

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ใจชนก บุรณะดิษ. อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร: บริพัตรการพิมพ์, 2537.

ณัฐวุฒิ ศรีกัตัญญ. รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ธนิษฐ์ ติรณานนท์. ไทยในกระแสโลกาภิวัตน์: ศึกษากรณีผลของของงานสื่อสารต่อการบริโภคสินค้าและบริการของคนไทยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2537.

ธงชัย สันติวงษ์ และ นายศิลาปี เชี่ยวชาญพิพัฒน์. เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2524.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

นิตยากร ตันลาพุด. การรับรู้และการจดจำภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ และพฤติกรรมการซื้อและใช้จ่ายส่วนบุคคลใช้ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

นัคดา ทมมีด. ความตระหนักรู้และทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานถึงผลของโฆษณาที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

พัชนี เชยจรรยา และคนอื่นๆ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง, 2538.

ประมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2539.

ประมะ สตะเวทิน. สื่อสารเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: หจก. ชวนพิมพ์, 2540.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2538.

ปรียา วอนขอพร และคนอื่นๆ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการสื่อสารกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะร้านเซเว่นอีเลฟเว่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

พิชัย นิรมานสกุล. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name จากต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

พีระนันท์ บุรณะโสภณ. พฤติกรรมเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

วิรัช ฤทธิรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

รุ่งนภา พิตรปรีชา และ นภาพรณ อัจฉริยะกุล. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1 – 7. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: วิสิทธิ์พัฒนา, 2539.

สุนีย์ โรจน โอพารัตน์. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการดื่มไวน์ของผู้บริหารในองค์กรธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

อัญชลี วิชยาภัย บุนนาค. การแสวงหาข่าวสาร ทศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อำนาจ สุวัตติพงษ์. พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อโฆษณาภาพเคลื่อนไหว เครื่องดื่มชูกำลังชนิดใหม่ ทางสื่อโทรทัศน์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟกระป๋องของกลุ่มผู้ใช้แรงงานไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

ภาษาอังกฤษ

Alex S. Tan. Mass Communication: Theories and Research. New York: Macmillan Publishing Company, 1986.

Del I. Hawkins, Rogers I. Best, and Kenneth A. Coney. Consumer Behaviour. Oregon: Von Hoffmann Press Inc., 1995.

Everett M. Rogers, and F. Floyd Shoemaker. Communication of Innovation: A Cross - Cultural Approach. New York: The Free Press, 1971.

Henry Assael. Consumer Behaviour and Marketing Action. Cincinnati: South Western College Publishing, 1995.

Hadley Read. Communication: Method for All Media. Urbana: University of Illinois Presss, 1975.

Martin J. Evans, and others. Applied Consumer Behaviour. Cornwall: TJ Press (Padstow), 1996.

Wilbur Schramm. The Process and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinois press, 1954.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เลขที่1...2...3

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

หมายเหตุ: สินค้าไทยที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาและใช้ในการตั้งคำถามในแบบสอบถามฉบับนี้ หมายถึง “สินค้าอุปโภคบริโภค” เพียง 4 รายการต่อไปนี้เท่านั้น ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องสำอาง เครื่องหนัง และของใช้ในบ้าน

** สินค้าอุปโภคบริโภค ในที่นี้หมายถึง ของใช้ต่างๆ ที่มีประโยชน์ในการอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เช่น ชุดทำงาน, เครื่องสำอางเช่น ลิปสติก น้ำหอม, เครื่องหนัง เช่น กระเป๋า รองเท้า และของใช้ในบ้าน อาทิ ถ้วยจาน เครื่องครัว ซึ่งรวมถึงของใช้สิ้นเปลืองในบ้าน เช่น สบู่ แชมพู น้ำยาล้างจาน ผงซักฟอก ฯลฯ (แต่ไม่รวมเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับผู้วิจัย

โปรดอ่านข้อความและใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อที่เป็นคำตอบของท่าน หรือเติมค่าลงในช่องว่างแล้วแต่กรณี

- 1) ที่อยู่ เขต..... (โปรดระบุ)45
- 2) อายุ

<input type="radio"/> 21-30 ปี	<input type="radio"/> 31-40 ปี	<input type="radio"/> 41-50 ปี	<input type="radio"/> 51-60 ปี6
--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------
- 3) ระดับการศึกษา

<input type="radio"/> ประถมศึกษาและต่ำกว่า	<input type="radio"/> มัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า7
<input type="radio"/> มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า อาทิ ปวช.	<input type="radio"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า อาทิ ปวท. ปวส.	
<input type="radio"/> ปริญญาตรี	<input type="radio"/> สูงกว่าปริญญาตรี	
- 4) อาชีพหลักของท่าน

<input type="radio"/> ธุรกิจเอกชน/ พนักงานบริษัทฯ	<input type="radio"/> ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ8
<input type="radio"/> ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	<input type="radio"/> รับจ้างทั่วไป/ งานบริการ	
<input type="radio"/> ผู้ไม่มีอาชีพ	<input type="radio"/> แม่บ้าน	
- 5) สถานภาพสมรส

<input type="radio"/> โสด	<input type="radio"/> แต่งงานแล้ว	<input type="radio"/> แยกกันอยู่	<input type="radio"/> หย่า	<input type="radio"/> คู่สมรสถึงแก่กรรม9
---------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	----------------------------	---	-------
- 6) รายได้ส่วนตัวต่อเดือน โดยประมาณ (รวมรายได้ทุกอย่าง)

<input type="radio"/> ต่ำกว่า 5,000 บาท	<input type="radio"/> 5000-10,000 บาท	<input type="radio"/> 10,001-20,000 บาท10
<input type="radio"/> 20,001-30,000 บาท	<input type="radio"/> 30,001 บาท ขึ้นไป		
- 7) จำนวนสมาชิกในครอบครัวของท่าน

<input type="radio"/> 1-2 คน	<input type="radio"/> 3-4 คน	<input type="radio"/> 5-7 คน	<input type="radio"/> 8 คนขึ้นไป11
------------------------------	------------------------------	------------------------------	----------------------------------	--------

ตอนที่ 2 ทศนคติต่อลักษณะของสินค้าไทย

โปรดอ่านข้อความและใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง ทางด้านขวามือ โดยพิจารณาว่าท่านมีความคิดเห็นต่อลักษณะของสินค้าไทยโดยส่วนใหญ่ (โดยไม่เจาะจงยี่ห้อ) ตรงกับข้อความที่ปรากฏมากน้อยเพียงใด สินค้าไทยในที่นี้หมายถึงเสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องสำอาง เครื่องหนัง ของใช้ในบ้าน (4 รายการนี้เท่านั้น)

ทัศนคติ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	สำหรับ ผู้วิจัย
1. เป็นสินค้าดี มีคุณภาพได้มาตรฐาน ตรงกับความต้องการ					12
2. เป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานนาน คงทนถาวร คุ่มค่ากับการลงทุนที่ซื้อมาใช้					13
3. คุณภาพของสินค้าไทยส่วนใหญ่ไม่ได้มาตรฐานเทียบเท่ากับสินค้าคุณภาพของต่างประเทศ					14
4. สินค้าไทยส่วนใหญ่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					15
5. สินค้าไทยบางชนิดมีราคาสูงแต่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป					16
6. การออกแบบหีบห่อ และการออกแบบผลิตภัณฑ์สวยงามน่าใช้สอย ตรงกับความต้องการ					17
7. สินค้าได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้นทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า รูปแบบหีบห่อ รูปแบบผลิตภัณฑ์					18
8. สินค้าสามารถหาซื้อได้ง่าย สะดวกในการหาซื้อ					19
9. สินค้ามีความหลากหลาย สามารถเลือกซื้อได้ตามคุณภาพ และราคาที่ต้องการ					20
10. สินค้ามีเอกลักษณ์ สะท้อนความเป็นไทย					21
11. การใช้สินค้าไทยจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายของท่านมากขึ้น					22
12. การใช้สินค้าไทยเป็นแนวทางหนึ่งในการช่วยแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน					23
13. สินค้าไทยควรได้รับการแนะนำให้บุคคลใกล้ชิดหันมาใช้สินค้าชนิดนั้นๆ บ้าง ท่านเห็นด้วยหรือไม่					24
14. ระหว่างสินค้าที่ผลิตได้ในประเทศกับที่ผลิตจากต่างประเทศ คนไทยน่าจะเลือกบริโภคสินค้าไทย ท่านเห็นด้วยหรือไม่					25

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสินค้าไทย จากสื่อต่างๆ (สินค้าไทย ในที่นี้หมายถึง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องสำอาง เครื่องหนัง ของใช้ในบ้าน เท่านั้น)

โปรดอ่านข้อความและใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อที่เป็นคำตอบของท่าน

1. โทรทัศน์

1.1) ท่านดูโทรทัศน์บ่อยเพียงใด

สำหรับผู้วิจัย

ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย

....26

1.2) โดยเฉลี่ยแล้วท่านดูโทรทัศน์ครั้งละประมาณนานเท่าไร

ไม่เกิน 15 นาที 30 นาที - 1 ชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง 2-3 ชั่วโมง มากกว่า 3 ชั่วโมง

....27

1.3) ในการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ ท่านได้เห็น ได้รับฟังข่าวสารเรื่องเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย บ่อยเพียงใด

ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย

....28

1.4) ในการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ ท่านได้เห็น ได้รับฟังข่าวสารเรื่องเครื่องหนังของไทย บ่อยเพียงใด

ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย

....29

1.5) ในการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ ท่านได้เห็น ได้รับฟังข่าวสารเรื่องเครื่องสำอางของไทย บ่อยเพียงใด

ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย

....30

1.6) ในการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ ท่านได้เห็น ได้รับฟังข่าวสารเรื่องของใช้ในบ้านของไทย บ่อยเพียงใด

ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย

....31

2. วิทยุ

2.1) ท่านฟังวิทยุบ่อยเพียงใด

ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย

....32

2.2) โดยเฉลี่ยแล้วท่านฟังวิทยุครั้งละประมาณนานเท่าไร

ไม่เกิน 15 นาที 30 นาที - 1 ชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง 2-3 ชั่วโมง มากกว่า 3 ชั่วโมง

....33

2.3) ในการเปิดรับฟังข่าวสารจากวิทยุ ท่านได้รับฟังข่าวสารเรื่องเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย บ่อยเพียงใด

ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย

....34

2.4) ในการเปิดรับฟังข่าวสารจากวิทยุ ท่านได้รับฟังข่าวสารเรื่องเครื่องหนังของไทย บ่อยเพียงใด

ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย

....35

- 2.5) ในการเปิดรับฟังข่าวสารจากวิทยุ ท่านได้รับฟังข่าวสารเรื่องเครื่องสำอางของไทย บ่อยเพียงใด สำหรับผู้วิจัย
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย36
- 2.6) ในการเปิดรับฟังข่าวสารจากวิทยุ ท่านได้รับฟังข่าวสารเรื่องของใช้ในบ้านของไทย บ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย37
- 3.หนังสือพิมพ์**
- 3.1) ท่านอ่านหนังสือพิมพ์บ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย38
- 3.2) โดยเฉลี่ยแล้วท่านอ่านหนังสือพิมพ์ครั้งละประมาณนานเท่าไร
- ไม่เกิน 15 นาที 30 นาที - 1 ชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง 2-3 ชั่วโมง มากกว่า 3 ชั่วโมง39
- 3.3) ในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ท่านได้เห็น ได้รับข่าวสารเรื่องเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย บ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย40
- 3.4) ในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ท่านได้เห็น ได้รับข่าวสารเรื่องเครื่องหนังของไทย บ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย41
- 3.5) ในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ท่านได้เห็น ได้รับข่าวสารเรื่องเครื่องสำอางของไทย บ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย42
- 3.6) ในการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ท่านได้เห็น ได้รับข่าวสารเรื่องของใช้ในบ้านของไทย บ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย43
- 4. นิตยสาร**
- 4.1) ท่านอ่านนิตยสารบ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย44
- 4.2) โดยเฉลี่ยแล้วท่านอ่านนิตยสารครั้งละประมาณนานเท่าไร
- ไม่เกิน 15 นาที 30 นาที - 1 ชั่วโมง 1-2 ชั่วโมง 2-3 ชั่วโมง มากกว่า 3 ชั่วโมง45
- 4.3) ในการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร ท่านได้เห็น ได้รับข่าวสารเรื่องเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย บ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย46
- 4.4) ในการเปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร ท่านได้เห็น ได้รับข่าวสารเรื่องเครื่องหนังของไทย บ่อยเพียงใด
- ทุกวัน สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เดือนละ 1-2 ครั้ง ไม่เคยเลย47

พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ

ท่านเคยได้รับฟัง อ่าน หรือเห็นข่าวสารเรื่องสินค้าไทยต่อไปนี้อีกสื่อใด (สื่อในที่นี้หมายถึง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน คนในครอบครัวญาติ พนักงานขาย เพื่อนร่วมงาน, สินค้าไทย ในที่นี้หมายถึง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนัง เครื่องสำอาง ของใช้ในบ้าน)

ข่าวสารเรื่อง	ท่านรับข่าวสารเรื่องต่อไปนี้อีกสื่อใด ตอบได้มากกว่า 1 สื่อ (โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง □ ในข้อที่เป็นคำตอบของท่าน									สำหรับผู้วิจัย
	โทรทัศน์	วิทยุ	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร	เพื่อน	คนในครอบครัว	ญาติ	เพื่อนร่วมงาน	พนักงานขาย	
ตัวอย่างของการตอบแบบสอบถามในตอนนี้เป็นดังนี้ค่ะ ข่าวสารเรื่องพัฒนาการของสินค้าไทยในด้านความสวยงามของรูปแบบของสินค้าฯ ด้านคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น	✓		✓	✓						
1. ข่าวสารเรื่องพัฒนาการของสินค้าไทยในด้านความสวยงามของรูปแบบของสินค้าฯ ด้านคุณภาพและประโยชน์ใช้สอยที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น									606162636465666768
2. ข่าวสารเรื่องสินค้าไทยได้รับเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก) ซึ่งเป็นการรับรองมาตรฐานสินค้าจากกระทรวงอุตสาหกรรมมากขึ้น ทำให้ท่านมั่นใจในการใช้สินค้าไทย									697071727374757677
3. ข่าวสารเรื่องสินค้าไทยได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดเช่นกระเป๋าหนังของไทยได้รับรางวัลกระเป๋าหนังดีเด่น (Best Wallet Award)									787980818283848586
4. ข่าวสารเรื่องสถานที่ผลิตสินค้าไทยทำให้เกิดความมั่นใจในการใช้สินค้าไทยนั้นๆ มากขึ้น									878889909192939495
5. ข่าวสารเรื่องสถานที่จำหน่ายสินค้าไทยทำให้ทราบว่ามิสสถานที่ใดบ้างซึ่งขายสินค้าไทย									96979899100101102103104

**ตอนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าไทย (ในที่นี้หมายถึง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องสำอาง เครื่องหนัง และ
ของใช้ในบ้าน)**

สำหรับผู้วิจัย

- 1) ข้อใดถูกต้องเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้าไทย 105
- มีชื่อเครื่องหมายการค้าเป็นชื่อไทยเท่านั้น
 - สถานที่ผลิตสินค้าอยู่ในประเทศไทย ใช้วัตถุดิบในประเทศ และเจ้าของกิจการเป็นคนไทย
 - เจ้าของกิจการเป็นคนไทย และนำเข้าสินค้าจากประเทศต่างๆ เพื่อมาจัดจำหน่ายให้กับคนไทย
 - รายได้จากการจำหน่ายสินค้าทั้งที่นำเข้าและส่งออก โดยส่วนใหญ่เป็นของคนไทย
- 2) ท่านคิดว่า ข้อความใดต่อไปนี้เป็นจุดเด่นของสินค้าไทย 106
- รูปแบบเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก จนสินค้าของต่างประเทศนำไปเลียนแบบ
 - ระดับมาตรฐานคุณภาพสูงกว่าสินค้าของต่างประเทศ
 - ชื่อยี่ห้อจำง่ายเพราะใช้ชื่อเป็นภาษาไทยทั้งหมด
 - ราคาถูกกว่าสินค้าต่างประเทศ
- 3) ท่านทราบหรือไม่ว่า สินค้าประเภทใดต่อไปนี้อยู่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ให้มีการผลิตและส่งออกมากที่สุด
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องสำอาง เครื่องหนัง ของใช้ในบ้าน 107
- 4) สินค้าในข้อใดต่อไปนี้อยู่ไม่จัดอยู่ในหมวดของสินค้าอุปโภค
- ครีมนำรุงผิว เข็มขัดหนัง เสื้อยืด เครื่องดื่มสมุนไพร 108
- 5) ท่านทราบหรือไม่ว่าสินค้าประเภทเครื่องหนังในข้อใดต่อไปนี้อยู่ยี่ห้อใดเป็นสินค้าไทย
- ฟลายนาว (Fly Now) กุชชี (Gucci) หลุยวิตตอง (Louis Vitton) เอสพีรี (Esprit) 109
- 6) ท่านทราบหรือไม่ว่าสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปในข้อใดต่อไปนี้อยู่ยี่ห้อใดเป็นสินค้าไทย
- พีเจ (PJ) ลีวาย (Levi) ลี (Lee) เบนเนตัน (Beneton) 110
- 7) ท่านทราบหรือไม่ว่าสินค้าประเภทของใช้ในบ้านในข้อใดต่อไปนี้เป็นสินค้าไทย
- สบู่ยี่ห้อเอวอน (Avon) น่ายาล้างจานยี่ห้อแอมเวย์ (Amway) 111
- ยาสีฟันยี่ห้อคอลลเกต (Colgate) จานกระเบื้องยี่ห้อรอยัลพอร์ซเลน (Royal Porcelain)
- 8) ท่านทราบหรือไม่ว่าสินค้าประเภทเครื่องสำอางในข้อใดต่อไปนี้อยู่ไม่ใช่สินค้าไทย
- เบลล่านีน่า (Bella Nina) แพนคอสมेटิก (Pan Cosmetic) เปียช (Pias) บอดี้ช็อป (Body Shop) 112

- 9) ท่านทราบหรือไม่ว่า สินค้าประเภทเครื่องสำอางในข้อใดต่อไปนี้ เป็นสินค้าไทยซึ่งเป็นที่รู้จักในตลาดภายในประเทศ
- พอนด์สแองเจิลเฟส (Pond's Angel Face) ○ ชิเซโด (Shiseido)
- นูสกิน (Nuskin) ○ ลังโคม (Lancome) 113
- 10) ท่านทราบหรือไม่ว่า สินค้าไทยยี่ห้อ (Brand Name) ใดต่อไปนี้ เป็นสินค้าไทยซึ่งเป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ
- เซรีน (Celine) ○ จิมทอมสัน (Jim Thompson) ○ เซนต์ไมเคิล (St. Michael) ○ แอมเวย์ (Amway) 114
- 11) ท่านคิดว่า สินค้าไทยในข้อใดต่อไปนี้ ที่ไม่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคไทยที่มีกำลังซื้อส่วนใหญ่
- ของใช้ในบ้านที่มีคุณภาพดีสมราคา เช่น ยาสีฟัน ผงซักฟอก เป็นต้น
- เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทย
- เครื่องหนังที่ใช้ชื่อยี่ห้อ (Brand Name) เป็นภาษาต่างประเทศ
- เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีชื่อยี่ห้อ (Brand Name) เป็นภาษาไทย 115
- 12) ท่านคิดว่าราคาและคุณภาพในข้อใดต่อไปนี้ที่ส่งผลให้คนไทยที่มีกำลังซื้อ ไม่นิยมใช้สินค้าไทยเท่าที่ควร
- ราคาถูกแต่คุณภาพไม่ค่อยดี จึงไม่เป็นที่นิยม ○ ราคาถูกและคุณภาพดี จึงไม่เป็นที่นิยม
- ราคาแพงแต่คุณภาพไม่ค่อยดี จึงไม่เป็นที่นิยม ○ ราคาแพงและคุณภาพดี จึงไม่เป็นที่นิยม 116
- 13) ท่านทราบหรือไม่ว่า สินค้าประเภทของใช้ในบ้านข้อใดต่อไปนี้ เป็นสินค้าไทยซึ่งมีวางจำหน่ายในห้างร้านทั่วไป
- แชมพูยี่ห้อคานเนโบ (Kanebo) ○ สบู่เด็กจอห์นสัน (Johnson)
- ยาสีฟันสมุนไพรยี่ห้อวิเศษนิยม (Visetnियom) ○ แปรงสีฟันยี่ห้อพาลอดอนแทกซ์ (Palodontax) 117
- 14) ท่านทราบหรือไม่ว่า สินค้าประเภทเครื่องสำอางในข้อใดต่อไปนี้ เป็นสินค้าไทยซึ่งมีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบขายตรง (Direct Sale) เท่านั้น
- เครื่องสำอางแอวอน (Avon) ○ เครื่องสำอางยี่ห้อนูสกิน (Nuskin)
- เครื่องสำอางยี่ห้อแอมเวย์ (Amway) ○ เครื่องสำอางยี่ห้อมิสทิน (Mistine) 118
- 15) ท่านทราบหรือไม่ว่า สินค้ายี่ห้อใดต่อไปนี้ เป็นสินค้าไทยซึ่งมีระยะเวลาการขายยืนยาวกว่า 50 ปี และยังคงวางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน
- รองเท้ายี่ห้อบาตา (Bata) ○ สบู่หอมตรานกแก้ว 119
- กางเกงยี่ห้อพีเจ (PJ) ○ เครื่องสำอางยี่ห้อพอนด์สแองเจิลเฟส (Pond's Angel Face)

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทย ในที่นี้หมายถึง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องหนัง เครื่องสำอางและ

ของใช้ในบ้าน

- 1) ท่านซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป บ่อยเพียงใด
 3-4 ชุด ต่อเดือน 1 ชุด ต่อเดือน 1-2 ชุด ต่อ 2-3 เดือน 1-2 ชุด ต่อ 4-6 เดือน 1-2 ชุด ต่อปี120
- 2) ท่านซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นจำนวนเงินประมาณเท่าใด ต่อเดือน (โดยประมาณ)
 ต่ำกว่า 800 บาท 801- 1,600 บาท 1,601-2,500 บาท 2,501 – 3,500 บาท 3,501 ขึ้นไป121
- 3) ท่านนิยมเลือกซื้อสินค้าไทยประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากสถานที่ใด
 ห้างสรรพสินค้าประเภทค้าปลีกเช่น Central, Robinson ,The Mall
 ไม่นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูป แต่สั่งตัดที่ร้านตัดเสื้อ
 ห้างสรรพสินค้าประเภทค้าส่งเช่น Macro, Big C
 ตลาดนัด อื่นๆ (โปรดระบุ)122
- 4) ท่านซื้อเครื่องสำอาง บ่อยเพียงใด
 3-4 รายการต่อเดือน 1-2 รายการต่อเดือน 1-2 รายการต่อทุก 3-4 เดือน
 1-2 รายการต่อทุก 6 เดือน 1 – 2 รายการต่อปี123
- 5) ท่านซื้อเครื่องสำอาง เป็นจำนวนเงินประมาณเท่าใด ต่อเดือน (โดยประมาณ)
 ต่ำกว่า 800 บาท 801- 1,600 บาท 1,601-2,500 บาท 2,501 – 3,500 บาท 3,501 ขึ้นไป124
- 6) ท่านนิยมเลือกซื้อสินค้าไทยประเภทเครื่องสำอาง จากสถานที่ใด
 ห้างสรรพสินค้าประเภทค้าปลีกเช่น Central, Robinson ,The Mall ร้านสะดวกซื้อใกล้บ้านเช่น 7 Eleven
 ห้างสรรพสินค้าประเภทค้าส่งเช่น Macro, Big C ตลาดนัด125
 อื่นๆ (โปรดระบุ)
- 7) ท่านซื้อเครื่องหนังเช่น กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ บ่อยเพียงใด
 3-4 รายการต่อเดือน 1-2 รายการต่อเดือน 1-2 รายการต่อทุก 3-4 เดือน
 1-2 รายการต่อทุก 6 เดือน 1 – 2 รายการต่อปี126
- 8) ท่านซื้อเครื่องหนัง เป็นจำนวนเงินประมาณเท่าใด ต่อเดือน (โดยประมาณ)
 ต่ำกว่า 800 บาท 801- 1,600 บาท 1,601-2,500 บาท 2,501 – 3,500 บาท 3,501 ขึ้นไป127

- 9) ท่านนิยมเลือกซื้อสินค้าไทยประเภทเครื่องหนัง จากสถานที่ใด
- ห้างสรรพสินค้าประเภทค้าปลีกเช่น Central, Robinson ,The Mall128
- ไม่นิยมซื้อสินค้าสำเร็จรูป แต่สั่งตัดที่ร้านเครื่องหนัง
- ห้างสรรพสินค้าประเภทค้าส่งเช่น Macro, Big C
- ตลาดนัด อื่นๆ (โปรดระบุ)
- 10) ท่านซื้อของใช้ในบ้าน เช่น เครื่องครัว ผงซักฟอก ฯลฯ บ่อยเพียงใด
- 3-4 รายการต่อเดือน 1-2 รายการต่อเดือน 1-2 รายการต่อทุก 3-4 เดือน129
- 1-2 รายการต่อทุก 6 เดือน 1 – 2 รายการต่อปี
- 11) ท่านซื้อของใช้ในบ้านเป็นจำนวนเงินประมาณเท่าใด ต่อเดือน (โดยประมาณ)
- ต่ำกว่า 800 บาท 801- 1,600 บาท 1,601–2,500 บาท 2,501 – 3,500 บาท 3,501 ขึ้นไป130
- 12) ท่านนิยมเลือกซื้อสินค้าไทยประเภทของใช้ในบ้าน จากสถานที่ใด 131
- ห้างสรรพสินค้าประเภทค้าปลีกเช่น Central, Robinson ,The Mall ร้านสะดวกซื้อใกล้บ้านเช่น 7 Eleven
- ห้างสรรพสินค้าประเภทค้าส่งเช่น Macro, Big C ตลาดนัด อื่นๆ (โปรดระบุ)

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านกรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

ประวัติผู้วิจัย



นางสาวสุภาพร ปาละลักษณ์ เกิดวันที่ 19 พฤศจิกายน 2507 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะศึกษาศาสตร์บัณฑิต วิชาเอกภาษาอังกฤษ วิชาโทภาษาฝรั่งเศส จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2540 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งเลขานุการบริหารที่บริษัท ไฮเดลเบิร์ก กราฟฟิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด