

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	7
1.5 นิยามศัพท์	7
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>8</b>
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	8
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา	17
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>18</b>
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	18
3.2 ข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล	19
3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	20
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>23</b>
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสถานบันเทิงและลักษณะของสถานบันเทิง	23
4.2 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	27

4.3	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะของสถานบันเทิงกับพฤติกรรมการใช้สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	32
4.4	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาแต่ละประเภทของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	39
4.5	ความพึงพอใจรวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณาแต่ละประเภท	62
บทที่ 5	สรุปและข้อเสนอแนะ	89
5.1	สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสถานบันเทิงและลักษณะของสถานบันเทิง	89
5.2	สรุปพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อโฆษณาของสถานบันเทิง	89
5.3	สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาแต่ละประเภทของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	90
5.4	สรุปความพึงพอใจรวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณาแต่ละประเภท	91
5.5	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	94
เอกสารอ้างอิง		96
ภาคผนวก		98
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	99

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด ตามราคาประจำปีจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2546 – 2550	1
1.2 แสดงสถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลตั้งใหม่ ประเภทโรงแรมและภัตตาคารจังหวัดเชียงใหม่ ปีพ.ศ. 2548 - 2551	4
4.1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	24
4.2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานบันเทิงของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิง	25
4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานบันเทิงของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามจำนวนพนักงานของสถานบันเทิง	25
4.4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานบันเทิงของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามจำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิง	26
4.5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของสถานบันเทิงของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามเวลาปิดของสถานบันเทิง	27
4.6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามประเภทสื่อโฆษณาที่เคยใช้	28
4.7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามประเภทสื่อโฆษณาที่ใช้ในปัจจุบัน	28
4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้สื่อโฆษณาแต่ละประเภท	30
4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณา	31
4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงจำแนกตามงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณา	32

4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิงกับพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณา	34
4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิงกับงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณา	35
4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิงกับพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณา	37
4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิงกับงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณา	38
4.15 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	40
4.16 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	41
4.17 แสดงปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	42
4.18 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	43
4.19 แสดงปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	44
4.20 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	45
4.21 แสดงปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	46
4.22 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	47
4.23 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	48

4.24 แสดงปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	49
4.25 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	50
4.26 แสดงปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	51
4.27 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	52
4.28 แสดงปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	53
4.29 แสดงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	54
4.30 แสดงปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	56
4.31 แสดงปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	57
4.32 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	58
4.33 แสดงปัจจัยด้านบุคลากรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	59
4.34 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	60
4.35 แสดงปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	61



4.50 แสดงระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อ สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง ที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา	79
4.51 แสดงระดับความพึงพอใจในด้านราคาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง ที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา	80
4.52 แสดงระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการสถาน บันเทิงที่มีต่อสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง ที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา	81
4.53 แสดงระดับความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการสถานบันเทิง ที่มีต่อสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง ที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา	82
4.54 แสดงระดับความพึงพอใจในด้านบุคลากรของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง ที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา	83
4.55 แสดงระดับความพึงพอใจในด้านกระบวนการของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อ สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง ที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา	84
4.56 แสดงระดับความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อ สื่ออื่น ๆ เช่น สื่อโฆษณากลางแจ้ง ที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา	85
4.57 แสดงปัญหาในด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงในการเลือกใช้สื่อโฆษณา แต่ละประเภท	87
5.1 แสดงคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้สื่อแต่ละประเภทของผู้ประกอบการสถานบันเทิง	91
5.2 แสดงระดับความพึงพอใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ สถานบันเทิงที่มีต่อสื่อแต่ละประเภท	92