



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

พฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตและการบริโภค ของทีนเอง กรณีศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Lifestyle Behaviour and Consumer of Teenage Student of
Suan Sunandha Rajabhat University

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริไล ชยางกูร

sivilai.ja@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการดำเนินชีวิตและการบริโภค ของทีนเอง กรณีศึกษา นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและการบริโภค การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เก็บข้อมูลกับนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ทั้งเพศหญิงและชาย จำนวน 385 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีอาชีพค่อนข้างมั่นคง ต้องการมีเสถียรภาพ มีความคิดเป็นของตนเอง ชอบสังสรรค์กับเพื่อน เดินห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ และสถานที่เที่ยวกลางคืน ใช้เครื่องมือสื่อสาร ในการติดตามข่าวสาร ค่าใช้จ่ายมากที่สุดคืออาหาร เครื่องดื่ม ร้านที่นิยมซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคคือร้านสะดวกซื้อ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า คุณภาพ ราคา แบรินด์ โปรโมชัน และสื่อทุกประเภท เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อสินค้า ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์มือถือ จะเป็นผลดีต่อหน่วยธุรกิจในการขยายช่องทางทำธุรกิจ การโฆษณาออนไลน์ และควรมุ่งเน้นพัฒนาให้สินค้ามีคุณภาพโดยรวมสูงเมื่อเทียบกับราคาสินค้าเรื่องสินค้าไทยไม่มีคุณภาพ หน่วยธุรกิจต้องพัฒนาให้สินค้ามีความน่าสนใจ มีประโยชน์ใช้สอยทั้งต้องดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมจริยธรรม เรื่องพฤติกรรมการใช้ชีวิตของกลุ่มตัวอย่าง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรต้องใช้นโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : พฤติกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมผู้บริโภค วัยทีนเอง



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

ABSTRACT

This research aimed to study about behavior of lifestyle and way of living of teenage while studying at Suansunandha Rajaphat University. Survey research by using questionnaires to student at Faculty of Business Administration Suansunandha Rajaphat University both female and male student about 385 person. Descriptive Statistics found out most female student parents have stable jobs, independent, can think by themselves, socialize with friends, go shopping, see movies and night spots. They use mobile to catch up with news. The expenses are more on food, drinks and shops with brandname. Most of them have mobile which is good way to reach business advertising on line and trying to improved quality of commodities with less quality. Business sector should improved commodities to be interesting useful and practical. The official should be have policy development human resource.

Keywords: Lifestyle Consumer Behavior teenage

ความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2554) ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนในสังคมและมุ่งให้คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา การพัฒนาให้สมดุลทั้งคนและสังคม โดยการเตรียมระบบภูมิคุ้มกัน มีการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้คนไทยอยู่เย็นเป็นสุขทั่วหน้า ขณะเดียวกันเศรษฐกิจโลกเป็นโลกยุคไร้พรมแดน มีนโยบายการเปิดประเทศ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เช่น การรวมกลุ่มในภูมิภาคเอเชีย กระแสการแข่งขัน สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้สังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่หยุดนิ่ง อิทธิพลกระแสวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องโดยเฉพาะความเจริญด้านวัตถุที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทย แนวโน้มพฤติกรรมของคนทั้งรุ่นเก่า รุ่นใหม่มีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป นิยมบริโภควัตถุที่อำนวยความสะดวกมากขึ้นเมื่อพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) และพฤติกรรมการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของบุคคลเปลี่ยนแปลง การเตรียมรับและการวางแผนทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนต้องมีการเตรียมรับสิ่งที่เกิดขึ้นให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตหรือการบริโภคสินค้าและบริการ

ประกอบกับปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดของโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ของบุคคลในสถาบันครอบครัว ผลที่ตามมา วิถีความเป็นอยู่และความคิดของเด็กไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดประเด็นปัญหา ปรากฏการณ์ทางสังคมเห็นได้จากข้อเท็จจริงต่าง ๆ มากมายที่แสดงให้เห็นปัญหาวิกฤตต่อคุณภาพของเด็กไทย ทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคและการดำเนินชีวิต จากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2552) สำรองการบริโภคอาหารของประชากรไทย พบว่าเยาวชนและวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (15-24ปี) มากกว่าร้อยละ 40.0 พฤติกรรมมารับประทานอาหารที่เสี่ยงต่อ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

สุขภาพได้แก่ อาหารไขมันสูง ขนมทานเล่นและเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม มีความถี่ของการบริโภคต่อสัปดาห์ 3-4 วันขึ้นไป และจากการสำรวจสำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ(2556) เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า กลุ่มวัยรุ่นใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาข้อมูลทั่วไปสินค้าและบริการมากที่สุดร้อยละ 79.6 รองมาคือเล่นเกมส์ ดาวน์โหลดเกมส์ ร้อยละ 65.4 ใช้เพื่ออ่านข่าวสารหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ร้อยละ 57.4 ดาวน์โหลดหนัง เพลง ดูทีวี ฟังวิทยุ ร้อยละ 56.4 และใช้ส่งอีเมลล์ ร้อยละ 55.9 ซึ่งจากการสำรวจจะเห็นว่าเยาวชนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาความรู้น้อยกว่าเพื่อความบันเทิงซึ่งมีมากกว่า

ขณะเดียวกันในปัจจุบันมีปัจจัยหลายด้านที่เป็นอุปสรรคในการที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิต และสติปัญญาของเด็กไทย มีปัญหาเกิดขึ้นมากมาย ทั้งด้านการใช้ชีวิต ปัญหายาเสพติด ปัญหาเพศสัมพันธ์ ปัญหาความรุนแรงในสังคม ปัญหาการบริโภคสื่อ สิ่งกระตุ้นการบริโภคสินค้าและบริการ ปัญหาพฤติกรรมที่ขัดต่อวัฒนธรรมอันดีของสังคมไทย แต่ขาดปัจจัยที่สนับสนุนการพัฒนาเด็กมีจำกัด ไม่สามารถสนองการพัฒนาให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีได้

ทีนเองถือว่าเป็นวัยที่มีความสำคัญ เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ กำลังศึกษาหาความรู้ มีการเปลี่ยนแปลงทั้งสภาพร่างกาย จิตใจ มีกำลังซื้อ เปลี่ยนแบบการบริโภคจาก สื่อ นิตยสารซึ่งมีอิทธิพลมาก ถ้าจะซื้อสินค้าไม่คิดมาก ถ้ามีความต้องการที่จะซื้อ ตัดสินใจซื้ออย่างรวดเร็ว การขาดสติปัญญาในการบริโภค และ การใช้ชีวิต ซึ่งเป็นสิ่งที่บั่นทอนศักยภาพการแข่งขันของประเทศ ตัวผู้บริโภคเอง และทำลายเศรษฐกิจของครอบครัว การกระทำใดๆในวันนี้ จะเป็นตัวชี้วัดการดำเนินชีวิตในอนาคต ทีนเองนี้ เป็นกำลังสำคัญในการช่วยให้ประเทศพัฒนา มีความเจริญเติบโต เพราะบุคคลเหล่านี้คือผู้ใหญ่ในอนาคต พฤติกรรมการดำเนินชีวิตส่วนตัว พฤติกรรมการซื้อสินค้าบริโภคและบริการ วัยนี้เป็นวัยที่มีอิทธิพลมากต่อระบบเศรษฐกิจ ทั้งระดับมหภาคและจุลภาค กล่าวคือ ระดับมหภาค ถ้าพฤติกรรมการดำเนินชีวิตส่วนตัว (Lifestyle) กระทำที่เป็นผลบวกต่อตนเองหรือนักถึงประโยชน์ส่วนรวมเช่น มีพฤติกรรมในวัฒนธรรมที่ดี ด้านคุณธรรม จริยธรรม ค่านึงเรื่องสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการบริโภคหรือซื้อสินค้าและบริการในประเทศ ก็จะส่งผลให้ประเทศไม่เสียดุลการค้า ระดับจุลภาค เช่นเลือกบริโภคโดยใช้สติและปัญญาเลือกสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองไม่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ก็จะทำให้ตนเองได้รับผลของการเลือกในสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ ครอบครัว สังคม ปัญหาสังคมลดลง ประเทศชาติพัฒนาเจริญก้าวหน้าได้ดียิ่งขึ้น การพัฒนาของชาติขึ้นอยู่กับคุณภาพของคนเหล่านี้ ถ้าคนในชาติมีคุณภาพดี ประเทศชาติก็ได้รับประโยชน์ด้วยขณะเดียวกันผู้ผลิตสินค้าต้องเรียนรู้พฤติกรรมการดำเนินชีวิตและ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ เพื่อทราบความต้องการของผู้บริโภคเพื่อที่จะวางแผนการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และการผลิต การบริโภค ต้องมีคุณธรรมด้วย

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการดำเนินชีวิต และการบริโภคของทีนเองกรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อทราบว่ากลุ่มวัยเหล่านี้มีพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้จ่ายอย่างไรเพื่อสะท้อนให้เห็นทิศทางและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของวัยทีนเองในสถานศึกษาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบันและสะท้อนให้ผู้ผลิตทราบทิศทางค่าใช้จ่ายของวัยทีนเอง จักได้วางแผนการผลิตได้ตรงประเด็น และเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องจักได้มีแนวทางออกนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับผลของการวิจัย



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวัยวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการดำเนินชีวิตและการบริโภค ของตนเอง กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มุ่งศึกษาวิธีการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าบริโภคของวัยตนเอง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศหญิง และเพศชาย โดยกลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษากลุ่มสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ยังไม่มีรายได้หลักเป็นของตนเอง อยู่ในวัยศึกษากำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปจำนวน 385 คนใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในสถานศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบว่ากลุ่มตนเองมีการจัดสรรการดำเนินชีวิตส่วนตัวและมีพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าและบริการ ลักษณะใด
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แนวทางการจัดทำโครงการ นโยบายทางสังคมของกลุ่มวัยตนเองซึ่งเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญให้สอดคล้องกับผลการวิจัย
3. หน่วยงานธุรกิจได้แนวทางในการผลิต จำหน่ายสินค้า พัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิตของบุคคล โดยที่ลักษณะของพฤติกรรมต่าง ๆ จะเป็นตัวบ่งบอกถึงการดำเนินชีวิตที่ถูกดำเนินเป็นอุปนิสัยประจำที่กระทำสิ่งต่าง ๆ

พฤติกรรมการบริโภค (Consumer Behaviour) หมายถึง พฤติกรรมของกลุ่มตนเองในการแสดงออกและตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะสินค้านั้นจะมีประโยชน์หรือไม่ก็ตาม นำมาเพื่อบริโภคและตนเองได้รับความพอใจ

วัยตนเอง (Teenage) หมายถึง วัยกำลังศึกษาในสถานศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่อง พฤติกรรมการดำเนินชีวิตและการบริโภค ของตนเอง กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยสร้างแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาให้สอดคล้องกับข้อความถามและวัตถุประสงค์ จากนั้นนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา จากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปปรับปรุงแบบสอบถาม โดยแบบสอบถาม กำหนด

ตอนที่ 1. พฤติกรรมใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย จำนวน 10 ข้อ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

ตอนที่ 2. พฤติกรรมใช้ชีวิตส่วนตัว จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 3. พฤติกรรมใช้จ่าย แบ่งเป็น

3.1 ค่าใช้จ่ายโดยประมาณ

3.2 ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า

3.3 แรงจูงใจในการซื้อสินค้า

ตอนที่ 4. ข้อมูลส่วนตัว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและ การบริโภคของกลุ่มตนเอง กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มุ่งศึกษาวิธีการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าบริโภคของวัยตนเอง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งเพศหญิง และเพศชาย โดยกลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษากลุ่มสาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ยังไม่มีรายได้หลักเป็นของตนเอง อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน การศึกษาครั้งนี้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูป จำนวน 385 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการดำเนินชีวิตในมหาวิทยาลัย (Lifestyle) การใช้เวลาว่าง พฤติกรรมการบริโภค ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า สัดส่วนการใช้จ่าย แรงจูงใจในการซื้อสินค้า

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

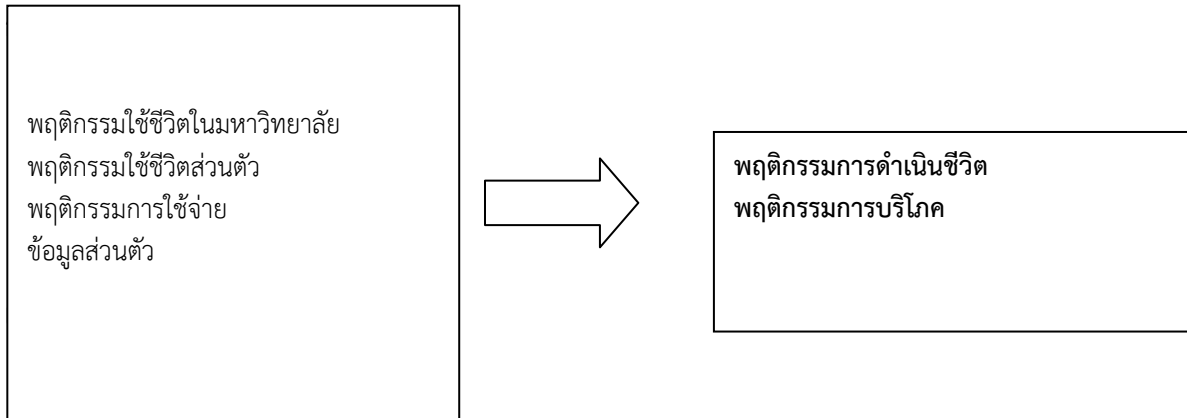
- 1.ศึกษาข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถาม
- 2.สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกรอบแนวคิดการวิจัย
- 3.นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการวิเคราะห์ด้วยวิธี Item Objective Consequence :IOC
- 4.นำแบบสอบถามไปทดสอบ Pre-test กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ชุดเพื่อหาข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและ การบริโภคของกลุ่มตนเอง กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
 “Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”



ผลการวิจัย

1) การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ โดยออกแบบสอบถามพฤติกรรมการดำเนินชีวิตและการบริโภคของ
 ตนเอง นักศึกษาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 385
 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 55.8 และอายุ
 เกิน 20 ปี ร้อยละ 44.2 ซึ่งทั้งหมดเป็นวัยกำลังศึกษาหาความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้น
 ปีที่ 2 รองมาชั้นปีที่ 1, 3 และ 4 ตามลำดับ เกรดเฉลี่ยส่วนใหญ่ในระดับ 2.01-3.00 จำนวนร้อยละ 85.2
 เกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 มีจำนวนร้อยละ 0.5 ผู้ตอบแบบสอบถามพักอาศัยอยู่ร่วมกับเพื่อนร้อยละ 48.0 พัก
 อาศัยคนเดียวร้อยละ 14.3 ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้พาหนะส่วนตัว ใช้พาหนะส่วนตัวเพียงร้อยละ 31.2 อาชีพ
 ผู้ปกครองทำงานเอกชน ร้อยละ 31.2 รองมาข้าราชการ ร้อยละ 21.3 รัฐวิสาหกิจร้อยละ 14.3 อาชีพ
 เกษตรกรร้อยละ 14.0 นักศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้ทำงานพิเศษ เรียนหนังสือเพียงอย่างเดียว
 ร้อยละ 77.4 ทำงานพิเศษพร้อมทั้งเรียนร้อยละ 22.6 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสติปัญญาปานกลาง
 และพักอาศัยอยู่กับเพื่อนซึ่งไม่มีใครคอยดูแลอย่างใกล้ชิด

2) การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ พฤติกรรมการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี โดย
 มีค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .989 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าเวลามีปัญหาที่ต้องการได้รับ
 การแก้ไขชอบแก้ปัญหาด้วยตนเองไม่ปรึกษาใคร มีค่าเฉลี่ย 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .970 และมีความ
 คิดเห็นว่า กิจกรรมในมหาวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการศึกษาที่ดีที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.31 ค่าเบี่ยงเบน
 มาตรฐาน 1.079 เพื่อนเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย ติดตามข่าวจากโทรศัพท์มือถือ
 ชอบค้นคว้างานที่เรียนให้ลึกซึ้ง อาจารย์สั่งงานจะรีบทำ เตรียมตัวสอบเป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ย
 4.08,3.68,3.86,3.94 และ3.69 ตามลำดับ แสดงว่านักศึกษาปัจจุบันมีความคิดเป็นของตนเอง มีความมั่นใจ
 ตนเอง ชอบการทำกิจกรรม อยู่ร่วมกับผู้อื่น และเมื่อเกิดปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง อาจจะไม่ได้รับ
 การแก้ไขที่ถูกต้องเพราะคิดด้วยตนเองคนเดียว

3) การศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย 4.21 และค่าเบี่ยงเบน
 มาตรฐาน .991 โดยผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่า พฤติกรรมการเดินทางสรรพสินค้า เล่นเกมส์เล่นโทรศัพท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

สังสรรค์กับเพื่อน ดูทีวี เป็นสิ่งที่ชอบทำ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31,4.67,4.37 และ4.29 ตามลำดับและมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.079 , 0.967 , 0.989 และ 0.787 ตามลำดับ สำหรับพฤติกรรมอยู่บ้านเฉย ๆ และการอ่านหนังสือทุกประเภท มีค่าเฉลี่ย 3.91 และ 3.68 ตามลำดับ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.046 และ 1.421 ตามลำดับ สองพฤติกรรมหลังนี้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมที่นักศึกษาไม่ค่อยนิยมทำ ซึ่งเป็นปัญหาที่น่าเป็นห่วง

4) การศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนตัวในเรื่องการบริโภคและการท่องเที่ยว สถานที่มักชอบไปหลังเลิกเรียนส่วนใหญ่เดินห้างสรรพสินค้าร้อยละ 40.5 กลับบ้านร้อยละ 27.1 ทำกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยร้อยละ 19.7 ศึกษาย้อนร้อยละ 12.7 ในวันหยุดสถานที่ชอบไปคือโรงภาพยนตร์ร้อยละ 32.5 ห้างสรรพสินค้าร้อยละ 22.0 ต่างจังหวัดร้อยละ 20.0 แสดงว่าห้างสรรพสินค้าเป็นสถานที่ที่นักศึกษาชอบไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเที่ยวยามค่ำคืนร้อยละ 65.7 ไม่เคยมีเพียงร้อยละ 34.3 ความถี่เที่ยวกลางคืน 1-2 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 44.9 ความถี่มากกว่า 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 20.8 ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สูบบุหรี่ มีจำนวนมากถึงร้อยละ 63.6 ผู้ที่สูบบุหรี่วันละ 5 มวนจำนวนร้อยละ 24.2 สูบเฉลี่ย 10 มวน ร้อยละ 9 และสูบวันละ 1 ซอง ร้อยละ 3.2 ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ดื่มของมึนเมา มีจำนวนร้อยละ 47.5 ดื่มสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ร้อยละ 27.8 ดื่มสัปดาห์ละ 3-4 ครั้งร้อยละ 16.9 และดื่มมากกว่าสัปดาห์ละ 4 ครั้ง ร้อยละ 7.8 แสดงว่าสถานที่เที่ยวกลางคืนและสิ่งเสพติดผู้ตอบแบบสอบถามนิยมกระทำ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเป็นห่วง สำหรับรูปแบบร้านอาหารที่ชอบรับประทานคือร้านฟาสต์ฟู้ดตามห้างสรรพสินค้าจำนวนร้อยละ 32.7 ร้านริมถนน ร้อยละ 27.3 ร้านอาหารญี่ปุ่นร้อยละ 21.0 และร้านหมูกระทะ ร้อยละ 14.0 จะเห็นว่าร้านอาหารประเภทหมูกระทะในปัจจุบันได้รับความนิยมลดลงเมื่อเทียบกับเมื่อก่อนหน้านี้

5) การศึกษาพฤติกรรมค่าใช้จ่าย ต่อเดือน พบว่า ค่าใช้จ่ายอาหาร เครื่องดื่ม มีจำนวนมากที่สุดโดยเฉลี่ย 4,000 บาท รองมาค่าเช่าที่พัก กรณีไม่ได้อยู่กับครอบครัว เฉลี่ย 3,500 บาท ค่าเดินทาง และสินค้า การค่าเฉลี่ย 1,500 บาทค่าของใช้ส่วนตัว เฉลี่ย 800 บาท ค่าอุปกรณ์การเรียน เฉลี่ย 600 บาท ค่านิตยสาร หนังสืออ่านเล่น เฉลี่ย 500 บาท

6) การศึกษาปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้า พบว่า โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.104 โดยราคาสินค้า คุณภาพ แบรินด์ โปรโมชัน และสื่อโฆษณา มีความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 4.78,4.62,4.58,4.24 และ 4.38 ตามลำดับ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.533, .787 ,1.079, 0.867 และ 1.297 สำหรับ ความจำเป็นในการซื้อ ประโยชน์ของสินค้า การรับประกัน และบริการหลังการขาย มีความสำคัญรองมา มีค่าเฉลี่ย 3.94 , 4.17, 3.86 และ3.71 ตามลำดับ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.811, 0.988 , 0.702และ 0.658 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าคล้าย ๆ กับปัจเจกชนทั่วไป

7) การศึกษาสถานที่เลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นประจำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อของในร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 32.5 ตามห้างสรรพสินค้าร้อยละ 25.2 ร้านค้าทั่วไปร้อยละ 27.0 ตามตลาดนัดร้อยละ 12.2 จะเห็นว่า ร้านค้าสะดวกซื้อเป็นร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเนื่องจากสะดวกและหาร้านได้ง่าย และปัจจุบันร้านสะดวกซื้อมีการพัฒนาตัวสินค้าที่นำมาขายหลากหลายและมีการจัดกิจกรรมโปรโมชันและมีการบริการเสนอขายสินค้าครบวงจร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

8) การศึกษาแรงจูงใจในการซื้อสินค้า พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.265 เรื่อง แพ้ชั้นความนิยม ไม่ต้องการให้คนอื่นมองตนเองว่าไม่ทันสมัย รอซื้อสินค้าลดราคา เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.59 , 4.34 และ 4.23 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.533, 1.222 และ 1.079 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามยังเห็นว่าคุณภาพสินค้าต่างประเทศดีกว่าสินค้าของไทย และสินค้าแบรนด์เนมคุณภาพสูงกว่าโนเนม มีค่าเฉลี่ย 4.77 และ 4.82 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.336 และ 1.019 ซึ่งทำให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนในเรื่องคุณภาพของสินค้าไทย ซึ่งเข้าใจผิดว่าไม่มีคุณภาพ ดังนั้นควรมีการจัดแสดงคุณภาพสินค้าไทยเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามชอบลองสินค้าใหม่รวมทั้งแฟชั่นและอาหาร มีค่าเฉลี่ย 4.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.421 จะเห็นว่าแม้ในกลุ่มตัวอย่างอายุน้อย ยังมีความต้องการลองสินค้า อาหาร และแฟชั่นใหม่ ๆ ซึ่งเป็นลักษณะนิสัยของทุกวัย

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในวัยกำลังศึกษาหรือวัยรุ่น ก้าวพ้นวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ จากข้อมูลอายุประมาณ 20 ปี พักอาศัยกับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากมีภูมิลำเนาต่างจังหวัดและมีความต้องการเสรีภาพ ความเป็นอิสระ ส่วนใหญ่เรียนหนังสืออย่างเดียว อาชีพผู้ปกครองค่อนข้างมีความมั่นคง พฤติกรรมการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย ชอบทำกิจกรรม สังสรรค์กับเพื่อน มีความคิดเป็นของตนเอง มีปัญหาไม่ชอบปรึกษาใคร ใช้เครื่องมือสื่อสาร ในการติดตามข่าวสาร ข้อมูลเหล่านี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปศึกษาแนวทางในการวางแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ได้

พฤติกรรมการใช้ชีวิตส่วนตัวทำให้ทราบถึงสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นชอบไปเมื่อมีเวลาว่าง ได้แก่ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ แหล่งชุมชน และสถานที่ที่เที่ยวกกลางคืน ข้อมูลส่วนนี้ธุรกิจสามารถใช้ในการตัดสินใจเรื่องของการหาช่องทางการจำหน่ายใหม่ ๆ หรือขยายธุรกิจเดิมของตนไปในทางใด อย่างไรก็ตาม หน่วยธุรกิจต้องดำเนินธุรกิจอย่างมีคุณธรรมและจริยธรรมด้วย

จากการศึกษาข้อมูลการตัดสินใจในการซื้อสินค้า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า คุณภาพ ราคา แบรินด์ โปรโมชัน และสื่อทุกประเภท เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้นหน่วยธุรกิจควรมุ่งเน้นพัฒนาให้สินค้ามีคุณภาพโดยรวมสูงเมื่อเทียบกับราคาสินค้าเพื่อที่จะทำให้เกิดความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างที่ว่าสินค้าไทยไม่มีคุณภาพ หน่วยธุรกิจต้องพัฒนาให้สินค้ามีความน่าสนใจ มีประโยชน์ใช้สอยคุ้มกับราคาหรือเกินกว่าราคา ปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญ คือความสวยงามของสินค้า เพราะกลุ่มวัยรุ่นจะซื้อสินค้าโดยใช้ความชอบแฟชั่นเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างมีรายจ่ายด้านค่าอาหาร เครื่องดื่มเป็นรายจ่ายที่สูงเป็นอันดับแรก ดังนั้น ผู้ขายต้องวางแผนในธุรกิจร้านอาหารเพื่อให้ถูกใจผู้บริโภคเพื่อเพิ่มยอดขาย สำหรับสถานที่ที่มักเลือกซื้อเป็นประจำ ได้แก่ ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าทั่วไปและตามห้างสรรพสินค้า ดังนั้นร้านต่างๆ เหล่านี้ ต้องหากกลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย เราไม่อาจสรุปได้อย่างแน่ชัดว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจะเลือกซื้อร้านประเภทไหน ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้าที่ต้องการและกลยุทธ์ในการขายสินค้า และสื่อโฆษณาเป็นสิ่งจำเป็นในการทำตลาดสินค้าวัยรุ่น การโฆษณาช่วยให้ภาพพจน์ของสินค้าดีขึ้น และทำให้สินค้าแพร่หลายเป็นที่รู้จัก อย่างไรก็ตามสื่อโฆษณาต้องไม่เกินความเป็นจริง



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจเรื่องการใช้เวลาว่างการเที่ยวของกลุ่มเยาวชนโดยเฉพาะสถานบันเที่ยงยามค่ำคืน
2. ครอบครัวต้องใส่ใจให้ความรัก ความอบอุ่นต่อเด็กในความปกครอง เมื่อเด็กมีความสุขในครอบครัว ทำให้ไม่ต้องไปแสวงหาความสุขนอกบ้าน
3. การวางแผนของหน่วยธุรกิจในการทำกลยุทธ์การขายต้องอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรมและจริยธรรม
4. นักศึกษาจะต้องมีความสามารถในการคาดการณ์ไกล เห็นความสำคัญของผลดีที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและมีคุณค่าที่ไม่ลดทอนแม้ต้องรอคอยอนาคต และรู้จักบังคับตนเอง

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัย เรื่องพฤติกรรมการค้าเงินชีวิต และการบริโภคของทีนเองกรณีศึกษา นักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ผู้วิจัยขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้
ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาได้ร่วมมือตอบแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัย และขอขอบคุณทุกท่านที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แนะนำในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน.แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ.2555-2559.
- นิเวศ เหมวชิรวรากร.(2556).ชนชั้นกลางรุ่นใหม่ The new middle class. สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 16,2558, จาก www.mcot.net
- ผู้จัดการออนไลน์ (2557).พฤติกรรมผู้บริโภคที่จะเปลี่ยนแปลงไปมีผลกระทบต่อแบรนด์สินค้า สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 17 , 2557 จาก WWW.MANAGER.CO.TH 17 มกราคม 2557
- พันธ์ทิพย์ สิทธิปัญญา (2553). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภท วิตามินชนิดเม็ดของ นักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิภาดา พงศ์พุทธิพูน(2553). การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคศึกษาเปรียบเทียบระหว่าง การซื้อสินค้า แพลตฟอร์มออนไลน์และออฟไลน์.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันชัย เหมะประสิทธิ์(2539).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของกลุ่มย่างเข้าสู่วัยรุ่นใน จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัฒนา ณ ระนอง. (2547). การศึกษาพฤติกรรม รูปแบบการใช้ชีวิต การใช้จ่าย สิ่งกระตุ้นในการซื้อสินค้า กลุ่มวัยรุ่น. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8
“Research 4.0 Innovation and Development SSRU’s 80th Anniversary”

ศรัณย์ พิมพ์ทอง (2557).การศึกษาข้ามวัฒนธรรมปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภค
อย่างพอเพียง ของนักศึกษาในประเทศไทยและมาเลเซีย.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สถาบันรามจิตติ : สภาวะการณ์เด่นด้านเด็กและเยาวชนในรอบปี 2554-2555. (2556)กรุงเทพฯ :สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส)

Assael, Henry.(1995).Consumer Behavior and Marketing Action (5th ed.).Ohio.South Western
College.

Bandura , A. (1997). Social Learning Theory. N J : Prentice Hall.

Solomon.M. R. (2007). Consumer Behavior Buying Having and Being (7 th ed.) N J : Prentice
Hall.