

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัญหาสุขภาพอนามัย โรคภัยไข้เจ็บ ถือเป็นเรื่องสำคัญของประชากรโลกในยุคนี้ สำหรับคนไทยก็เช่นกัน เชื้อโรคต่างๆ มีการพัฒนาเกิดเป็นสายพันธุ์ใหม่ที่มีความร้ายแรงมากกว่าในอดีต อาทิ ไข้หวัด 2009 เป็นต้น ถึงแม้ว่าจะมีการเฝ้าระวังอย่างต่อเนื่อง แต่จำนวนผู้ป่วยยังคงเพิ่มขึ้นและแนวโน้มการระบาดได้ขยายวงกว้าง (กรมการแพทย์, 2553: ออนไลน์) ส่งผลให้ประชาชนหันมาให้ความสนใจรักษาสุขภาพมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้สื่อต่างๆ ในปัจจุบันทั้งโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ นิตยสาร ตลอดจนเว็บไซต์ต่างๆ จึงหันมาให้ความสำคัญและมุ่งเจาะตลาดกลุ่มคนที่รักและใส่ใจในสุขภาพมากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากประชาชน โดยจากการสัมภาษณ์นักเขียน บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) และจากการค้นคว้าข้อมูลย้อนหลังเกี่ยวกับยอดขายนิตยสารของ อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่านิตยสารที่ขายดีที่สุดของเครืออมรินทร์ คือ นิตยสารชีวจิต และยังมีแนวโน้มยอดขายเพิ่มขึ้นอีกด้วย (มยุรฉัตร เทวโรดม, 2552: สัมภาษณ์)

ทั้งนี้ ในจังหวัดเชียงใหม่สื่อประเภทนิตยสารแจกฟรีได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่าน และเจ้าของธุรกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อโฆษณาที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้โดยตรง และแพร่หลายทั่วทั้งจังหวัด แต่ปัจจุบันนิตยสารแจกฟรีในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีฉบับใดที่น่าเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการรักษาและดูแลสุขภาพโดยตรง โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตนิตยสารรายเดือนแจกฟรีรายหนึ่งเกี่ยวกับประเภทนิตยสารแจกฟรีและการแข่งขันของตลาดธุรกิจสื่อ นิตยสารแจกฟรีของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจุบันสามารถจำแนกนิตยสารแจกฟรีของจังหวัดเชียงใหม่ได้ 4 ประเภท (พนารักษ์ วงษ์ถาวร, 2553: สัมภาษณ์) ดังนี้

1. นิตยสารกลุ่มท่องเที่ยว เช่น คอมพาส (Compass), ปาซโซ (Pazzo), เชียงใหม่แม็ก (Chiang Mai Mag), วาเคชั่น แม็กกาซีน (Vacation Magazine), ทัวริสไกด์ (Tourist Guide), ช้างเผือกแม็กกาซีนแอนด์แมพ (Chang Puak Magazine & Map), เวลคัมทูเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน (Welcome to Chiang Mai and Chiang Rai, Mae Hong Son), อาร์ตแอนด์คัลเจอร์ (Art and Culture, วอสอน (What's on) และพาสปอร์ตทิวสุวรรณภูมิ (Passport to Suvannaphoum) เป็นต้น

2. นิตยสารอสังหาริมทรัพย์และยานยนต์ เช่น House & Car, Home & Buyer Guide และ Balcony เป็นต้น
3. นิตยสารแฟชั่น เช่น Hip Magazine, คลิก (Click) และ Socio เป็นต้น
4. นิตยสารสำหรับคนต่างชาติที่มาอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ซิตี้ไลฟ์ (Citylife), ลองสเตย์ไกด์ (Longstay Guide) และโฟโกโม (Focomo) เป็นต้น

ดังนั้นในภาวะที่การแข่งขันในตลาดธุรกิจสื่อ นิตยสารแจกฟรีของจังหวัดเชียงใหม่ มีความรุนแรงมากขึ้น จำนวนผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรีเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่กำลังซื้อของลูกค้าที่ลงโฆษณา มีจำกัดอันเป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้การตัดสินใจเลือกลงโฆษณาของลูกค้ามีปัจจัยหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้อง นิตยสารแต่ละหัวจำเป็นต้องหาจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ทั้งด้านภาษาในการตีพิมพ์ เนื้อหา รูปลักษณะงาน ดีไซน์ และแหล่งที่วางนิตยสาร เป็นต้น รวมทั้งการหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายกลุ่มใหม่ (เมธิกา ภูริชวราวงกูล, 2553: สัมภาษณ์) และจากการที่นิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพกำลังเป็นที่สนใจในกลุ่มผู้อ่าน จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ธุรกิจสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพจะใช้เป็นช่องทางการโฆษณา รวมทั้งจังหวัดเชียงใหม่ ยังมีนโยบายที่จะพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพของประเทศไทยในอนาคตตามโครงการ Chiang Mai Medical Hub ซึ่งเป็นโครงการร่วมมือระหว่างสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่และสมาคมส่งเสริมบริการสุขภาพเชียงใหม่ อีกด้วย (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่และสมาคมส่งเสริมบริการสุขภาพเชียงใหม่, 2553: ออนไลน์)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา ซึ่งเป็นนิตยสารตัวอย่างที่ผู้ศึกษาได้จัดทำขึ้น โดยจะทำการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในที่นี้ได้จำแนกประเภทลูกค้าผู้ลงโฆษณาออกเป็น 5 กลุ่ม ตามประเภทธุรกิจตามเกณฑ์การแบ่งของโครงการ Chiang Mai Medical Hub ได้แก่ 1. บริการทางการแพทย์ 2. บริการทันตกรรม 3. สถานประกอบการสปา 4. สถานประกอบการนวดแผนไทย และ 5. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยผลการศึกษาจะเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์กับผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี ผู้ประกอบการธุรกิจนิตยสารแจกฟรีและผู้ที่เกี่ยวข้องจะดำเนินธุรกิจประเภทนี้ เพื่อใช้ในการหาช่องทางการสื่อสารการตลาดให้กับธุรกิจ สามารถพัฒนาออกแบบและผลิตนิตยสารแจกฟรีที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา
2. เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ผลิตนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี ผู้ประกอบการธุรกิจนิตยสารแจกฟรีและผู้ที่จะสนใจจะดำเนินธุรกิจประเภทนี้ ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

นิยามศัพท์

ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เป็นสื่อโฆษณา หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพื้นที่ในนิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจ

ธุรกิจเพื่อสุขภาพ หมายถึง กิจการที่มุ่งขายสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และเข้าร่วมโครงการ Chiang Mai Medical Hub ได้แก่ บริการทางการแพทย์ ทันตกรรม สถานประกอบการสปา สถานประกอบการนวดแผนไทย และธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นต้น

นิตยสารแจกฟรี บี เฮลท์ดี หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ข้อมูลด้านการดูแลสุขภาพอนามัยแก่ผู้อ่านทั้งสุขภาพกายและใจ ผลิตโดยบริษัท ทูคู ดีไซน์ จำกัด ในที่นี้ได้กำหนดให้นิตยสารที่เกี่ยวกับสุขภาพมีขนาด A5 พิมพ์สี่สี พิมพ์ภาษาไทย มีเนื้อหาบทความหลากหลาย อาทิ ยา อาหาร ชีวิตครอบครัว การดูแลเด็ก และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น โดยแจกให้ผู้อ่านโดยไม่คิดมูลค่าใดๆ เป็นประจำทุกเดือน โดยจะวางแจกให้กับผู้อ่านตามสถานที่ต่างๆ เช่น โรงพยาบาล คลินิกทั่วไป ร้านอาหาร ร้านเบเกอรี่ ร้านกาแฟ สปา และร้านนวดไทย เป็นต้น จำนวนพิมพ์ 20,000 เล่มต่อเดือน

สื่อโฆษณา หมายถึง ตัวกลางในการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการของธุรกิจให้ลูกค้าได้ทราบ ซึ่งค่าใช้จ่ายในการลงโฆษณาจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ขนาด ตำแหน่ง ความนิยมของนิตยสาร และจำนวนสีที่พิมพ์ เป็นต้น