

ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณา
ข้าวหอมมะลิตราฉัตร ชุด “จานบิน”

THE ATTITUDE OF BANGKOK RESIDENTS TOWARD
ROYAL UMBRELLA BRAND JASMINE RICE'S
TELEVISION COMMERCIAL “FLYING SAUCER”

อรอนงค์ ภู่อจริญ
ONANONG PHOOCHAROEN

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ
ภาพยนตร์โฆษณาข้าวหอมมะลิตราฉัตร ชุด "จานบิน"
THE ATTITUDE OF BANGKOK RESIDENTS
TOWARD ROYAL UMBRELLA BRAND
JASMINE RICE'S TELEVISION COMMERCIAL
"FLYING SAUCER"

นักศึกษา

นางสาวอรอนงค์ ภูเจริญ รหัสประจำตัว 51502468

หลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการโฆษณา

คณะ

บัณฑิตวิทยาลัย

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ดร. วรชัย คุรุจิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม อนุมัติให้นำผลการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต



(ดร. นิตินัย ตันพานิช)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....ปี 30 เม.ย. 2553.....พ.ศ.

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....ประธานกรรมการ
(ดร. วรชัย คุรุจิต)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ
(ดร. วรชัย คุรุจิต)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ ภาพยนตร์โฆษณาข้าวหอมมะลิตราฉัตร ชูค “จานบิน”
นักศึกษา	นางสาวอรอนงค์ ภูเจริญ
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ดร. วรชัย คุรุจิต
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาข้าวหอมมะลิตราฉัตร ชูค จานบิน ศึกษาเฉพาะกรณีภาพยนตร์โฆษณาชูค “จานบิน” ของ บริษัท ซีพี อินเตอร์เทรด จำกัด มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวหอมมะลิตราฉัตร ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาทัศนคติและความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาข้าวหอมมะลิตราฉัตร รวมถึงการรับรู้และจดจำข้อมูลจากภาพยนตร์โฆษณาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์ตามสถิติระเบียบวิธีใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามประเภทกลุ่มตัวอย่าง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการประมวลผลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป SPSS ได้ผลทดสอบความน่าเชื่อถือเครื่องมือ ที่ 0.8353 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา จากสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จากสถิติทดสอบแบบ Chi-Square และทดสอบค่าความเข้มข้นความสัมพันธ์โดยใช้ Coefficient (C)

ผลการศึกษา พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 30-39 ปี รองลงมา คือ อายุ 20-29 ปี มีสถานภาพเป็นโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท มีการบริโภคข้าวหอมมะลิมากที่สุด รองลงมา คือ ข้าวขาว ส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อเอง 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ภาพยนตร์โฆษณา 3-4 ครั้ง โดยมี การรับรู้ว่าเป็นโฆษณาข้าวหอมมะลิชูค “จานบิน” เป็นข้าวหอมมะลิตราฉัตร นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการจดจำข้อความจากภาพยนตร์โฆษณาข้าวตราฉัตร ชูค “จานบิน” ได้ว่า ข้าวมาตรฐานคนไทย ต้องให้คนไทยได้กินมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ข้อความ “คุณภาพที่มั่นใจได้เสมอ” และจดจำสโลแกน ได้ว่า “มาตรฐานแน่นอนทุกฤดูเหมือนกันทั่วโลก” 3) กลุ่มตัวอย่างมี

ทัศนคติ ต่อภาพยนตร์โฆษณาข้าวหอมมะลิตราฉัตร ชุด “งานปิ่น” ระดับมาก โดยมีความ
คิดเห็นในระดับเห็นด้วยทุกด้าน ได้แก่ รูปแบบการโฆษณาที่ดึงดูดความสนใจ มากที่สุด รองลงมา
ได้แก่ ใช้ภาพที่สื่อความหมายได้ชัดเจน มีแนวคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วน
ใหญ่ได้มีการแสดงความคิดเห็นว่า ควรทำโฆษณาให้ตลกกว่านี้ รองลงมา ได้แก่ ข้าวตราฉัตรมี
ราคาแพงเกินไป ควรมีการระบุราคาสินค้าในโฆษณา และ โฆษณามีการอวดอ้างสรรพคุณเกินจริง
ที่ว่า “ข้าวคุณภาพเหมือนกันทั่วโลก”