

พฤติกรรมกรับฟังวิทยุในรถยนต์และพฤติกรรมกรไปห้างสรรพสินค้า
ของลูก้าห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาวคณิงนิจ แซ่อึ้ง



ศูนย์วิทยุทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ คณะศึกษาศาสตร์


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-635-702-6

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CAR RADIO LISTENING AND SHOPPING BEHAVIOR OF DEPARTMENT STORE
AND SUPERMARKET PATRONS IN THE BANGKOK
METROPOLITAN AREA



MISS KHANUNGNIJ SAE-UNG

ศูนย์วิทยพัทยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis submitted in Parial Fulfillment Requirements
for the Degree of Master of Arts

Department of Public Relations

Graduate School

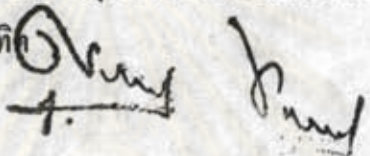
Chulalongkorn University

Academic Year 1996

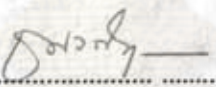
ISBN 974-635-702-6

หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์และพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า
ของลูกค้าห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย นางสาวคณิงนิจ แซ่อึ้ง
ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.พนา ทองมีอาคม
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม (ถ้ามี) (ถ้ามี)

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิตวิทยาลัย


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นพ.สุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนาวดี บุญลือ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม(ถ้ามี)

()

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)



บทคัดย่อ แอ้ง : พฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์ กับพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าของ
ลูกค้าห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร (CAR RADIO LISTENING AND SHOPPING
BEHAVIOR OF DEPARTMENT STORE AND SUPERMARKET PATRONS IN THE BANGKOK
METROPOLITAN AREA) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.พนา ทองมีอาคม. 257 หน้า.
ISBN 974-635-702-6

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อทราบพฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์และพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าของลูกค้าห้างสรรพสินค้า (2) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า กับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์ของกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า (3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและสถานภาพการสมรส กับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์ของกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า (4) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าของลูกค้าห้างสรรพสินค้า

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาเพียงครั้งเดียวในระหว่างเดือนธันวาคม 2539 ถึงมกราคม 2540 โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดเป็นเครื่องมือและประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS/PC โดยใช้สถิติ การแจกแจงความถี่ และร้อยละเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์และพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 500 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครที่เดินทางโดยรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในช่วงระยะเวลาที่มียอดขายสูงสุดของวันคือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 16.00 ถึง 20.00 น. และวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 13.00 ถึง 20.00 น.

ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทางบวก กับพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นบางตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรช่วงเวลาที่ได้รับฟังและลักษณะการรับฟังวิทยุรถยนต์ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของการวิจัย (2) การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์ พบว่ามีตัวแปรเพศเพียงตัวแปรเดียวที่ปฏิเสธสมมติฐาน ส่วนตัวแปรอื่นสอดคล้องคล้อยกับสมมติฐานที่กำหนด (3) การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า พบว่าตัวแปรส่วนใหญ่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนด

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....
ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิติ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

##C851341 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : EXPOSURE/CAR RADIO LISTENING AND SHOPPING BEHAVIOR

KHANUNGNIJ SEA-UNG : CAR RADIO LISTENING AND SHOPPING BEHAVIOR OF DEPARTMENT STORE AND SUPERMARKET PATRONS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA. THESIS ADVISOR : ASSO.PROF.PANA THONGMEARKOM. Ed.D. 257 PP. ISBN 974-635-702-6

The purposes of this study are (1) to examine car radio listening behavior and shopping behavior of department store and supermarket patrons (2) to study the correlation between car radio listening behavior and shopping behavior (3) to study the differences among demographic groups such as sex, age, educational level, occupation, income and status in car radio listening and (4) in their shopping behavior. The research is the one-shot descriptive survey. Data were collected from 500 department store and supermarket patrons in the Bangkok Metropolitan area during December, 1996 to January, 1997. Percentage was used to analyzing data in descriptive analysis. In inferential analysis, Chi-Square and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were applied to test the hypotheses.

Results of the study were as follow:

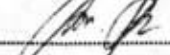
Significant positive correlation was found between car radio listening behavior and shopping behavior of department store and supermarket patrons.


Significant relationships were found among demographic variables except for sex and car radio listening and shopping behavior.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา..... 2539.....

ลายมือชื่อนิสิต..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม..... -

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความเมตตาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการวิจัยมาตลอดจนกระทั่งวิทยานิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ซึ่งสละเวลามาเป็นประธานในการสอบวิทยานิพนธ์ และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ที่ให้คำแนะนำด้านเนื้อหาจนมีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ให้คำปรึกษาด้านการวิเคราะห์ทางสถิติมาตลอด

และเนื่องจากทุนการวิจัยครั้งนี้บางส่วนได้รับมาจากทุนอุดหนุนการวิจัยของบัณฑิตวิทยาลัย จึงขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ มารดา ซึ่งสนับสนุนในด้านการเงินและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ย
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ปัญหำนำการวิจัย	4
1.4 สมมติฐานของการวิจัย	5
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการเปิดสาร	7
2.2 แนวทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	12
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	14
2.4 แนวทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อ	18
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
3 วิธีดำเนินการวิจัย	21
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	23
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	27
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปร	28

บทที่

3.5 ความเที่ยงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	29
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	30
4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	30
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์	34
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการไปห้างสรรพสินค้า	40
4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการทดสอบสมมติฐาน	45
5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	205
5.1 สรุปผลการวิจัย	206
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	209
5.3 ข้อเสนอแนะ	214
รายการอ้างอิง	215
ภาคผนวก	219
ภาคผนวก ก	219
ภาคผนวก ข	224
ประวัติผู้วิจัย	227

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร	30
ตารางที่ 2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการรับฟังวิทยุ ในรถยนต์	34
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการไปห้าง สรรพสินค้า	40
ตารางที่ 4	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าหรือ บริการในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้ากับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์ของ ลูกค้าห้างสรรพสินค้า	45
ตารางที่ 5.1	แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลากลางวันในวันทำงานกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	45
ตารางที่ 5.2	แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลาบ่ายในวันทำงานกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	46
ตารางที่ 5.3	แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลาเย็นในวันทำงานกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	46
ตารางที่ 5.4	แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงวันหยุดกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	47
ตารางที่ 6	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างความบ่อยครั้งในการไปห้าง สรรพสินค้ากับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์ของลูกค้าห้างสรรพสินค้า	47
ตารางที่ 7.1	แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท อาหารและยากับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	48
ตารางที่ 7.2	แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องดื่มกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	48
ตารางที่ 7.3	แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องใช้กับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	49
ตารางที่ 7.4	แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท ธุรกิจและบริการอื่นกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	49

ตารางที่ 7.5 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้ชายกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	50
ตารางที่ 7.6 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้หญิงกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	50
ตารางที่ 7.7 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องใช้หรือสิ่งอำนวยความสะดวกกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	51
ตารางที่ 7.8 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท ของใช้ส่วนตัวกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	51
ตารางที่ 8 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างลักษณะการรับฟังกับจำนวนเงิน ที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้าของกลุ่มลูกค้าห้าง สรรพสินค้า	52
ตารางที่ 9.1 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลากลางวันในวันทำงานกับลักษณะการรับฟัง	52
ตารางที่ 9.2 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลาบ่ายในวันทำงานกับลักษณะการรับฟัง	53
ตารางที่ 9.3 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลาเย็นในวันทำงานกับลักษณะการรับฟัง	53
ตารางที่ 9.4 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงวันหยุดกับลักษณะการรับฟัง	54
ตารางที่ 10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างความบ่อยครั้งในการไปห้าง สรรพสินค้ากับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์ของลูกค้าห้างสรรพสินค้า	54
ตารางที่ 11.1 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท อาหารและยา กับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	55
ตารางที่ 11.2 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องดื่มกับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	55

ตารางที่ 11.3 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องใช้กับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	56
ตารางที่ 11.4 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท ธุรกิจและบริการอื่นกับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	56
ตารางที่ 11.5 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้ชายกับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	57
ตารางที่ 11.6 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้หญิงกับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	57
ตารางที่ 11.7 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องใช้หรือสิ่งอำนวยความสะดวกกับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	58
ตารางที่ 11.8 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท ของใช้ส่วนตัวกับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	58
ตารางที่ 12.1 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลากลางวันในวันทำงานกับประเภทรายการที่รับฟัง	59
ตารางที่ 12.2 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลาบ่ายในวันทำงานกับประเภทรายการที่รับฟัง	59
ตารางที่ 12.3 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงเวลาเย็นในวันทำงานกับประเภทรายการที่รับฟัง	60
ตารางที่ 12.4 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปและไม่ไปห้างสรรพสินค้า ในช่วงวันหยุดกับประเภทรายการที่รับฟัง	60
ตารางที่ 13 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าหรือบริการ ในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้ากับประเภทรายการที่รับฟัง	61
ตารางที่ 14 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ไปห้างสรรพสินค้าบ่อยครั้ง กับประเภทรายการที่รับฟัง	62
ตารางที่ 15.1 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท อาหารและยากับประเภทรายการที่รับฟัง	63

ตารางที่ 15.2 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องคั้กับประเภทรายการที่รับฟัง	63
ตารางที่ 15.3 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องใช้กับประเภทรายการที่รับฟัง.....	64
ตารางที่ 15.4 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท ธุรกิจและบริการอื่นกับประเภทรายการที่รับฟัง.....	64
ตารางที่ 15.5 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้ชายกับลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์	65
ตารางที่ 15.6 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้หญิงกับประเภทรายการที่รับฟัง.....	65
ตารางที่ 15.7 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องใช้หรือสิ่งอำนวยความสะดวกกับประเภทรายการที่รับฟัง	66
ตารางที่ 15.8 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท ของใช้ส่วนตัวกับประเภทรายการที่รับฟัง.....	66
ตารางที่ 16.1 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุใน รถยนต์ในช่วงเช้ามืดกับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มา ห้างสรรพสินค้า	67
ตารางที่ 16.2 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุใน รถยนต์ในช่วงเช้ากับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มา ห้างสรรพสินค้า	67
ตารางที่ 16.3 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุใน รถยนต์ในช่วงสายกับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มา ห้างสรรพสินค้า	68
ตารางที่ 16.4 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุใน รถยนต์ในช่วงเที่ยงกับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มา ห้างสรรพสินค้า	68

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 19.59 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเด็กกับการซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้	120
ตารางที่ 19.60 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเด็กกับการซื้อสินค้าประเภทธุรกิจและบริการอื่น	120
ตารางที่ 19.61 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเด็กกับการซื้อสินค้าประเภทสินค้าผู้ชาย	121
ตารางที่ 19.62 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเด็กกับการซื้อสินค้าประเภทสินค้าผู้หญิง	121
ตารางที่ 19.63 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเด็กกับการซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้หรือสิ่งอำนวยความสะดวก	122
ตารางที่ 19.64 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเด็กกับการซื้อสินค้าประเภทของใช้ส่วนตัว	122
ตารางที่ 20 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าเพศชายและเพศหญิงกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	123
ตารางที่ 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างอายุกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์ ของกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า.....	124
ตารางที่ 22 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างระดับการศึกษากับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์ ของกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า.....	124
ตารางที่ 23 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มีอาชีพต่าง ๆ กับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	125
ตารางที่ 24 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มีรายได้ต่างกันกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์.....	126
ตารางที่ 25 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันกับระยะเวลาที่รับฟังวิทยุในรถยนต์	126
ตารางที่ 26.1 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเช้ามีคกับ เพศ	127

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 31.1 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเช้ามีค้กับสถานภาพการสมรส	147
ตารางที่ 31.2 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเช้ากับสถานภาพการสมรส.....	147
ตารางที่ 31.3 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงสายกับสถานภาพการสมรส.....	148
ตารางที่ 31.4 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเที่ยงกับสถานภาพการสมรส.....	148
ตารางที่ 31.5 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงบ่ายกับสถานภาพการสมรส.....	149
ตารางที่ 31.6 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงเย็นกับสถานภาพการสมรส.....	149
ตารางที่ 31.7 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงหัวค่ำกับสถานภาพการสมรส.....	150
ตารางที่ 31.8 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังและไม่ฟังวิทยุในรถยนต์ในช่วงดึกกับสถานภาพการสมรส.....	150
ตารางที่ 32 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังรายการวิทยุในรถยนต์ประเภทต่างกัน กับเพศ	151
ตารางที่ 33 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังรายการวิทยุในรถยนต์ประเภทต่างกัน กับอายุ	152
ตารางที่ 34 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังรายการวิทยุในรถยนต์ประเภทต่างกัน กับระดับการศึกษา	153
ตารางที่ 35 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังรายการวิทยุในรถยนต์ประเภทต่างกัน กับอาชีพ	154
ตารางที่ 36 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังรายการวิทยุในรถยนต์ประเภทต่างกัน กับรายได้	155

ตารางที่ 37	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ฟังรายการวิทยุในรถยนต์ ประเภทต่างกัน กับสถานภาพการสมรส.....	156
ตารางที่ 38	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มีลักษณะการรับฟังวิทยุ ในรถยนต์ต่างกัน กับเพศ	157
ตารางที่ 39	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า ที่มีลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์ต่างกัน กับอายุ	158
ตารางที่ 40	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า ที่มีลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์ต่างกัน กับระดับการศึกษา	158
ตารางที่ 41	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มีลักษณะการรับฟังวิทยุ ในรถยนต์ต่างกับกับอาชีพ	159
ตารางที่ 42	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า ที่มีลักษณะการรับฟังวิทยุในรถยนต์ต่างกับกับรายได้	160
ตารางที่ 43	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มีลักษณะการรับฟังวิทยุ ในรถยนต์ต่างกับกับสถานภาพการสมรส.....	160
ตารางที่ 44.1	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท อาหารและยา กับเพศ	161
ตารางที่ 44.2	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องดื่ม กับเพศ	161
ตารางที่ 44.3	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องใช้ กับเพศ	162
ตารางที่ 44.4	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท ธุรกิจและบริการอื่น กับเพศ	162
ตารางที่ 44.5	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้ชาย กับเพศ	163
ตารางที่ 44.6	แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้หญิง กับเพศ	163

ตารางที่ 49.6 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท สินค้าผู้หญิง กับ สถานภาพการสมรส.....	183
ตารางที่ 49.7 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท เครื่องใช้หรือสิ่งอำนวยความสะดวก กับ สถานภาพการสมรส.....	184
ตารางที่ 49.8 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ซื้อและไม่ซื้อสินค้าประเภท ของใช้ส่วนตัว กับ สถานภาพการสมรส.....	184
ตารางที่ 50.1 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงเวลากลางวันในวันทำงาน กับ เพศ	185
ตารางที่ 50.2 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงเวลาบ่ายในวันทำงาน กับ เพศ	185
ตารางที่ 50.3 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงเวลาเย็นในวันทำงาน กับ เพศ	186
ตารางที่ 50.4 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงวันหยุด กับ เพศ	186
ตารางที่ 51.1 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงเวลากลางวันในวันทำงาน กับ อายุ	187
ตารางที่ 51.2 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงเวลาบ่ายในวันทำงาน กับ อายุ	187
ตารางที่ 51.3 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงเวลาเย็นในวันทำงาน กับ อายุ	188
ตารางที่ 51.4 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงวันหยุด กับ อายุ	188
ตารางที่ 52.1 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงเวลากลางวันในวันทำงาน กับ ระดับการศึกษา	189
ตารางที่ 52.2 แสดงค่าไคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพ สินค้าในช่วงเวลาบ่ายในวันทำงาน กับ ระดับการศึกษา	189

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 55.4 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาและไม่มาห้างสรรพสินค้าในช่วงวันหยุด กับ สถานภาพการสมรส.....	196
ตารางที่ 56 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาห้างสรรพสินค้าบ่อยครั้งกับเพศ	197
ตารางที่ 57 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาห้างสรรพสินค้าบ่อยครั้งกับอายุ	198
ตารางที่ 58 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาห้างสรรพสินค้าบ่อยครั้งกับระดับการศึกษา	198
ตารางที่ 59 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาห้างสรรพสินค้าบ่อยครั้งกับอาชีพ	199
ตารางที่ 60 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาห้างสรรพสินค้าบ่อยครั้งกับรายได้	200
ตารางที่ 61 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่มาห้างสรรพสินค้าบ่อยครั้งกับสถานภาพการสมรส.....	200
ตารางที่ 62 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ใช้เงินซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้ากับเพศ	201
ตารางที่ 63 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ใช้เงินซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้ากับอายุ	202
ตารางที่ 64 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ใช้เงินซื้อสินค้าหรือบริการ ในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้ากับระดับการศึกษา.	202
ตารางที่ 65 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ใช้เงินซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้ากับอาชีพ	203
ตารางที่ 66 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ใช้เงินซื้อสินค้าหรือบริการ ในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้ากับรายได้	204
ตารางที่ 67 แสดงค่าโคสแควร์ระหว่างกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้าที่ใช้เงินซื้อสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้งที่มาห้างสรรพสินค้า กับสถานภาพการสมรส	204

สารบัญภาพ

หน้า

แผนภาพที่ 1 แสดงปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า 16



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย