

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กฤษณา ชินวังโส (สุขุมนันท์), การวิเคราะห์รูปแบบสารโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างลักษณะผู้บริโภคชั้นสูงในสังคมไทย, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

กรกช ว่องวิศว์, ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมกิจการฟาสต์ฟู้ดของชาวกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2531.

เจนเนอเรชั่น เอกซ์ และ วาย ขุมทรัพย์ของการตลาดในอนาคต, นิตยสารคู่แข่งรายปักษ์ ฉบับที่ 220, ปักษ์หลัง ตุลาคม 2539.

บันปลายของมาตรการปรับลดภาษีนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย, เศรษฐกิจวิเคราะห์, วารสารปราสาทสังข์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), กรกฎาคม 2539.

พรรณพิมล ก้านกนก, การสื่อสารการตลาด, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2526.

พีระ จิรโสภณ, ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 9-15, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

ยุกี นากามูระ, พลวัตของวัฒนธรรมบริโภคและรูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นไทยในเขตมหานคร : นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2537.

วนิดา คณาจันทร์, บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตชาววัยรุ่น, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

วัตถุประสงค์ในกลุ่มวัยรุ่นไทย, หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, 12 กันยายน 2539.

วิเชียร เกตุสิงห์, การวิจัยเชิงปฏิบัติ, กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ศศิธร อิทธานุเวดิน, ปัจจัยที่มีผลต่อความนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และแนวโน้มการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, 2538.

สุวัฒนา วงษ์กระพันธ์, การสื่อสารการตลาด, เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา (หน่วยที่ 1-5) กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

อิทธิพล หมั่นภักดี, ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ : วิเคราะห์การสื่อสารทางการตลาดของรถยนต์มิตซูบิชิ แลนเชอร์, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

เอกสารสินค้านำเข้าของไทย, ศูนย์สถิติการพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2539.

เอกสารข้อมูลการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย 2533-2563, กองวางแผนทรัพยากรมนุษย์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2538.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Assael, Henry, Marketing : Principles and Strategy, New York : The Dryden Press, 1990.

Belch, George E. and Michael A. Belch, Introduction to Advertising and Promotion Management, Boston : Hoffman Press, 1990.

Engel, James F., Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard, Consumer Behavior, 7th ed. Fort Worth : The Dryden Press, 1993.

Kotler, Philip, Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control, 8th ed. Englewood Cliffs : Prentice Hall, 1994.

Lavidge, Robert J., and Gary A. Steiner, A Model for Predictive Measurement of Advertising Effectiveness, Journal of marketing research, Vol. 24, May 1987

Loudon, David L. and Albert J. Dell-Bitta, Consumer Behavior, 4th ed. New York : McGraw Hill, 1993.

McCarthy, E. Jerome and William D. Pereault. Jr., Basic Marketing : A Managerial Approach, 10th ed. Homewood, Illinois : Von Hoffman Press, 1990.

Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk, Consumer Behavior, 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall, 1994.

Stanton, William J. and Charles Futrell, Fundamentals of Marketing, 8th ed. New York : McGraw-Hill Brook, 1987.

Wilkie, William L., Consumer Behavior, 3rd ed. Illinois : Von Hoffman Press, 1994.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

## เรื่อง

## “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าแฟชั่น Brand Name จากต่างประเทศ”

## ส่วนที่ 1 สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

## 1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

## 2. อายุ

1. 13 - 19 ปี  2. 20 - 32 ปี  
 3. 33 ปีขึ้นไป

## 3. สถานภาพทางครอบครัว

1. โสด  2. แต่งงาน  
 3. เป็นหม้าย

## 4. ระดับการศึกษา

1. ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น  2. ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย  
 3. ระดับปริญญาตรี  4. สูงกว่าระดับปริญญาตรี

## 5. อาชีพ

1. นักเรียน นักศึกษา  2. รับราชการ รัฐวิสาหกิจ  
 3. ลูกจ้าง ธุรกิจเอกชน  4. เจ้าของกิจการ  
 5. อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

## 6. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท  2. 5,001 - 10,000 บาท  
 3. 10,001 - 15,000 บาท  4. 15,001 - 20,000 บาท  
 5. 20,001 บาทขึ้นไป

## 7. ท่านมีบ้านหรืออาคารชุดเป็นของตัวเองหรือไม่

1. มี  2. ไม่มี

8. ท่านมีรถยนต์ใช้เป็นของตัวเองหรือไม่

1. มี

2. ไม่มี

ส่วนที่ 2 ทัศนคติต่อคุณลักษณะของสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ

ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ ต่อไปนี้  
อย่างไร

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. สินค้ามีประโยชน์ใช้สอย ตรงตามที่ต้องการ					
2. สินค้ามีคุณภาพดี ทนทาน ใช้งานได้ อย่างคุ้มค่า กับเงินที่จ่ายไป					
3. สินค้ามีราคาที่เหมาะสม ไม่แพงเกินไป					
4. สินค้าสามารถหาซื้อได้ง่าย และ สะดวกแก่การเลือกซื้อ					
5. สินค้ามีแบบให้เลือกมากมาย และมี แบบใหม่ๆ ออกมาตลอดเวลา					
6. สินค้ามีการออกแบบที่สวยงาม สะดุดตา สีสันสดใส น่าสนใจ					
7. สินค้ามีการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ที่ สวยงาม น่าใช้					
8. สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่เหมือน ใคร					
9. สินค้าช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจ และเพิ่มความมั่นใจเมื่อได้ใช้					
10. สินค้าช่วยเพิ่มบุคลิกภาพ และเพิ่มการ ได้รับการยอมรับในสังคม					

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภค

1. ท่านเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ มากน้อยเพียงใด

	ทุกวัน	เกือบ ทุกวัน	บางวัน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. นิตยสาร					
4. หนังสือพิมพ์					
5. วารสาร					

2. ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในแต่ละครั้งของท่าน ท่านได้เห็นข่าวสารการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ จากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ บ่อยครั้งมากน้อยเพียงใด

	ทุกครั้ง	เกือบ ทุกครั้ง	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. นิตยสาร					
4. หนังสือพิมพ์					
5. วารสาร					

3. ท่านมีโอกาสที่จะได้เห็นหรือได้เจอสื่อเฉพาะกิจชนิดต่างๆ ในสถานที่ต่างๆ มากน้อยเพียงใด

	ทุกวัน	เกือบ ทุกวัน	บางวัน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1. ป้ายโฆษณา					
2. โปสเตอร์					
3. แผ่นพับ					
4. โบชวล					
5. แคมเปญสื่อ					

4. ท่านเคยได้เห็นหรือได้เจอโฆษณา และประชาสัมพันธ์สินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ จากสื่อเฉพาะกิจชนิดต่างๆ ในสถานที่ต่างๆ มากน้อยเพียงใด

	ทุกวัน	เกือบ ทุกวัน	บางวัน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1. ป้ายโฆษณา					
2. โปสเตอร์					
3. แผ่นพับ					
4. โบชวล					
5. แคมเปญสื่อ					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



5. ท่านมีโอกาสที่จะได้พบปะ พูดคุย และเปิดรับข่าวสารจากสื่อระหว่างบุคคลมากน้อยเพียงใด

	ทุกวัน	เกือบ ทุกวัน	บางวัน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1. เพื่อนสมัยเรียน					
2. เพื่อนร่วมงาน					
3. คนในครอบครัว					
4. คนรู้จัก					
5. พนักงานขาย					

6. ท่านมีโอกาสที่จะได้พบปะ พูดคุย และเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ จากสื่อระหว่างบุคคลมากน้อยเพียงใด

	ทุกวัน	เกือบ ทุกวัน	บางวัน	นานๆ ครั้ง	ไม่เคยเลย
1. เพื่อนสมัยเรียน					
2. เพื่อนร่วมงาน					
3. คนในครอบครัว					
4. คนรู้จัก					
5. พนักงานขาย					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นในด้านการสื่อสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศของผู้บริโภค

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์และวิทยุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ					

	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสิ่งพิมพ์ ประเภทต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสิน ค้า Brand Name ต่างประเทศ					
3. สื่อเฉพาะกิจประเภทต่างๆเช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา แคตตาล็อก โปสเตอร์ ฯ มี ผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ					
4. การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและได้คุย กับเพื่อนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสิน ค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ					
5. การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและได้คุย กับคนภายในครอบครัวมีผลต่อพฤติ กรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ					
6. การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและได้รับ คำแนะนำกับพนักงานขายมีผลต่อพฤติ กรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ					
7. การได้เห็นบุคคลที่ชื่นชอบเช่นดารา นักร้อง นักธุรกิจ ผู้นำ ฯ ใช้สินค้า แฟชั่น Brand Name ต่างประเทศผ่าน ทางสื่อต่างๆ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ สินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ					

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศของผู้บริโภค

1. ท่านซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ ดังต่อไปนี้ บ่อยครั้งมากน้อยเพียงใด

	บ่อยมาก (มากกว่า 1 ครั้งต่อ เดือน )	บ่อย ( 2-3 เดือน ต่อครั้ง )	ปานกลาง ( 3-5 เดือน ต่อครั้ง )	ไม่บ่อย ( 6-11 เดือน ต่อ ครั้ง )	นานๆ ครั้ง ( ปีละ 1 ครั้ง หรือ นานกว่า)
1. เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม					
2. กระเป๋า รองเท้า					
3. เข็มขัด เนคไท					
4. เครื่องประดับ					
5. เครื่องสำอาง					
6. น้ำหอม					
7. แวนตา นาฬิกา ปากกา					
8. ของใช้ตกแต่งบ้าน					
9. เครื่องไฟฟ้า เครื่อง อำนวยความสะดวก					
10. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____					

2. โดยปกติ ท่านซื้อสินค้าแฟชั่น Brand Name ต่างประเทศ ยี่ห้ออะไร เพราะเหตุใด

ยี่ห้อ \_\_\_\_\_

เพราะ \_\_\_\_\_

ยี่ห้อ \_\_\_\_\_

เพราะ \_\_\_\_\_

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือ



ประวัติผู้เขียน

นายพิชัย นิรมานสกุล เกิดวันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2505 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี Faculty of Mass Communications สาขาวิชาเอกด้าน Radio  
Broadcasting และสาขาวิชาโทด้าน English Literature จาก Friends University เมือง Wichita  
มลรัฐ Kansas ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปีการศึกษา 2531 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี  
การศึกษา 2538 ปัจจุบัน ทำงานในตำแหน่งอาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย