ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวอัครารัฐ โกศัย

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.วัชรี พฤกษิกานนท์	ประธานกรรมการ
รศ.ดร.วีนัส ฤาชัย	กรรมการ
ผศ.ดร.อัญชลี เจ็งเจริญ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อโฆษณา และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อโฆษณา รวมถึงความพึงพอใจของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินการวิจัยเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่ปิดให้บริการหลังเที่ยงคืน 44 ราย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ โดยการแจกแจง 2 ทาง สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 25 - 40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิงมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 1,500,001 บาท มีการจ้างพนักงานมากกว่า 30 คนและมีการใช้จำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิงประมาณ 5,000,001 – 10,000,000 บาทรวมถึงปิดให้บริการเวลา 1 นาฬิกาโดยประมาณของทุกคืน

ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อโฆษณาของสถานบันเทิงส่วนใหญ่จะใช้งบประมาณต่อปีในการใช้สื่อโฆษณามากกว่า 50,000 บาท และใช้ระยะเวลามากกว่า 1 ปีถึงจะมีการเปลี่ยนแปลงการใช้สื่อโฆษณา ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการสถานบันเทิงจะเลือกใช้สื่อโฆษณาประเภท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สื่อสิ่งพิมพ์ เหตุผลสำคัญที่ตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์คือ สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นส่วนใหญ่

ผลการทดสอบความสัมพันธ์โดยอาศัยการทดสอบไคสแควร์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิงและจำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณารวมถึงไม่มีความสัมพันธ์กับงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณา

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง พบว่า ปัจจัยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับด้านความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากร สำหรับการใช้สื่อกระจายภาพ และเสียง พบว่าปัจจัยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับด้านความถี่ สีสัน การเคลื่อนไหวและเสียงของสื่อกระจายภาพและเสียง และสุดท้ายในการใช้สื่ออื่น ๆ พบว่า ปัจจัยที่ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ โดยให้ความสำคัญกับด้านความรวดเร็วในการผลิตสื่อโฆษณา

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณา พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้ให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมาก โดยเฉพาะในด้านประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากร ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อกระจายภาพและเสียง ผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้ให้ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมาก โดยเฉพาะในด้านความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากร และความพึงพอใจที่มีต่อสื่ออื่น ๆ ผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้ให้ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการมาก โดยเฉพาะในด้านความรวดเร็วในการผลิตสื่อโฆษณา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Behavior and Satisfaction of Advertising Choices for Entertainment Businesses in Mueang District, Chiang Mai Province

Author Ms. Aukkararat Kosai

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc.Prof.Watcharee Prugsiganont Chairperson

Assoc.Prof.Dr.Venus Rauechai Member

Asst.Prof.Dr.Anchalee Jengjalean Member

ABSTRACT

The purposes of this independent study were to investigate the behavior, factors and satisfaction of advertising choices for entertainment businesses in Mueang District, Chiang Mai Province. Data were drawn from 44 entertainment businesses closing regularly after midnight in Mueang District, Chiang Mai Province. The statistical instruments included descriptive statistics, frequencies, percentage, arithmetic mean, and two-tailed chi-square. The findings are as follows.

Most entertainment business people were males, 25 – 40 years old, with a bachelor degree. The entertainment businesses had an average income of more than 1,500,001 baht per month. There were more than 30 staff and the investment was between 5,000,001 – 10,000,000 baht. Most of the entertainment businesses regularly closed at 1 a.m. every night.

The majority of the entertainment businesses nested approximately 50,000 baht per year in advertising, and the time to alternate the types of the advertising lasted for a year. The printing advertisement was mostly chosen by the entertainment business people. The main reason for selecting the choices of advertising was the accessibility to the target consumers.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

The results of chi-square test at 0.05 level of significant revealed that the average of monthly incomes and the investment of entertainment businesses did not relate significantly to their behavior of changing advertising choices and yearly investment in advertising.

The study of factor affecting decision making to choose choices of advertisement showed that in selecting printing advertisement the first priority was personnel focusing on the staff specialization. when selecting visual and audio broadcast, the first priority was the product focusing on frequencies, colours, animation, and audio. In selecting other advertising choices, the first priority was the process focusing on the speed of the advertisement producing.

The results of the investigation of the satisfaction of advertising choices for entertainment businesses illustrated that the personnel experience of printing advertisement was satisfied the most and the satisfaction with visual and audio broadcast, the staff specialization was satisfied the most. The satisfaction with other types of advertisement including speed of producing advertisement was also satisfactory.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved