

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 และการได้รับ
การเสริมความมั่นคงของเจตคติ ต่อการเข้าถึงเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ
แบบสอบถามเกี่ยวกับการทำพฤติกรรมต่างๆ ในการบริโภคสินค้า, มาตรวัดเจตคติต่อการบริโภคสินค้าไทย
และข้อคำถามเจตคติเกี่ยวกับการบริโภคสินค้า แบ่งเป็น 3 เงื่อนไขการทดลอง มีกลุ่มตัวอย่างในแต่ละ
เงื่อนไขการทดลอง เงื่อนไขละ 50 คน รวม 150 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ทบทวนพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา รอบคำถาม
เจตคติต่อการบริโภคสินค้าเร็วกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทบทวนพฤติกรรมในวัยเด็ก และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้
ทบทวนพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .001$)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติใช้เวลาในการตอบคำถามเจตคติ
ต่อการบริโภคสินค้าไม่แตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ผ่านกระบวนการเสริมความมั่นคงของเจตคติ

ภาควิชา.....จิตวิทยา.....

สาขาวิชา.....จิตวิทยาสังคม.....

ปีการศึกษา 2539.....

ลายมือชื่อนิสิต.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....