

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

โลกปัจจุบันมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การรับรู้ข่าวสารจึงเป็นเรื่องที่จำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการรับรู้ข่าวสารมีหลายวิธี และด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สื่อต่างๆ มีการพัฒนาขึ้นมาก ปัจจุบันผู้บริโภคมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความรู้ จากสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ที่ให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความคิดเห็นหรือการชักจูง รวมไปถึงการให้ความรู้และบันเทิง สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดที่ต้องการสื่อสารให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการของตนเองถึงผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้มีสื่อและวิธีการนำสื่อไปยังผู้บริโภคหลายรูปแบบ ดังนั้นบุคคลจึงมีพฤติกรรมการเลือกรับรู้ข่าวสารบางส่วน ที่ตนสนใจและมีประโยชน์เท่านั้น ซึ่งสื่อมวลชนประกอบไปด้วย วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ เป็นต้น (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2529)

จังหวัดลำพูนเป็นจังหวัดที่อยู่ติดกับจังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรทั้งสิ้น 405,157 คน ชาย 197,719 คน หญิง 207,438 คน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2550 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2550: ออนไลน์) นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2526 เพื่อตอบสนองนโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) ซึ่งกำหนดให้มีการกระจายการพัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ด้วยความเหมาะสมหลายประการ ทั้งทางด้านสาธารณูปโภค แรงงาน วัตถุประสงค์ทางการเกษตร ระบบสื่อสาร และการคมนาคม (สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ, 2547: ออนไลน์) ทำให้ปัจจุบันมีโรงงานที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือที่เปิดดำเนินการ 64 โรงงาน ใน 8 อุตสาหกรรม มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ปี 2546 มีพนักงานจำนวน 37,031 คน และเพิ่มขึ้นเป็น 42,964 คน ในปี 2549 (สำนักงานนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ, 2550: ออนไลน์) รายได้เฉลี่ยต่อปี 2550 ต่อคน อยู่ที่ 138,164 บาท สูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของภาคเหนือ (สำนักงานสถิติจังหวัดลำพูน, 2550: ออนไลน์) นอกจากนี้หากดูตัวเลขการลงทุนด้านอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ในช่วงปี 2542-2549 พบว่า มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ ปี 2544 เป็นต้นมา โดยเฉพาะในระยะ 1-2 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีการลงทุนของภาคธุรกิจเพิ่มมากขึ้นบริเวณโดยรอบเขตนิคมอุตสาหกรรม ซึ่งส่วน

ใหญ่เป็นการลงทุนค่อนข้างครบวงจรเพื่อรองรับกำลังซื้อกว่า 50,000 คน ไม่ว่าจะเป็นแม่โคร บิ๊กซี และเทสโก้ โลตัส (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551: ออนไลน์) แสดงให้เห็นกลุ่มพนักงานที่ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมมีรายได้สูง และมีกำลังซื้อค่อนข้างมาก ถือว่าเป็นกลุ่มที่น่าสนใจที่สมควรจะทำตลาดกับคนกลุ่มนี้

จากเหตุผลดังกล่าว จะเห็นได้ว่าสภาพเศรษฐกิจในจังหวัดลำพูนที่มีการขยายตัวสูง ส่งผลให้พนักงานในนิคมอุตสาหกรรมมีกำลังซื้อสูง การเปิดรับสื่อต่างๆ ก็ย่อมมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ผู้ศึกษาจึงต้องการทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารความรู้ การเลือกเนื้อหาและประโยชน์จากสื่อมวลชนอย่างไร เพื่อนักการตลาดจะได้สื่อสารออกมาตอบสนองตามความต้องการ และนำไปปรับปรุงวิธีการสื่อสารให้เข้ากับผู้บริโภคกลุ่มนี้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน
2. บริษัทต่างๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทางประกอบการพิจารณา เพื่อพัฒนาและปรับปรุงเครื่องมือการสื่อสาร เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ได้อย่างเหมาะสม

นิยามศัพท์

พฤติกรรมกรเปิดรับ หมายถึง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ซึ่งวัดจาก ความถี่ ช่วงเวลา ระยะเวลาที่ใช้ ในการเปิดรับสื่อแต่ละประเภท พร้อมทั้งเหตุผลในการเปิดรับสื่อ

สื่อ หมายถึง สื่อหรือช่องทางต่างๆ ที่จะรับข่าวสารจากผู้ส่ง ไปยังผู้รับโดยแบ่งเป็น ประเภทได้ดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร สื่อกระจายเสียง ได้แก่วิทยุ หรือ โทรทัศน์ การรับชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ และสื่อยุคสมัยใหม่ ได้แก่สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่ง รวมถึงบริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ ออนไลน์แมกกาซีน เว็บเรดิโอ เว็บทีวี การส่งข้อความแบบตัวอักษร (SMS) และการส่งข้อความภาพ (MMS)

นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ หมายถึง กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมทั้ง 9 อุตสาหกรรม ที่ตั้งอยู่ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือลำพูน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved