

ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงพยาบาลของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาว ชรีรัตน์ ประจักษ์ธรรม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-331-700-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**NEEDS OF INFORMATION IN THEATRE' S WEBSITE AMONG
UNIVERSITY STUDENTS IN BANGKOK**

Miss Chareerat Prachaktham

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Advertising
Department of Public Relations
Graduate School
Chulalongkorn University
Academic Year 1998
ISBN 974-331-700-7**

ผลพจน์ฉบับพิมพ์ตัดย่อกิจกรรมนิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

ชรัรัตน์ ประจักษ์ธรรม : ความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของนิสิตนักศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร (NEEDS OF INFORMATION IN THEATRE' S WEBSITE AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN BANGKOK) อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์, 143 หน้า. ISBN 974-331-700-7.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ ตลอดจนทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยสุ่มตัวอย่างจากนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรีและโทที่ใช้บริการระบบเว็ลด์ไวต์เว็บ ซึ่งศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชนที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ผลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบแบบ T-test

ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษามีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาได้แก่ข้อมูลข่าวสารด้านการโฆษณา ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลข่าวสารด้านการขายตรง ตามลำดับ โดยข้อมูลข่าวสารที่มีระดับความต้องการเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การมีตัวอย่างภาพยนตร์ให้ชม ตารางเวลาฉายภาพยนตร์ของแต่ละโรงแบบวันต่อวัน เนื้อเรื่องย่อของภาพยนตร์ที่เข้าฉาย การมีภาพนิ่ง (screenshot) จากภาพยนตร์ให้ชม และตารางเวลาฉายภาพยนตร์ของแต่ละโรงล่วงหน้า 1 สัปดาห์ นอกจากนี้นิสิตนักศึกษายังต้องการข้อมูลเกี่ยวกับเพลงประกอบภาพยนตร์ (soundtrack) และประวัติของดารานักแสดงที่น่าสนใจด้วย

นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ และทัศนคติต่อเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของนักศึกษาที่คาดว่าจะเข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์กับนักศึกษาที่คาดว่าจะไม่เข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ ส่วนมากมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการจัดตั้งเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเป็นสิ่งจำเป็น โดยให้เหตุผลว่าเว็บไซต์โรงภาพยนตร์จะช่วยอำนวยความสะดวกในการค้นหาข้อมูล ประกอบกับอินเทอร์เน็ตจะมีผู้ใช้บริการแพร่หลายมากขึ้น และนักศึกษากลุ่มใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเปิดให้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ทางเว็บไซต์เป็นสิ่งจำเป็น โดยให้เหตุผลว่าช่วยเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการและช่วยเพิ่มยอดการจำหน่ายตั๋วภาพยนตร์ได้

ในด้านแนวโน้มพฤติกรรมของนิสิตนักศึกษาต่อเว็บไซต์โรงภาพยนตร์นั้น นักศึกษาส่วนมากมีแนวโน้มจะเข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ที่เข้าฉาย เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และโปรแกรมการฉาย เพื่อความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ และดาวน์โหลดของแจกเกี่ยวกับภาพยนตร์ และนักศึกษากลุ่มมากมีแนวโน้มจะใช้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ทางอินเทอร์เน็ต โดยให้เหตุผลในการใช้บริการว่าเป็นบริการที่ให้ความสะดวก และนักศึกษาเหล่านั้นก็ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นประจำอยู่แล้ว ส่วนแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการซื้อตั๋วภาพยนตร์ทางเว็บไซต์ โดยชำระเงินด้วยบัตรเครดิตนั้น นักศึกษาส่วนมากมีแนวโน้มจะไม่ใช้บริการ เพราะไม่มีบัตรเครดิต อีกทั้งบริการนี้ยังมีความเสี่ยงสูงในด้านการรักษาความปลอดภัย และมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา การโฆษณา
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิสิต ชรัรัตน์ ประจักษ์ธรรม
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

4085067228 :MAJOR ADVERTISING

KEY WORD: NEEDS OF INFORMATION / THEATRE' S WEBSITE / UNIVERSITY STUDENTS / INTERNET /
WORLD WIDE WEB / WEBSITE / THEATRE

CHAREERAT PRACHAKTHAM : NEEDS OF INFORMATION IN THEATRE' S WEBSITE AMONG
UNIVERSITY STUDENTS IN BANGKOK. THESIS ADVISOR : ASSIST. PROF. SUWATTANA
VONGGAPAN. 143 pp. ISBN 974-331-700-7.

The objectives of this survey research are to study the needs of information, attitude and behavior of university students toward the theatre's website. This research was carried out in the group of undergraduate and graduate students both in public and private universities in Bangkok. Questionnaires were designed to collect the interested data from 400 students. All data were then analyzed for the interested statistics, i.e. frequency, percentage, mean score and t-test.

The results show that the most important information to the university students is the theatre's promotion information, followed by advertising, public relations, and direct marketing information respectively. The most five information issues required by students are sneak preview, theatre's daily program, summary of movie story, sample of screenshot from the movies, and theatre's weekly program accordingly.

Most university students have the positive attitudes to theatre's website. This research find the statistical differences between attitudes of university students visiting theatre's website and attitudes of university students not visiting theatre's website with the significance level of .05. Furthermore, most students point out that creating theatre's website in Thailand is necessary because theatre's website help web users to get the required information easily and the number of internet users grows very quickly. Most of the students also comment that ticket reservation through the website is a necessary and convenient service, and should help to increase sales of the theatre.

This research also found that the university students have the tendency to visit the theatre's website in order to acquire the information regarding the interested movie, the theatre and theatre's program. Other tendencies found in this research included to entertain themselves, and to download the giveaway gifts. Most students also have the tendency to make the reservation through the website for their convenience. However, this research found that most students are not going to use their credit cards to purchase the tickets through the website. This is due to the security protection reason and complicated purchasing process while most students also do not have their own credit cards.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา..... การโฆษณา.....

ปีการศึกษา..... 2541.....

ลายมือชื่อนิสิต..... ชวีรัตน์ ปวงศ์ธรรม.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือ และสนับสนุนจากบุคคลหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒน์นา วงษ์กะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งตลอดมา อาจารย์รัตยา โตควนิชย์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์วิไลรักษ์ สันติกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ และปรับปรุงแก้ไขเนื้อหา

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณพี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อน ๆ ทุกคนเป็นอย่างมากที่ให้ความช่วยเหลือในการแจกแบบสอบถามจนกระทั่งการวิจัยสำเร็จไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา ที่คอยดูแลให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ และให้การสนับสนุนในด้านการเงินเสมอมาตลอดจนสำเร็จการศึกษา

ชรีรัตน์ ประจักษ์ธรรม

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหาวิจัย	19
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	19
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	20
1.5 นิยามศัพท์	20
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	21
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
2.1 แนวคิดเรื่องการตลาด	22
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด	24
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ	29
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารนอกรวม	40
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข่าวสาร	46
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรม	51
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
3 ระเบียบวิธีวิจัย	58
3.1 ประชากร	58
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	60
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	61
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	61
3.6 การกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์	61
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	63
4 ผลการวิจัย	64
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	109
5.1 สรุปผลการวิจัย	110
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	115
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย	123
5.4 ข้อเสนอแนะ	123
รายการอ้างอิง	125
ภาคผนวก	129
ภาคผนวก ก	129
ภาคผนวก ข	135
ประวัติผู้วิจัย	143

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	65
2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	65
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้	66
4	แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถาบันการศึกษาและระดับการศึกษา	67
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา ชั้นปีที่ ศึกษาและสาขาวิชาที่เรียน	69
6	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของ กลุ่มตัวอย่าง	70
7	แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ ..	70
8	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการจองตั๋วภาพยนตร์ทางโทรศัพท์	71
9	แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการจองตั๋วภาพยนตร์ทางโทรศัพท์	71
10	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการใช้บริการระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ	72
11	แสดงจำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการใช้บริการระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ	73
12	แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการใช้บริการระบบเว็ลด์ไวด์เว็บแต่ละ ครั้ง	74
13	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความต้องการข้อมูลข่าวสารใน เว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	75
14	แสดงจำนวนและร้อยละขององค์ประกอบในเว็บไซต์ที่มีผลทำให้นักศึกษากลับมา ชมเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ	80
15	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับแนวโน้มการเข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ของ กลุ่มตัวอย่าง	82
16	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับแนวโน้มของความบ่อยครั้งในการเข้าชมเว็บไซต์ โรงภาพยนตร์ของผู้ที่คาดว่าจะเข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์	83
17	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์ ของผู้ที่คาดว่าจะเข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
18	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับแนวโน้มของระยะเวลาในการเข้าชมเว็บไซต์ โรงภาพยนตร์แต่ละแห่งของผู้ที่คาดว่าจะเข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์	86
19	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับสาเหตุที่ไม่เข้าชมเว็บไซต์โรงภาพยนตร์	87
20	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการจัดตั้ง เว็บไซต์ของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย จำแนกตามแนวโน้มการเข้าชมเว็บไซต์ โรงภาพยนตร์	88
21	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการ จัดตั้งเว็บไซต์ของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเป็นสิ่งจำเป็น	89
22	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการ จัดตั้งเว็บไซต์ของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น	90
23	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการ จัดตั้งเว็บไซต์ของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นในอนาคต	91
24	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจต่อความคิดเห็น ในการจัดตั้งเว็บไซต์ของโรงภาพยนตร์ในประเทศไทย	92
25	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการเปิดให้ บริการจองตั๋วภาพยนตร์ทางเว็บไซต์ จำแนกตามแนวโน้มการเข้าชมเว็บไซต์ โรงภาพยนตร์	93
26	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการ เปิดให้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ทางเว็บไซต์เป็นสิ่งจำเป็น	94
27	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการ เปิดให้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ทางเว็บไซต์เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็น	95
28	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าการ เปิดให้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ทางเว็บไซต์เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นในอนาคต	96
29	
แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจต่อความคิดเห็น ในการเปิดให้บริการจองตั๋วภาพยนตร์ทางเว็บไซต์	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
30 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อเว็บไซต์โรงพยาบาล สำหรับผู้ที่คาดว่าจะเข้าชมเว็บไซต์โรงพยาบาล	98
31 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อเว็บไซต์โรงพยาบาล สำหรับผู้ที่คาดว่าจะไม่เข้าชมเว็บไซต์โรงพยาบาล	100
32 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อเว็บไซต์โรงพยาบาล ระหว่างผู้ที่คาดว่าจะเข้าชมเว็บไซต์โรงพยาบาล กับผู้ที่คาดว่าจะไม่เข้าชม เว็บไซต์โรงพยาบาล	102
33 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการจองตัวภาพ- ยนตร์ทางอินเทอร์เน็ต	104
34 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มจะใช้บริการ จองตัวภาพยนตร์ทางอินเทอร์เน็ต	105
35 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มจะไม่ใช้ บริการจองตัวภาพยนตร์ทางอินเทอร์เน็ต	106
36 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการซื้อตัวภาพยนตร์ ล่วงหน้าทางเว็บไซต์ โดยชำระเงินผ่านบัตรเครดิต	107
37 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มจะใช้บริการ ซื้อตัวภาพยนตร์ล่วงหน้าทางเว็บไซต์ โดยชำระเงินผ่านบัตรเครดิต	107
38 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีแนวโน้มจะไม่ใช้ บริการซื้อตัวภาพยนตร์ล่วงหน้าทางเว็บไซต์ โดยชำระเงินผ่านบัตรเครดิต	108

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แผนภาพการเช่า Leased Line ตามจำนวนสาขา	16
2 แผนภาพการเช่า Leased Line จุดเดียว	17
3 แผนภาพการต่อโมเด็มเพียงจุดเดียว	17
4 แผนภาพการต่อโมเด็มตามจำนวนสาขา	18
5 ตัวอย่างเว็บไซต์ของ http://www.movielink.com	18
6 แสดงบทบาทของการสื่อสารทางการตลาด	23