

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์การศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>4</b>
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
1. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	4
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสาร	6
3. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนสื่อโฆษณา	7
4. แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ	8
5. แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	8
6. แนวคิดรายละเอียดเกี่ยวกับนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี	9
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>14</b>
ขอบเขตการศึกษา	14
การกำหนดขนาดตัวอย่างและวิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	15
การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้	15
การวิเคราะห์ข้อมูล	16

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้	23
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพ ในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา	25
ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	51
สรุปผลการศึกษา	52
อภิปรายผล	58
ข้อค้นพบ	66
ข้อเสนอแนะ	74
ข้อจำกัดในการศึกษา	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	79
ตัวอย่างแบบสอบถาม	80
ตัวอย่างรายละเอียดนิตยสาร	86
ตัวอย่างสัญญาการซื้อขายโฆษณา	89
ตัวอย่างนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้	90
ประวัติผู้เขียน	107

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	18
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทธุรกิจ	19
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทการจดทะเบียนของธุรกิจ	19
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามทุนก่อตั้งหรือทุนจดทะเบียนของธุรกิจ	20
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของธุรกิจ	20
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามงบประมาณด้านการโฆษณาของธุรกิจ	21
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี	22
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยลงโฆษณา	22
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้	23
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจไม่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ จำแนกตามประเภทธุรกิจ	23
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจไม่ลงโฆษณาในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ จำแนกตามเหตุผลของการตัดสินใจไม่ลงโฆษณา	24
4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	26
4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ตี้ เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	28

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	30
4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา	31
4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	32
4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย	33
4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	34
4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	36
4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	38
4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากร	39
4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทางกายภาพ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านหลักฐานทางกายภาพ	42
4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ	43
4.25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ	44
4.26 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตัดสินใจลงโฆษณาและไม่แน่ใจในนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน	45
4.27 แสดงข้อเสนอแนะและจำนวนของธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะ	50
5.1 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา	58
5.2 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา	66
5.3 ตารางที่ 5.3 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา กรณีธุรกิจผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจในการเลือกนิตยสารแจกฟรีบี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา	70