



- พิรฤดา พจนพิสุทธ์. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- พีระนันท์ บูระณะโสภณ. พฤติกรรมการเปิดรับสารความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ราศี ธรรมนิชม. จิตวิทยาพัฒนาการฉบับสมบูรณ์. เอกสารประกอบการสอนวิทยาลัยครู พระนครศรีอยุธยา, 2524(เอกสาร โรเนียบเย็บเล่ม).
- เสถียร เชยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- โสภิตสุดา มงคลเกษม. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการคาดเดาขีดนิรนัยของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ศศิวิมล ปาลศรี. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ศิริลักษณ์ อริยบัญญัติ. ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- อรวรรณ ปิลาธนนโธวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- อลิสา วีรพัฒนกุล. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการปฏิบัติตามกฎจราจรของผู้ขับขีรถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาหนี้เสียในโครงการบำบัดหนี้เสียของผู้บริหารธุรกิจและเจ้าของสถานประกอบการ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- อัปสร เสถียรทิพย์. ความสนใจและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของเด็ก. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

## ภาษาอังกฤษ

- Atkin, Charles K. "Instrumental Utilities and Information Seeking". New Model for Mass Communication Research, ed, Peter Clark; Bererly Hill : SAGE Publication, 1973.
- DeFleur, M.L. Theories of Mass Communication. New York : McGraw Hill, 1966.
- Felieied, Sycip. C. Factor Related to Acceptance of Rejection of Innovation in Espirite Social Foundation of Communication Development. House Manila : RM. Cercia Publishing, 1964.
- Frey, Fredbrick W. Communication and Development in Handbook of Communication. Edited by Pool, Ithiel be Solo, et.al. Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973.
- Katz, Elihu and Paul F. Lazarsfeld. Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Communication. Glencoe, Illinois : The Free Press, 1955.
- Klapper, J. The Effect of Mass Communication. New York : Free Press, 1960.
- Lazarsfeld, P.F. and Menzal, H. Mass Media and Personal Influence. In Wilbur Schramm (ed). The Science of Human Communication. New York : Basic Books, 1968.
- Lerner, D. The Passing of Traditional Socialty : Modernization The Middle East. New York : The Free Press, 1958.
- McComb, M.E., and Becker, L.B. Using Mass Communication Theory. Englewood Cliffs : N.J. Princtice Hall, 1979.
- McQuail, D. Mass Communication Theory 3<sup>rd</sup> Edition. London : SAGE Publications, 1994.
- Rogers, E.M. and Svening, L. Modernization among Peasants : The Impact of Communication. New York : Holt Rinehart and Winston, 1969.
- Rogers, E.M. and Shoemaker, F. Communication of Innovations : A Cross-Cultural Approach. New York : The Free Press, 1971.
- Schramm, W. Mass Media and National Development. California : Standford University Press, 1964.
- Schramm, W. Channels and Audiences in Handbook of Communication. Chicago : Rand Mc.Nally College Publishing Company, 1973.
- Schramm, W. Studies of Innovation and Communication to the Public. California : Standford University Institute for Communication Research, 1972.
- Warneryd, E.K., Nowak, K. Mass Communication and Advertising. Stockholm : The Economic Research Institute, 1967.

Zimbardo, P; Ebbesen, Ebbe B; and Christina Maslach. Influencing Attitudes and Changing Behavior. 2<sup>nd</sup> ed. California : Addison Wesley Publishing Company, 1977.

# ภาคผนวก

## แบบสอบถาม เรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับเหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิตของคนวัยทำงานตอนต้น

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและลักษณะทางประชากร

1. เพศ  หญิง  ชาย
2. อายุ.....ปี
3. รายได้ต่อเดือน โดยประมาณ
 

<input type="checkbox"/> 15,000-20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 20,001-25,000 บาท
<input type="checkbox"/> 25,001-30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001 บาทขึ้นไป
4. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
5. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> อาชีพอิสระ	

### ส่วนที่ 2 เหตุผลในการเลือกใช้บัตรเครดิต

การตอบคำถามข้อ 6-13 กรุณาตอบจากข้อมูลของบัตรเครดิตที่ท่านถือในปัจจุบัน หากมีหลายบัตร ให้ตอบจากข้อมูลของบัตรเครดิตโดยรวม

ท่านคิดว่าเหตุผลต่อไปนี้สัมพันธ์กับการเลือกใช้บัตรเครดิตมากน้อยเพียงใด

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยเลย
6. ธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทผู้ออกบัตรเครดิต						
6.1 มีความมั่นคง.....						
6.2 มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักแพร่หลาย.....						
6.3 มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย.....						
6.4 เคยใช้บริการด้านอื่นๆ หรือคนรู้จักเคยใช้บริการมาก่อน.....						
6.5 มีบริการที่รวดเร็ว.....						
6.6 มีสาขาจำนวนมาก.....						
6.7 มีสาขาอยู่ในทำเลที่ไปมาได้สะดวก.....						
6.8 สาขามีการตกแต่งสถานที่สวยงาม.....						
6.9 มีสาขาใกล้บ้าน.....						
6.10 จำนวนร้านค้าที่รับบัตรเครดิต.....						

ท่านคิดว่าเหตุผลต่อไปนี้สัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการเครดิตมากน้อยเพียงใด

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยเลย
<b>7. รูปแบบและสีต้นสวยงาม ทันสมัย.....</b>						
7.1 รูปแบบและสีต้นสวยงาม ทันสมัย.....						
7.2 มีรูปของท่านคิดบนบัตร.....						
7.3 ตัวบัตรมีความเป็นเอกลักษณ์ชัดเจน เฉพาะตัว.....						
<b>8. คุณสมบัติของบัตรเครดิต</b>						
8.1 แสดงความเป็นผู้นำ						
8.2 แสดงความมีฐานะ						
8.3 สะดวกในการซื้อสินค้าไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก						
8.4 ได้รับส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าหรือบริการ						
8.5 สามารถถอนเงินสดล่วงหน้าผ่านบัญชีบัตรเครดิต						
8.6 สามารถถอนเงินสดจากบัญชีเงินฝากผ่านเครื่อง เอทีเอ็ม						
8.7 เลือกชำระค่าใช้จ่ายจากการใช้บัตรได้หลายวิธี เช่น คัดบัญชีอัตโนมัติ จ่ายผ่านตู้เอทีเอ็ม						
8.8 สามารถใช้บริการสอบถามบริการข้อมูลการเงินต่างๆทางโทรศัพท์ได้						
8.9 สามารถชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านเครื่องเอทีเอ็มได้ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ						
8.10 สามารถซื้อสินค้าผ่านทางไปรษณีย์ (Mail Order) ได้						
8.11 สิทธิในการผ่อนชำระขั้นต่ำ 10%						
8.12 สิทธิในการทำบัตรเสริม						
8.13 สิทธิในการขออนุมัติวงเงินชั่วคราวเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ						
8.14 สิทธิได้รับความคุ้มครองความเสียหายกรณีบัตรหายหรือบัตรถูกขโมย *						
8.15 สิทธิคุ้มครองการซื้อกรณีสินค้าที่ซื้อผ่านบัตรเครดิตเสียหายจากอุบัติเหตุหรือสูญหาย						
8.16 สิทธิคุ้มครองกรณีเครื่องบินหรือกระเป๋าลำช้า						
8.17 สิทธิในการคุ้มครองอุบัติเหตุ						
8.18 อัตราค่าธรรมเนียมของบัตรเครดิต						
8.19 วงเงินการให้สินเชื่อ						
8.20 ระยะเวลาการชำระเงินปลอดดอกเบี้ย						
8.21 อัตราดอกเบี้ย						

9. การส่งเสริมการขาย					
9.1 รายการชิงโชค.....					
9.2 จัดมอบของที่ระลึกหรือของแถม.....					
9.3 ลดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า.....					
9.4 ฟรี ค่าธรรมเนียมบัตรหลัก.....					
9.5 ฟรีค่าธรรมเนียมบัตรเสริม.....					
9.6 สะสมคะแนนแลกของกำนัล.....					
9.7 สะสมคะแนนแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ.....					
9.8 สะสมคะแนนแลกคืนเป็นตั๋วเครื่องบิน.....					
9.9 สะสมคะแนนแลกคืนเป็นเงินสด.....					
9.10 สะสมคะแนนแลกคืนเป็นค่าธรรมเนียมในปีต่อไป.....					
9.11 โปรแกรมผ่อนชำระค่าเดินทาง.....					
9.12 โปรแกรมผ่อนชำระสินค้า.....					
9.13 สิทธิพิเศษเกี่ยวกับความบันเทิงเช่น การแสดงต่างๆ.....					

### ส่วนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารบัตรเครดิต

	มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	1-3 ครั้ง/เดือน	1 ครั้ง/ 2 เดือน หรือ ไม่เคยเลย
10 ท่านพูดคุยเกี่ยวกับบัตรเครดิต กับบุคคลเหล่านี้มากน้อยเพียงใด			
10.1 สมาชิกในครอบครัว.....			
10.2 เพื่อน.....			
10.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย.....			

	ทุกวัน	2-5วัน/ครั้ง	มากกว่า 5 วัน/ ครั้ง หรือ ไม่เคยเห็นเลย
11 ในหนึ่งสัปดาห์ท่านเคยเห็นข่าวสารการ โฆษณาเกี่ยวกับบัตรเครดิตทางสื่อเหล่านี้โดยเฉลี่ยบ่อยครั้งเพียงใด			
11.1 หนังสือพิมพ์.....			
11.2 วิทยุ.....			
11.3 โทรทัศน์.....			



	5 ครั้ง/เดือน	1-4 ครั้ง/ เดือน	1 ครั้ง/ 2 เดือน หรือไม่เคยเห็นเลย
12. ในหนึ่งเดือนท่านเห็นเห็นข่าวสารการโฆษณาเกี่ยวกับบัตรเครดิตทาง สื่อเหล่านี้มากน้อยเพียงใด			
12.1 วารสารและนิตยสาร.....	.....	.....	.....

	ทุกวัน	2-5 วัน/ครั้ง	มากกว่า 5 วัน/ ครั้ง หรือไม่เคยเห็นเลย
13. ในหนึ่งเดือนท่านเคยเห็นเห็นข่าวสารการโฆษณาเกี่ยวกับบัตรเครดิตจากสื่อ เหล่านี้โดยเฉลี่ยบ่อยครั้งเพียงใด			
13.1 อินเทอร์เน็ต.....	.....	.....	.....
13.2 จดหมายตรง (Direct Mail).....	.....	.....	.....
13.3 แผ่นพับ.....	.....	.....	.....
13.4 โปสเตอร์.....	.....	.....	.....
13.5 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง.....	.....	.....	.....
13.6 ป้ายรถประจำทาง (Bus Stop).....	.....	.....	.....
13.7 คิวรถไฟฟ้า (BTS).....	.....	.....	.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

นายสุเมธ ประสมหงษ์

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายสุเมธ ประสมหงษ์ เกิดวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2516 ที่จังหวัดชัยนาท สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีรัฐศาสตรบัณฑิต สาขาการระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปีการศึกษา 2537 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ พ.ศ. 2543 ปัจจุบันเป็น Direct Sales Team Manager - Credit Card ที่ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ดนครธน จำกัด (มหาชน)