

คณินิจ แซ่อึ้ง : พฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์ กับพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าของ
ลูกค้าห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร (CAR RADIO LISTENING AND SHOPPING
BEHAVIOR OF DEPARTMENT STORE AND SUPERMARKET PATRONS IN THE BANGKOK
METROPOLITAN AREA) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.พนา ทองมีอาคม. 257 หน้า.

ISBN 974-635-702-6

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อทราบพฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์และพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าของลูกค้าห้างสรรพสินค้า (2) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า กับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์ของกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า (3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพและสถานภาพการสมรส กับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์ของกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า (4) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้าของกลุ่มลูกค้าห้างสรรพสินค้า

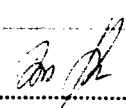
การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาเพียงครั้งเดียวในระหว่างเดือนธันวาคม 2539 ถึงมกราคม 2540 โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดเป็นเครื่องมือและประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS/PC โดยใช้สถิติ การแจกแจงความถี่ และร้อยละเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์และพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 500 คน ซึ่งเป็นผู้ที่เข้ามาซื้อสินค้าและบริการในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครที่เดินทางโดยรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในช่วงระยะเวลาที่มียอดขายสูงสุดของวันคือ วันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 16.00 ถึง 20.00 น. และวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 13.00 ถึง 20.00 น.

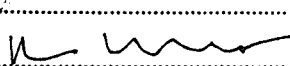
ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำและเป็นไปในทางบวก กับพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า ซึ่งเป็นนางตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรช่วงเวลาที่รับฟังและลักษณะการรับฟังวิทยุรถยนต์ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดของการวิจัย (2) การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุในรถยนต์ พบว่ามีตัวแปรเพศเพียงตัวแปรเดียวที่ปฏิเสธสมมติฐาน ส่วนตัวแปรอื่นสอดคล้องคล้อยกับสมมติฐานที่กำหนด (3) การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการไปห้างสรรพสินค้า พบว่าตัวแปรส่วนใหญ่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนด

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

ปีการศึกษา 2539

ลายมือชื่อนิติ 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม -