

การเข้าถึงเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย ภายหลังจากกระบวนการการรับรู้ตนเอง
และการเสริมความมั่นคงของเจตคติ



นางสาวขวัญใจ นัคราเรือง

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม ภาควิชาจิตวิทยา

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974-636-270-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I17082687

ACCESSIBILITY OF ATTITUDE TOWARD THAI PRODUCT CONSUMPTION
FOLLOWING A SELF-PERCEPTION PROCESS AND ATTITUDE 'S CONSOLIDATIONS

Miss Kwanjai Nakararueng

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Social Psychology

Department of Psychology

Graduate School

Chulalongkorn University

Acedemic Year 1996

ISBN 974-636-270-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเข้าถึงเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย ภายหลังจากกระบวนการ
การรับรู้ตนเอง และการเสริมความมั่นคงของเจตคติ

โดย

นางสาวขวัญใจ นัคราเรือง

ภาควิชา

จิตวิทยา

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพร อุวรรณโน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

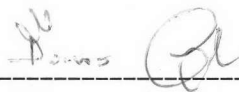
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ศุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



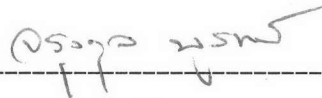
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต)



อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพร อุวรรณโน)



กรรมการ

(อาจารย์จรุงกุล นูรพงศ์)



กรรมการ

(อาจารย์เรวดี วัฒนทกโกศล)

พิมพ์ต้นฉบับบทความวิจัยวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

ขวัญใจ นัคราเรือง : การเข้าถึงเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย ภายหลังกระบวนการ
การรับรู้ตนเอง และการเสริมความมั่นคงของเจตคติ

(ACCESSIBILITY OF ATTITUDE TOWARD THAI PRODUCT CONSUMPTION
FOLLOWING A SELF-PERCEPTION PROCESS AND ATTITUDE'S CONSOLIDATIONS)

อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ธีระพร อูวรรณโณ, 88 หน้า. ISBN 947-636-270-4.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาผลของการรับรู้ตนเองของบุคคลที่ต่างกัน และการได้รับการเสริมความมั่นคงของเจตคติ ต่อการเข้าถึงเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามเกี่ยวกับการทำพฤติกรรมต่างๆ ในการบริโภคสินค้า, มาตรฐานเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย และข้อคำถามเจตคติเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า แบ่งเป็น 3 เงื่อนไขการทดลอง มีกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเงื่อนไขการทดลอง เงื่อนไขละ 50 คน รวม 150 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ทบทวนพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ตอบคำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้าเร็วกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทบทวนพฤติกรรมในวัยเด็ก และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ทบทวนพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .001$)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติใช้เวลาในการตอบคำถามเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไม่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติ

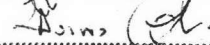


ภาควิชาจิตวิทยา.....

สาขาวิชาจิตวิทยาสังคม.....

ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิสิต 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม -

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

C742631 : MAJOR SOCIAL PSYCHOLOGY

KEY WORD:

ATTITUDE ACCESSIBILITY / SELF-PERCEPTION PROCESS /

ATTITUDE CONSOLIDATION

KWANJAI NAKARARUENG : ACCESSIBILITY OF ATTITUDE TOWARD

THAI PRODUCT CONSUMPTION FOLLOWING A SELF-PERCEPTION

PROCESS AND ATTITUDE'S CONSOLIDATIONS. THESIS ADVISOR :

ASSO. PROF. THEERAPORN UWANNO, Ph.D. 88 pp. ISBN 974-636-270-4.

The purpose of this research was to study the effect of different self-perception process and attitude consolidation on accessibility of attitude toward Thai product consumption. The instruments consisted of questionnaire on various behaviors regarding product consumption; attitude toward Thai product consumption scale ; and attitude toward product consumption questions. One hundred and fifty students were randomly assigned equally to one of three conditions.

The results show that :

1. Students who recalled product consumption behavior in the past year answer attitude toward product consumption questions significantly faster than subjects who recalled childhood behavior and subjects who did not recall any behavior ($p < .001$).
2. Students who went through attitude's consolidation process do not spend time on answering the attitude toward product consumption question differently from subjects who have not gone through attitude's consolidation process.

ภาควิชา.....จิตวิทยา

สาขาวิชา.....จิตวิทยาสังคม

ปีการศึกษา.....2539

ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....-



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพร อุวรรณโณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินการวิจัย รวมทั้งให้ความรู้ และประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาจิตวิทยาทุกท่าน รวมทั้งอาจารย์และเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา ที่ได้ให้ความกรุณาช่วยเหลือและให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยดำเนินการวิจัย ขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และรุ่นน้องภาควิชาจิตวิทยาทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และเป็นกำลังใจอย่างดียิ่ง

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ เป็นอย่างสูง ตลอดจนน้องสาว ที่ได้ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

ขวัญใจ นัคราเรือง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่	
1. บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
วัตถุประสงค์.....	11
ขอบเขตในการวิจัย.....	11
คำจำกัดความ.....	13
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	14
สมมติฐานในการวิจัย.....	15
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
2. วิธีดำเนินการวิจัย	
กลุ่มตัวอย่าง.....	16
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	19
การสร้างเครื่องมือและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	19
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	
	35

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4. อภิปรายผลการวิจัย.....	39
5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	42
รายการอ้างอิง.....	46
ภาคผนวก.....	50
ภาคผนวก ก.....	51
ภาคผนวก ข.....	53
ภาคผนวก ค.....	67
ภาคผนวก ง.....	76
ภาคผนวก จ.....	78
ภาคผนวก ฉ.....	86
ประวัติผู้วิจัย.....	88

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ความถี่และร้อยละของความถี่ของตัวอย่างในชั้นสร้างเครื่องมือ จำแนกตามเพศและอายุ.....	16
2 ความถี่และร้อยละของความถี่ของตัวอย่างในการวิเคราะห์ความเที่ยงแบบทดสอบซ้ำ จำแนกตามเพศและอายุ.....	17
3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในชั้นทดลอง จำแนกตามคณะ เพศ และอายุ.....	18
4 เกณฑ์การให้คะแนนข้อความในแบบสอบถามเกี่ยวกับการทำพฤติกรรมต่างๆในการบริโภคสินค้า.....	20
5 สหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตร (r) เมื่อวิเคราะห์ 114 ข้อ, 73 ข้อ, 67 ข้อ และ 66 ข้อ N=60.....	21
6 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อแต่ละข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆในมาตรเรียงลำดับจากสูงไปต่ำ แยกตามข้อความทางบวกและทางลบ.....	27
7 จำนวนตัวอย่าง ค่ามัชฌิมเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนเวลาในการตอบคำถามแบบใช้เวลาปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เดือน.....	36
8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างภายหลังแบบ Scheffe ของคะแนนเวลาในการตอบคำถามแบบใช้เวลาปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เดือน.....	37
9 ผลการวิเคราะห์ค่ามัชฌิมเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่ (t-test) ของคะแนนเวลาในการตอบคำถามแบบใช้เวลาปฏิบัติของ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการเสริมความมั่นคงของเจตคติและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับการเสริมความมั่นคงของเจตคติ.....	38