังมีการประชาสัมพันธ์ค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่ค่อยได้รับความนิยมจากผู้อ่าน ซึ่งทำให้กลุ่มผู้อ่านอยู่ในวงแคบเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น

Independent Study Title            The Opinions toward Local Newspapers of the Customers in  
Muang District, Chiang Mai Province in 1997-1998

Author                                    Mr. Therdsak    Saetiao

M.B.A.                                    Business Administration

Examining Committee

Assist. Prof. Orachorn Maneesong            Chairman

Lecturer    Nitaya    Watanakun            Member

Lecturer    Narumon    Kimpakorn            Member

#### Abstract

The purpose of the independent study, namely “The Opinions toward Local Newspapers of the Customers in Muang District, Chiang Mai Province in 1997-1998”, was to study the opinion of customers who read the local newspapers in Amphoe Muang Changwat Chiang Mai and to study the opinion of customers who advertise their business in Chiang Mai local newspapers.

The data were collected by using questionnaires to ask 50 business' owners who used to advertise their product in the Chiang Mai local newspapers and 160 Chiang Mai local newspapers' readers. The data was computed by using SPSS/PC<sup>+</sup> micro computer software. Statistical techniques utilized were frequency, percentage, and mean include description.

The results of the study showed that the business' owners who advertise their business in local newspaper always determine whether that newspaper widely spread in market place and determine the quality of the news such as the currently update news, the accuracy and the variety.

The readers' opinions toward Marketing Mix showed that :

Product factor, they prefer the newspaper that presents update and variety news. But they discover that the local newspapers in Chiang Mai are the follower when compare with the national newspapers.

Price factor, the buyer groups agree with the present price and not allow the local newspaper to increase the price.

Place factor, the buyer groups feel comfortable for buying the newspaper and the study also shows that the more comfortable to buy make the newspaper most popular.

Promotion factor, they says the load newspapers pay less about promotion and the buyers are only a few in the whole people.