



ชื่อเรื่อง : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาใน
สื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการขายของที่ระลึก
ประเภทหัตถกรรม ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้จัดทำ : พรรณทิพา ขาววิชัย

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.จตุติกุล ไชยวรรณ

วันที่อนุมัติผลงาน : มีนาคม 2552

จำนวนหน้า : 123 หน้า

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ห้องสมุด

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลของกิจการในการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่ และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ถามผู้ประกอบการขายของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นจำนวน 99 ราย ซึ่งเคยลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว และพบว่า 76 ราย ยินดีตอบกลับ (ร้อยละ 77)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และดำรงตำแหน่งหุ้นส่วนหรือเจ้าของกิจการหรือกรรมการผู้จัดการกิจการส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง ดำเนินธุรกิจประเภทไม้และไม้แกะสลัก มีระยะเวลาในการดำเนินงานนานมากกว่า 10 ปี มีจำนวนพนักงานทั้งหมดไม่เกิน 10 และยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านโฆษณาโดยตรง สื่อโฆษณาที่เลือกใช้ส่วนใหญ่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ในการลงโฆษณา คือ เพื่อชักชวนกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

การลงโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะติดต่อกับผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ผ่านช่องทางพนักงานขายมากที่สุด พื้นที่ที่ลงโฆษณามักนิยมเป็นแบบครึ่งหน้าและหนึ่งในสี่ของหน้าปกตี รูปแบบสีที่ใช้เป็นแบบ Full Color ระยะเวลาในการลงโฆษณาส่วนใหญ่ลงโฆษณา 1 – 3 ปีมาแล้ว โดยใช้งบประมาณในการลงโฆษณาต่ำกว่า 50,000 บาทต่อปี การออกแบบสื่อโฆษณานิยมออกแบบด้วยตนเองก่อนส่งไปยังผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสามารถออกแบบได้ตรงกับความต้องการ รูปแบบการลงโฆษณาเป็นแบบต่อเนื่อง โดยมีความถี่ในการลงโฆษณาส่วนใหญ่อยู่ที่ 12 ฉบับต่อปี นิตยสารที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มตัวอย่างและมีความถี่ในการลงโฆษณาสูงสุด คือนิตยสาร Art&Culture ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการลงโฆษณาเพื่อเห็นผลการเคลื่อนไหวของยอดขายคือ 3 – 6 เดือน ซึ่งภายหลังจากการลงโฆษณาของกลุ่มตัวอย่างจะมีการประเมินประสิทธิผลของสื่อโฆษณาทั้งจากการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักและจากยอดขาย ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าภายหลังจากการลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวธุรกิจมียอดขายที่เพิ่มมากขึ้นจากเดิม

ด้านปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อการท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย ซึ่งปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร (People) มีค่าเฉลี่ย 4.09 – 4.32 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) มีค่าเฉลี่ย 3.62 – 4.39 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเฉลี่ย 3.55 – 4.45 ปัจจัยด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ปัจจัยด้านกายภาพ (Physical Evidence) มีค่าเฉลี่ย 3.71 – 4.09 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ย 3.14 – 3.93 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีค่าเฉลี่ย 3.32 – 4.25