

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

อชมา สุนทรพิทักษ์ : อิทธิพลของตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น (THE INFLUENCE OF FAMOUS CARTOON CHARACTERS ON
TEENAGE AND EARLY ADULTHOOD CONSUMERS' ATTITUDE AND PURCHASE INTENTION)
อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร. พนา ทองมีอาคม; 131 หน้า. ISBN 974-331-611-6.

การวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงทัศนคติที่กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น มีต่อการ
นำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้เพื่อสนับสนุนสินค้า ทั้งเพื่อศึกษาถึงความตั้งใจซื้อสินค้านั้น ๆ และเพื่อวิเคราะห์ความ
สัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และระดับการศึกษาของผู้บริโภคกับทัศนคติ และความตั้งใจซื้อสินค้า เพื่อให้สามารถนำผลที่
ได้มาประยุกต์ใช้หรือเป็นแนวทางในการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้ในทางการตลาด และเพื่อเป็นการพัฒนาแนวทางการ
สร้างสรรค์งานโฆษณาสำหรับสินค้าที่นำตัวการ์ตูนเหล่านั้นมาใช้ โดยมีสมมติฐานการวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

1. ทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มข้างต้นมีความแตกต่างกัน
2. ทัศนคติของผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ

การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าห้างสรรพสินค้า 10 แห่งในเขตกทม.
อายุ 12 - 29 ปี จำนวน 400 คน โดยมีผลวิจัยสรุปได้ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติเป็นกลางและเป็นบวกต่อการใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียง
ส่วนกลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีทัศนคติทั้งเป็นลบและเป็นบวก
2. ทั้งสองกลุ่มมีความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการใช้ตัวการ์ตูนสัตว์เพื่อนำมาใช้เองอยู่ในระดับสูง แต่ความตั้งใจซื้อสินค้าที่
ใช้ตัวการ์ตูนคนอยู่ในระดับต่ำ
3. ทั้งสองกลุ่มมีความต้องการซื้อสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนเพื่อบอกเป็นของขวัญในระดับสูง
4. เพศ อายุ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติและความตั้งใจซื้อเฉพาะบางกรณี

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ทัศนคติของผู้บริโภค 2 กลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01
2. ความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ยกเว้นความตั้งใจ
ซื้อสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนจีนจิ้งและมารูโกะจิ้งเพื่อบอกเป็นของขวัญ
3. ทัศนคติของผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา การโฆษณา
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิติ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม