บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติที่มีต่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ของนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวพรรณากร วงศาโรจน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธิดาดาว ภักดี
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2550
จำนวนหน้า	: 87 หน้า

การศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติที่มีต่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาทัศนคติที่มีต่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ของนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งเพื่อศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อโฆษณา ชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ของนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรภาคปกติ ในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้แก่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ จำนวน 321คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาสัดส่วน (Quota Sampling) และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) สำรวจโดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงด้านเนื้อหา และการหาค่าความเชื่อถือได้โดยใช้ Cronbach's Alpha Coefficient เท่ากับ 0.727 ระหว่างวันที่ 18 – 29 กันยายน 2549

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในคณะบริหารธุรกิจ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีการเปิดรับสื่อทุกวัน โดยเฉพาะในวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์

PAYAP UNIVERSITY

ในช่วงเวลา 20.31 – 22.00 น. มีระยะเวลาการเปิดรับเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมง ผ่านรายการโทรทัศน์ คือ ละครมากที่สุด

ผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะผ่านสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 และ ช่อง 7 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยในวันศุกร์จะเห็นโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะมากที่สุด ซึ่งความถี่ของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นโฆษณาคือ 1 - 2 ครั้งต่อวัน ในช่วงเวลา 20.31 – 22.00น. มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมของนักศึกษาในการเปิดรับสื่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะผ่านสถานีโทรทัศน์ วันในการเปิดรับสื่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ ความถี่ในการเปิดรับสื่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ และช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ จะไม่มีความแตกต่างกัน ระหว่างนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่0.05

ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ โดยรวมของนักศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะด้านดนตรีประกอบ ไม่มีความแตกต่างกัน ระหว่างนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อโฆษณาชาเขียวพร้อมดื่มยี่ห้อนะมาชะทางโทรทัศน์ ด้านเนื้อหาโฆษณา ข้อความโฆษณา ภาพประกอบ และผู้แสดง จะมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ระหว่างนักศึกษาหญิงและนักศึกษาชาย โดยค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติของนักศึกษาหญิงจะสูงกว่านักศึกษาชาย

PAYAP UNIVERSITY