

ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มี
 เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของข้าราชการครู
 โรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร



นางสาวจรงค์ มะลิวัลย์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2531

ISBN 974-569-560-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

015919

I1750773x

THE RELATIONSHIPS BETWEEN ATTITUDE AND USING BEHAVIOR TOWARDS CONSUMER
GOODS WITH INDUSTRIAL STANDARD MARK OF SECONDARY SCHOOL
TEACHERS IN BANGKOK METROPOLIS



MISS JONGRAK MALIWAN

ศูนย์วิทยทรัพยากร

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS

DEPARTMENT OF PUBLIC RELATION

GRADUATE SCHOOL

CHULALONGKORN UNIVERSITY

1988

ISBN 974-569-560-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภค
ที่มีเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของข้าราชการครู
โรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวจงรัก มะลิวัลย์

ภาควิชา

การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพาะ ทองมีอาคม



บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้ขั้ววิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารการปกครอง

.....
(ศาสตราจารย์ ดร. ถาวร วัชรราชัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ยุกต บุญจรัสกิจ)

.....
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพาะ ทองมีอาคม)

ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

จงรัก มะลิวัลย์ : ความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร (THE RELATIONSHIPS BETWEEN ATTITUDE AND USING BEHAVIOR TOWARDS CONSUMER GOODS WITH INDUSTRIAL STANDARD MARK OF SECONDARY SCHOOL TEACHERS IN BANGKOK METROPOLIS) อ.ที่ปรึกษา ดร.พญา ทองมีอาคม



การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปริมาณการรู้จัก ทัศนคติของข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐาน ตลอดจนศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐาน ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐาน และความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานกับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐาน และแหล่งข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนี้ส่วนใหญ่รู้จัก เครื่องหมายมาตรฐานและส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีหรือเห็นด้วยหรือยอมรับ เครื่องหมายมาตรฐาน พฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐาน ๔-๖ ชนิด มากกว่าการใช้ระดับอื่น รองลงมาคือระดับการใช้ ๑-๓ ชนิด และมีผู้ไม่ใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานจำนวนน้อยมาก ส่วนลักษณะการใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายนั้น มีลักษณะการใช้แบบไม่ประจำมากกว่าลักษณะการใช้แบบประจำ

การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยประชากรศาสตร์กับทัศนคติที่มีต่อ เครื่องหมายมาตรฐาน พบว่าระดับการศึกษาของผู้บริโภคสูงก็จะมีผลทำให้ทัศนคติที่มีต่อ เครื่องหมายมาตรฐานในระดับสูงด้วย และความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐาน พบว่าตัวแปรปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านสถานภาพโสดของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษา ม. ๖ หรือต่ำกว่า และระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานสำหรับความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีต่อ เครื่องหมายมาตรฐานกับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มี เครื่องหมายมาตรฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดียอมรับ เครื่องหมายมาตรฐาน จะมีพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มี เครื่องหมายมาตรฐาน มากกว่าผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ไม่ดี หรือไม่ยอมรับ เครื่องหมายมาตรฐาน

แหล่งข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับ เครื่องหมายมาตรฐาน ส่วนใหญ่เปิดรับจากโทรทัศน์ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณา

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา ๒๕๓๑

ลายมือชื่อนิสิต 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 



พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

JONGRAK MALIWAN : THE RELATIONSHIPS BETWEEN ATTITUDE AND USING BEHAVIOR TOWARDS CONSUMER GOODS WITH INDUSTRIAL STANDARD MARK OF SECONDARY SCHOOL TEACHERS IN BANGKOK METROPOLIS

This research aims to find out volume of recognition and attitude of secondary school teachers having toward the Industrial Standardization Mark, as well as their behaviour in buying and using the standardized consumer products. The research also touches on the relationship between demographic factors and behaviour in using the standardized consumer products and relation between attitude toward standardized products and behaviour in using the standardized products, including additional study on information source where those consumers avail of the Industrial Standardization Mark.

The finding indicated that most of the questionnaire respondents recognized the Standardization Mark and most of them have favourable attitude of accept the Standardization Mark, One the question concerning behaviour in using the standardized products, most of the respondents use 4-6 consumer products marked with standardization lable. Second group uses 1-3 standardized products. Only few respondents did not use any of the marked products. For those who recognized and used the marked products, larger number are using the products on non-regular basis than regular users.

The study on relation between the demographic factors and attitude toward the standardization mark found that the educational level of consumers have influence over the favourable attitude toward the standardization mark in a very high degree. The study on relation between demographic factors and behaviour in using standradized products found out that the variable factors on demographic indicators, i.e., single marital status, education level at M.A. 6 or lower and lower-than bachelor degree correlated with behaviour in using the standardized products. One relation between attitude toward Standardization Mark and behaviour in using the products, it was found that the consumers with favourable attitude accept the Standardization Mark and having use the Standardization Mark products more than the consumers with unfavourable and not accept the mark.

Information source regarding the Standardization Mark., most of respondents obtained the information from watching television. Lesser number learned from newspaper and advertizing signs.

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ศึกษาศาสตร์
ปีการศึกษา 2531

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เพราะได้รับความร่วมมือและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายฝ่าย

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม ซึ่งได้กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและได้สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ และให้ข้อคิดเห็นตลอดจนช่วยตรวจทานและแก้ไขในการเรียบเรียงวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ยุกต บุญจงรังคกิจ ซึ่งเป็นประธานการสอบวิทยานิพนธ์ และได้กรุณาให้แนวความคิด และคำแนะนำแก้ไขในการเรียบเรียงวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่งเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือแนะนำและตรวจสอบเกี่ยวกับสถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล และขอขอบคุณ คุณศศิธร ประภาภมร ซึ่งได้สละเวลาเขียนโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ และวิจารณ์ผลการวิจัย

ในการรวบรวมข้อมูลสนับสนุนการทำวิจัยและออกแบบสอบถามขอขอบคุณ คุณเชาวลี รัตเมื่องเมฆา คุณปวีณา อริยเดช และเพื่อนข้าราชการครูทุกท่าน ซึ่งได้ให้ความสะดวกในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบพระคุณ คุณประภัสร์ พันธุ์สุวรรณ ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจทานแก้ไขวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอขอบพระคุณ พ่อแม่ ซึ่งคอยเป็นกำลังใจ จนกระทั่งวิทยานิพนธ์สำเร็จเป็นรูปเล่ม

จงรัก มะลิวัลย์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่	
1. บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	5
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	6
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	6
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	6
สมมุติฐานในการวิจัย	8
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	10
2. ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
3. ระเบียบวิธีวิจัย	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	25
วิธีการเลือกตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	27
การสร้างแบบสอบถาม	27

	หน้า
การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
4. การวิเคราะห์ข้อมูล	33
5. สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	67
ภาคผนวก	71
ก. สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	72
ข. รายชื่อสินค้าสำหรับบริโศคที่กำหนดมาตรฐานแล้ว.....	89
ค. กลุ่มโรงเรียนตัวอย่างจาก 104 โรงเรียน	90
ง. แบบสอบถาม	92
จ. แบบการลงรหัสแบบสอบถาม	100
ฉ. ตารางค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t ระหว่าง กลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ของข้อความทางบวก เรียงตามค่า t สูง ไปหาลู่ค่า t ต่ำของแบบสอบถาม	104
ช. ตารางค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t ระหว่าง กลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ของข้อความทางลบ เรียงตามค่า t สูง ไปสู่อค่า t ต่ำของแบบสอบถาม	107
ซ. ตารางคะแนนทัศนคติและจำนวนผู้บริโศคที่มีต่อเครื่องหมาย มาตรฐานฯ	109
ด. ตารางคะแนนทัศนคติและจำนวนผู้บริโศคที่มีต่อสินค้าสำหรับ บริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ	110
ประวัติผู้เขียน	



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	เพศของผู้บริ โภคกลุ่มตัวอย่าง	34
2.	อายุของผู้บริ โภคกลุ่มตัวอย่าง	35
3.	สถานภาพการสมรสของผู้บริ โภคกลุ่มตัวอย่าง	36
4.	ระดับการศึกษาของผู้บริ โภคกลุ่มตัวอย่าง	37
5.	รายได้ของผู้บริ โภคกลุ่มตัวอย่างต่อเดือน	38
6.	การรู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ	39
7.	แหล่งข่าวที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานฯ	40
8.	แหล่งข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสินค้าสำหรับบริ โภคที่มีเครื่องหมาย มาตรฐานฯ	41
9.	คะแนนทัศนคติของผู้บริ โภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ	42
10.	คะแนนทัศนคติของผู้บริ โภคที่มีต่อสินค้าสำหรับบริ โภคที่มีเครื่องหมาย มาตรฐานฯ	43
11.	ระดับการใช้สินค้าสำหรับบริ โภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ โดย จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์	45
12.	พฤติกรรมการ ใช้สินค้าสำหรับบริ โภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ	49
13.	ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่รู้จักเครื่องหมาย มาตรฐานฯ และ ใช้สินค้าสำหรับบริ โภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่รู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ	52
14.	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ	53
15.	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับ ทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ	54

ตารางที่	หน้า
16. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคน้ำดื่ม เครื่องหมายมาตรฐานฯ	55
17. ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคน้ำดื่ม เครื่องหมายมาตรฐานฯ	57
18. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ พฤติกรรมการใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ	59
19. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และค่าที (t-test) ระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ของข้อความทางบวก เรียงตามค่าที่สูงไปสู่ค่าที่ต่ำ	104
20. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และค่าที (t-test) ระหว่างกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ของข้อความทางลบ เรียงตามค่าที่สูงไปสู่ค่าที่ต่ำ	107
21. คะแนนทัศนคติและจำนวนผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ	109
22. คะแนนทัศนคติและจำนวนผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสำหรับบริโภคน้ำดื่ม เครื่องหมายมาตรฐานฯ	110

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญภาพ

รูปที่		หน้า
1.	แสดงที่มาของทัศนคติจากประสบการณ์	13
2.	แสดงที่มาและทางออกของความเห็นโดยประวัน สัตยธีรานนท์	15
3.	แสดงการสรุปความสัมพันธ์ของทัศนคติและการปฏิบัติของ โกเทนาดาฟานี	16
4.	แนวเส้นทัศนคติตามทัศนคติของไลเกิร์ต	20



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย