

ชื่อโครงการ : การวิจัยและการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อการรู้เท่าทันโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่  
ของ เยาวชน

แหล่งเงิน : งบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558

ระยะเวลาทำการวิจัย : 1 ปี 2 เดือน ตั้งแต่ กุมภาพันธ์ 2558 – เมษายน 2559

ชื่อ-สกุล : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี พรหมมา

หน่วยงาน : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

### บทคัดย่อ

การวิจัยและการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อการรู้เท่าทันโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ของเยาวชน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรม อิทธิพล และผลกระทบการเปิดรับโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ของเยาวชน และเพื่อศึกษาความรู้ในสิทธิผู้บริโภคที่มีต่อระดับการรู้เท่าทันโฆษณาของเยาวชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยในครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม เก็บกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเยาวชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 428 คน การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้คือการสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมเปิดรับโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ Facebook อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับโฆษณา คือ สมาร์ทโฟน (Smart Phone) กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับโฆษณาผ่านช่องทาง Facebook LINE และ You Tube สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับโฆษณามากที่สุดคือ บ้าน ช่วงเวลาที่เปิดรับโฆษณา คือ 20.01 – 22.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อสมัยใหม่พร้อมทำกิจกรรมก่อนเข้า และสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดโฆษณา คือ สินค้าประเภทแฟชั่น/เสื้อผ้า ด้านอิทธิพลการเปิดรับโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ของเยาวชน พบว่า ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และอิทธิพลการเปิดรับโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ของเยาวชนค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านรูปแบบโฆษณา ที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก เช่นกัน ส่วนด้านผลกระทบที่เกิดจากการเปิดรับโฆษณาสื่อสมัยใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กล่าวว่าโฆษณามีส่วนทำให้ได้รับความบันเทิงอยู่ในระดับมาก และความรู้ในสิทธิผู้บริโภคที่มีต่อระดับการรู้เท่าทันโฆษณาของเยาวชนก็อยู่ในระดับที่มากเช่นกัน

คำสำคัญ : การรู้เท่าทันโฆษณา สื่อสมัยใหม่

**Research Title :** Research and Development of Training Course for

Advertising Literacy of Youth in New Media

**Researcher :** : Asst.Prof.Dr. Supavadee Promma

**Faculty :** : Management Science

**Department :** : Communication Arts Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

## ABSTRACT

This research aims to study behavior, influence and the effects of exposure to advertisement of youth in new media and to study knowledge in consumer's rights toward the level of advertising literacy of youth in Nakhon Si Thammarat province. The researcher used mixed method of quantitative and qualitative research. The instrument of quantitative research is questionnaires collecting from youth population in Nakhon Si Thammarat province in number of 428 people and the instrument of qualitative research is focus group.

The results showed that most samples have advertisement exposure in new media : Facebook. The equipment for achieving advertisement is smart phone. The selected samples achieve advertisement through Facebook Line and YouTube the place that the majority of samples achieve advertisement is their house period of exposure is 20.01 – 22.00 pm. before bedtime and they choose to watch advertisement is about fashion. For the average of individual factors that influences advertisement exposure is in high level and the average of advertisement format is in high level The effects of advertisement exposure in new media found advertisement has been contributed to the entertainment and knowledge in consumer rights toward advertising literacy of youth is in high level.

**Keyword :** Advertising Literacy, New Media