

- ชื่อเรื่อง : การเลือกรับข่าวสารและการรับรู้สื่อโฆษณาในงานมหกรรมพืชสวนโลก
เฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2554 ของประชากรในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่
- ผู้จัดทำ : นางสาวภรธร ศรีเลี้ยงบุญ
- หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่
ประเทศไทย
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.เทียน เสรวมัญ
- วันที่อนุมัติผลงาน : 5 มีนาคม 2555
- จำนวนหน้า : 79 หน้า
- คำสำคัญ : การเลือกรับข่าวสารและการรับรู้สื่อโฆษณา

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การเลือกรับข่าวสารและการรับรู้สื่อโฆษณาในงานมหกรรมพืชสวนโลก
เฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2554 ของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์
เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อโฆษณาในงานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2554 ของ
ประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับ
ข่าวสารทั่วไป ของประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 280 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบตามสะดวก การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิง
ปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ค่าสถิติใน
การวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน
แบบ t-test จำแนกตามเพศชายและเพศหญิง

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี
การศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยโดยรวมต่ำกว่า
5,000 บาท

กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสาร ที่มีผลต่อการเลือกรับรู้หรือสนใจสื่อ
มีผลการศึกษาดังนี้ เลือกเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต มีผลต่อความสนใจระดับ
มากที่สุด และสื่อชนิดอื่นๆ ที่มีผลต่อความสนใจระดับมาก ได้แก่ ดูกตาสัญลักษณ์ โฆษณาใน
โรงพยาบาลและนิตยสาร

การวิจัยครั้งนี้พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีระดับความสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้สื่อโฆษณางานมหกรรมพืชสวนโลกเฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2554 ไม่แตกต่างกัน ในสื่อโปสเตอร์ ตึกตาที่เป็นสัญลักษณ์ สื่อนอกสถานที่ ได้แก่ จอ LED รถแห่รอบเมือง ป้ายธงตามถนนและป้ายไวโอลินขนาดใหญ่ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และนิตยสาร

ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้ผู้จัดงานมหกรรมพืชสวนโลก ในครั้งนี้ คือ ควรมีการเลือกใช้ประเภทของสื่อโฆษณาที่เหมาะสม เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารของการจัดงานได้อย่างทั่วถึงและตรงกับความสนใจในการบริโภคประเภทของสื่อของประชาชน เนื่องจากการจัดงานครั้งนี้ใช้สื่อไม่สอดคล้องกับการเลือกบริโภคหรือเลือกสนใจสื่อ