

การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์
และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของชาวกรุงเทพมหานคร



นางสาว ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974-638-716-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**EXPOSURE TO ECONOMIC CRISIS, PERCEPTION OF ITS SEVERITY
AND CONSUMPTION BEHAVIORAL CHANGE AMONG BANGKOK RESIDENTS.**

Miss Ladda Prasertwiryakul

สถาบันวิทยบริการ

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

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1997

ISBN 974-638-716-2

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของ
วิกฤตการณ์และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภาคการบริโภคของชาวกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาว ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล

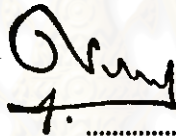
ภาควิชา

การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษา

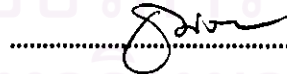
รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบญจรงค์กิจ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

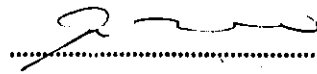


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ศุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ)



..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบญจรงค์กิจ)



..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล: การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของ-
วิกฤตการณ์และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของชาวกรุงเทพมหานคร (EXPOSURE TO
ECONOMIC CRISIS, PERCEPTION OF ITS SEVERITY AND CONSUMPTION BEHAVIORAL
CHANGE AMONG BANGKOK RESIDENTS) อ.ทีปรักษา : รศ. ดร. ยุบล เบญจรงค์กิจ, 105 หน้า.
ISBN 974-638-716-2

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 418 คน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับ การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ พฤติกรรมการบริโภคและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภค เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า T-Test, One-Way Anova และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับตัวแปรต่างๆ พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับ 1) การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ 2) การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ 3) การบริโภคสินค้าในประเทศ อายุ มีความสัมพันธ์กับ 1) การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ 2) การบริโภคสินค้าในประเทศ สินค้าต่างประเทศ และบริการการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ 1) การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ 2) การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ 3) การบริโภคสินค้าต่างประเทศและบริการ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับ 1) การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ 2) การใช้บริการ รายได้ มีความสัมพันธ์กับ 1) การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ 2) การใช้บริการ ทั้งนี้ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับการลดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการ
2. การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์
3. การเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลดปริมาณการบริโภคสินค้าต่างประเทศและการใช้บริการ
4. การรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลดปริมาณการบริโภคสินค้าในประเทศและการใช้บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2540

ลายมือชื่อนิติ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

3971508928 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: EXPOSURE TO ECONOMIC CRISIS / PERCEPTION OF CRISIS SEVERITY / CONSUMPTION BEHAVIOR

EXPOSURE TO ECONOMIC CRISIS, PERCEPTION OF ITS SEVERITY AND CONSUMPTION BEHAVIORAL CHANGE AMONG BANGKOK RESIDENTS. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF. YUBOL BENJARONGKIJ, Ph.D. 105 pp. ISBN 974-638-716-2

This research is a survey of 418 Bangkok residents. The purpose of this research is to study the correlations among demographic characteristics, exposure to economic crisis information, perception of its severity, consumption behavior and consumption behavioral change among respondents. Questionnaires were used to gather data and percentage, mean, T-values, One-Way Anova and Pearson's Product Moment Correlation Coefficients were calculated by SPSS package program to analyze the data.

The results of the research are as follow :

1. Demographic characteristics namely : Gender is correlated with : 1) economic crisis exposure, 2) perception of the crisis severity, 3) local products consumption. Age is correlated with: 1) economic crisis exposure 2) consumption of local products, imported products and services. Education is correlated with: 1) economic crisis exposure, 2) perception of the crisis severity, 3) consumption of imported products and services. Occupation is correlated with: 1) economic crisis exposure, 2) services consumption. Personal income is correlated with: 1) economic crisis exposure, 2) services consumption. However, there were no correlations between demographic characteristics and the reduction of consumption.
2. Economic crisis exposure is positively correlated with the perception of the crisis severity.
3. Economic crisis exposure is positively correlated with the reduction of consumption of imported products and services.
4. Respondents' perception of crisis severity is positively correlated with the reduction of consumption of local products and services.

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์
.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
สาขาวิชา.....
.....2540
ปีการศึกษา.....

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือของบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยต้องกราบขอบพระคุณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบญจรงค์กิจ ซึ่งกรุณาให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง ต่างๆอย่างดียิ่ง จนผู้วิจัยสามารถแก้ไขอุปสรรคต่างๆไปได้ด้วยดี นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ได้ให้คำแนะนำต่างๆในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณพาดิพรพรรณ ทิลาพงศ์ เจ้านายผู้ให้โอกาสในการศึกษาแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณ คุณสุรียพร พิพัฒน์วัฒนพงษ์ น้องสาวผู้น่ารักที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาการศึกษา รวมทั้งพี่ น้องๆ ผู้ร่วมงานทุกๆท่าน ที่ไม่อาจเอ่ยนามได้หมดในที่นี้

ขอขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นที่คอยให้กำลังใจ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จทุกๆท่าน

ที่สำคัญขอขอบคุณพี่น้องทุกคนในตระกูล "ประเสริฐวิริยะกุล" ที่คอยให้กำลังใจเสมอมา โดยเฉพาะ คุณรุ่งนภา ประเสริฐวิริยะกุล พี่สาวที่แสนดี ซึ่งกรุณาสละแรงกาย แรงใจ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี

ความดีใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือ หากปรากฏชื่อบทพร่องใดๆ ผู้วิจัยขอรับไว้แต่เพียงผู้เดียว และขอภัยไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ลัดดา ประเสริฐวิริยะกุล

เมษายน 2541

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิกฤตการณ์	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	15
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกับจิตวิทยาทางเศรษฐศาสตร์	18
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
3 ระเบียบวิธีวิจัย	24
3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	24
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	24
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	27
3.5 เกณฑ์การให้คะแนน	27
3.6 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล	30
4 ผลการวิจัย	32
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	81
5.1 สรุป	81
5.2 อภิปราย	87
5.3 ข้อเสนอแนะ	91

รายการอ้างอิง	หน้า
ภาคผนวก	93
ประวัติผู้วิจัย	96
	105



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	33
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	34
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	35
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	36
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน.....	37
6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปทางสื่อต่างๆ	38
7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามระยะเวลาที่เปิดรับข่าวสารทั่วไปทางสื่อต่างๆ	39
8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามความถี่ในการได้รับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ ทางสื่อมวลชน.....	40
9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกตามความถี่ในการได้รับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์ทางสื่อบุคคล.....	41
10 จำนวน ร้อยละ จำแนกตามจำนวนคนที่เคยได้รับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับวิกฤตการณ์.....	42
11 ค่าเฉลี่ย จำแนกตามจำนวนข่าวสารเกี่ยวกับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อต่างๆ.....	43
12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยจำแนกตามความคิดเห็นต่อข้อความต่างๆ เกี่ยวกับความรุนแรงของวิกฤตการณ์	44
13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยจำแนกตามความถี่ในการบริโภคสินค้าและบริการ.....	46
14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยจำแนกตามการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการ	50
15 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์จากสื่อต่างๆ ระหว่างเพศชายและ เพศหญิง	54
16 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์จากสื่อต่างๆ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน	55
17 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์จากสื่อต่างๆ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา ต่างกัน	57
18 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์จากสื่อต่างๆ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน	59
19 แสดงความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารเรื่องวิกฤตการณ์จากสื่อต่างๆ ระหว่างกลุ่มที่มี รายได้ส่วนตัว ต่างกัน.....	61
20 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ ระหว่างเพศชายและหญิง.....	63
21 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน.....	64
22 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน ...	65
23 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน	66
24 แสดงความแตกต่างของการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์ ระหว่างกลุ่มที่มี รายได้ส่วนตัวต่างกัน	67
25 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....	68

ตาราง	หน้า
26 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน	69
27 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน ...	70
28 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน.....	71
29 แสดงความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ส่วนตัวต่างกัน	72
30 แสดงความแตกต่างของการลดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างเพศชายและเพศหญิง...	73
31 แสดงความแตกต่างของการลดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน.....	74
32 แสดงความแตกต่างของการลดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกัน	75
33 แสดงความแตกต่างของการลดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน.....	76
34 แสดงความแตกต่างของการลดปริมาณการบริโภคสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ส่วนตัว ต่างกัน.....	77
35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวิกฤตการณ์จากสื่อต่างๆ กับการรับรู้ถึง ความรุนแรงของวิกฤตการณ์.....	78
36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับวิกฤตการณ์กับการลดปริมาณการบริโภค สินค้าและบริการ.....	79
37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงความรุนแรงของวิกฤตการณ์กับการลดปริมาณการบริโภค สินค้าและบริการ.....	80

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย