

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวศิริรัตน์ นิ่มตรง
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร. ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติ	: กุมภาพันธ์ 2548
จำนวนหน้า	: 60 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกลุ่มธุรกิจที่ใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาท้องถิ่น และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาท้องถิ่นของธุรกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาจากประชากรกลุ่มธุรกิจที่ใช้บริการสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าผู้ให้ข้อมูลมีตำแหน่งเป็นผู้จัดการทั่วไป การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุระหว่าง 26-35 ปี เป็นเพศชายและเพศหญิงอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน เป็นธุรกิจประเภทบริการ รองลงมาคือ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ก่อสร้าง/ตกแต่งบ้าน มีระยะเวลาในการดำเนินงานไม่เกิน 10 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการลงโฆษณาเพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ เปลี่ยนรูปแบบการโฆษณาไม่แน่นอน ใช้งบประมาณไม่เกิน 50,000 บาทต่อปี การจัดสรรงบประมาณในการใช้สื่อโฆษณาตามอัตราการใช้ของยอดขาย นิยมลงโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา ส่วนใหญ่เลือกลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา สื่อกลางโฆษณา และ สื่อเฉียบ ซึ่งเลือกลงโฆษณาในหมวดเบ็ดเตล็ด และให้เหตุผลในการเลือกสื่อต่าง ๆ เนื่องจากคุณภาพของสื่อโฆษณา โฆษณาแล้วได้ผลตรงกลุ่มเป้าหมาย ต่อรองราคาได้ และราคาถูก

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณาท้องถิ่น พบว่ากลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญในระดับมากทุกด้าน ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ คือ ลักษณะของโฆษณาตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ด้านสถานที่ ได้แก่ การวางสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาในสถานที่ที่ผู้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย

และติดต่อได้ง่าย ไปมาสะดวก ด้านบุคลากรระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการลงโฆษณา และจำนวนบุคลากรมีเพียงพอต่อการให้บริการ ด้านภายในองค์กร ได้แก่ เป็นไปตามการขยายตลาด เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และเป็นไปตามนโยบายขององค์กร ด้านราคา ได้แก่ เกี่ยวกับราคาที่ซื้อเนื้อที่ / เวลาในการลงโฆษณา การให้ผ่อนชำระ และการให้เครดิต ด้านกระบวนการ ได้แก่ สามารถติดต่องานได้ทางโทรศัพท์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ส่วนลด และการแถมพื้นที่หรือเวลา ด้านด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ระดับความต้องการซื้อของตลาด และการเปลี่ยนแปลงทางด้านการแข่งขัน