

อิทธิพลของโฆษณาณินค้านปกเทปเพลงไทยสากลต่อวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

นางสาวมณีรัตน์ ตรียาพงษ์



สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชา การโฆษณา ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541 -

ISBN 974-332-266-3

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 193227๗x

**AN INFLUENCE OF PRODUCTS ADVERTISED ON CASSETTE TAPE COVER
ON BANGKOK TEENAGER**



Miss Maneerat Treyapong

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Advertising

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-332-266-3

มนีรัตน์ ตรียาพงษ์ : อิทธิพลของโฆษณาสินค้าบนปกเทปเพลงไทยสากลต่อวัยรุ่นใน

กรุงเทพมหานคร (AN INFLUENCE OF PRODUCTS ADVERTISED ON CASSETTE TAPE COVER ON BANGKOK

TEENAGER) อ . ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. ม.ล. จิรภรรยา จิรประวัติ , 108 หน้า. ISBN 974-332-266-3.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณานบนปกเทป กับ ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณานบนปกเทป กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณานบนปกเทป กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่โฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล ซึ่งการโฆษณานบนปกเทปหมายถึง การลงโฆษณาเป็นสปอนเซอร์เทปชุดใดชุดหนึ่ง สิ่งที่จะได้รับ คือ ได้ลงโลโก้รูปสินค้า และสโลแกนบนปก มีชื่อและสโลแกนในท้ายสปอตโทรทัศน์และวิทยุ ได้ลงรูปโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ รวมไปถึงการไปปรากฏชื่อในงานคอนเสิร์ตต่าง ๆ ตลอดเวลาที่ไปโมท ลักษณะของการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ วัยรุ่นที่มีอายุอยู่ในระหว่าง 15 - 21 ปี รวม 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย หาค่า t-test และ One - way ANOVA เพื่อวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 และหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2 , 3 และ 4 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS+ For Windows

ผลการวิจัยสรุปตามสมมติฐาน พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ การศึกษา รายได้ส่วนตัวต่อเดือน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่ยืนยันสมมติฐานที่ 1 ที่ได้กำหนดไว้
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งยืนยันสมมติฐานที่ 2 ที่ได้กำหนดไว้ แต่ทั้งนี้ก็พบว่า ทั้ง 2 ส่วน มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
3. ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากลของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่ยืนยันสมมติฐานที่ 3 ที่ได้กำหนดไว้
4. ทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่โฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งยืนยันสมมติฐานที่ 4 ที่ได้กำหนดไว้ แต่ทั้งนี้พบความสัมพันธ์ของทั้ง 2 ส่วนในระดับต่ำ

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา การโฆษณา
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิติ มณีรัตน์ ตรียาพงษ์
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา จิรภรรยา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสีเขียวที่เขียนแผ่นเขียว

4085098728 MAJOR ADVERTISING
KEY WORD: CASSETTAPE COVER / MEDIA EXPOSURE / PRODUCT KNOWLEDGE / ATTITUDES / TEENAGER
MANEERAT TREYAPONG ; AN INFLUENCE OF PRODUCTS ADVERTISED ON CASSETTE TAPE COVER
ON BANGKOK TEENAGER. THESIS ADVISOR ; M.L. VITTRATORN CHIRAPRAVATI, Ph.D. 108 pp.
ISBN 974-332-266-3.

The objective of this research are : (1) to study a relationship between characteristics of the population and media exposure of Bangkok teenagers towards advertisement on the cassette tape cover, (2) to study a relationship between media exposure of Bangkok teenagers towards advertisement on the cassette tape cover and their product knowledge received from that advertisement, (3) to study Bangkok teenagers' product knowledge received from advertisement on the cassette tape cover and their attitudes towards products advertised on the cassette tape cover, and (4) to study Bangkok teenagers' attitudes toward products advertised on the cassette tape cover and their purchasing behavior on those products.

The advertisement on cassette tape cover refers to financial or other forms of support offered by an advertiser. In return, an advertiser will have its logo, product pictures and slogan on the cassette tape cover, television spots, radio spots and print ad. Moreover, its brand will also be displayed on the concert stages at all times during a promotional period. This research is a survey research of 400 Bangkok teenagers who are 15-21 years old. Sampling was done by multiple-step process utilizing questionnaire. All data was analyzed to find basic statistics values, including percentage and means. In order to analyze the first assumption, all data was also processed to get values of t - test and One - way ANOVA, and to get coefficient of Pearson for the analysis of assumption 2, 3 and 4 by using SPSS+ for Windows.

Results of the research are as follows:

1. Different in personal characteristics (gender, age, education, monthly income) do not show any statistical difference in exposing to advertisement on the cassette tape cover.
2. An exposure of an advertisement on the cassette tape cover and the product knowledge received from that advertisement are positively related; however, they are mildly related with .05 critical values.
3. The product knowledge received from advertisement on the cassette tape cover is unrelated to the attitudes toward the product advertised.
4. The attitudes toward products advertised on the cassette tape cover and the purchasing behavior on those products are positively related; however, they are mildly related with .05 critical values.

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา.....การโฆษณา.....

ปีการศึกษา.....2541.....

ลายมือชื่อผู้คิด.....มนต์ ภิรมย์.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....อ. น. น......

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ



การทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้เสร็จสมบูรณ์อย่างดียิ่ง ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร. ม.ล. วิฎฐาร จิระประวัตติ ผู้ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ตั้งแต่หน้าแรกจนหน้าสุดท้าย

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ ที่กรุณาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ และให้ข้อชี้แนะ ต่าง ๆ ที่มีคุณค่าอย่างมากต่องานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์วิไลรักษ์ สันติกุล ที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำปรึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ พี่หญิงแห่งแผนกมีเดีย บมจ. แกรมมี่ เอนเตอร์เทนเมนต์ ที่ให้โอกาสในการหนึ่งงานมาศึกษา ทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถึงหนึ่งปีเต็ม และขอบคุณพี่ ๆ ที่แผนกทุกคนที่ให้กำลังใจแก่ข้าพเจ้าในการศึกษาและทำงานควบคู่กันไป

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ไม่ว่าจะเป็นพินก , พิฟู , อุษ , อ้น , ปอง ในความช่วยเหลือและกำลังใจอันมากล้น ถ้าไม่มีพวกเธอเราคงเรียนไม่จบแน่ ๆ ขอขอบคุณมาก ๆ อีกครั้ง ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ชาวโฆษณา รุ่นที่ 3 ทุกคนที่คอยถามไถ่และเป็นกำลังใจ เรารู้ว่าพวกเธอเชียร์เราอยู่ ขอขอบคุณน้องต๋อ , จุ่ม , โน้ต ในการช่วยเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ที่ระลึกสำหรับ "พี่เบ๊ก" เพื่อนผู้จากไปในเวลาที่เราไม่คาดคิดมาก่อน หลับให้สบายเถอะนะ ยังคงคิดถึงพี่อยู่ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้คิดถึงอยู่เสมอตลอดเวลา แต่เรายังรู้สึกว่าคุณยังอยู่กับพวกเรา พี่เบ๊กจะอยู่ในดวงใจพวกเราตลอดไป

สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ คุณพ่อ ที่ให้โอกาสในการมีชีวิตและเลือกเดินในทางที่ต้องการจะเดิน และอยากจะทำ โดยไม่มีข้อแม้ ขอขอบคุณสำหรับความรัก ความห่วงใย และกำลังใจที่มีให้ตลอดเวลาและตลอดไป

มณีนีรัตน์ ตริยาพงษ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภาพ.....	ญ
บทที่ 1 : บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหानำการวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 : แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดด้านประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อ.....	8
แนวความคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น.....	11
แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับและแสวงหาข่าวสาร.....	14
แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรม.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
บทที่ 3 : ระเบียบวิธีวิจัย.....	38
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	38
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง.....	38
วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	38

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
เกณฑ์การให้คะแนน.....	42
เกณฑ์การแปลความหมาย.....	44
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
การประมวลผลข้อมูล.....	46
บทที่ 4 : ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
บทที่ 5 : สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	68
สรุปผลการวิจัย.....	69
อภิปราย.....	72
ข้อเสนอแนะ.....	75
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	77
รายการอ้างอิง.....	78
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก.....	81
ภาคผนวก ข.....	86
ภาคผนวก ค.....	95
ประวัติผู้เขียน.....	108

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	48
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	48
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัว.....	49
ตารางที่ 5	แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับศิลปิน และผลงานเพลงไทยสากลจากสื่อแต่ละประเภท.....	50
ตารางที่ 6	แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ	51
ตารางที่ 7	แสดงความแตกต่างจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการซื้อเทปเพลงไทยสากลต่อเดือน ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง.....	52
ตารางที่ 8	แสดงความแตกต่างจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนของเทป เพลงไทยสากลที่ซื้อในแต่ละครั้ง ระหว่างเพศชายกับหญิง.....	53
ตารางที่ 9	แสดงความแตกต่างจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการรับฟังเพลงไทยสากลจากเทป ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง.....	54
ตารางที่ 10	แสดงความแตกต่างจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้เวลา โดยเฉลี่ยในการรับฟังเพลงไทยสากลจากเทปต่อวัน ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง.....	55
ตารางที่ 11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายละเอียดที่กลุ่มตัวอย่าง สังเกตเห็นบนปกเทปเพลงไทยสากล.....	56
ตารางที่ 12	แสดงความแตกต่างจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการดูรายละเอียดบนปกเทปเพลงไทยสากล ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง.....	57
ตารางที่ 13	แสดงความแตกต่างจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลา ในการดูรายละเอียดบนปกเทปเพลงไทยสากล ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง.....	58
ตารางที่ 14	แสดงความแตกต่างจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการสังเกตเห็น สินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง.....	58
ตารางที่ 15	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนความรู้เกี่ยวกับศิลปินกับสินค้า สโลแกน และโลโก้ของสินค้า ที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล.....	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 16	แสดงค่าเฉลี่ย (MEAN) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของทัศนคติต่อสินค้าและโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล.....	60
ตารางที่ 17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล.....	61
ตารางที่ 18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทป.....	62
ตารางที่ 19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแจกแจงตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหลังจากเห็นโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล.....	62
ตารางที่ 20	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล ระหว่างเพศชายกับเพศหญิง.....	63
ตารางที่ 21	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 15 - 17 ปี กับ อายุ 18 - 21 ปี.....	63
ตารางที่ 22	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	64
ตารางที่ 23	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล ในการศึกษาในระดับต่างๆ โดยสถิติ One - Way ANOVA.....	64
ตารางที่ 24	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....	65
ตารางที่ 25	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล ในระดับรายได้ต่าง ๆ โดยสถิติ One - Way ANOVA.....	65
ตารางที่ 26	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารจากสื่อโฆษณาบนปกเทปกับความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล.....	66
ตารางที่ 27	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลกับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล.....	66

ตารางที่ 28	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณา บนปกเพลงไทยสากลกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ สินค้าที่โฆษณานบนปกเพลงไทยสากล.....	67
-------------	--	----



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภาพ

หน้า

แผนภาพที่ 1	แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ การใช้ประโยชน์จากชาวสาร และการได้รับความพึงพอใจ จากการบริโภคชาวสารกับการเปิดรับสาร.....	21
แผนภาพที่ 2	กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น.....	24



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย