

การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าในชีวิตประจำวันของนักแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของนักแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้นักแสดงภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์และละครเวที จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้รวมทั้งสิ้น 127 คน แล้วนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test เพื่อให้การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for the Social Sciences)

ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 27-38 ปี รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท โดยรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท ส่วนทางด้านสถานภาพการสมรสของบิดามารดาอยู่ร่วมกัน และบิดาประกอบอาชีพ คือ ค้าขาย เป็นส่วนใหญ่ ส่วนมารดามีอาชีพ คือ แม่บ้าน ปัจจุบันพักอาศัยอยู่กับบิดาและมารดา เป็นส่วนใหญ่

สำหรับค่านิยมทางสังคม มีค่าเฉลี่ย 2.85 บทบาทของครอบครัว มีค่าเฉลี่ย 2.97 ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน มีค่าเฉลี่ย 2.92 และอิทธิพลของสื่อโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 2.78 อยู่ในระดับมาก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของนักแสดง พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 2.58 อยู่ในระดับมาก

ในส่วนของสินค้าภายในประเทศที่ดี คิดเป็นร้อยละ 83.50 เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าต่างประเทศที่ดี คิดเป็นร้อยละ 76.40 มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

การทดสอบทางสถิติ พบว่า ค่าสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นการปฏิเสธข้อสมมติฐาน ในส่วนทางด้านอิทธิพลของสื่อโฆษณา และอาชีพของมารดาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการบริโภคแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามข้อสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาสามารถสรุป ได้ดังนี้

1. มารดา ควรเป็นแบบอย่างในการบริโภคสินค้าภายในประเทศ เพื่อเป็นการปลูกฝังค่านิยมหรือถ่ายทอดแนวความคิดต่าง ๆ ที่เหมาะสมแก่บุตรหลานของตนต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริโภคสินค้า เนื่องจากป้องกันการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย และมีให้เงินไหลออกประเทศ
2. สื่อมวลชนต่าง ๆ ควรให้การสนับสนุนสินค้าภายในประเทศในรูปแบบการเสนอ ผลิตภัณฑ์สินค้าของไทย โดยให้สื่อต่าง ๆ เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงระหว่างประชาชนกับ สื่อในการรณรงค์ใช้สินค้าไทย

The objectives of this study are divided into 3 folds as follows; 1) to analyze the consumption behavior on daily commodities of actors and actresses in Bangkok areas, 2) to study the influential factors determining consumption behavior on daily commodities and 3) to study the way to change consumption behavior of actors and actresses in Bangkok area. Data used in this study is collected through questionnaires distributed to samples, movie and theater actors and actresses living in Bangkok, in which 127 samples were collected. By using the computer package program SPSS, statistical tools such as frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inference statistics namely t-test and F-test are employed to analyze the data.

The study found that in personal information of samples, most of them are female with ages between 27-38 years. An average personal income is between 10,001-20,000 baht a month, whereas the family's income is 20,000 baht per month. Samples' parents are living together, as the father's occupation is mainly in commerce while mothers are found to be housewife. Most samples are living with their parents.

An overall score of consumption behavior of actors and actresses in Bangkok is 2.58 lying in high level. Considering into each influencing factors, it is found that average scores of social value, role of family, friendship, and influence of advertisement on consumption behavior of are 2.85, 2.97, 2.92 and 2.78 respectively which are considered to be in the high level.

The results of hypotheses test reveal that the differences of influence of advertisement and the mother's occupation do have an effect on consumption behavior of the actors and actresses with very convincing statistical results.

Suggestions:

1. Mothers should be the role model for their children in consuming domestic products and developing their attitudes in favor for domestic products to foreign luxury commodities. Moreover, this could help them from not being luxurious, and in large this could help the trade balance of the country as well.
2. Mass Media should support Thai products by promoting them to the public and also linking efforts from various parts to set up the campaign for the use of Thai products.