

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

นิตยสารถือได้ว่าเป็นธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้พัฒนาต่อออกมาจากหนังสือพิมพ์เพื่อต้องการให้ผู้อ่านได้อรรถรสในด้านสาระความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายรวมถึงการสอดแทรกความบันเทิงเพื่อสร้างสีสันให้กับผู้อ่านผ่านภาพประกอบที่ปรากฏอยู่ในกระดาษ การจัดวางรูปแบบอย่างสวยงาม นอกจากนี้นิตยสารยังเปรียบเสมือนภาพสะท้อนเรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมยุคหนึ่งๆ ดังคำเปรียบเปรยที่กล่าวว่า “ถ้าอยากรู้เรื่องราวของสังคมใดหรือยุคไหน ว่าวิถีชีวิตการดำรงอยู่ หรือมีแนวคิดอย่างไร ให้เปิดดูจากนิตยสารสมัยนั้นๆ” (ไสลทิพย์ จารุภูมิ, 2545)

จากคุณลักษณะที่น่าสนใจของนิตยสารสามารถดึงดูดใจผู้อ่านทั้งในเรื่องของรูปเล่มเนื้อหา ภาพประกอบรวมไปถึงสีสันภายในเล่ม จึงทำให้นิตยสารกลายเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากนักลงทุน จนทำให้กลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงเพื่อจะได้มาทั้งยอดขาย ความนิยมจากผู้อ่าน และรายได้จากการโฆษณาของเจ้าของสินค้า เนื่องจากนิตยสารมีต้นทุนการผลิตสูงราคาขายเล่มต่อเล่ม จึงไม่เพียงพอในการสร้างรายได้ ผู้ผลิตจึงมีความจำเป็นที่ต้องใช้หน้าของนิตยสารให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการขายพื้นที่ในหน้าแก่เจ้าของสินค้า หรือเอเจนซี่เพื่อใช้ในการโฆษณา เพื่อนำรายได้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายทั้งองค์กร

ในช่วงปีพ.ศ. 2553 ธุรกิจนิตยสารในประเทศไทยเริ่มถดถอยลง เนื่องจากมีการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้พฤติกรรมการอ่านเปลี่ยนแปลงไป จากการอ่านบนหน้ากระดาษจึงเปลี่ยนแปลงเข้าสู่การอ่านผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ , สมาร์ทโฟน เป็นต้น ด้วยความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมยุคออนไลน์ จึงทำให้นิตยสารได้รับความนิยมด้านการโฆษณาจากกลุ่มเจ้าของสินค้าน้อยลง เนื่องจากเจ้าของสินค้านำไปลงทุนด้านการโฆษณาผ่านโลกออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้นิตยสารต้องปรับตัวเพื่อให้ยังอยู่รอดในยุคออนไลน์ โดยมีการสร้างเว็บไซต์ , เพจเฟซบุ๊ก เป็นต้น

เนื่องจากความสำคัญของนิตยสารที่ลดน้อยลง จึงทำให้นิตยสารต้องหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อดึงดูดใจผู้อ่านรวมถึงเจ้าของสินค้าและยังสามารถสร้างรายได้ให้แก่บริษัท ซึ่งไม่เพียงแต่การปรับปรุงด้านเนื้อหา การจัดวางรูปแบบ และการเปลี่ยนระยะเวลาการออกแผงของนิตยสารเท่านั้น แต่ยังต้องอาศัยเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเข้ามาเป็นตัวช่วยในการบริหาร เช่นเดียวกัน

นิตยสาร MiX จัดทำขึ้น โดยบริษัท มิตรมาชา จำกัด เป็นนิตยสารรายเดือน ออกจำหน่ายทุกวัน ที่ 1 ของเดือน ใช้กระดาษอาร์ตทอนนอมสายตาด้านพิเศษนำเข้าจากต่างประเทศในการจัดพิมพ์ พิมพ์สี 4 สีทั้งเล่มขนาด 8.25 x 11.4 นิ้ว จำนวน 204 หน้า จำหน่ายในราคา 140 บาท โดยนิตยสาร MiX มีกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้ชายวัยทำงานอายุตั้งแต่ 25-50 ปี ที่ต้องการอ่านนิตยสารที่ให้สาระ ความบันเทิงเป็นประโยชน์ต่อการใช้ชีวิต และแง่คิดจากผู้ที่ประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจ รวมไปถึงเรื่องราวรอบๆตัวไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รถและการท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายรองคือ กลุ่มผู้หญิงวัยเดียวกัน มีการใช้ชีวิตใกล้เคียงกับผู้ชาย



ภาพที่ 1.1 ภาพตัวอย่างหน้าปกนิตยสาร MiX ฉบับเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560

ที่มา : ข้อมูลจาก บริษัท มิตรมาชา จำกัด

ผู้ศึกษาเห็นถึงสถานการณ์ในปัจจุบันที่กดดันต่อธุรกิจนิตยสารส่งผลให้เกิดความถดถอยลง รวมถึงการแข่งขันกับตลาดออนไลน์ที่ค่อนข้างสูง แต่นิตยสาร MiX ยังสามารถแข่งขันกับตลาด และอยู่รอดได้จนถึงปัจจุบัน จึงต้องการศึกษาเรื่อง “กระบวนการขายงานโฆษณาในนิตยสาร MiX” เพื่อต้องการศึกษาว่านิตยสาร MiX มีกระบวนการในการขายงาน โฆษณารวมถึงการวางแผนอย่างไร จึงทำให้ยังคงเป็นที่สนใจในกลุ่มลูกค้าจนถึงปัจจุบัน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษากระบวนการขายงานโฆษณาในนิตยสาร MiX
2. เพื่อเรียนรู้กระบวนการขายงานโฆษณาในนิตยสาร MiX จากการปฏิบัติงานจริง

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “กระบวนการขายโฆษณาในนิตยสาร MiX” โดยกำหนดช่วงเวลา การศึกษาข้อมูลตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม ถึงวันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2560 โดยการศึกษาข้อมูลของ นิตยสาร MiX ตั้งแต่เล่มเดือนมิถุนายนถึงเล่มเดือนสิงหาคม รวมถึงการศึกษาข้อมูลด้าน กระบวนการในการขายงาน โฆษณา การติดต่อประสานงานลูกค้า รวมถึงการนำความต้องการของ ลูกค้ามาวางแผนและดำเนินงาน

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงกระบวนการขายงานโฆษณาในนิตยสาร MiX
2. ได้ทราบถึงกระบวนการขายงานโฆษณาในนิตยสาร MiX จากการได้ปฏิบัติงานจริง