

มณีรัตน์ ตริยาพงษ์ : อิทธิพลของโฆษณาสินค้าบนปกเทปเพลงไทยสากลต่อวัยรุ่นใน
กรุงเทพมหานคร (AN INFLUENCE OF PRODUCTS ADVERTISED ON CASSETTE TAPE COVER ON BANGKOK
TEENAGER) อ . ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. ม.ล. วิจิตร 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 ตลอดเวลาที่โปรโมท 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

ลายมือชื่อนิสิต มณีรัตน์ ตริยาพงษ์

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา วิจิตร จิรประวัติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม