



การบริหารงานขายฝ่ายโฆษณา นิตยสารฟรีก๊อปปี้ ของ บริษัท เดย์ โปเอทส์ จำกัด
Sales Management of Day Poets Co., Ltd., a Free Copy Magazine

นางสาวภัทรลดา พุ่มเจริญ และ รศ.กัลยกร วรกุลธัญญาณี

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระในการศึกษาหลักสูตรวารสารศาสตรมหา
บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิง
เจาะลึก กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ที่
เป็นกลุ่มผู้บริหาร และกลุ่มผู้ที่ปฏิบัติงานจริงและเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง หลักจากนั้น
นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตีความภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผลการวิจัย สรุป
ได้ดังนี้

ด้านการบริการองค์การขาย ในการบริหารองค์การขายของนิตยสารแจกฟรีเป็น
หน่วยงานที่นำรายได้ให้สำนักพิมพ์ ในสถานะที่ธุรกิจต้องแข่งขันทางการค้าสูง ประกอบด้วย การ
สรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย การที่องค์กรคัดเลือกพนักงานที่มีประสิทธิภาพย่อมส่งผลต่อ
ผลลัพธ์ที่สำเร็จของบริษัทจากการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของพนักงานชั้นเลิศมี 4 ประการคือ
แรงจูงใจภายใน วินัยในการทำงานความสามารถในการปิดการขาย และความสามารถในการสร้าง
ความสัมพันธ์กับลูกค้า การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานขาย การฝึกอบรมการขายต้องกำหนด
งบประมาณในการฝึกอบรมและผลลัพธ์ที่จะได้จากการฝึกอบรมมีการประเมินผลการฝึกอบรมโดย
การพิจารณาจากการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานการจูงใจพนักงานขาย เพื่อให้การขายบรรลุ
วัตถุประสงค์สิ่งจูงใจพนักงานขายจะผลดีต่อกิจการทำให้เกิดบรรยากาศในการทำงานที่ดีทุกคนต่างก็
ทำหน้าที่ของตนเองได้อย่างมีความสุขทำให้กิจการเจริญรุ่งเรืองต่อไปการคาดคะเนและการพยากรณ์
การขาย การคาดเดาอย่างมีความรู้และใช้ข้อมูลประกอบการกำหนดโควตาการขายการควบคุมและ
การประเมินผลงานเพื่อความอยู่รอดขององค์กร การขายโฆษณาเพื่อให้องค์กรมีรายได้เพียงพอสำหรับ

รายจ่ายในแต่ละเดือน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและความสามารถของพนักงานขายที่มีความสามารถ

ด้านกลยุทธ์ทางการแข่งขันกับคู่แข่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ควรเน้นที่กลยุทธ์การแข่งขันประเภทที่เรียกว่า “กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง” การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย และสร้างความแตกต่างให้กับนิตยสารสารแจกฟรีรูปแบบการบริการ ควรมีการใช้วิธีการที่หลากหลายโดยการให้พนักงานขายเข้าถึงลูกค้าตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการด้านการตลาด การส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมพิเศษควรมีการใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการขายยุคใหม่ ที่เน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วยการรณรงค์แจกแถมเป็นระยะหรือเป็นครั้งคราวต่างก็เป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ต้องช่วงชิงความได้เปรียบมาจากคู่แข่งการตลาด การสร้างความแตกต่างและการรับรู้จะสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจนั้นต้องอาศัยการสร้างและวางตำแหน่งตราสินค้าให้มีจุดเด่นตรงใจตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการบริการงานขายปัจจัยภายใน ได้แก่ด้านการจัดการ การบริหารงานและนโยบายการผลิตงานขององค์กรควรมีการจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรการบริหารงานและนโยบายการผลิตงานขององค์กร ปัจจัยภายในด้านเทคโนโลยี ควรพิจารณาเทคโนโลยีการสื่อสาร การผลิตสิ่งพิมพ์ที่ทันสมัยจะช่วยให้นิตยสารแจกฟรีมีการดำเนินงานที่รวดเร็วสอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่ต้องการความฉับไว รวดเร็ว ทันสมัย ปัจจัยภายในด้านความสามารถทางวิชาชีพ ด้านความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และประสิทธิภาพของการทำงานในแต่ละฝ่าย ควรกระตุ้นความสนใจ กระตือรือร้นในการทำงาน มีความต้องการที่จะฝึกฝนพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เป็นสิ่งที่ฝ่ายขายโฆษณาให้ความสำคัญเป็นอย่างมากด้านปัจจัยภายนอก แรงกดดันทางการเมืองและสังคม มีผลโดยตรงไม่ว่าจะเป็นเรื่องกฎหมาย ข้อบังคับ พระราชบัญญัติ ต่าง ๆ หรือแม้แต่ปัญหาทางการเมือง การนำเสนอประเด็นการเมือง ทำให้มีผลกระทบต่อการทำงานและเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอออกไป แรงกดดันทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยคู่แข่งและผู้โฆษณาที่การดำเนินงานจำเป็นต้องรู้คู่แข่ง แหล่งข้อมูล เหตุการณ์และวัฒนธรรมควรมีการนำเสนอผลงานออกมาให้สอดคล้องกับความเชื่อถือระเบียบประเพณีของคนในสังคม การตอบสนองความต้องการของผู้อ่านที่ต้องการรับสื่อที่รวดเร็วฉับไว เข้าใจง่าย ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร ปัจจุบันความสนใจและความต้องการของผู้รับสารมีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ควรมีการปรับเปลี่ยนสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จะสามารถดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านได้สนใจและใช้เวลากับนิตยสารออนไลน์ได้มาก

ด้านแนวโน้มของการบริหารงานขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสาร ด้านงบประมาณควรเน้นด้านการการบริหารต้นทุนการผลิต เช่นค่าใช้จ่ายในการแสวงหาข่าวสารข้อมูล ค่าใช้จ่ายในการผลิต การบริหารค่าตอบแทน การบริหารสำนักงาน ด้านการเปลี่ยนแปลงของสื่อ และทิศทางของสื่อใน

อนาคตควรมีการพัฒนาสื่อใหม่เช่นแอปพลิเคชัน รู้จักการนำสื่อสังคมมีเดียมาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่และเพิ่มจำนวนผู้อ่าน การสร้างนวัตกรรมสื่อออนไลน์ในรูปแบบใหม่ๆที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านจะเป็นแนวทางปรับตัวเพื่อความอยู่รอดขององค์กร

คำสำคัญ : การบริหาร, โฆษณา, นิตยสารฟรีก็อปปี, บริษัท เดย์ โฟเอทส์ จำกัด

Abstract

This research is qualitative research by collecting data from in-depth interviews with samples. Using interviewed group of executives and those who do the actual work and collect the relevant data, then the data is analyzed, interpreted under the framework of theories and related research. Summarized as follow

Sales Organization in the corporate management of the sale of free magazines, it is the agency that brings revenue to publishers. In a highly competitive business environment, recruiting and selection of salespersons, the selection of effective employees will have a positive impact on the company's success. The study found that the characteristics of excellent employees are four, discipline in workability, ability to close sales and the ability to build relationships with customers. Training and development of salespersons, sales training must set a training budget, and the results of the training will be evaluated. Training will be evaluated by considering employee turnover. To achieve sales objectives, sales incentives are good for the business, and good working atmosphere makes everyone happy, making the business prosper, sales forecasting and forecasting, knowledgeable guesswork and use of information to determine sales quotas, Control and evaluation to survive the organization. Selling ads to organizations that have enough revenue to spend each month, need for cooperation and talented salespeople.

Competitive Strategy with Competitors Pricing strategy, it should focus on the type of competition strategy called. 'Distinct strategy' Creating new products or services (to help promote sales and make a difference to the free substance magazine. There should be a variety of methods which salespeople approach customers in a way

that their customers need, promotion through advertising or publicity. Special events should be equipped with new promotional tools focusing on social media with occasional campaigns is a competitive strategy that has to contend with competitors, marketers, differences, and perceptions that will benefit businesses. It requires the creation and positioning of the brand to meet the needs of consumers.

Factors affecting sales service. Internal factors include management, the organization's management and production policies should manage resources to the maximum benefit of the organization, management and production policy of the organization. Internal factors in technology, it should bring in communication technology. The production of modern prints will allow free magazines to operate quickly to meet the needs of demanding, fast-growing readers. The internal factors of professional competence in knowledge, creativity and the experience of working in each department should arouse interest, enthusiastic about work. There is always a desire to practice self-development. This is what advertising sales are very important. External factors Political and social pressure, it has a direct effect whether it is a matter of law, regulation, statute, or even political issue. Presentation of political issues has an impact on the operation and content that is being offered. Economic pressure contains competitors and advertisers whose operations need to know the competitor. Event and culture information should be presented in accordance with the trustworthiness of the people in society. Response to the needs of readers who want to get fast, easy-to-understand media, interests and needs of recipients. At present, the interests and needs of recipients have changed a lot. There should be a change in print media that is accessible to the masses, which can attract readers to spend time with online magazines.

Trends in the management of magazine advertising sales. The budget should focus on cost management. For example, the cost of seeking information Expense for production Compensation administration Office administration Media change and the direction of the media in the future should be developed new media, such as applications. Learn how to use social media as a way to publish and increase readership. Creating new online media innovations in line with the needs of readers is a way to adapt to the survival of the organization

Keyword: Management, Advertising, Free Magazine, Day Poets Co., Ltd.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นิตยสารประเภทแจกฟรีกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาท่ามกลางกระแสสื่อสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก พัฒนาอย่างรวดเร็วและกำลังได้รับความนิยมจากผู้อ่านอย่างยิ่งโดยนิตยสารแจกฟรีจะจัดวางบริเวณสถานที่สำคัญๆตามแหล่งชุมชน บริษัท เดย์ โฟเอทส์ จำกัด ได้มีการดำเนินกิจการจนถึงปัจจุบัน โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่เสมอเพื่อให้ทันสมัยและรู้เท่าทันความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้บริหารได้เล็งเห็นการเปลี่ยนแปลงในอนาคตที่เปลี่ยนแปลงจากนิตยสารปกติ เป็นฟรีก็อปปี การศึกษาการบริหารงานของชายฝ่ายโฆษณา นิตยสารฟรีก็อปปี ของ บริษัท เดย์ โฟเอทส์ จำกัด ซึ่งมีรายได้จากการโฆษณาจึงมีความสำคัญและถือเป็นการบริหารงานชายโฆษณาเพื่อการอยู่รอดของนิตยสารแจกฟรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานชายฝ่ายโฆษณา นิตยสารฟรีก็อปปี ของบริษัท เดย์ โฟเอทส์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานชายฝ่ายโฆษณา นิตยสารฟรีก็อปปี ของบริษัท เดย์ โฟเอทส์ จำกัด
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มของการบริหารงานชายพื้นที่โฆษณาในนิตยสารฟรีก็อปปี ของบริษัท เดย์ โฟเอทส์ จำกัด

วิธีการวิจัย

ผู้ศึกษาได้เลือกใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้กลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์ที่เป็นกลุ่มผู้บริหาร และกลุ่มผู้ที่ปฏิบัติงานจริงและเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องหลักจากนั้น นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตีความภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยศึกษาจากการสัมภาษณ์ บุคคลแบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ตามข้อคำถามที่ผู้วิจัยกำหนดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาจัดแยกประเภท จัดกลุ่ม และ ทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้การวิเคราะห์ตามแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการวิเคราะห์และสรุปผล โดยแบ่งเนื้อหาเป็นส่วนๆ ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้

ผลการวิจัยและอภิปราย

ผลการวิจัยพบว่า ความสำเร็จในการขายโฆษณาในนิตยสารพีร็อกอปปี ของบริษัทเคย์ โพอเทส เป็นผลมาจากการบริหารงานขายฝ่ายโฆษณานิตยสารพีร็อกอปปี ของบริษัทเคย์ โพอเทส จำกัด ซึ่งมีองค์ประกอบในด้าน การบริการองค์การขาย การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย การจูงใจพนักงานขาย การคาดคะเนและการพยากรณ์การขาย และด้านกลยุทธ์ทางการแข่งขันกับคู่แข่ง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการบริหารงานขายฝ่ายโฆษณานิตยสารพีร็อกอปปี ของบริษัทเคย์ โพอเทส จำกัด โดยปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการบริหารงานขายฝ่ายโฆษณานิตยสารพีร็อกอปปี ได้แก่ แรงกดดันทางเศรษฐกิจ แรงกดดันทางการเมือง ด้านความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร และแหล่งข้อมูล เหตุการณ์และวัฒนธรรม และปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านเทคโนโลยี และด้านความสามารถทางวิชาชีพ โดยผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1.การบริการองค์การขาย (Managing Sales Organization)

การสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทีมขายโฆษณาประสบความสำเร็จ การที่องค์กรคัดเลือกพนักงานที่มีประสิทธิภาพย่อมส่งผลต่อผลลัพธ์ที่สำเร็จของบริษัท โดยการสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขายเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดที่เป็นกระบวนการและมีขั้นตอนต่าง ๆ ที่จะต้องดำเนินการต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบแต่ละขั้นตอนจะมีเทคนิคต่าง ๆ ที่จะแนะนำได้แต่การนำเทคนิคที่แนะนำให้ไปใช้ได้ผลนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถทักษะประสบการณ์ทรัพยากรองค์การและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของผู้บริหารงาน

การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานขาย สำหรับการบริหารงานขายโฆษณาในนิตยสาร แจกฟรี การฝึกอบรมการขายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่องค์กรต้องมี เพราะเป็นการสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัท คู่แข่ง สินค้า เทคนิคการขาย และทัศนคติต่อสังคม การฝึกอบรมการขายต้องกำหนดงบประมาณในการฝึกอบรมและผลลัพธ์ที่จะได้

การจูงใจพนักงานขาย เพื่อให้การขายบรรลุวัตถุประสงค์ ในด้านการจูงใจพนักงานขายเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารนิตยสารแจกฟรี ให้ความสำคัญกับองค์กรขายเป็นอย่างมาก เมื่อพนักงานฝ่ายขายโฆษณาเกิดแรงจูงใจในการทำงานเป็นข้อตกลงเพิ่มเติม ส่งผลให้ผลงานสามารถประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น และสามารถเกิดแรงผลักดันในการทำงาน โดยการจูงใจพนักงานขายหมายถึงการกระตุ้นจนกลายเป็นเหตุจูงใจให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมาโดยมีทิศทางมุ่งไปสู่เป้าหมายการทำงานทุกอย่างเกี่ยวกับคนจำเป็นต้องมีการเสริมสร้างขวัญกำลังใจและการจูงใจพนักงาน

การคาดคะเนและการพยากรณ์การขาย การพยากรณ์การขายหมายถึงการคาดคะเนหรือการทำนายหรือการประมาณการขายในรูปแบบของตัวเงินหรือจำนวนหน่วยที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การพยากรณ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อทุกองค์กรที่ดำเนินงานภายใต้ความไม่แน่นอน การตัดสินใจที่มีผลกระทบต่ออนาคตขององค์กร เพราะทุกองค์กรจะต้องวางแผนเพื่อรองรับสถานการณ์ในอนาคต

การกำหนดโควตาการขาย (Sales Quotas) แนวทางในการกำหนดโควตาการขายของนิตยสารแจกฟรีจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับนโยบายในการกำหนดโควตาการขาย การขายโฆษณาโดยใช้พนักงานขายต้องมีการคัดเลือกพนักงานที่เหมาะสมกับลูกค้าการคัดเลือกพนักงานขายที่มีนิสัยบุคลิกตรงกับลูกค้าเพื่อประโยชน์ในการปิดการขายการกำหนดโควตาการขาย โดยการกำหนดโควตาการขายเป็นการตั้งมาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างหนึ่ง ซึ่งทั้งใช้ได้เป็นการจูงใจและเป็นเครื่องมือในการวัดผลการปฏิบัติงาน

การควบคุมและการประเมินผลงาน การขายโฆษณาเพื่อให้องค์กรมีรายได้เพียงพอสำหรับรายจ่ายในแต่ละเดือน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและความสามารถของพนักงานขายที่มีความสามารถ การควบคุมและการประเมินผลงานเป็นการวัดผลการติดตามผลการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการขายของพนักงานขายในองค์กรเพื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้

2. ด้านกลยุทธ์ทางการแข่งขันกับคู่แข่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา

การกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการของธุรกิจนับเป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่สำคัญ เพราะจะเป็นตัววัดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันของธุรกิจที่ต่างกันในนโยบายในการกำหนดราคา

การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ (Innovation) เพื่อช่วยส่งเสริมการขาย และสร้างความแตกต่างให้กับนิตยสารแจกฟรีนิตยสารแจกควรมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสาร

ระหว่างผู้ผลิตกับลูกค้า เพื่อดึงดูดลูกค้าเป็นการใช้เทคโนโลยีมาช่วยหรืออาจเป็นการปรับปรุงเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใหม่ โดยการใช้เทคโนโลยีมาช่วยหรืออาจเป็นการปรับปรุงเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใหม่ เพื่อเสริมสร้าง ความพอใจให้กับลูกค้าในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับผู้อ่าน นิตยสาร

รูปแบบการบริการ ครอบคลุมถึงการบริการก่อนการขายและบริการหลังการขาย นิตยสารแจกฟรีควร ใช้กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้าตามความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองการบริการ ตามที่ลูกค้าโฆษณา ต้องการ

ด้านการตลาด การส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ การจัด กิจกรรมพิเศษ การสร้างและวางตำแหน่งตราสินค้าให้มีจุดเด่นตรงใจตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคเป้าหมาย โดยกลยุทธ์ทางการแข่งขัน สอดคล้องกับแนวคิดของ สมชาย ฤกษ์วิวัฒน์ (2541) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการขายด้วยการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการส่งเสริม การขายด้วยการรณรงค์แจกแถมเป็นระยะหรือเป็นครั้งคราวต่างก็เป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ต้องช่วงชิง ความได้เปรียบมาจากคู่แข่งการตลาดครอบคลุมแนวทางในการกำหนดตัวสินค้าให้สอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมาย

จากการวิจัยการประสบความสำเร็จในการบริหารองค์กรธุรกิจสิ่งสิ่งพิมพ์นิตยสารใน ปัจจุบันยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy) ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะในการประกอบธุรกิจสิ่งนิตยสารในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง และมี ตัวเลืกตลาดมาก ทั้งนี้การสร้างความแตกต่างและการรับรู้จะสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจนั้นต้อง อาศัยการสร้างและวางตำแหน่งตราสินค้าให้มีจุดเด่นตรงใจตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เป้าหมาย โดยกลยุทธ์ทางการแข่งขัน ประกอบด้วย ราคา (Pricing) การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ ใหม่ ๆ (Innovation) คุณภาพ (Quality) การบริการ (Service) การตลาด (Marketing) สาย ผลิตภัณฑ์ (Product Range) มาเป็นแนวทางการบริหารงานนิตยสารประเภทฟรีก็อปปีอันจะนำมา ซึ่งรายได้ที่องค์กรนิตยสารจำสามารถนำไปเป็นแนวทางให้นิตยสารดำเนินงานด้วยดี และเป็นแนวทาง ในการอธิบายโครงสร้างและกระบวนการของฝ่ายขายโฆษณาได้

3. ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการบริการงานขายฝ่ายโฆษณานิตยสารฟรีก็อปปี ของบริษัทเดย์ โฟเทสส์ จำกัด

ปัจจัยที่มีผลต่อการบริการงานขายฝ่ายโฆษณานิตยสารฟรีก็อปปี ของ บริษัท เดย์ โฟ เทสส์ จำกัด ประกอบด้วย 1. ปัจจัยภายในการจัดการ (Management) เทคโนโลยี (Technology) ความสามารถทางวิชาชีพ (Media Professional) ปัจจัยภายนอก แรงกดดันทางการเมืองและสังคม (Social and Political Pressure) แรงกดดันทางเศรษฐกิจ (Economic Pressure) แหล่งข้อมูล

เหตุการณ์และวัฒนธรรม (Events & Constant Information and Culture Supply) ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร (Audience Interest/ Demand)

โดยจากการวิจัยพบว่า กระบวนการทำงานหรือการผลิตสื่อของผู้ผลิตสื่อออนไลน์ล้วนต้องอยู่ภายใต้กรอบและข้อจำกัดจากปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น การควบคุมดูแลของรัฐ ภายใต้อำนาจของระบบธุรกิจทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่มองสื่อมวลชน ในฐานะที่เป็นระบบย่อย (Internal System) ระบบหนึ่งในระบบสังคม (Social System) ที่ดำเนินงานอยู่ภายใต้ระบบใหญ่ภายนอก (External System) จึงควรมีการพิจารณาปัจจัยทั้งสองด้านที่มีผลต่อการสร้างผลงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อ เนื่องจากองค์กรผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงถือได้ว่าเป็นสถาบันสังคมย่อยสถาบันหนึ่งในสังคม ดังนั้นการทำงานขององค์กรสื่อหนึ่ง ๆ จึงต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกอยู่ตลอดเวลา (อรทัย รุจิราธร, 2541, น. 21-22)

จากผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ เดนิส แมคควอล (Denis McQuail) ได้กล่าวถึงการบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชนว่าโดยทั่วไปสื่อมวลชนจะถูกควบคุมโดยปัจจัยต่าง ๆ ของสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กรดังนั้นสื่อมวลชนจึงไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระด้วยตัวของตัวเอง แต่ต้องดำเนินงานอยู่ท่ามกลางความกดดันจากตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และหลักการในการปฏิบัติขององค์กร (Denis McQuail, 2005, น. 280-281) ปัจจัยที่มีผลต่อการทำงานของแต่ละองค์กรสื่อมวลชนนั้น ประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญก็คือ

ปัจจัยภายในด้านการจัดการ การจัดสรรปัจจัยต่าง ๆ ที่เหมาะสมต่อการบริหารงานเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรอยู่รอด การบริหารงานแผนกโฆษณาอยู่ในธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มีการบริหารโครงสร้างหลักของแผนกโดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็น 2 ส่วน คือฝ่ายขายโฆษณา และ ฝ่ายผลิต โดยทั้งสองฝ่ายมีการจัดระบบการบริหารงาน อาศัยหลักบริหารในแผนกไปตามลำดับขั้นและมีการแบ่งอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างชัดเจน

ปัจจัยภายในด้านเทคโนโลยี การนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าจะช่วยสร้างความผูกพันกับลูกค้าได้อีกทางหนึ่ง และมีการปรับนโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลที่เน้นในเรื่องของการสร้างคนในองค์กรเป็น Creative & Innovative Learning House คือการทำงานคิดค้นริเริ่มสร้างสรรค์พัฒนาและกำกับกระบวนการผลิตด้วยความเชี่ยวชาญ

ปัจจัยภายในด้านความสามารถทางวิชาชีพ ด้านความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และประสพการณ์ของการทำงานในแต่ละฝ่าย ด้านประสพการณ์ของพนักงานขายมีผลต่อการดำเนินงานฝ่ายโฆษณาเป็นอย่างมาก และอีกประการที่ฝ่ายขายโฆษณาให้ความสำคัญคือ ความสนใจกระตือรือร้นในการทำงาน มีความต้องการที่จะฝึกฝนพัฒนาตนเองอยู่เสมอ

ปัจจัยภายนอก แรงกดดันทางการเมืองและสังคม จากการศึกษาพบว่า มีผลโดยตรงไม่ว่าจะเป็นเรื่องกฎหมาย ข้อบังคับ พระราชบัญญัติ ต่าง ๆ หรือแม้แต่ปัญหาทางการเมือง การนำเสนอ

ประเด็นการเมือง หรือโฆษณาที่ไม่เหมาะสม เป็นสิ่งที่ไม่ควรนำมาเสนอ ทั้งนี้หากต้องถูกควบคุมหรือตรวจสอบโดยกฎหมาย พระราชบัญญัติ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ทำให้มีผลกระทบต่อการทำงาน และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอออกไป เป็นสิ่งที่ผู้บริหารหนังสือแจกฟรีต้องให้ความสำคัญสอดคล้องกับแนวคิดของ เดนิส แมคควอล (Denis McQuail) ได้กล่าวถึง การบริหารงานองค์กรสื่อสารมวลชนว่า โดยทั่วไปสื่อมวลชนจะถูกควบคุมโดยปัจจัยต่าง ๆ ของสังคมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้น สื่อมวลชนจึงไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระด้วยตัวของตัวเอง แต่ต้องดำเนินงานอยู่ท่ามกลางความกดดันจากตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้

แรงกดดันทางเศรษฐกิจ แรงกดดันทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยคู่แข่งและผู้โฆษณาที่ การดำเนินงานจำเป็นต้องรู้คู่แข่ง ตรวจสอบหนังสือแจกฟรีที่มีรูปแบบเดียวกัน แม้ว่าคู่แข่งของ หนังสือแจกฟรีจะมีไม่มากนักแต่การเข้ามาของสื่อใหม่ต้นทุนต่ำได้แก่สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีเนื้อหาส่งตรง เข้าถึงง่าย และรวดเร็ว ฉับไว เป็นทางเลือกใหม่ของผู้อ่านที่มีผลต่อความอยู่รอดของนิตยสารแจกฟรี

แหล่งข้อมูล เหตุการณ์และวัฒนธรรม การผลิตงานนิตยสารแจกฟรี ถือเป็นหนึ่งใน ผลผลิตของส่วนร่วมที่ทำให้คนในสังคมได้เรียนรู้ ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงและโดยอ้อมต่อกระบวนการผลิต ซึ่งเป็นหน้าที่ผู้ผลิตสื่อ ที่จะต้องนำเสนอผลงานออกมาให้สอดคล้องกับความเชื่อถือระเบียบ ประเพณีของคนในสังคม

ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร ปัจจุบันความสนใจและความต้องการของ ผู้รับสารมีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก ผู้รับสารไม่นิยมถือสิ่งพิมพ์และมีระยะเวลาในการอ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ค่อนข้างน้อย การเปลี่ยนสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จะสามารถ ดึงดูดความสนใจให้ผู้อ่านได้สนใจและใช้เวลากับนิตยสารออนไลน์ได้มาก สอดคล้องกับแนวคิดของ

4. ด้านแนวโน้มของการบริหารงานขายพื้นที่โฆษณาในนิตยสาร ฟรีก็อปปี ของบริษัทเคย์ โพอเทส์ จำกัด

เนื่องจากแนวโน้มของสื่อในอนาคตที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นิตยสารแจกฟรี จึงควรมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในสถานการณ์ที่เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ในอนาคตอาจต้องพัฒนาสื่อออนไลน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการการรับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วของผู้อ่าน การพัฒนาสื่อใหม่ เช่นแอปพลิเคชันเป็นของตัวเองจึงน่าจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อให้อีกรอดอยู่ในสถานะปัจจุบันและอนาคตการเข้ามาของสื่อออนไลน์ หากผู้บริหารนิตยสารสามารถปรับตัวให้ เข้าสู่การการเข้ามาของเทคโนโลยีสื่อใหม่ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ รู้จักการนำสื่อสังคมมีเดียมาใช้เป็น ช่องทางในการเผยแพร่และเพิ่มจำนวนผู้อ่าน การสร้างนวัตกรรมสื่อออนไลน์ในรูปแบบใหม่ๆ ที่ สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านจะเป็นแนวทางปรับตัวเพื่อความอยู่รอดขององค์กร

สรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทางวิชาชีพ

1. การให้ความสำคัญกับการวางแผนระยะยาว จะช่วยให้ฝ่ายขายโฆษณาทราบถึงแนวทางการดำเนินงานที่แน่นอน และช่วยลดปัญหาในการทำงานที่จะเกิดขึ้นน้อยที่สุด นอกจากนี้ควรจัดให้มีการสัมมนาประจำปีเพื่อช่วยให้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรทราบถึงปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้น เพื่อข้อมูลที่ได้จากการอภิปรายไปพัฒนาในการวางแผนและการควบคุมที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การบริหารต้นทุนการผลิต เช่นค่าใช้จ่ายในการแสวงหาข่าวสารข้อมูล ค่าใช้จ่ายในการผลิต การบริหารค่าตอบแทน การบริหารสำนักงาน หากสามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้ จะช่วยให้องค์กรสื่อสารแจกฟรีสามารถอยู่รอดได้

3. เนื่องจากแนวโน้มของสื่อในอนาคตที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นิตยสารแจกฟรี จึงควรมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในสถานการณ์ที่เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ในอนาคตอาจต้องพัฒนาสื่อออนไลน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการการรับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วของผู้อ่าน การพัฒนาสื่อใหม่เช่นแอปพลิเคชันเป็นของตัวเอง หรือเว็บไซต์ จึงน่าจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับนิตยสารแจกฟรีเพื่อให้องค์กรอยู่รอดในสภาวะปัจจุบันและอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรการวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมการอ่านนิตยสารแจกฟรีของผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย เช่น วัยทำงาน วัยเรียน ผู้สูงอายุ เพื่อที่จะได้เห็นมุมมองในส่วนของผู้รับสาร ซึ่งมีผลต่อผู้ส่งสารได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาที่ต้องการอ่านจากหนังสือแจกฟรีของผู้อ่าน ตามความสนใจที่หลากหลายเช่น ข่าวรายวัน ข่าวบันเทิง กีฬา หรือวาไรตี้

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอื่นๆ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิด และเทคนิค. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท . (2544). กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: วังอักษร
- ทวีศักดิ์ สุวคนธ์. 2544. บริหารงานขาย. กรุงเทพฯ-มหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ปัทมวัลย์ ยะคะเสม.2555. การบริหารงานฝ่ายขายโฆษณาในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของนิตสาร สตรี. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาบริหารสื่อสารมวลชน
- สมใจ บุญทานนท์. (2542). การบริหารงานขาย. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- สุธิดา ศิริสุวรรณ. 2550. การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารแจกพีรายเดือนใน จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2547. สื่อมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- FREE COPY ปักันแหลก. (2551, 26-28 มีนาคม). สยามธุรกิจ, 25, 26.

หนังสือ

- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. (2527). นิตยสาร. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยรามคำแหง.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์และคนอื่นๆ. (2550). สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2541). วิสัยทัศน์ประเทศไทย ปี2000. กรุงเทพฯ : มติชน.
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2550). การออกแบบสิ่งพิมพ์.กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Books

- Foges, C. (1999). Magazine design. Crans-Pres-Celigny, Switzerland: RotoVision SA.
- Click, J. W. & Baird, R. (1990). Magazine editing and production. Dubuque, IO: W.M. C. Brown.
- McQuail , Dennis 2005. McQuail s Mass Communication Theory. London : Sage.