

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริโภคนิยมของหญิงที่ทำงานสถาน
บันเทิงในจังหวัดยะลา และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคนิยมของหญิงที่
ทำงานสถานบันเทิงในจังหวัดยะลา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นหญิงในสถานบันเทิงจังหวัดยะลา จำนวน 263 คน
รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test และ F-test

ผลการศึกษา พบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีอายุระหว่าง 30-40 ปี ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดภาคใต้
การศึกษจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ สถานภาพโสด
ประกอบอาชีพที่ทำงานในสถานบันเทิงตั้งแต่อายุต่ำกว่า 20 ปี ประกอบอาชีพที่ทำงานในสถาน
บันเทิงมาแล้วน้อยกว่า 1 ปี เกือบครึ่งหนึ่งมีรายได้จากการประกอบอาชีพ 5,000-7,000 บาท
สาเหตุที่ประกอบอาชีพในสถานบันเทิง เพราะฐานะยากจน ส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพอื่น ๆ
ร้อยละ 80.1

2. พฤติกรรมบริโภคนิยมของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้านจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการแต่งกาย ด้านการรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ด้าน
การ ท่องเที่ยว/การพักผ่อนหย่อนใจ และด้านเครื่องใช้อำนวยความสะดวก ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมบริโภคนิยมของหญิงที่ทำงานสถานบันเทิงในจังหวัดยะลา
ได้แก่ อิทธิพลจากเพื่อน และอิทธิพลจากสื่อ ส่วนปัจจัยด้านพื้นฐาน และการอบรมเลี้ยงดู ไม่มีผล
ต่อพฤติกรรมการบริโภค

ข้อเสนอแนะหน่วยงานราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการผลิตสินค้าไทย ควรเสริมสร้าง
ทัศนคติที่ดีต่อสินค้าไทย เพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของหญิงทำงานสถานบันเทิง การใช้
ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนหลายแขนงเพื่อส่งเสริมให้ใช้สินค้าไทยและพัฒนาคุณภาพ ซึ่งจะเป็น
การประหยัดเงินใช้จ่ายของหญิงทำงานในสถานบันเทิง

The study was aimed at 1) finding out the behavior of consumerism of working women in entertainment places in Yala Province and 2) to identify the factors influencing their behavior of consumerism.

A questionnaire was used to collect the data from 263 women working in entertainment places in Yala Province. SPSS for Windows was employed to process the data. Frequency, percentage, mean, and standard deviation were used to describe the data and t-test and F-test to test the hypotheses.

The findings were summed up below.

1. General information of the women working in entertainment places

Most women were 30 – 40 years old and their hometowns were in the South. They finished Mathayomssuksa 1 – 3. Most were Buddhists and single. They had worked in entertainment place since they did not reach twenty years old. They worked at the present place for less than a year. Nearly half of them earned a monthly income of 5,000 – 7,000 baht. The main reason why they decided to work in entertainment place was poverty. Most of them (80.1%) did not have any other occupation.

2. Overall, their behavior of consumerism was moderate. Dressing received the highest mean, followed by food and beverage, travel / recreation, and conveniences, respectively.

3. The factors significantly influencing their behavior of consumerism were peer pressure, and mass media. In contrast, basic necessities and bringing – up methods had no impact on their behavior.

It was, therefore, recommended that the government and agencies related with the production of Thai goods should try to build a good attitude toward Thai products and change the behavior of women working in entertainment places. These women should be given information about Thai products through different mass media, ensuring them that Thai products are of good quality and that they can save a lot of money buying Thai products.