

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์ออกับสมาชิก

นางสาวกรอบแก้ว ปันยารชุน



สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

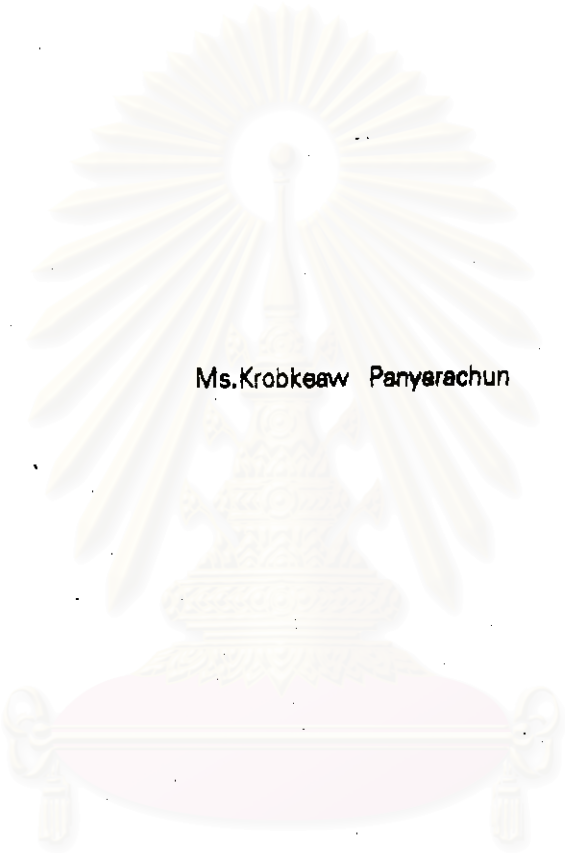
ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-816-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

T 17375083

FACTOR INFLUENCING GRATIFICATIONS OF CABLE TELEVISION



Ms.Krobkeaw Panyarachun

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Development Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1996

ISBN 974-636-816-2

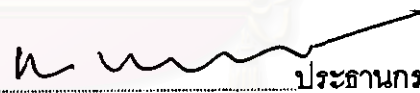
หัวข้อวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก


โดย นางสาวกรอบแก้ว ปันยารชุน
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระไน แกลโกศล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต


คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ศุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการวิทยานิพนธ์


ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม)


อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จระไน แกลโกศล)


กรรมการ
(ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)



กรอบแก้ว บันยารชุน : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก (FACTOR INFLUENCING GRATIFICATIONS OF CABLE TELEVISION)
อ.ที่ปรึกษา : ผศ.จระไน แกลโกศล, 129 หน้า. ISBN 974-635-816-2.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยศึกษาจากตัวแปรลักษณะทางประชากร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการเปิดรับสื่อ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า t-test, One-way ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ไม่พบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกกับลักษณะทางประชากร เพศ อายุ การศึกษา และสถานภาพทางการสมรส แต่พบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกบอกรับสมาชิกกับอาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความเป็นเจ้าของ
2. พบความแตกต่างระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (AIO) กับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
3. พบความแตกต่างระหว่างระดับการเปิดรับโทรทัศน์บอกรับสมาชิกกับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
4. การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก
5. ส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา ศาสตร์ศาสนศึกษา
ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม

##C851358 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: FACTOR INFLUENCING GRATIFICATIONS OF CABLE TELEVISION

KROBKEAW PANYARACHUN : FACTOR INFLUENCING GRATIFICATIONS OF CABLE TELEVISION. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.JARANAI GLAEGOSOL, 129 PP. ISBN 974-635-816-2.

The research is the a survey on 400 cable TV members to examine the factors influencing use and gratification among demographic variables, life-style and media exposure. The data was analyzed in term of frequency percentage, mean, t-test, one-way ANOVA and Pearson's-Product-Moment correlation coefficient through SPSS/PC+ statistical package.

The result of the research could be summed up as follows:

1. There is no significant difference among different levels of gratification and demographic characteristics as sex, age, education, and marital status but differs significantly among occupation, style of living and material ownership.
2. Difference in life-style including activities, interest and opinion (AIO) differs significantly, among different levels of gratification.
3. Different levels of exposure to cable TV differs significantly among different levels of gratification.
4. Usage as a result of exposure correlates with gratification.
5. Marketing mix correlates with gratification.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

ปีการศึกษา..... 2539

ลายมือชื่อนิสิต..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม..... -

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้เลย หากขาดความอนุเคราะห์และความเมตตาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ไน แกลโกศล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ทำให้ข้าพเจ้ามองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวอย่างเป็นระบบมีกลไกและมากขึ้น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนาทองมีอาคม ประธานสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดต่าง ๆ และสละเวลาให้คำปรึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ด้วยดีมาตลอด ซึ่งข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและประมวลผลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ได้รับความอนุเคราะห์จากดอกเตอร์วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่งได้ให้ข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างมาก และเพื่อน ๆ ร่วมห้องเรียนที่ทำให้ข้าพเจ้าเข้าใจความหมายของคำว่าเพื่อนอย่างแท้จริง

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าใคร่ขอขอบคุณทีมงานประชาสัมพันธ์ และคณะผู้บริหารบริษัท เบเกอรี่ มิวสิค ที่อนุญาตให้ข้าพเจ้าใช้เวลาบางส่วนในการทำงานมาศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญแห่งนี้ และจะขาดเสียมิได้ก็คือครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้ทุนทรัพย์ และให้กำลังใจแก่ข้าพเจ้าเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

กรอบแก้ว ปันยารุณ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญแผนภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	9
ปัญหानำในการวิจัย	9
ขอบเขตของการวิจัย	10
นิยามคำศัพท์	11
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องกลุ่มสังคม	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสาร	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการสื่อสาร	27
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องการค้าหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ	30
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องการตลาด	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3 ระเบียบวิธีวิจัย	44
ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	45
เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร	46
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	49
การทดสอบเครื่องมือ	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
การวิเคราะห์ข้อมูล	51
4 ผลของการวิจัย	53
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	98
รายการอ้างอิง	114
ภาคผนวก	117
ประวัติผู้เขียน	129

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	54
2	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	55
3	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	56
4	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	57
5	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ ทางการสมรส	58
6	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย	59
7	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนตัว โดยประมาณ	60
8	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของ ครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ	61
9	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเป็นเจ้าของ	62
10	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมยามว่าง	63
11	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจ	64
12	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเห็น	66
13	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับโทรทัศน์	67
14	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาเฉลี่ย ต่อครั้งในการเปิดรับโทรทัศน์	68
15	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลา ในการเปิดรับโทรทัศน์	69
16	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการ เปิดรับโทรทัศน์	70
17	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการ ดูโทรทัศน์	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ในการ เปิดรับโทรทัศน์	72
19	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ประเภทรายการโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	73
20	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม วัตถุประสงค์ของความพึงพอใจ	74
21	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความพึงพอใจในการเปิดรับโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	77
22	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	78
23	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ส่วนผสมทางการตลาด	79
24	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของเพศกับความพึงพอใจ จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	81
25	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอายุกับความพึงพอใจ จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	82
26	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษากับความพึงพอใจ จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	83
27	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของอาชีพกับความพึงพอใจ จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	84
28	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพทางการสมรสกับ ความพึงพอใจ จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	85
29	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะที่อยู่อาศัยกับความ พึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	85
30	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความ พึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
31	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของรายได้โดยรวมของครอบครัว ต่อเดือนกับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	87
32	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความเป็นเจ้าของกับความ พึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	88
33	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของกิจกรรมกับความพึงพอใจ จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	89
34	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของสนใจกับความพึงพอใจจากการ เป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	90
35	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความเห็นกับความพึงพอใจ จากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	91
36	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับโทรทัศน์กับความ พึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	92
37	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของระยะเวลาในการเปิดรับโทรทัศน์ กับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	93
38	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับ โทรทัศน์บอกรับสมาชิกกับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์ บอกรับสมาชิก	94
39	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนผลมทางการตลาด (Product) กับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	95
40	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนผลมทางการตลาด (Price) กับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	96
41	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนผลมทางการตลาด (Place) กับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก	96
42	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนผลมทางการตลาด (Promotion) กับความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับ สมาชิก	97