

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ในยุคปัจจุบันนิตยสารเติบโตและพัฒนาตัวเองจนเป็นสื่อมวลชนอย่างแท้จริง ทั้งนิตยสารเพื่อการค้า เพื่อผู้บริโภค หรือแม้แต่วารสารทางวิชาการ กึ่งวิชาการ และนิตยสารเฉพาะด้านต่างๆ ถือกำเนิดมากมาย ซึ่งในยุคนี้ถือเป็นยุคที่นิตยสารเติบโตไปอย่างรวดเร็ว (Magazinedec, 2552 : ออนไลน์) และปัจจุบันนิตยสารเริ่มเข้ามามีบทบาทที่สำคัญการในดำเนินชีวิต ซึ่งจะเห็นได้จากผู้คนจำนวนมากอ่านนิตยสารหลายเล่มในแต่ละสัปดาห์หรือในแต่ละเดือนเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ดีกว่าหรือเพื่อความบันเทิง จะเห็นได้ว่าในระหว่างรอรับบริการก็จะมีนิตยสารเตรียมไว้ให้ลูกค้าได้อ่านเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเพลิดเพลินและทำให้รู้สึกว่าไม่ได้รอคอยเป็นเวลานาน ดังนั้นนิตยสารจึงเป็นสื่อที่ค่อนข้างจะเข้าถึงลูกค้าได้อย่างเฉพาะเจาะจง ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆเล็งเห็นความสำคัญของการโฆษณาผ่านนิตยสารมากขึ้น โดยปกติแล้วเราอาจจะแบ่งนิตยสารออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ นิตยสารทั่วไป กับนิตยสารแจกฟรี ซึ่งทั้งสองประเภทจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของเนื้อหาสาระ โดยที่ส่วนใหญ่ของนิตยสารแจกฟรีจะเป็นนิตยสารที่เจาะจงเฉพาะกับลูกค้าในกลุ่มพื้นที่ เช่น ภายในจังหวัด หรือภูมิภาค เป็นต้น ส่วนนิตยสารทั่วไปจะเน้นกลุ่มลูกค้าแบบมวลรวม

จังหวัดเชียงใหม่มีสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแจกฟรีให้เห็นกันหลายฉบับ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดเชียงใหม่ เดือนกุมภาพันธ์ 2552 พบว่าจำนวนนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 14 ฉบับ (กิมทร์ เชมะสิงคิ, 2552: สัมภาษณ์) โดยนิตยสารแจกฟรีนั้นเริ่มมีตั้งแต่เมื่อ 15 ปีที่แล้ว ชื่อ Chiang Mai News letter เป็นลักษณะของนิตยสารแจกฟรี (Free copy) ภาษาอังกฤษ และเปลี่ยนชื่อเป็น Citylife Chiang Mai เมื่อ 7-8 ปีที่แล้ว ส่วนนิตยสารแจกฟรี (Free copy) ภาษาไทย คือ COMPASS (bangkokbiznews, 2548: ออนไลน์)

สุพิศ พุทธิ (2548: 170) ได้ทำการค้นคว้าอิสระในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของลูกค้าในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการศึกษากลุ่มการเลือกลงโฆษณาที่เน้นการท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบ เนื้อหาจะเน้นเพื่อการท่องเที่ยว ผลการค้นคว้าพบว่าปัจจัยที่ส่งผลการเลือกลงโฆษณามากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนที่มีความสำคัญคือ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี สื่อสารได้ชัดเจน เข้าใจง่าย ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ และนำเสนอเนื้อหา

น่าสนใจ ดึงดูดใจ มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน อย่างไรก็ตามการศึกษาในปี 2548 จนถึงปัจจุบันปี 2553 มีการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างเกิดขึ้นในตลาดของนิตยสารแจกฟรี แนวโน้มของนิตยสารแจกฟรีในเชียงใหม่เป็นไปในลักษณะที่เพิ่มขึ้น มีการตีตลาดที่จำกัดวงกลุ่มเป้าหมายให้แคบขึ้น จะเห็นได้จาก การที่มีนิตยสารแจกฟรี รูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น นิตยสารแจกฟรี ที่เป็นแบบภาษาไทยเกาหลี ฝรั่งเศส หรือญี่ปุ่น (สุภชัย กองประชุม, 2551: ออนไลน์) นอกจากนั้นแล้วนิตยสารแจกฟรีหลายฉบับมีการปรับปรุงรูปแบบเนื้อหา เช่น นิตยสารซีดีไลฟ์ มีการปรับปรุงรูปแบบเนื้อหาในเล่ม เชียงใหม่แม็กเปลี่ยนขนาดใหญ่เป็นเล็กจาก 25.55\*37 เซนติเมตร เป็น 24\*33.5 เซนติเมตร และ ใกล้เคียงไปเปลี่ยนจากกระดาษสองสีและสี่สีเป็นสี่สีทั้งเล่ม เป็นต้น การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของนิตยสารเพื่อต้องการให้มีความน่าสนใจมากขึ้นสามารถแบ่งกลุ่มตลาดของแต่ละเล่มได้ ทราบกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งกลุ่มผู้อ่านที่ชัดเจนมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการที่ตัดสินใจ เลือกลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี จะต้องพิจารณานิตยสารที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ (นฤมล ชมดอก, 2553: สัมภาษณ์) ประกอบกับ ทิศทางการ สื่อแนวใหม่ เช่น สื่อออนไลน์ สื่อเทคโนโลยี และสื่อกลางแข็ง เป็นต้น ส่วนสื่อดั้งเดิม เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสาร กำลังจะถูกลดบทบาทลง โดยสื่อแนวใหม่จะเข้ามาแทนที่ และมีการเกิดแนวโน้มที่จะมีการปรับตัวของ สื่อดั้งเดิมเพิ่มมากขึ้น เช่น นิตยสารแบบแจกฟรีของเชียงใหม่ ที่ได้รับการยอมรับจากเอเชียนี (The Net Asia Company, 2552: ออนไลน์) ทำให้ผู้ประกอบการนิตยสารแจกฟรีมีการเสนอขายโฆษณาในรูปแบบ การส่งเสริมการขายที่มีการเสนอสื่อแนวใหม่เข้าไปในการเสนอราคาควบคู่กันไปด้วย เพื่อความ ความน่าสนใจและกระตุ้นยอดขาย (นฤมล ชมดอก, 2553: สัมภาษณ์)

การเติบโตของนิตยสารแจกฟรีในวันนี้เป็นภาพสะท้อนของเมืองเชียงใหม่ได้ในระดับหนึ่ง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะภาครัฐที่โยกโครงการใหญ่มาลงที่เชียงใหม่ ธุรกิจร้านค้ารายย่อยก็ย้ายตามมา และกล้าลงทุนมากขึ้น (bangkokbiznews, 2548: ออนไลน์) นอกจากนี้แล้วในยุคปัจจุบัน ความผันผวนทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ส่งผลกระทบต่ออย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการในต่างจังหวัด (northprinting, 2549: ออนไลน์) ผลจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้อำนาจซื้อของประชาชนลดลง แนวโน้มการปิดตัวของธุรกิจ และอัตราการว่างงานเพิ่มขึ้น จังหวัดเชียงใหม่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว และมีธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ของที่ระลึก สถานบริการด้านสุขภาพและสปา แต่ผลกระทบจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ส่งผลให้สถานการณ์การค้า การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ซบเซา การขยายตลาด และรายได้ของธุรกิจดังกล่าว ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา (หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 2552: ออนไลน์)

ด้วยเหตุผลของการมีนิตยสารแจกฟรีจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันการอย่างรุนแรงทั้งทางด้านเนื้อหา รูปแบบและวิธีการนำเสนอ ประกอบกับ สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจ การเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ ในจังหวัดเชียงใหม่ ส่งผลให้ ปัจจัยในการเลือกกลอง โฆษณามีความแตกต่าง ทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกกลอง โฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของนิตยสารแจกฟรี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ได้มากขึ้น

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกกลอง โฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกกลอง โฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของธุรกิจ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. สามารถนำข้อมูลเบื้องต้น ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ นิตยสารแจกฟรี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ายิ่งขึ้น

### นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกกลอง โฆษณา** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือก กลอง โฆษณาในนิตยสารแจกฟรีของ ธุรกิจ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) ด้านประสิทธิภาพการให้บริการ (Productivity and Quality) และด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)

**นิตยสารแจกฟรี** หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่ออกเป็นระยะเวลาต่างๆ เช่น รายเดือน ราย 3 เดือน ในจังหวัดเชียงใหม่ มีเนื้อหาหลากหลาย มุ่งทั้งให้ความรู้และความบันเทิง ความรู้มักเป็นไปในลักษณะที่ให้ความรอบรู้ มีการหารายได้จากการโฆษณา โดยผู้อ่านไม่ต้องเสียมูลค่าหรือ

ค่าตอบแทนใดๆ และสามารถบอกรับเป็นสมาชิกได้ แต่ผู้ผลิตจะได้รับรายได้จากการขายพื้นที่โฆษณาในหนังสือแทนรายได้จากการขายหนังสือ ซึ่งราคาของพื้นที่ของนิตยสารแต่ละเล่มจะมีราคาที่แตกต่างกันตามความนิยมของผู้อ่าน กลุ่มลูกค้า หรือจำนวนนิตยสารที่พิมพ์ในแต่ละครั้ง จำนวนนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน 14 ฉบับได้แก่ นิตยสารซิตีไลฟ์ (Citylife), ไลน์ (Guideline), ทัวริสไกด์ (Tourist Guide), คอมพาส (Compass), พาสปอร์ตทูลูสุวรรณภูมิ (Passport to Supvannaphoum) ช้างเผือกแม่กาศินแอนด์แมพ (Chang Puak Magazine & Map), เวลคัมทูเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน (Welcome to Chiang Mai, Chiang Rai, Mae Hong Son), ปาซโซ (Paszo), ลองสแตย์ไกด์ (Longstay Guide), วอสออน (What's on), โฟโกโม (Focomo), เชียงใหม่แม็ก (Chiang Mai Mag), อาร์ตแอนด์คัลเจอร์ (Art and Culture), ฮิปแม่กาศิน (HIP magazine)

**ธุรกิจในอำเภอเมืองเชียงใหม่** หมายถึง ธุรกิจ ต่างๆ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี (Free Copy) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 5 ธุรกิจ ประกอบด้วย

1. ธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม สถานบันเทิง
2. ธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท
3. ธุรกิจเพื่อสุขภาพ สปา การนวดแผนไทยเสริมสวย
4. ธุรกิจขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม
5. ธุรกิจบริการ