

ชื่อวิทยานิพนธ์ การรับรู้และทัศนคติของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง
ผู้วิจัย นายบัณฑิต ธงเขียว รหัสนักศึกษา 2571500012 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ (2) รองศาสตราจารย์ ดร. ปิยฉัตร ล้อมขวการ **ปีการศึกษา** 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้ของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง และ 2) ทัศนคติของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตบางพลัด จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยการทดสอบค่าที ค่าเอฟ และการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) มากที่สุดในหัวข้อ “พลังงานไฟฟ้ามีความจำเป็นกับประชาชนทุกคน” 2) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติชื่นชอบภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ของ กฟผ. ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เพศชายและเพศหญิงมีการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ของ กฟผ. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ขณะที่ระดับการศึกษา และอาชีพ ส่งผลให้มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ของ กฟผ. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

คำสำคัญ การรับรู้ ทัศนคติ ภาพยนตร์โฆษณา การไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทย

Thesis title: Awareness and Attitudes of Communities' Members near the
Electricity Generating Authority of Thailand about the Advertisement
Series "Because Life has Two Sides to Think About"

Researcher: Mr. Bandith Tongkiew; **ID:** 2571500012; **Degree:** Master of Communication Arts;

Thesis advisors: (1) Theerarux Photosuwan, Associate Professor; (2) Dr. Piyachat Lomchawakan,
Associate Professor; **Academic year:** 2017

Abstract

The objectives of this research were to study 1) awareness of people living in communities near the Electricity Generating Authority of Thailand (EGAT) regarding the TV advertisement "Because Life has Two Sides to Think About" and 2) their attitudes towards the advertisement.

This was a quantitative research. The sample population consisted of 400 residents of Bang Plad District, chosen through multi-level sampling. The data collection tool was a questionnaire. Statistical analysis used the methods of frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as t-test, f-test and LSD.

The results showed that 1) In the series: "Because Life has Two Sides to Think About", the samples were most aware of the topic: "electric power is necessary for all people." 2) The samples had positive attitudes toward every aspect of the EGAT's advertisement series "Because Life has Two Sides to Think About." There was a statistically significant difference ($p < 0.05$) in awareness of the EGAT's advertisement series "Because Life has Two Sides to Think About" between males and females. The demographic factors of educational level and occupation had a statistically significant effect at the 0.05 level on the samples' attitudes toward the EGAT's advertisement series "Because Life has Two Sides to Think About."

Keywords: Awareness, Attitude, Television Commercial, Electricity Generating Authority of
Thailand