

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาและ ความพึงพอใจรวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณา โดยในบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการสอบถามผู้ประกอบการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่ยื่นคำขอต่ออายุใบอนุญาตประจำปี 2551 และได้รับการอนุญาตให้เปิดบริการหลังเที่ยงคืนได้ และขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 44 ราย จากประชากรทั้งสิ้น 86 รายที่ยื่นคำขอต่ออายุใบอนุญาตประจำปี 2551 และได้รับการอนุญาตให้เปิดบริการหลังเที่ยงคืนได้ ซึ่งแบ่งการสรุปผลการศึกษาออกเป็นดังนี้

5.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสถานบันเทิง และลักษณะของสถานบันเทิง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่าง 25 – 40 ปี และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิงมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 1,500,001 บาทและสถานบันเทิงส่วนใหญ่มีการจ้างพนักงานมากกว่า 30 คน ส่วนจำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิงส่วนใหญ่อยู่ที่ประมาณ 5,000,001 – 10,000,000 บาท และสถานบันเทิงของผู้ประกอบการสถานบันเทิงมีการเปิดให้บริการเวลา 1 นาฬิกาโดยประมาณของทุกคืน

5.2 สรุปพฤติกรรมการใช้สื่อโฆษณาของสถานบันเทิง

สำหรับการใช้สื่อโฆษณาของสถานบันเทิงจะใช้งบประมาณต่อปีในการใช้สื่อโฆษณาที่มากกว่า 50,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ และจะใช้ระยะเวลามากกว่า 1 ปีถึงจะมีการเปลี่ยนแปลงการใช้สื่อโฆษณา ซึ่งส่วนมากคือสิ่งพิมพ์ เช่นสื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารจะเป็นสื่อที่ผู้ประกอบการสถานบันเทิงเคยใช้มาก่อนและปัจจุบันก็ยังคงเป็นสื่อโฆษณาที่ผู้ประกอบการสถานบันเทิงให้ความสำคัญ

ไว้วางใจและเลือกให้อยู่โดยส่วนมากเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นส่วนใหญ่และความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิงกับพฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณาและงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณา จากการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณา และไม่มีความสัมพันธ์กับงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณา นั่นคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสถานบันเทิงที่มีความแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณาและงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณาที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิงกับพฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณาและงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณา จากการศึกษาพบว่า จำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิงไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงและไม่มีความสัมพันธ์กับงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณา นั่นคือ จำนวนเงินลงทุนของสถานบันเทิงที่มีความแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้สื่อโฆษณาและงบประมาณต่อปีที่ใช้ในการใช้สื่อโฆษณาที่ไม่แตกต่างกัน

5.3 สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาแต่ละประเภท ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง

การศึกษาคั้งนี้ได้แบ่งสื่อโฆษณาออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทแรกสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ประเภทที่สองสื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ และประเภทที่สามสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อกลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง ผู้ประกอบการสถานบันเทิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 2.73 และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะดูที่ความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากรในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ว่าบุคลากรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีความชำนาญในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์มากน้อยเพียงใด ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อกระจายภาพและเสียงของผู้ประกอบการสถานบันเทิง ผู้ประกอบการสถานบันเทิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 2.95 และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านความถี่ สี สัน การเคลื่อนไหวและเสียงของสื่อกระจายภาพและเสียง ว่าสื่อกระจายภาพและเสียงนั้นมีคุณภาพของความถี่ สี สัน การเคลื่อนไหวมีความชัดเจนมากน้อยเพียงใด และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้สื่ออื่น ๆ ของผู้ประกอบการสถานบันเทิง ผู้ประกอบการสถานบันเทิงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะดูที่ความรวดเร็วในการทำงานของผู้ผลิตสื่อ ว่ามีความรวดเร็วในการทำงานหรือไม่ ใช้เวลาในกระบวนการผลิตสื่อมากน้อยเพียงใด ตรงต่อเวลาหรือไม่ ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 แสดงคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทของผู้ประกอบการสถานบันเทิง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้สื่อโฆษณาของ ผู้ประกอบการสถานบันเทิง	คะแนนเฉลี่ยรวมของสื่อแต่ละประเภท		
	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อกระจายภาพ และเสียง	สื่ออื่น ๆ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.63 (มาก)	2.95 (มาก)	2.66 (มาก)
ด้านราคา	2.42 (ปานกลาง)	2.50 (มาก)	2.55 (มาก)
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย	2.51 (มาก)	2.65 (มาก)	2.47 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.44 (ปานกลาง)	2.70 (มาก)	2.26 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	2.73 (มาก)	2.70 (มาก)	2.62 (มาก)
ด้านกระบวนการ	2.71 (มาก)	2.73 (มาก)	2.76 (มาก)
ด้านการให้บริการ	2.68 (มาก)	2.53 (มาก)	2.48 (ปานกลาง)

5.4 สรุปความพึงพอใจรวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณาแต่ละประเภท

การศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งสื่อโฆษณาออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทแรกสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ประเภทที่สองสื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและโรงภาพยนตร์ และประเภทที่สามสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อกลางแจ้งที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา ซึ่งผลการศึกษาความพึงพอใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อแต่ละประเภทเป็นดังนี้

5.4.1 สรุปความพึงพอใจของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายภาพและเสียง และสื่ออื่น ๆ

ความพึงพอใจของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้ให้ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในด้านบุคลากรในระดับมาก เท่ากับ 2.61 และ โดยเฉพาะในด้านประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีประสิทธิภาพในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์มานาน ส่วนความพึงพอใจของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อกระจายภาพและเสียง ผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้ให้ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในด้านบุคลากรในระดับมาก เท่ากับ 2.77 และ โดยเฉพาะความชำนาญเฉพาะด้านของผู้ผลิตสื่อกระจายภาพและเสียง เนื่องจากผู้ผลิตสื่อกระจายภาพและเสียงมีความชำนาญงานในด้านการผลิตสื่อกระจายภาพและเสียงเป็นอย่างมาก และความพึงพอใจของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่ออื่น ๆ ผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้ให้ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในด้านกระบวนการในระดับปานกลาง เท่ากับ 2.49 และ โดยเฉพาะผู้ผลิตสื่อมีความรวดเร็วในการผลิตสื่อเป็นอย่างมาก ส่งงานตรงตามเวลา ดังตาราง 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงระดับความพึงพอใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อแต่ละประเภท

ความพึงพอใจในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณา	ระดับความพึงพอใจเฉลี่ยรวมของสื่อแต่ละประเภท		
	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่อกระจายภาพและเสียง	สื่ออื่น ๆ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.30 (ปานกลาง)	2.63 (มาก)	2.38 (ปานกลาง)
ด้านราคา	2.17 (ปานกลาง)	2.15 (ปานกลาง)	2.25 (ปานกลาง)
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย	2.46 (ปานกลาง)	2.55 (มาก)	2.39 (ปานกลาง)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.69 (ปานกลาง)	1.97 (ปานกลาง)	1.79 (ปานกลาง)
ด้านบุคลากร	2.61 (มาก)	2.77 (มาก)	2.43 (ปานกลาง)
ด้านกระบวนการ	2.35 (ปานกลาง)	2.60 (มาก)	2.49 (ปานกลาง)
ด้านการให้บริการ	2.25 (ปานกลาง)	2.40 (ปานกลาง)	2.20 (ปานกลาง)

5.4.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณาแต่ละประเภท

ปัญหาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์ เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านราคา ด้านระบบการจัดการของสื่อโฆษณา ด้านคุณภาพและมาตรฐาน ด้านการครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ด้านประสิทธิภาพในการทำงานของสื่อโฆษณาและ ด้านการให้บริการ

ปัญหาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อกระจายภาพและเสียง เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านราคา ด้านระบบการจัดการของสื่อโฆษณา ด้านการครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย และด้านการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพในการทำงานของสื่อโฆษณา

ปัญหาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่ออื่นๆ เรียงตามลำดับได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพในการทำงานของสื่อโฆษณา ด้านการครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย ด้านราคา และด้านคุณภาพและมาตรฐาน

ดังนั้นปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายภาพและเสียงส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาในด้านราคา เนื่องจากราคาในการใช้สื่อโฆษณาเหล่านี้ค่อนข้างจะมีราคาที่สูงมาก เช่น ราคาในการลงโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ ในหน้าหนังสือพิมพ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการสถานบันเทิงนั้น มีราคาที่สูงมาก ส่วนใหญ่อัตราค่าลงโฆษณาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะอยู่ที่ประมาณ 42,500 บาทต่อหน้ากระดาษแบบเต็มหน้า (ขาว – ดำ) ต่อวัน ประมาณ 25,000 บาทต่อหน้ากระดาษแบบครึ่งหน้า (ขาว – ดำ) ต่อวัน หรือประมาณคอลัมน์นิ้วละ 220 บาทต่อวัน และแบบ 4 สี ประมาณ 60,000 บาทต่อหน้ากระดาษแบบเต็มหน้า ต่อวัน ประมาณ 35,000 บาทต่อหน้ากระดาษแบบครึ่งหน้าต่อวัน หรือประมาณคอลัมน์นิ้วละ 400 บาทต่อวัน เป็นต้น

ส่วนปัญหาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่ที่มีต่อสื่ออื่น ๆ ที่ได้แก่ ป้ายโฆษณา จะเป็นปัญหาในการให้บริการ เนื่องจากผู้ผลิตสื่อป้ายโฆษณาไม่มีบริการหลังการขาย ไม่มีการบำรุงรักษาหรือ ไม่มีบริการตรวจเช็คสภาพป้ายโฆษณาให้แก่ผู้ประกอบการสถานบันเทิง

และข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อสื่อโฆษณาแต่ละประเภท

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

1) ควรจะปรับปรุงในเรื่องของรูปแบบการจัดทำสื่อให้มีความแตกต่างและทันสมัย

2) ควรจะปรับปรุงในเรื่องของราคา เพื่อลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการสถาน
บ้านเทิง

3) ควรจะปรับปรุงในเรื่องของเทคโนโลยีในการผลิตสื่อ ควรนำเทคโนโลยี
ใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการผลิตเพื่อให้ได้สื่อที่ดีที่สุด

4) ควรมีการจัดการอบรมให้ความรู้ให้กับผู้ทำสื่อ หรือจัดทำเป็นชมรมของ
การทำสื่อต่างๆ เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ให้มีความทันสมัยตลอดเวลา

ด้านสื่อกระจายภาพและเสียง เช่น สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และโรงภาพยนตร์

1) ควรมีเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยเพื่อที่จะสามารถส่งสัญญาณให้ครอบคลุมทั่วทั้ง
จังหวัดเชียงใหม่

2) ควรจะปรับปรุงด้านราคา ในบางช่วงเวลาที่แพงเกินไป

3) ควรมีการสำรวจผลตอบรับของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่บริโภคสื่อกระจาย

ภาพและเสียง

ด้านสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อกลางแจ้ง

1) ควรมีบริการหลังการขาย เพื่อบำรุงรักษา ตรวจสอบสภาพสื่อเป็นประจำ

2) ควรจะปรับปรุงในเรื่องของเทคโนโลยีในการผลิตสื่อ ควรนำเทคโนโลยี

ใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการผลิต เพื่อให้ได้สื่อที่ดี มีสีสันที่โดดเด่น เห็นแล้วสามารถจดจำได้ง่าย

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.5.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้สื่อโฆษณาของ
ผู้ประกอบการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าทำให้ทราบ
ถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิง ความพึงพอใจรวมถึงปัญหาและ
ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่มีต่อสื่อโฆษณา ดังนั้นควรจะนำไปใช้ให้เกิด
ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณา ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับปรุง
แก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการตลาดให้ตรงกับความ
ต้องการของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่ต้องการใช้สื่อโฆษณาในอนาคต ดังข้อเสนอแนะต่อไปนี้

1. จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการสถานบันเทิงส่วนใหญ่จะเลือกใช้สื่อ
สิ่งพิมพ์เพราะเห็นว่าสื่อสิ่งพิมพ์สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นส่วนใหญ่ และจะพิจารณา
ในเรื่องของปัจจัยด้านบุคลากรมาเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณาน่าจะเน้น

เรื่องของบุคลากร โดยเฉพาะทางด้านความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากร ควรมีการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรเป็นประจำ เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ และเพื่อให้มีความรู้ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตสื่อในรูปแบบที่ทันสมัยมากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการสถานบันเทิงและเป็นการดึงดูดใจให้กับกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงให้กลับมาใช้สื่อโฆษณาซ้ำอีก ก่อให้เกิดการแนะนำหรือการโฆษณาแบบปากต่อปากในวงจรรธุรกิจสถานบันเทิง ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุด ส่วนในด้านราคาการลงโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์น่าจะเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสื่อ โดยไม่ควรมีราคาที่สูงเกินไป ควรกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ สามารถต่อรองราคาได้ และน่าจะมีส่วนลด แลก แจก แถม ให้กับผู้ประกอบการสถานบันเทิงทั้งรายเก่าและรายใหม่ที่เข้ามาใช้บริการของธุรกิจสื่อโฆษณา เพื่อจะช่วยส่งเสริมให้มีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น

2. ผู้ประกอบการธุรกิจสื่อโฆษณาควรมีการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้สื่อโฆษณาแต่ละประเภทของสถานบันเทิงอย่างละเอียดและต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาและควรให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสถานบันเทิงอย่างจริงจัง เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการสถานบันเทิงได้อย่างถูกต้อง

5.5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้สื่อโฆษณาของผู้ประกอบการสถานบันเทิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ จำนวนของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการสถานบันเทิงยังมีน้อยและสถานบันเทิงบางแห่งได้ปิดกิจการไปบางส่วน ซึ่งข้อมูลผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ทำการยื่นคำขอต่ออายุใบอนุญาตประจำปี 2551 และได้รับการอนุญาตให้ปิดบริการหลังเที่ยงคืนได้ ซึ่งเป็นข้อมูลของปี 2551 ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีจำนวนของกลุ่มผู้ประกอบการสถานบันเทิงเพิ่มมากขึ้นกว่านี้ และควรทำการสำรวจด้วยข้อมูลของผู้ประกอบการสถานบันเทิงที่ยื่นคำขอต่ออายุใบอนุญาต และได้รับการอนุญาตให้ปิดบริการหลังเที่ยงคืนได้ ที่เป็นข้อมูลในปีปัจจุบัน รวมถึงผู้สนใจควรคำนึงถึงระยะเวลาและฤดูกาลในการเก็บข้อมูลด้วย โดยควรมีการเก็บข้อมูลตลอดปี เพื่อดูผลความแตกต่างระหว่างฤดูกาลของการท่องเที่ยวด้วยว่าช่วง High season กับช่วง Low season มีผลต่อการใช้สื่อโฆษณามากน้อยเพียงใด เพื่อสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ให้ดียิ่งขึ้น