

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพิมพ์
เพื่อการเลือกตั้งในจังหวัดเชียงใหม่
ผู้เขียน นายพิสุทธิ วัฒนกิตติ
ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)
คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสิต พันธมิตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพิมพ์ของลูกค้าทั่วไปที่ใช้บริการโรงพิมพ์เพื่อการเลือกตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการเปิดตลาดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ใช้บริการโรงพิมพ์เพื่อการเลือกตั้ง เพื่อเพิ่มกำไรให้กับธุรกิจโรงพิมพ์มากขึ้น โดยเครื่องมือที่ใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 4 ส่วน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าที่ใช้บริการโรงพิมพ์เพื่อการเลือกตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 100 คน ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามเป็นข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และข้อมูลแบบสอบถามที่เกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพิมพ์เพื่อการเลือกตั้งในจังหวัดเชียงใหม่ จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้เป็นคำถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

จากการศึกษาเมื่อรวมผลการวิเคราะห์ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 41 – 50 ปี มีสถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า (ปวช., ปวส.) ลูกค้าส่วนใหญ่มีอาชีพอิสระหรือเป็นเจ้าของกิจการ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท

ด้านพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโรงพิมพ์ พบว่าเหตุผลสำคัญ คือ คุณภาพของงาน บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ คือ ตัวบุคคลเอง ส่วนใหญ่มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ และต้องการให้ใช้ระยะเวลาในการผลิตเป็นเวลา 5 วัน ในแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ

ครั้งมากกว่า 100,000 บาท โดยการเลือกตั้งแต่ละครั้งมีผู้สนับสนุนจ่ายให้ หากโรงพิมพ์มีการให้เครดิตส่วนใหญ่ต้องการระยะเวลา 15 วันในการชำระ และงานประเภทป้ายคัทเอาต์ติดริมถนนจะถูกสั่งเพื่อใช้ในการเลือกตั้งมากที่สุด

ด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพิมพ์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยในด้านบุคลากร พนักงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเป็นอันดับแรก ซึ่งถ้ามองลงไปในรายละเอียดของปัจจัยดังกล่าวแล้วนั้น ได้ให้ความสำคัญกับการพูดจาสุภาพอ่อนน้อม การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มากที่สุด เป็นอันดับแรก และให้ความสำคัญกับการมีความรู้ให้ข้อมูลแนะนำ ปรึกษาการบริการต่างๆ ได้รวดเร็วถูกต้องน้อยที่สุด

ส่วนการศึกษาด้านปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการเข้าใช้บริการในโรงพิมพ์ พบว่า สิ่งที่เป็นปัญหามากที่สุด ได้แก่ ปัญหาเรื่องความล่าช้าในการให้บริการ และปัญหาการไม่ให้เครดิตลูกค้ารายใหม่หรือลูกค้าขาดรพบ่อยที่สุด

Independent Study Title	Factors Influencing Customers' Decision on Selection of Publishing Companies for Election Campaign in Chiang Mai Province	
Author	Mr. Pisut Wattanakitti	
Degree	Master of Arts (Political Economy)	
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Seksin Srivatananukulkit	Advisor
	Assistant Professor Dr.Nisit Panthamit	Co-advisor

ABSTRACT

The purpose of this research are to examine factors influence how the clients choosing the service of publishers in electing politicians within Chiang Mai province and to make suggestions on how to target general customers on election service so that this service can help maximize the profit in Publishing industry. The methodology of the research is questionnaire which has four sections of questions. The sample of studying is 100 existing publishers' customers. The data collected from questionnaire are general profiles of customers and specific consumer behavior which is later on being analyzed by using Descriptive Analysis Frequency Percentage Mean

The data collected through questionnaires regarding the factors influence decision making in choosing publishers service for election within Chaing Mai province, is then analyzed and assessed into 5 level of estimation by using Descriptive Analysis Frequency Percentage Mean as a part of the analyzing methodology. The result is then presented as the table (number) with the explanation.

The studying shows, within local and national level, that majority of customers are male who have range of age between 41-50 years old. They are either married or in De facto. The education levels are in secondary school or equal qualification. Their career are either freelance or entrepreneurs which have the average income of 10,000 – 20,000 baths.

In examining the customer behavior in choosing publishers, it is found that the significant factor influencing the decision making is the quality of the work. The main influencer in making decision comes from the customer him[/her]self. The majority of sample likes to get into contact with the publishers through the phone and would like to have their worked done within 5 days. Each of transection is cost over 100,000 baths which come from the main supporter in each election. If the transaction is credited from the publisher, the range of paying back is 15 days and poster is the most ordered product.

Regarding Market margin as the factors influencing decision making, it is found that the main influencer is human capital in term of customer service. The friendly and cheerful approach in servicing is main reason customer choosing that particular publishing service and having great knowledge and information is the second most important factor they looked at.

The main problem customers facing in using service of publisher are the delay of service and no credit offer for new customers.