

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรบริโภค  
สินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาว สุภาพร ปาละลักษณ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณทิตร  
สาขาวิชาโทศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2541  
ISBN 974-332-153-5  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND THAI PRODUCT  
CONSUMER BEHAVIOUR OF WORKING-AGE WOMEN IN BANGKOK**

**MISS SUPAPORN PALALUX**

**A Thesis Submitted in Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Development Communication**

**Department of Public Relations**

**Graduate School**

**Chulalongkorn University**

**Academic Year 1998**

**ISBN 974-332-153-5**

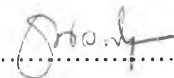
หัวข้อวิทยานิพนธ์      พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะชีวิต และพฤติกรรมการ  
บริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร  
โดย                              นางสาวสุภาพร ปาละลักษณะ  
ภาควิชา                          การประชาสัมพันธ์  
อาจารย์ที่ปรึกษา              รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒนนะ โฆสิต

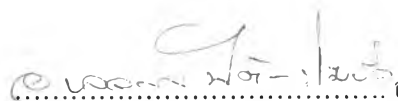
---

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นักศึกษานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

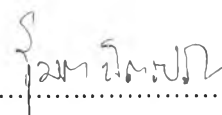
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์นายแพทย์ สุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ชนวนดี บุญลือ)

 ..... อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนนะ โฆสิต)

 ..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม  
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

 ..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา)

สุภาพร ป่าละลักษณะ : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภค  
สินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND THAI PRODUCT CONSUMER BEHAVIOUR  
OF WORKING-AGE WOMEN IN BANGKOK) อ. ที่ปรึกษา รศ.อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมลิต, 141  
หน้า. ISBN 974-332-153-5

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าว  
สารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขต  
กรุงเทพมหานคร ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 3 ดังกล่าว โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง  
จำนวน 406 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การ  
วิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและหา  
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และวิเคราะห์ผลข้อมูลโดยการใช้โปรแกรม SPSS<sup>x</sup>

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับ  
ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทย
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับ  
ทักษะต่อลักษณะของสินค้าไทย
3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าไทยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ  
บริโภคสินค้าไทย
4. ลักษณะทางประชากรของสตรีวัยทำงานที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค  
สินค้าไทยมีเพียง 4 ตัวแปร ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
5. ตัวแปรที่มีอิทธิพลในการอธิบายพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยเรียงตามลำดับได้แก่  
รายได้ อายุ การเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารเรื่องของใช้ในบ้าน อาชีพข้าราชการ/  
พนักงานรัฐวิสาหกิจ การเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์ และพนักงานขาย

ภาควิชา ..... การประชาสัมพันธ์ .....  
สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ .....  
ปีการศึกษา ..... 2541 .....

ลายมือชื่อนิสิต ..... วิภากร มงคลวัฒน์ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ..... @ ๗๖ - ๗๖ - ๖๖๖ .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ..... [ลายมือ] .....

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

# # 4085333128 MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION  
KEY WORD: MEDIA EXPOSURE/ KNOWLEDGE/ ATTITUDE/ CONSUMER BEHAVIOUR OF THAI PRODUCTS

SUPAPORN PALALUX: MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND THAI PRODUCT CONSUMER BEHAVIOUR OF WORKING-AGE WOMEN IN BANGKOK. THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. UBOLWAN PITIPATANACOZIT, 141 PP. ISBN. 974-332-153-5

The purpose of this study is to examine media exposure, knowledge, attitude and consumer behaviour of Thai products and to find out the relationship among these three variables (media exposure, knowledge and attitude) and the consumer behaviour of Thai products of Thai women at working age in Bangkok. Questionnaires were used to collect data from a total of 406 samples. Frequency, percentage, mean, one-way ANOVA and Pearson product moment correlation coefficients were the statistics applied to analyze the data. SPSS<sup>x</sup> program was used for data processing.

The results of the study are as follows:

1. Significant correlation was found between media exposure of Thai products from personal and knowledge towards Thai products.
2. Significant correlation was found between media exposure of Thai products from personal and attitude towards Thai products.
3. Significant correlation was found between media exposure of Thai products from mass, personal and consumer behaviour of Thai products.
4. Significant differences of consumer behaviour of Thai products were found among people of different age, education levels, careers, income.
5. The important variables which could most explain the consumer behaviour of Thai products were income, age, exposure towards household products to magazine, careers, exposure to television, and salesman.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์.....  
 สาขาวิชา..... นิเทศศาสตรพัฒนการ.....  
 ปีการศึกษา..... 2541.....

ลายมือชื่อนิสิต..... สุปกรณ์ ปาลาลุกซ์.....  
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... อ. วัฒนชัย.....  
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมสิต และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่งได้กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางต่างๆ อย่างดียิ่ง และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญถ้อย ที่กรุณาสละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา ที่กรุณาให้คำชี้แนะข้อมูลและเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ในการทำวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ที่มีค่าและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ มร. โรเบิร์ต ที. เจ้านายผู้ให้โอกาสในการศึกษาแก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณ ร.ต.อ. เพ็ญพร ต่อสกุลแก้ว ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและสละเวลาอันมีค่าให้ข้อคิด ความรู้ และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาและการวิจัยในครั้งนี้อย่างยิ่ง และขอขอบคุณ เพื่อนที่ น่ารัก พี่ๆ น้องๆ ผู้ร่วมงานทุกท่าน รวมทั้งผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จทุกๆ ท่าน ที่ไม่อาจเอ่ยนามได้หมดในที่นี้

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมารดา บิดาที่เป็นพลังสำคัญยิ่งที่ทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจ จนสามารถฝ่าฟันอุปสรรคนานับประการและสามารถก้าวมาถึงจุดนี้ได้ พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยมา ณ ที่นี้ด้วย

สุภาพร ปาละลักษณ์

## สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
สมมุติฐานในการวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดด้านการตลาดและปัจจัยที่ทำให้ซื้อสินค้า.....	12
แนวคิดเรื่องการเรียนรู้ของผู้บริโภค.....	20
แนวคิดเรื่องทัศนคติ.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	26
แนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสาร.....	28
ลักษณะของมวลชนผู้รับสาร.....	31
การวิเคราะห์ห้มวลชนผู้รับสาร.....	32
พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของมวลชนผู้รับสาร.....	35
การตัดสินใจของผู้บริโภค.....	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	45
ประชากร.....	45
กลุ่มตัวอย่าง.....	46
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	48
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	50

## สารบัญ (ต่อ)

	เกณฑ์การให้คะแนน.....	50
	การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	54
	การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล.....	55
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
บทที่ 4	ผลการวิจัย.....	58
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา.....	60
	ข้อมูลด้านประชากร.....	61
	พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคติและ	
	พฤติกรรมกรบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขต	
	กรุงเทพมหานคร.....	64
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน.....	90
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	104
	สรุปผลการวิจัย.....	105
	อภิปรายผลการวิจัย.....	116
	ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	125
	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	126
	รายการอ้างอิง.....	127
	ภาคผนวก.....	131
	ภาคผนวก ก.....	132