

กลยุทธ์และประสิทธิผลของแผนการรณรงค์โฆษณา
โครงการเสริมสร้างความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภค
“อย.ปกป้องสิทธิ”

นางสาว สุชัยญา ลิมสกุล



สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-331-884-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**STRATEGY AND EFFICIENCY OF AN ADVERTISING CAMPAIGN OF
THE RAISING AWARENESS TO PROTECT THE CONSUMER'S RIGHTS PROJECT
"CONSUMER'S RIGHTS PROTECTION BY F.D.A.
(THE FOOD AND DRUGS ADMINISTRATION)"**

Miss Suchanya Limsakul

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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 974-331-884-4


หัวข้อวิทยานิพนธ์ กลยุทธ์และประสิทธิผลของแผนการรณรงค์โฆษณา โครงการเสริมสร้าง
ความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิ์ผู้บริโภค "อย.ปกป้องสิทธิ์"
โดย นางสาวสุชัญญา ลิ้มสกุล
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ดร.ม.ล.วิภาธร จิรประวัติ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาโทมหาบัณฑิต


.....
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ศุภวัฒน์ รุติวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

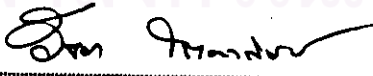
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์)

ประธานกรรมการ


.....
(อาจารย์ดร.ม.ล.วิภาธร จิรประวัติ)

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(อาจารย์รัตยา ไทควนิชย์)

กรรมการ

สุชัยญา ลิ้มสกุล: กลยุทธ์และประสิทธิผลของแผนการรณรงค์โฆษณา โครงการเสริมสร้างความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภค "อย.ปกป้องกัน" (STRATEGY AND EFFICIENCY OF AN ADVERTISING CAMPAIGN OF THE RAISING AWARENESS TO PROTECT THE CONSUMER'S RIGHTS PROJECT "CONSUMER'S RIGHTS PROTECTION BY F.D.A. (THE FOOD AND DRUGS ADMINISTRATION)) อ.ที่ปรึกษา : อาจารย์ ดร.ม.ล.วิภาวดี จิตรประวัติ, 154 หน้า ISBN 974-331-884-4.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่ใช้ในแผนการรณรงค์โฆษณาโครงการ "อย.ปกป้องกัน" และเพื่อศึกษาประสิทธิผลของแผนรณรงค์โฆษณา โดยศึกษาจากการเปิดรับสื่อหลักๆ ที่โครงการฯ เลือกใช้ในการโฆษณา ความตระหนักต่อโครงการ ทักษะการมีต่อภาพยนตร์โฆษณา และพฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างแสดงออกเมื่อประสบปัญหาจากการบริโภคสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขต กทม. จำนวน 410 คน โดยแบ่งวิธีการศึกษาเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์การโฆษณาของโครงการฯ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับเจ้าหน้าที่อย. และเจ้าหน้าที่บริษัทตัวแทนโฆษณาที่วางแผน และส่วนที่สองศึกษาประสิทธิผลของแผนรณรงค์โฆษณา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOWS ในการประมวลผล

ผลการศึกษาในส่วนกลยุทธ์ของแผนรณรงค์โฆษณานั้น พบว่า กลยุทธ์หลักคือการใช้สื่อมวลชนเพื่อให้ข่าวสารแพร่กระจายสู่ประชาชนได้ในวงกว้าง โดยสื่อหลักที่ใช้ได้แก่โทรทัศน์ สื่อรองได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ โดยมีสื่อและกิจกรรมเสริมเข้าช่วย เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิตยสาร และคอนเสิร์ต และตั้งสโลแกนโครงการว่า "อย.ปกป้องกัน" เพื่อให้จดจำได้ง่ายขึ้น

ผลการศึกษาในส่วนประสิทธิผลแผนรณรงค์โฆษณา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหลักๆ ที่โครงการฯ เลือกใช้ นอกจากนี้ยังพบว่าสื่อหลักๆ ดังกล่าวเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับโครงการฯ ในระดับสูง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตระหนักเกี่ยวกับโครงการ ส่วนทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาทั้งสองเรื่องนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกต่อภาพยนตร์โฆษณา

นอกจากนี้จากการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างทราบถึงสิทธิของผู้บริโภคแล้ว และในการสัมภาษณ์ยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ และแหล่งร้องเรียนด้วย แต่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงไม่ใช้สิทธิปกป้องสิทธิของตนโดยการร้องเรียน และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้และทัศนคติที่มีต่อโฆษณา กับพฤติกรรมการปกป้องสิทธิโดยการร้องเรียนแล้ว พบว่าแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภค และมีทัศนคติในเชิงบวกต่อโฆษณาก็ตาม ก็ยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยมากที่ตั้งใจจะปกป้องสิทธิของตนโดยการร้องเรียน

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา การโฆษณา
ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิติ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

* # 4085117028 : MAJOR ADVERTISING
KEY WORD:

STRATEGY/EFFICIENCY/CONSUMER'S RIGHTS PROTECTION BY F.D.A.

SUCHANYA LIMSAKUL: STRATEGY AND EFFICIENCY OF AN ADVERTISING CAMPAIGN OF THE RAISING AWARENESS TO PROTECT THE CONSUMER'S RIGHTS PROJECT "CONSUMER'S RIGHTS PROTECTION BY F.D.A. (THE FOOD AND DRUGS ADMINISTRATION)".

THESIS ADVISOR : M.L.VITTRATORN CHIRAPRAVATI, Ph.D. ,154 pp. ISBN 974-331-884-4.

The purposes of this research were to study the strategy of advertising campaign used by the "Consumer's Right Protection by FDA" project and its efficiency by examining through assessing the sample's exposure to this campaign, the awareness of the project, the attitude to TVC and the behavior of the samples when they face any problems from consumption. Questionnaires were used to collect data from 410 samples in Bangkok Metropolis. The research was under the two-study procedure as follows: Firstly, in-depth interviewing the F.D.A. officer accompanying the campaign planner of the advertising agency to study the strategy of the campaign. Secondly, face-to-face interviewing the 410 samples to study the efficiency of the campaign.

The results of the study revealed that the principal strategies were to publicize the campaign's objectives and information through the mass media, and the main medium was television, supporting media were newspapers, magazines and radio, and the specialized media and activities were brochure, poster, exhibition and concert in order to inform the consumers about the complaint sources and raise the consumer's awareness to protect themselves by complaining through F.D.A.

The result of efficiency of advertising campaign was found that the samples were mostly exposed the various main media used by the project. Furthermore, it was also revealed that those media had extremely influenced the samples' recognition. The samples' attitude to both of TVC was revealed that they possessed the positive attitude towards them.

This research was also found that the samples realized the consumer's rights and contributed the knowledge of the project under the face-to face interview procedure and complaint sources as well. It was however revealed that the majority of samples didn't apply the complaint procedure. Finally, from data analysis about correlation between variables, the research was also found that the samples possessed the awareness of consumer's rights and positive attitude towards TVC of the project; nevertheless, the least of the samples paid attention to protect their rights by complaint procedure.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา..... การโฆษณา.....

ปีการศึกษา..... 2541.....

ลายมือชื่อนิติ..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ ดร.ม.ล. วิทยาธร จิตรประวัติ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ซึ่งได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นต่างๆ ในการวิจัย ตลอดจนกำลังใจด้วยดีมาโดยตลอด รวมทั้งผศ.สุวิธนา วงษ์กะพันธ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และอาจารย์รัตยา โตควนิชย์ ตลอดจนอาจารย์ในหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ทางการศึกษาตามหลักสูตร ซึ่งข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ ภ.ญ.นิภาภรณ์ จัยวัฒน์ นักวิชาการประจำกลุ่มงานวิจัยและพัฒนาพฤติกรรมผู้บริโภค สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำหรับการสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำแนะนำ ข้อมูลที่ถูกต้องของโครงการฯ และความเอื้อเฟื้อในการรวบรวมข้อมูลของข้าพเจ้าตลอดมา และคุณใหม่ จาริพิบูลย์ เจ้าหน้าที่บริหารงานลูกค้าของบริษัทแอ็กซิส สเปาแอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด สำหรับการรวบรวมข้อมูลและชิ้นงานโฆษณาอันทำให้การทำวิจัยในครั้งนี้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ขอบคุณสำหรับร่างกาย แรงใจของพี่สัมสาวที่แสนดี เอ๋ ต่อ เอ๊ะ น้องพี และพี่จิมคนดีที่ช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ในทุกขั้นตอน ขอขอบคุณเพื่อนๆ ร่วมรุ่นทุกคนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หน้อยและน้องเก๋ สำหรับการกระตุ้นให้เกิดความขยันและบอกข่าวสารข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ขอขอบคุณตัวเองสำหรับความมานะ พากเพียรและอดทนอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วง

ท้ายที่สุดขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ที่ใจดีที่สุดในโลกสำหรับการสนับสนุนในทุกๆ ด้าน ให้ได้รับการศึกษาสูงสุดเท่าที่สมองและความสามารถของลูกจะอำนวย และคุณพ่อผู้ฝากความฝันและความหวังให้ลูกได้เรียนสูงๆ แม้ว่าพ่อจะไม่ได้อยู่เพื่อคอยช่วยเหลืออย่างที่เคยทำ แต่ลูกรู้ว่าพ่อจะสามารถทราบได้ด้วยทางใดทางหนึ่งว่าพ่อเป็นแรงใจสำคัญที่ทำให้ลูกอดทน ไม่ยอมแพ้และพากเพียรจนประสบความสำเร็จ

สุชัญญา ลิ้มสกุล

สารบัญ

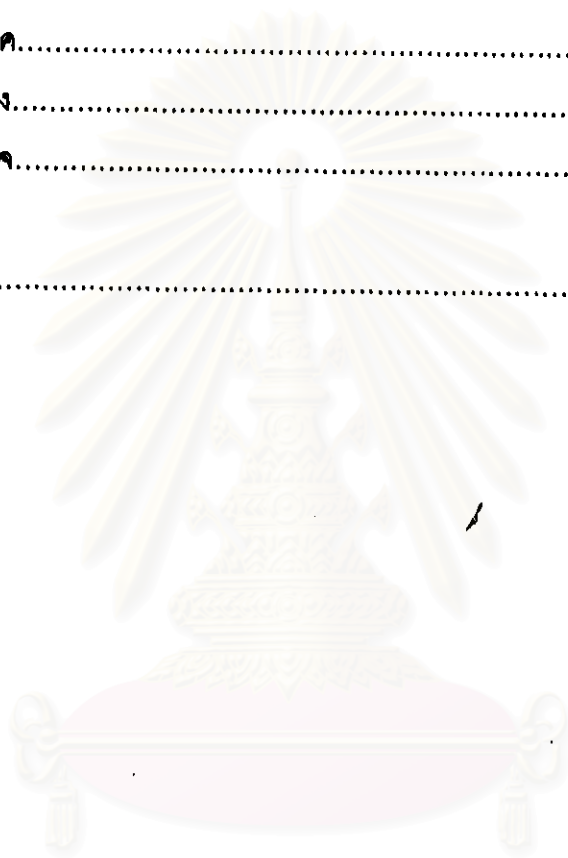
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ท
บทที่ 1	
ความนำ.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวความคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การโฆษณา.....	9
แนวความคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและพฤติกรรมผู้บริโภค.....	23
แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม.....	27
ทฤษฎีการถอนตัวและการไว้วางใจ.....	39
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีวิจัย.....	44
ส่วนที่ 1.....	44
แหล่งข้อมูล.....	44
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
ส่วนที่ 2.....	46
ประชากร.....	46
การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.....	46
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	46
เกณฑ์การวัดและการให้คะแนนตัวแปร.....	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
บทที่ 4	
ผลการวิจัย.....	51
ผลการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการฯ.....	51
ผลการศึกษาประสิทธิผลของโครงการฯ.....	63
ผลการแจกแจงลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	63
ผลการแจกแจงการเปิดรับและความเชื่อถือที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อสื่อ.....	67
ผลการแจกแจงความตระหนักต่อโครงการฯของกลุ่มตัวอย่าง.....	69
ผลการแจกแจงสื่อและกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับโครงการฯ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	70
ผลการแจกแจงการรู้จักหน่วยงานและหน้าที่หลักของอย. ของกลุ่มตัวอย่าง.....	77
ผลการแจกแจงการจดจำและทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อภาพยนตร์โฆษณา.....	78
ผลการแจกแจงความรู้เกี่ยวกับสิทธิของผู้บริโภคของกลุ่มตัวอย่าง.....	87
ผลการแจกแจงกลุ่มตัวอย่างตามพฤติกรรมการแสดงออกเมื่อประสบปัญหา.....	89
ผลการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	94
บทที่ 5	
สรุปผลการวิจัย.....	95
สรุปผลการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการฯ.....	95
สรุปผลการศึกษาด้านประสิทธิผลของโครงการฯ.....	98
การตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2.....	98
การตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3.....	99
อภิปรายผล.....	103
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	110
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	111
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	112

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
รายการอ้างอิง.....	113
ภาคผนวก.....	117
ภาคผนวก ก.....	118
ภาคผนวก ข.....	121
ภาคผนวก ค.....	129
ภาคผนวก ง.....	133
ภาคผนวก จ.....	145
ประวัติผู้เขียน.....	154



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย