

สถานภาพของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก  
และพฤติกรรมการณ์ของผู้ปกครอง

นางสาวนฤมล เตชะนานาเลิศ



สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-334-291-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**THE STATUS OF MUSIC TAPE CASSETTE FOR CHILDREN  
AND PARENTS' PURCHASING BEHAVIOUR**



**MISS NARUMON TECHANANALERT**

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication**

**Department of Public Relations**

**Faculty of Communication Arts**

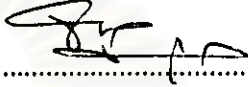
**Chulalongkorn University**

**Academic Year 1999**

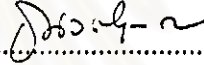
วิทยานิพนธ์ : สถานภาพของเทพบันเทิงเสียงสำหรับเด็กและพฤติกรรมก้าวร้าวของผู้ปกครอง  
โดย : นางสาวนฤมล เตชะนนานาเลิศ  
ภาควิชา : การประชาสัมพันธ์  
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา


---

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ออนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

  
.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ จumphol Rodkhamti)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ)

  
..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ พัทณี เขยจรรยา)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ชุลพรพรรณ ปิติพัฒน์)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นฤมล เตชะนาคาเลิศ : สถานภาพของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก และพฤติกรรมการซื้อของผู้ปกครอง (THE STATUS OF MUSIC TAPE CASSETTE FOR CHILDREN AND PARENTS' PURCHASING BEHAVIOUR) อ.ที่ปรึกษา : รศ. พัทธนี เรขจรวิทยา.

163 หน้า , ISBN 974-334-291-5

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึง 1) สถานภาพของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กทั้งในอดีต ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากบริษัทผู้ผลิตเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กจำนวน 6 บริษัท และ 2) ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้การวิจัยแบบสำรวจ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ปกครองในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยมีดังนี้

1) สันนิษฐานกันว่าธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กน่าจะเกิดขึ้นเมื่อ 20 ปีก่อน หรือประมาณ พ.ศ.2524 สภาพการแข่งขันยังมีค่อนข้างน้อย โดยแรงจูงใจที่หันมาทำธุรกิจนี้ก็คือ "ใจรัก" และ "อุดมการณ์" ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญก็คือปัญหาทางด้านการตลาด การแบ่งประเภทของเทปที่ใช้เกณฑ์ในเรื่องของ "อายุของเด็ก" เป็นหลัก และยังใช้เกณฑ์ดังกล่าวในการกำหนดเนื้อหา และการนำเสนออีกด้วย นอกจากนี้กลยุทธ์ "สารบันเทิง" ก็ยังเป็นหัวใจสำคัญในการผลิตสื่อประเภทนี้ สำหรับแนวโน้มในอนาคตของธุรกิจเทปเด็กนั้น จะสามารถอยู่รอดต่อไปได้ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความสามารถและความรับผิดชอบต่องานด้านเด็กอย่างแท้จริง โดยไม่ได้มุ่งหวังผลทางธุรกิจเป็นสำคัญ รวมถึงการได้รับความร่วมมือจากทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องก็เป็นสิ่งจำเป็น

2) ผลจากการวิจัยแบบสำรวจ สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้ปกครองใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับปานกลาง โดยโทรทัศน์ถูกใช้ในระดั้มาก

2.2 ผู้ปกครองได้รับอิทธิพลจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเทปเด็กอยู่ในระดับปานกลาง โดยสื่อประเภท บุตรหลาน ตนเอง และโทรทัศน์ มีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก

2.3 หลักหรือวิธีที่ผู้ปกครองใช้ในการพิจารณาคัดเลือกในระดับมาก ได้แก่ เลือกเนื้อหาที่เหมาะสมกับวัยและพัฒนาการของเด็ก เลือกเนื้อหาที่สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการจะสอน เลือกให้เหมาะกับโอกาส/กิจกรรมที่ใช้ เลือกที่เด็กชอบและร้องขอ

2.4 ผู้ปกครองที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะใช้ช่องทางการสื่อสารในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กแตกต่างกัน

2.5 ผู้ปกครองที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะได้รับอิทธิพลจากช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กแตกต่างกัน

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์ทัศนศึกษา.....  
ปีการศึกษา ..... 2542.....

ลายมือชื่อนิติกร ..... นฤมล เตชะนาคาเลิศ.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## 4185090728 ; MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORD : STATUS / TAPE CASSETTE / CHILDREN / PARENTS / PURCHASING BEHAVIOUR

NARUMON TECHANANALERT : THE STATUS OF MUSIC TAPE CASSETTE FOR CHILDREN AND PARENTS' PURCHASING BEHAVIOUR. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA ; 163 pp. ISBN 974-334-291-5

The purpose of this study is to : 1) investigate the commercial status of music tape cassette for children in the past, present and the future trend. In-dept interview was applied to collect data for the first objective from 6 tape cassette for children producing companies. 2) The study of communication factors affecting parents' purchasing behavior. Field survey was used to collect data for the second objective from 400 parents resided in Bangkok. The results of this study are as follows :

1) It was recognized that this business started in 1971. At present, the business is in the lesser competitive climate as the business cannot make good profit. The producer's only motivation to produce cassette-tape for children is love and care for children. The major problem of doing this business concerned the marketing. Tape cassette for children were classified by age of the children. The major marketing strategy to survive is the utilization of "edutainment" in message and cooperation from related parties.

2) The results of survey research can be concluded as follows :

2.1 Parents use televisions to get information prior to buying decision.

2.2 Parents are medially influenced by personal media and mass media in buying decision. However, their own children and television are highly influenced.

2.3 Parents' criteria of buying are appropriateness to children's age and child development ; content desired to teach children ; good fit for the time and activity ; and upon children request.

2.4 Parents' with different demographic characteristics use different channel of communication in seeking information.

2.5 Parents' with different demography characteristics were affected by mass media and personal contact differently regarding purchasing decision.

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์นิเทศนวกว.....

ปีการศึกษา ..... 2542.....

ลายมือชื่อนิติกร ..... นฤมล เตชะนาคาเลิศ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ..... .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาและช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลาย ฝ่ายด้วยกัน ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์พัชรี เขยจรรยา ที่ท่านได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และได้เสียสละเวลาในการให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องทุกอย่างด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อนุวัติ บุญลือ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รอง ศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒน์โมฆิต กรรมการ ซึ่งท่านทั้งสองได้ให้ความกรุณาในการให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ในการรวบรวมข้อมูลจะไม่สามารถสำเร็จลงได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือจากท่านผู้ปกครอง และครูจากโรงเรียนต่าง ๆ รวมทั้งบริษัทผู้ผลิตเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ในการตอบแบบสอบถามและ แบบสัมภาษณ์ อีกทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุก ๆ คนที่ช่วยให้การเก็บรวบรวมข้อมูลสำเร็จลงได้ด้วยดี

และท้ายที่สุดขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่และพี่ชายที่คอยถามไถ่และให้กำลังใจ น้องชาย สุดที่รักที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับภาวะที่ข้อมูลจนผ่านพ้นไปด้วยดี คุณรวมทรัพย์ ธรรมเสริมสมบัติ ที่ช่วยให้คำปรึกษาในส่วนของบทคัดย่อภาษาอังกฤษ และท้ายที่สุด คุณหมอกรรภัทร มยุระสาคร ที่คอย ช่วยเหลือ เอาใจใส่และให้กำลังใจจนกระทั่งวิทยานิพนธ์สำเร็จสมบูรณ์

ความกรุณาและความมีน้ำใจที่ผู้วิจัยได้รับจากทุกท่านในครั้งนี้ จะติดตรึงอยู่ในความทรงจำ ตลอดไป

สถาบันวิจัยบริการ

นฤมล เตชะนานาเลิศ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	v
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	vii
กิตติกรรมประกาศ .....	๑
สารบัญตาราง .....	๑๑
บทที่	
1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	6
สมมติฐานในการวิจัย .....	6
ขอบเขตของการวิจัย .....	6
นิยามศัพท์ .....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	10
แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา .....	10
ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของกลยุทธ์ "สาระบันเทิง" (Edutainment) เพื่อการพัฒนา ...	11
แนวคิดในการวิเคราะห์องค์การผู้ผลิตสื่อมวลชน .....	16
แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเพลง .....	16
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค .....	17
แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร .....	18
แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร .....	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร .....	25
แนวคิดเกี่ยวกับดนตรี บทเพลง และสื่อที่เหมาะสมกับเด็ก .....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	30
3 ระเบียบวิธีวิจัย .....	35
ประชากร .....	35
กลุ่มตัวอย่าง .....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	37
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ .....	39
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	39
เกณฑ์การให้คะแนน .....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	40

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการวิจัย .....	42
	ตอนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงสำรวจ .....	42
	ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร .....	43
	ส่วนที่ 2 ช่องทางการสื่อสารที่ให้ข่าวสารเกี่ยวกับเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	47
	ส่วนที่ 3 ช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กของผู้ปกครอง .....	53
	ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	55
	ส่วนที่ 5 หลักหรือวิธีที่ผู้ปกครองใช้ในการพิจารณาคัดเลือกเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	59
	ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	65
	ส่วนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย .....	77
	ตอนที่ 2 ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก .....	107
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	118
	ตอนที่ 1 สรุปผลการวิจัยเชิงสำรวจ .....	119
	ตอนที่ 2 สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก .....	123
	อภิปรายผล .....	127
	ข้อเสนอแนะทั่วไป .....	138
	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย.....	140
	รายการอ้างอิง .....	141
	ภาคผนวก .....	146
	ประวัติผู้เขียน .....	163



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ .....	43
2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ .....	43
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา .....	44
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ .....	45
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	46
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเกี่ยวข้องกับเด็ก .....	46
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการรับรู้ เทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	47
8 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการสื่อสาร ที่ใช้ในการ แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	49
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อหลังจากที่รู้จักเทปบันทึก เสียงสำหรับเด็กแล้ว .....	50
10 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้ไม่เกิดพฤติกรรม การซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก หลังจากที่รู้จักแล้ว .....	51
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมการซื้อเทป บันทึกเสียงสำหรับเด็กในอนาคต สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก	52
12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการสื่อสารประเภท สื่อบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	53
13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่องทางการสื่อสารประเภท สื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	54
14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้ง(ความถี่)ของพฤติกรรม การซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	55
15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับ เด็กในแต่ละครั้ง .....	55
16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ในกรณีซื้อเป็น 묶วน .....	56
17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามราคาของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ในกรณีซื้อเป็นชุด .....	56
18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับ เด็กในแต่ละครั้ง .....	57

## สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่จำหน่ายเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ .....	58
20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามหลักหรือวิธีที่ใช้ในการพิจารณาคัดเลือกเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก .....	60
21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กที่น่าสนใจ .....	62
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมหรือช่วงเวลาที่เปิดเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กให้กับบุตรหลานฟัง .....	64
23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเจริญเติบโตของธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กของประเทศไทย .....	65
23.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กของไทยในปัจจุบัน มีลักษณะการเจริญเติบโตที่เติบโตมากขึ้นจากในอดีต .....	66
23.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กของไทยในปัจจุบัน มีลักษณะการเจริญเติบโตที่เล็กลงจากในอดีต .....	67
23.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กของไทยในปัจจุบัน มีลักษณะการเจริญเติบโตที่คงที่เมื่อเทียบกับในอดีต .....	68
24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็กในยุคปัจจุบัน .....	69
24.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลของความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก กรณีให้ความคิดเห็นว่าสามารถอยู่รอดได้ .....	70
24.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลของความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก กรณีให้ความคิดเห็นว่าอยู่รอดได้ยาก .....	71
24.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลของความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการณ์การดำเนินธุรกิจเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก กรณีให้ความคิดเห็นว่าไม่สามารถอยู่รอดได้ .....	72
25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ประเภทเนื้อหาและการนำเสนอ .....	73

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
26 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ประเภทราคา .....	74
27 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ประเภทสถานที่จำหน่าย .....	75
28 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับองค์ประกอบของเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ประเภทสื่อ/ช่องทางการประชาสัมพันธ์ .....	76
29 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างเพศชายและหญิง .....	77
30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน .....	78
31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .....	79
32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน .....	80
33 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน .....	81
34 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับเด็กต่างกัน .....	82
35 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรวมทุกช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างเพศชายและหญิง .....	83
36 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรวมทุกช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน.....	83

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
37 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรวมทุกช่องทางสื่อสารที่ใช้ในการ แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับ การศึกษาแตกต่างกัน.....	84
38 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรวมทุกช่องทางสื่อสารที่ใช้ในการ แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพ แตกต่างกัน.....	85
39 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรวมทุกช่องทางสื่อสารที่ใช้ในการ แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระ ดับรายได้แตกต่างกัน.....	86
40 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรวมทุกช่องทางสื่อสารที่ใช้ในการ แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มี ความเกี่ยวข้องกับเด็กแตกต่างกัน.....	87
41 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางสื่อสารประเภทสื่อ บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างเพศชายและเพศ หญิง .....	88
42 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางสื่อสารประเภทสื่อ บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับอายุ ต่างกัน .....	89
43 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางสื่อสารประเภทสื่อ บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับการ ศึกษาต่างกัน .....	90
44 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางสื่อสารประเภทสื่อ บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพ ต่างกัน .....	91
45 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางสื่อสารประเภทสื่อ บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน .....	92
46 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางสื่อสารประเภทสื่อ บุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีความ เกี่ยวข้องกับเด็กต่างกัน .....	93



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
57 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่างกัน .....	101
58 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับเด็กต่างกัน .....	102
59 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างเพศชายและหญิง .....	102
60 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับอายุต่างกัน .....	103
61 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .....	104
62 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน .....	105
63 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีระดับรายได้ต่างกัน .....	106
64 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยแต่ละช่องทางการสื่อสารประเภทสื่อมวลชน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเทปบันทึกเสียงสำหรับเด็ก ระหว่างกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับเด็กต่างกัน .....	106