

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่อง “ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภคของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ” มีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัย หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติทั้งในด้านปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิม-พระเกียรติ เปรียบเทียบตามเพศและคณะวิชา

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือนักศึกษามหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ จำนวน 995 คน จากนักศึกษาทั้งหมด 6,636 คน จำนวน 9 คณะวิชา โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบง่าย (Simple random sampling) ตามหลักการวิจัยเบื้องต้นคือคณะวิชาที่มีนักศึกษามากกว่า 1,000 คน สุ่มตัวอย่างร้อยละ 10 ของนักศึกษาทั้งหมด คณะวิชาที่มีนักศึกษาน้อยกว่า 1,000 คน สุ่มตัวอย่างร้อยละ 15 ของนักศึกษาทั้งหมด ได้กลุ่มตัวอย่างเพศชายจำนวน 165 คน และเพศหญิง 830 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสังเกต การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวัดความกระจายของข้อมูลได้นำเสนอในรูปของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อ อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งแบบคำนวณ หาค่าร้อยละ ในการวิเคราะห์ข้อมูลมี 2 วิธี คือ คำถามที่ตอบได้ 1 คำตอบ คิดเปอร์เซ็นต์ตามฐาน เทียบจากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 995 คน และคำถามที่ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ (Multiple Responses) คิดเปอร์เซ็นต์ตามฐานร้อยละโดยเปรียบเทียบสัดส่วนระหว่างจำนวนคำตอบและ จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งอาจทำให้ผลรวมของจำนวนร้อยละมีค่ามากกว่า 100

กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 995 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 83.3 เพศชาย ร้อยละ 16.7 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-24 ปี นับถือศาสนาพุทธ กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ลักษณะทางครอบครัวของพ่อแม่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นครอบครัวเดี่ยวโดยมีสมาชิกในครอบครัว เฉลี่ย 5-7 คน ซึ่งครอบครัวของพ่อแม่ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย มีรายได้และ รายจ่ายที่สอดคล้องกันคือเฉลี่ยเดือนละ 10,000 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับ เงินจากผู้ปกครองประมาณเดือนละ 2,501-3,500 บาท ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าหอพักรวมทั้งค่าน้ำ-ไฟ

เฉลี่ยเดือนละ 1,500 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เนื่องจากอาศัยอยู่กับพ่อแม่ จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค

ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างไว้ 2 ประเภท คือ ปัจจัยพื้นฐาน และปัจจัยสิ่งแวดล้อมโดยมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยพื้นฐาน

ปัจจัยพื้นฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ในกรอบของการวิจัยมี 4 ประการ คือ ความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และการรับรู้ โดยมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.1.1 ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างด้านเครื่องแต่งกายได้แก่ชุดนักศึกษาและรองเท้านักศึกษา กลุ่มตัวอย่างซื้อชุดนักศึกษาใหม่ตามความพึงพอใจของตน โดยเลือกชุดนักศึกษาที่มีความสะดวกสบายซักรีดง่าย ถูกต้องตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย และมีความปลอดภัยเป็นสำคัญ ด้านรองเท้า กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อรองเท้าที่สวมใส่สบาย รักษาง่ายและมีความทนทานในการใช้งาน

ด้านอุปกรณ์การเรียนนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเน้นเรื่องประโยชน์ของการใช้สอยเป็นหลัก ด้านการสื่อสารนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อติดต่อธุรกิจที่บ้าน จากพฤติกรรมการบริโภคข้างต้น สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานภาพการเป็นนักศึกษาซึ่งเป็นไปตามความต้องการพื้นฐานของบุคคล

1.1.2 แรงจูงใจ หมายถึงสิ่งที่กระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าและบริการสิ่งนั้น รวมถึง ราคาสินค้า คุณภาพของสินค้า ตราสัญลักษณ์ ความประทับใจในการบริการ การโฆษณา เป็นต้น ผลการวิจัยพบว่าระดับราคา คุณภาพสินค้า การบริการของเจ้าของร้านและพนักงานขาย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม แปลกตา ร้านค้าที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ไปมาสะดวก มีส่วนกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก ส่วนตราสัญลักษณ์ สื่อโฆษณา ชื่อของร้านค้า การแสดงสินค้า ณ จุดขายและรูปแบบของสินค้า เช่นมีสีสันสะดุดตา รูปแบบที่แปลกใหม่มีอิทธิพลต่อการบริโภคสินค้าของกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลาง

1.1.3 คลิสิกภาพ หมายถึง ความต้องการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการเสริมบุคลิกภาพของตนพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อสินค้าที่สร้างความมั่นใจให้แก่ตัวเองโดยคำนึงถึงสังคมที่ตนอยู่ เช่น เพื่อนในมหาวิทยาลัย กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย เป็นต้น และสินค้านั้นๆ จะต้องมีคุณภาพและเหมาะสมกับรูปร่างของตน

จากข้อมูลดังกล่าวสรุปได้ว่าสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ สินค้าที่สร้างความมั่นใจ สอดคล้องกับสถานภาพทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างและเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ พฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการบริโภคที่มีลักษณะเฉพาะตัว

1.1.4 การรับรู้ หมายถึง การใช้ประสบการณ์เดิมแปลความหมายสิ่งเร้าที่ผ่านประสาทสัมผัสแล้วเกิดความรู้สึกรับรู้ ดังนั้น การรู้จักสินค้าและบริการโดยผ่านสื่อต่างๆ หรือจากการเข้าไปสัมผัสโดยตรงกับสินค้านิดนั้นๆ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คุณภาพของสินค้าเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างใช้สินค้านิดโดยนิตหนึ่งนานๆ โดยไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้ายี่ห้ออื่น ซึ่งการซื้อสินค้าส่วนใหญ่จะเลือกซื้อสินค้าที่ตนรู้จักตามสื่อโฆษณา และแหล่งสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างชอบไปซื้อมากที่สุดคือห้างสรรพสินค้าเนื่องจากมีสินค้าและบริการที่หลากหลาย

1.2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้วิจัยกำหนดในกรอบของการวิจัย มีอยู่ 5 ประการ คือ อิทธิพลของครอบครัว อิทธิพลของสังคม อิทธิพลของธุรกิจ อิทธิพลของวัฒนธรรมและอิทธิพลทางเศรษฐกิจหรืออิทธิพลของรายได้ ซึ่งมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.2.1 อิทธิพลของครอบครัว เป็นอิทธิพลที่เกิดมาจากสมาชิกในครัวเรือนผลการวิจัยพบว่าสมาชิกภายในครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างกล่าวคือ แม่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ภายในครอบครัวมากกว่าพ่อ สมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างจะมีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่บริโภคภายในครอบครัว ยกเว้นเครื่องใช้ส่วนตัวเป็นครอบครัวที่ให้ความสำคัญต่อการบริโภคอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย การทำงาน การเก็บออม และให้อิสระแก่สมาชิกภายในครอบครัวเรื่องการบริโภคในระดับมาก

1.2.2 อิทธิพลของสังคม ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง คือ ความต้องการความเท่าเทียมกันในสังคมของเพื่อนภายในมหาวิทยาลัยมีส่วนต่อการซื้อสินค้าและบริการในระดับปานกลาง คำแนะนำของเพื่อน พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษารุ่นพี่ นโยบายของรัฐบาลและกฎระเบียบของมหาวิทยาลัยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลาง ส่วนพฤติกรรมการบริโภคของศิลปิน ดารา นักแสดง ครู อาจารย์ และเจ้าหน้าที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับน้อย ความต้องการการยอมรับจากสังคมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับมากซึ่งเป็นไปตามคำกล่าวที่ว่า "พฤติกรรม การซื้อของบุคคลจะขึ้นอยู่กับอิทธิพลทางสังคมที่เขาสังกัดอยู่มากกว่ารายได้ที่เขาได้รับ"

1.2.3 อิทธิพลของธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างคือ สื่อโฆษณา การบริการของตัวแทนฝ่ายขาย พนักงานขาย รูปแบบของร้านค้า ชื่อของร้านค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลาง แต่ความหลากหลายของสินค้าภายในห้างร้าน ทำเลที่ตั้งของห้างร้าน ราคาที่เป็นธรรม หรือราคาถูก และสินค้าที่อยู่ในช่วงแนะนำ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการค้าของธุรกิจจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก

1.2.4 อิทธิพลของวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การแสดงออกของบุคคลในด้านความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยมและนิสัยของบุคคล ผลการวิจัยพบว่า ค่านิยมทางสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น ความเชื่อทางศาสนา สินค้าที่ผลิตภายในประเทศและสินค้าต่างประเทศ และค่านิยมของกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภคของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง

1.2.5 อิทธิพลทางเศรษฐกิจ หรือรายได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การบริโภคอีกปัจจัยหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า สถานะการเงินของครอบครัว สภาพเศรษฐกิจของสังคม หลักคำสอนเกี่ยวกับการประหยัดและวัยของกลุ่มตัวอย่างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก

2. ลักษณะพฤติกรรม การบริโภค

เป็นการศึกษาพฤติกรรม การบริโภคของกลุ่มตัวอย่างเพื่อที่จะนำมาเปรียบเทียบตามเพศและคณะวิชาตามกรอบของการวิจัยโดยมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบพฤติกรรม การบริโภคของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีชุดนักศึกษา 4 - 5 ชุด ลักษณะชุดนักศึกษาที่ใช้ส่วนใหญ่เน้นที่คุณภาพ/ราคาที่เหมาะสมและความสะดวกสบายเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรองเท้า 2 คู่ โดยมีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและชายคือกลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่มีรองเท้า 1 คู่ ซึ่งมีราคาสูงกว่า 1,000 บาท ขณะที่กลุ่มตัวอย่างหญิงส่วนใหญ่มีรองเท้า 2 คู่ มีราคาระหว่างที่ 100 - 300 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาที่คุณภาพและความทนทานของรองเท้าเป็นหลัก รองลงมาพิจารณาที่ราคาถูกและประหยัด

สิ่งที่ใช้ใส่อุปกรณ์การศึกษามาเรียนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้กระเป๋าสะพาย รองลงมาใช้เป้ซึ่งมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างชายและหญิง คือ กลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่นิยมใช้เป้ใส่อุปกรณ์การศึกษามาเรียน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างหญิงนิยมใช้กระเป๋าสะพายใส่อุปกรณ์การศึกษามาเรียน โดยราคาของสิ่งที่ใช้ใส่อุปกรณ์การศึกษามาเรียนส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงมีราคาอยู่ระหว่าง 101-300 บาท

สิ่งที่ใช้จัดบันทึกในชั้นเรียนมากที่สุดคือ ดินสอ รองลงมา คือ ปากกา/ดินสอ ในอัตราที่ใกล้เคียงกัน และไม่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างชายและหญิง โดยราคาของเครื่องเขียนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10 - 50 บาท รองลงมา คือ 51 - 100 บาท หรืออาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ดินสอในการจดบันทึกซึ่งมีราคาอยู่ระหว่าง 10 - 50 บาท รองลงมาใช้ทั้งปากกาและดินสอก็จะมีราคาที่สูงขึ้นคือระหว่าง 51 - 100 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมุดในการจดบันทึกมีราคาระหว่าง 10 - 20 บาท ด้านประมาณค่าถ่ายเอกสารต่อภาคการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 50 - 100 บาท รองลงมา คือ

101 - 200 บาท กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการถ่ายเอกสารเพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนของอาจารย์ รองลงมา มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างชายและหญิง คือ กลุ่มตัวอย่างชายถ่ายเอกสารจากบันทึกของเพื่อนแต่กลุ่มตัวอย่างหญิงถ่ายหนังสืออ้างอิงที่อาจารย์กำหนดให้

เครื่องมือสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ คือ โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้านที่พัก รองลงมา คือ เพจเจอร์ และโทรศัพท์มือถือ เมื่อพิจารณาอัตราส่วนที่กลุ่มตัวอย่างมีเพจเจอร์และโทรศัพท์มือถือ รวมกันแล้ว คือ ร้อยละ 45 ซึ่งถือเป็นอัตราส่วนที่มากเกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่ทำการสำรวจ โดยค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องมือสื่อสารส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 301-500 บาท ต่อเดือน ซึ่งเป็นค่าโทรศัพท์ที่บ้านหรือค่าบริการเพจเจอร์รวมกัน ที่น่าสนใจก็คือ ค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องมือสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าเดือนละ 500 บาทขึ้นไปรวมกันเป็นอัตราส่วนที่มากถึงร้อยละ 32.2

2.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะวิชา

ผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 995 คน จาก 9 คณะวิชาสามารถเปรียบเทียบพฤติกรรมบริการบริโภค จำแนกตามคณะวิชาได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของทุกคณะวิชาของมหาวิทยาลัยมีชุดนักศึกษาจำนวน 5 ชุด วิธีการเลือกซื้อชุดนักศึกษาจะคำนึงถึงคุณภาพและราคาที่เหมาะสม ส่วนรองเท้าที่ใช้จะมีเพียง 2 คู่ เท่านั้น ราคาโดยเฉลี่ยประมาณคู่ละ 100 - 300 บาท ในการเลือกซื้อรองเท้าจะคำนึงถึงคุณภาพและความทนทานเป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของทุกคณะวิชาของมหาวิทยาลัยใช้กระเป๋าสะพายใส่ อุปกรณ์การศึกษามาเรียน ราคากระเป๋าประมาณใบละ 100 - 300 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้ดินสอและปากกาในการจดบันทึก เนื่องจากสะดวกในการใช้งานสามารถแก้ไขได้ง่าย ราคาของดินสอและปากกาประมาณ 10 - 30 บาท สมุดที่ใช้ในการจดบันทึก ราคาอยู่ระหว่าง 10 - 20 บาท ประมาณค่าใช้จ่ายในการถ่ายเอกสารของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณภาคการศึกษาละ 50 - 100 บาท เพื่อถ่ายเอกสารประกอบการสอนของอาจารย์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของทุกคณะของมหาวิทยาลัยใช้โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้าน และหอพักในการติดต่อสื่อสาร โดยมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนประมาณเดือนละ 301 - 500 บาท จากผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของมหาวิทยาลัยมีพฤติกรรมบริการบริโภคด้านเครื่องมือสื่อสารที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ในขณะที่เดียวกันก็มีนักศึกษาบางกลุ่มที่ใช้โทรศัพท์มือถือและเพจเจอร์ในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ๆ

อภิปรายผล

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริการบริโภคของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ พบว่าลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณา

จากรายรับของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ได้จากผู้ปกครองต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,501 - 3,500 บาท รองลงมาคือ 1,500 - 2,500 บาท แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้สำหรับการใช้จ่ายในแต่ละเดือนเป็นจำนวนจำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับค่าใช้จ่ายจากผู้ปกครองในระดับค่อนข้างสูง คือ มากกว่า 5,500 บาทขึ้นไปมีไม่มากนัก สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยพื้นฐาน และปัจจัยสิ่งแวดล้อม กล่าวได้ว่า

1.1 ปัจจัยพื้นฐาน

ปัจจัยพื้นฐานในด้านความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และการรับรู้ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวเนื่องกันและสัมพันธ์กับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มตัวอย่างต้องการเครื่องแต่งกายอันได้แก่ชุดนักศึกษาและรองเท้า ที่เน้นความสะดวก สวมใส่สบาย ราคาย่อมเยา ส่วนอุปกรณการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างเน้นเรื่องประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ด้านการสื่อสารนั้นส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องการติดต่อธุรกิจที่บ้าน และเมื่อพิจารณาจากแรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าและบริการข้างต้น คือ ระดับราคา คุณภาพสินค้า และร้านค้าที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางไปมาสะดวก โดยเฉพาะแรงจูงใจในการซื้อสินค้าที่พิจารณาที่ระดับราคานั้น สอดคล้องกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่มีรายได้สำหรับค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือนเป็นจำนวนจำกัด

ในด้านบุคลิกภาพคือการบริโภคสินค้าเพื่อเสริมบุคลิกภาพของตนเองนั้นก็สอดคล้องกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มนักศึกษาตัวอย่างด้วยเช่นกัน คือ เลือกซื้อสินค้าที่สร้างความมั่นใจให้ตนเอง โดยคำนึงถึงสังคมที่ตนเองอยู่ และสินค้านั้นต้องมีคุณภาพและเหมาะสมกับรูปร่างของตนเองด้วย เมื่อพิจารณาในส่วนของปัจจัยด้านการรู้นั้น คุณภาพสินค้าเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างใช้สินค้าชนิดหนึ่งชนิดใดนานๆ โดยชอบไปซื้อในห้างสรรพสินค้าที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลายซึ่งสอดคล้องกับเรื่องของแรงจูงใจในข้อที่ว่ากลุ่มตัวอย่างชอบร้านค้าที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวกซึ่งก็คือ ห้างสรรพสินค้าที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากมหาวิทยาลัยและมีสินค้าให้เลือกหลากหลายตรงกับความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และสามารถที่จะซื้อหาสินค้าคุณภาพที่มีราคาเหมาะสมกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างได้

ดังนั้น เมื่อพิจารณาจากภาพรวมด้านปัจจัยพื้นฐานเรื่องความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ และการรับรู้แล้ว กล่าวได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างที่เกิดจากปัจจัยพื้นฐานในด้านต่างๆ เป็นไปอย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะทั่วไปของนักศึกษาที่มีรายได้ที่จำกัด

1.2 ปัจจัยสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคพบว่าอิทธิพลของทางด้านวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคในระดับปานกลาง แต่อิทธิพลด้านครอบครัว สังคม ธุรกิจ และเศรษฐกิจหรือรายได้ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก

โดยในด้านครอบครัวนั้น แม้มือถือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าภายในครอบครัวมากกว่าพ่อ แต่ก็ เป็นครอบครัวที่ให้อิสระแก่สมาชิกในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่บริโภคในครอบครัวและความต้องการ การยอมรับจากสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอยู่ในระดับมาก คือ ต้องการการความเท่าเทียมกัน ในสังคมของเพื่อนภายในมหาวิทยาลัยในระดับปานกลาง ขณะที่การบริโภคตามศิลปิน ดารา นักแสดง ครูอาจารย์และเจ้าหน้าที่กลับมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับน้อย สะท้อนให้เห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคที่มีเหตุผล เลียนแบบดาราหรือศิลปินเป็น ส่วนน้อย ซึ่งน่าจะเป็นผลสืบเนื่องมาจากอิทธิพลของครอบครัวร่วมกับอิทธิพลในด้านต่างๆ คือ

ในส่วนของธุรกิจ กล่าวได้ว่าธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในด้าน ความหลากหลายของสินค้า ทำเลที่ตั้ง ราคาที่เป็นธรรมหรือราคาถูกนั้นจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและปัจจัย พื้นฐานในด้านแรงจูงใจที่ให้ความสำคัญกับร้านค้าที่อยู่ในทำเลที่ไปมาสะดวกแต่ก็เป็นร้านค้าที่ต้อง มีสินค้าที่หลากหลายและมีราคาที่เป็นธรรมให้เลือกซึ่งก็สอดคล้องกับอิทธิพลด้านเศรษฐกิจ/รายได้ คือ ฐานะของครอบครัว สภาพเศรษฐกิจของสังคม หลักคำสอนเกี่ยวกับความประหยัดที่มีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคที่เหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง

2. ลักษณะพฤติกรรมการบริโภค

การพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างเพื่อที่จะนำมาเปรียบเทียบตาม เพศและคณะวิชาตามกรอบของการวิจัย มีข้อน่าสนใจดังนี้

2.1 การเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

กล่าวได้ว่ามีความแตกต่างกันในบางเรื่อง คือ ในเรื่องจำนวนรองเท้าที่กลุ่มตัวอย่าง หญิงจะมีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างชาย แต่ก็ไม่มากนัก คือ กลุ่มตัวอย่างชายส่วนใหญ่มี 1 คู่ กลุ่มตัวอย่าง หญิงมี 2 คู่ ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสม และทั้งเพศชายและหญิงต่างก็พิจารณาที่คุณภาพและความทนทาน ของรองเท้าเป็นหลักและรองลงมาพิจารณาที่ราคาถูกและประหยัด

ส่วนสิ่งของที่ใช้ใส่อุปกรณ์การศึกษามาเรียน คือ กลุ่มตัวอย่างชายนิยมใช้เป้ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างหญิงนิยมใช้กระเป๋าสะพายซึ่งมีราคาอยู่ระหว่าง 101-300 บาท และสิ่งที่ใช้จัดบันทึกใน ชั้นเรียนมากที่สุด คือ ดินสอ โดยไม่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างชายและหญิง มีราคา ระหว่าง 10 - 15 บาททั้งสิ่งที่ใช้ใส่อุปกรณ์และสิ่งที่ใช้จัดบันทึกนั้น เป็นสินค้าที่มีราคาไม่สูง และ เหมาะสมกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างด้านเศรษฐกิจ/รายได้ แต่จะมีความแตกต่างเรื่องค่าใช้จ่าย ระหว่างกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงในเรื่องของการถ่ายเอกสาร โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างชายมีค่าใช้จ่าย ในการถ่ายเอกสารเนื่องจากจัดบันทึกไม่ทัน ขณะที่กลุ่มตัวอย่างหญิงมีค่าใช้จ่ายในการถ่ายเอกสาร หนังสืออ้างอิงที่อาจารย์กำหนดให้ สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิง

ที่แตกต่างกัน ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการถ่ายเอกสารด้วยความจำเป็นที่แตกต่างกัน แต่ก็เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่มากนัก คือ ระหว่าง 50 - 100 บาทต่อภาคการศึกษา

ในส่วนของเครื่องมือสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ คือ โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้าน/ที่พัก และรองลงมา คือ เพจเจอร์และโทรศัพท์มือถือ แต่เมื่อพิจารณาจากกลุ่มที่มีเพจเจอร์โทรศัพท์มือถือรวมกันคือ ร้อยละ 45 ถือเป็นอัตราส่วนที่มากเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง โดยค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องมือสื่อสารส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 301 - 500 บาท และมากกว่า 500 บาท ขึ้นไปรวมกันแล้วเป็นอัตราส่วนที่มากถึง 32.2 นั้น สะท้อนให้เห็นพฤติกรรมทางการเงินของเครื่องมือสื่อสารที่มีแนวโน้มในการได้รับความนิยมนิยมสูง และเมื่อพิจารณาร่วมกับความต้องการในด้านปัจจัยพื้นฐาน คือ ใช้เพื่อติดต่อธุรกิจกับทางบ้านนั้น ก็นับว่ามีความเหมาะสมแต่ก็เป็นที่มาของรายจ่ายที่เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

2.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมทางการเงินของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามคณะวิชา

จากผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนะวิชามีชุดนักศึกษาจำนวน 5 ชุด และวิธีการเลือกซื้อชุดนักศึกษาจะคำนึงถึงคุณภาพและราคาที่เหมาะสมนั้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของมหาวิทยาลัยมีพฤติกรรมทางการเงินด้านเครื่องแต่งกายที่เหมาะสมไม่ฟุ้งเฟ้อ มีการเลือกซื้อและเลือกใช้ของตามความจำเป็น และเหมาะสมกับสถานภาพของการเป็นนักศึกษา

ในส่วนของอุปกรณ์การศึกษาต่างๆ นั้น กลุ่มตัวอย่างทุกคนะวิชา นิยมใช้กระเป๋าสะพายใส่อุปกรณ์ศึกษา และนิยมใช้ดินสอดและปากกาในการจดบันทึกที่มีราคาไม่สูงนั้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมทางการเงินด้านอุปกรณ์การศึกษาที่เหมาะสมตามความจำเป็นสถานภาพการเป็นนักศึกษา

ในด้านการใช้เครื่องมือสื่อสารพบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนะใช้โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้าน และหอพักในการติดต่อสื่อสาร มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนประมาณ 301-500 บาทและรองลงมามีโทรศัพท์มือถือและเพจเจอร์ในการติดต่อสื่อสารนั้น แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมทางการเงินด้านเครื่องมือสื่อสารที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงเพื่อสนองต่อความต้องการของตนและสังคมที่เปลี่ยนไป

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาคั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเท่านั้น จากผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์อย่างน้อย 2 ส่วน คือ ในส่วนของผู้ทำวิจัยสามารถที่จะนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนและพัฒนาหลักสูตรรายวิชาที่เกี่ยวข้องให้สมบูรณ์มากขึ้นและในส่วนของมหาวิทยาลัยโดยเฉพาะสำนักพัฒนานักศึกษาซึ่งดูแลความประพฤติ

ของนักศึกษาก็สามารถที่จะนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการฝึกอบรมและให้แนวทางการดำเนินชีวิตแก่นักศึกษาในช่วงวัยเรียนได้ ไม่ให้มีพฤติกรรมที่ฟุ่มเฟือยเกินไปและชี้ให้เห็นในส่วนที่จำเป็น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการวิจัยถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาเฉพาะบางด้านและเฉพาะกลุ่มเท่านั้น กล่าวคือ เฉพาะด้านผู้วิจัยได้กำหนดการบริโภคปัจจัยขั้นพื้นฐานของนักศึกษาเพียงเครื่องแต่งกาย อุปกรณ์การศึกษาและเครื่องมือสื่อสารเท่านั้น และเฉพาะกลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ การวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาใน 3 ประเด็น คือ

2.1 การบริโภคด้านอาหาร

อาหารถือเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินชีวิตของมนุษย์และปัจจุบันร้านอาหารประเภท Fast Food ก็มีบริการอยู่มาก ซึ่งสะดวกสบายต่อการบริโภค แต่ราคาอยู่ในระดับที่ค่อนข้างแพง โดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ กลุ่มผู้บริโภคอาหารในปัจจุบันก็ยังมีนิยมไปรับประทานกันซึ่งรวมถึงกลุ่มนักศึกษาด้วย จึงควรที่จะมีการวิจัยถึงปัจจัยขั้นพื้นฐานด้านอาหารเพื่อที่จะได้รับรู้ว่ามีผลต่อค่าใช้จ่ายของนักศึกษาอย่างไรบ้าง

2.2 การบริโภคเครื่องมือสื่อสาร

เครื่องมือสื่อสารจัดเป็นปัจจัยหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตต่อคนทุกกลุ่ม โดยเฉพาะนักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตัวเองก็เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีแนวโน้มในการใช้เครื่องมือสื่อสารชนิดต่างๆ ในระดับมาก ดังนั้นควรมีการวิจัยที่ลงลึกมากกว่านี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาพัฒนานักศึกษาในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหารายวิชา การฝึกอบรม เป็นต้น

2.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ควรจะศึกษากลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาในสถาบันการศึกษาอื่นๆ ทั้งในส่วนของรัฐบาลและเอกชนเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคจำมีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาหลักสูตรรายวิชาด้านสังคมศาสตร์และเป็นข้อมูลเปรียบเทียบในการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาและสามารถหาแนวทางแก้ไขพฤติกรรมการบริโภคให้เหมาะสมกับสถานการณ์การเป็นนักศึกษาต่อไป