

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การรับรู้และทัศนคติของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี “สองด้าน” ให้คิดถึง

ชื่อและนามสกุล นายบัณฑิต ธงเขียว

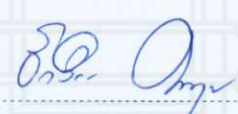
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

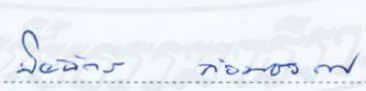
อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ

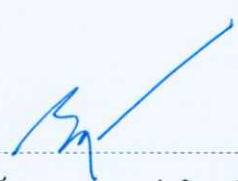
วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2561

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์รุ่งนภา พิตรปรีชา)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ)

 กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ)

 ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา รุ่งโรจน์วณิชย์)

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

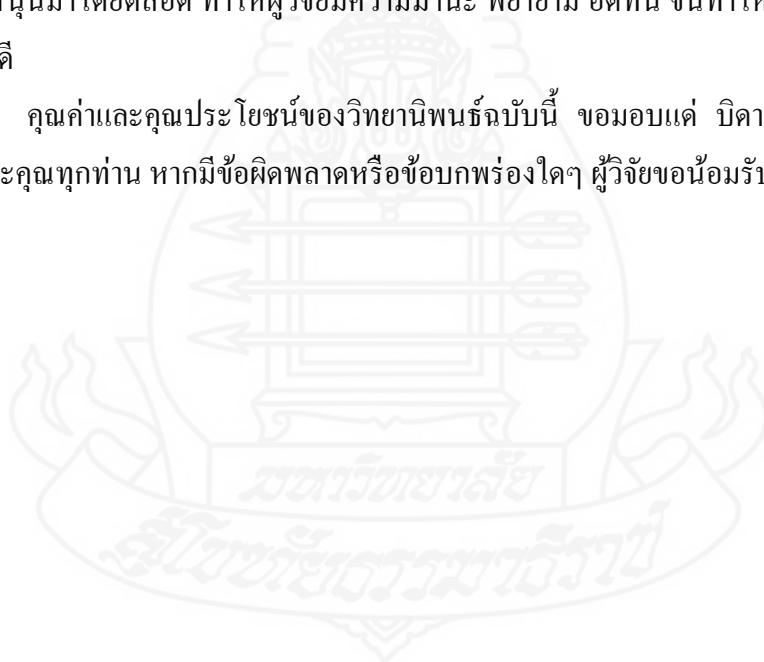
กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ รองศาสตราจารย์ ดร. ปิยนัทร ล้อมชวกร และรองศาสตราจารย์รุ่งนภา พิตรปรีชา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กรรมการสอบ และประธานกรรมการสอบ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำตลอดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช และคณาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้ศึกษา อีกทั้งขอขอบคุณเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่ได้อำนวยความสะดวกตลอดการศึกษา

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอน้อมระลึกถึงพระคุณบิดา มารดา และคณะครูอาจารย์ที่ได้อบรมสั่งสอน และถ่ายทอดความรู้ต่างๆ แก่ผู้วิจัยให้มีความรู้ความสามารถ ตลอดทั้งเพื่อน พี่น้องทุกคนที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยมีความมานะ พยายาม อดทน จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดี

คุณค่าและคุณประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่ บิดา มารดา ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน หากมีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องใดๆ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว



บัณฑิต ธงเจียว
กุมภาพันธ์ 2561

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับชุมชน	22
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	31
แนวคิดเกี่ยวกับโฆษณา	34
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	45
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	51
การเก็บรวบรวมข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	54
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ทั่วไปของลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	56

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ของประชาชนในเขตบางพลัดที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา ชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง ของ กฟผ.	59
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของประชาชนในเขตบางพลัดที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา ชุด เพราะชีวิตมีสองด้านให้คิดถึง ของ กฟผ.	61
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	63
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	82
สรุปการวิจัย	82
อภิปรายผล	86
ข้อเสนอแนะ	90
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	99
ก แบบสอบถาม	100
ข ภาพยนตร์โฆษณาชุดเพราะชีวิตมี “สองด้าน” ให้คิดถึง	105
ประวัติผู้วิจัย	107

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากร	56
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	57
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	57
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	58
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	58
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมีสองด้าน ให้คิดถึง ของ กฟผ.	59
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านเนื้อหา ..	61
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านนักแสดง	61
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ	62
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาด้านบทบรรยาย	63
ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	64
ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	65
ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	66
ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	67
ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.16	ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	69
ตารางที่ 4.17	ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	70
ตารางที่ 4.18	ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	70
ตารางที่ 4.19	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	71
ตารางที่ 4.20	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	72
ตารางที่ 4.21	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	73
ตารางที่ 4.22	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	74
ตารางที่ 4.23	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย โดยจำแนกตามระดับการศึกษา	75
ตารางที่ 4.24	ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	76
ตารางที่ 4.25	ผลการทดสอบสมมติฐาน ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แตกต่างกัน	76
ตารางที่ 4.26	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในภาพรวมทุกด้าน โดยจำแนกตามอาชีพ	77
ตารางที่ 4.27	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านเนื้อหา โดยจำแนกตามอาชีพ	78
ตารางที่ 4.28	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านนักแสดง โดยจำแนกตามอาชีพ	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.29	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านการนำเสนอและเพลงประกอบ โดยจำแนกตามอาชีพ ...	80
ตารางที่ 4.30	การเปรียบเทียบความต่างเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ในด้านบทบรรยาย โดยจำแนกตามอาชีพ	81



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 กระบวนการรับรู้ของ Walters	8
ภาพที่ 2.2 กระบวนการรับรู้ของ Hose and Bowditch	8
ภาพที่ 2.3 แสดงแบบจำลององค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ	18
ภาพที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและสังคม	26

