

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์



นางสาวชวณี ลีตระกูล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND EFFECTIVENESS
OF ANTI CD PIRACY CAMPAIGN

Miss Chawanee Leetrakool

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

492095

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผล
ของการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

โดย

นางสาว ชวณี ลีตระกูล

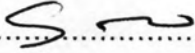
สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

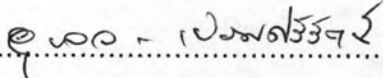
อาจารย์ที่ปรึกษา


ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิธนา วงษ์กะพันธ์

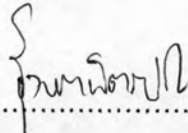
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยুবล เบญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ยুবลวรรณ เปรมศรีรัตน์)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิธนา วงษ์กะพันธ์)

.....  กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา)

ชวณิ ลีตระกูล : กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.(PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND EFFECTIVENESS OF ANTI PIRACY CAMPAIGN)อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ. สุวัฒน์ วังกะพันธ์ , 143หน้า.

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ได้แก่กรมทรัพย์สินทางปัญญา บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) โดยการวิเคราะห์แผนประชาสัมพันธ์ รวมถึงการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โครงการ และศึกษาประสิทธิผลของการรณรงค์โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อ การรับรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม ในส่วนของกรวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS For Windows

ผลการวิจัยพบว่า การรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของทั้ง 3 หน่วยงานต้องการเน้นการให้ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาพร้อมกับการปลูกฝังจิตสำนึกให้เห็นความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญารวมถึงผลเสียจากการใช้สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ กลยุทธ์ที่ใช้ในการรณรงค์ครั้งนี้คือ กลยุทธ์การใช้สื่อหลายประเภท กลยุทธ์การโน้มน้าวและจูงใจ กลยุทธ์ในการใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสาร กลยุทธ์การใช้สัญลักษณ์และการสร้างคำขวัญ

ในส่วนของการศึกษาประสิทธิผลของการรณรงค์ ผลทดสอบสมมติฐานพบว่าเป็นไปตามสมมติฐาน คือ

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้เกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์
3. การรับรู้เกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์

ภาควิชา	การประชาสัมพันธ์	ลายมือชื่อนิสิต.....
สาขาวิชา	การประชาสัมพันธ์	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา	2549	

4885073728 : MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEY WORD: / PUBLIC RELATIONS/ STRATEGY/ EFFECT/ MEDIA EXPOSURE / PERCEPTION / ATTITUDE
/CD PIRACY

CHAWANEE LEETRAKOOL:PUBLIC RELATIONS STRATEGIES AND EFFECTIVENESS
OF THE ANTI CD PIRACY CAMPAIGN.

THESIS ADVISOR : ASST.PROF.SUWATHANA WONGKAPUN,143 pp.

This research aims to study the Public Relations Strategies and Effectiveness of Anti-Piracy Campaign of both government and non-government organizations which are the Department Of Intellectual Property, R.S. Public Company Limited and GMM Grammy Public Company Limited.This research is conducted by analysing the public relations strategies, and interviewing the authorised public relation officers of the campaign. Moreover, this research also aims to study the effectiveness of the anti-piracy campaign by investigating the relationships between media exposure, perception and attitudes of 400 Bangkok people. The methodology of this research is by survey questionnaires. Received data is analysed by explaining the frequency, statistic, percent, average and the analysis of Pearson's Product Moment Correlation Coefficient using the SPSS program for Windows.

The results find that the anti-piracy campaign of all 3 organizations wants to provide knowledge regarding intellectual property right and instil a consciousness about the importance and negative effects of copyright break up. The strategies for this campaign are use of variety media means in order to convince to spread up and to propagandise its information.

In the section of study on effectiveness of the campaign, the test of hypotheses found that :-

1. The information exposure about the campaign of anti-piracy has a positive relationship with the perceptions about the campaign of anti-piracy.
2. The information exposure about the campaign of anti-piracy has a positive relationship with the attitudes about the campaign of anti-piracy.
3. Both the perceptions and attitudes regarding the campaign of anti-piracy have a positive relationship with each other.

Department Public Relations
Field of study Public Relations
Academic year signature 2006

Student's signature.....
Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความสามารถของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒน์นา วงษ์กะพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความกรุณาตรวจทานและให้คำปรึกษาแนะนำที่เป็นประโยชน์ ยิ่ง รวมทั้งขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชาที่กรุณาเป็นประธานและกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา ที่กรุณาให้ความกระจ่างในด้านสถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล

ขอขอบพระคุณพ่อและแม่ที่เป็นกำลังใจที่ยิ่งใหญ่ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมและผลักดันให้ทั้งชีวิตนี้ประสบแต่ความสำเร็จตลอดมา

ขอขอบคุณบุคลากรของกรมทรัพย์สินทางปัญญา บริษัทแกรมมี่ และบริษัทอาร์เอส ที่ให้ความร่วมมือในการเอื้อเฟื้อข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี

ขอบคุณเพื่อนๆ 1/1 สารวิทยา และ เพื่อนๆ CA 05 ม.บูรพาที่เป็นกำลังสำคัญในการแจกแบบสอบถามทั้ง 400 ชุดในเวลาอันรวดเร็ว

ขอบคุณเพื่อนๆ P.R. รุ่น 1 ทุกคนที่ทำให้เกิดมิตรภาพดีๆขึ้นระหว่าง 2 ปีที่ได้ศึกษา ในรั้วจุฬาลงกรณ์ โดยเฉพาะ พี่ปริม พี่มัน พี่เอ๋ พี่อยด์ เยลลี่ แดงไทย และบูมที่คอยช่วยเหลือแลกเปลี่ยนกำลังใจกันจนวิทยานิพนธ์สำเร็จไปได้ด้วยดีทุกคน

และที่สำคัญ ขอขอบคุณน้องปั้นมากๆ ที่เป็นแขนเป็นขา ช่วยขับรถตระเวนทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ตั้งแต่เริ่มจนจบ และทำให้หัวเราะได้ในเวลาที่เครียดมากๆ รวมทั้งครอบครัวซึ่งเกิดลาภที่คอยถามไถ่และให้กำลังใจอยู่เสมอ

ท้ายที่สุดขอขอบคุณตัวเองที่อดทนและพยายามฟันฝ่าอุปสรรคทั้งหลายทั้งปวง จนกระทั่งประสบความสำเร็จได้ในวันนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
ปัญหำนำการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	9
แนวคิดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.....	12
แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	15
แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	23
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา.....	26
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับซิติ.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
3. ระเบียบวิธีวิจัย	37
รูปแบบการวิจัย.....	37
ประเด็นที่ใช้ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	38

บทที่

3	การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล.....	38
	การวิจัยเชิงปริมาณ.....	39
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	40
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
	การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	41
	เกณฑ์การให้คะแนน.....	42
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	45
4	ผลการวิจัย.....	46
	การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของโครงการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์	46
	การนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	79
	การทดสอบสมมติฐาน.....	102
5	สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	106
	สรุปผลการวิจัย.....	107
	อภิปรายผลการวิจัย.....	121
	ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	128
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	129
	รายการอ้างอิง.....	130
	ภาคผนวก.....	134
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	143

1. แสดงสถิติการจับกุมดำเนินคดีฐานกระทำความผิดฐานละเมิดลิขสิทธิ์.....	3
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเพศ.....	79
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามช่วงอายุ.....	80
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามระดับการศึกษา.....	81
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพ.....	82
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามระดับรายได้.....	83
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความมากน้อยในการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ จากสื่อประเภทต่างๆ.....	84
8. แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง ในการเปิดรับ ข่าวสารของโครงการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ จำแนกตามสื่อประเภทต่างๆ.....	87
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารโครงการรณรงค์ต่อต้าน ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อโทรทัศน์แยกตามประเภทรายการ.....	88
10. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารโครงการรณรงค์ต่อต้าน ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อวิทยุแยกตามประเภทรายการ.....	89
11. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารโครงการรณรงค์ต่อต้าน ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อหนังสือพิมพ์แยกตามหนังสือพิมพ์.....	90
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารโครงการรณรงค์ต่อต้าน ซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จำแนกตามรูปแบบรายการ.....	91
13. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามการรับรู้ การประชาสัมพันธ์รณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	92
14. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติ การประชาสัมพันธ์รณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	94
15. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง.....	96
16. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร การรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อประเภทสื่อมวลชน.....	97
17. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร การรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์จากสื่อประเภทสื่อเฉพาะกิจ.....	98

18. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการรับรู้ข่าวสาร การรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.....	99
19. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับทัศนคติที่มีต่อ การรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์.....	100
20. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับพฤติกรรมที่มีต่อ การรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	101
21. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และการรับรู้เกี่ยวกับการรณรงค์ ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	102
22. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และทัศนคติเกี่ยวกับการรณรงค์ ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	103
23. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับ การรณรงค์ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์และทัศนคติเกี่ยวกับการรณรงค์ ต่อต้านซีดีละเมิดลิขสิทธิ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.....	104