

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มีผลการวิเคราะห์ตามประเด็นของการศึกษา 3 ประเด็นดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับนักศึกษา
2. เหตุผลในการตัดสินใจบริโภค
3. เปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมการบริโภคจำแนกตามเพศและคณะวิชา

1. ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับนักศึกษา

ลักษณะทั่วไปของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเพศ อายุ ศาสนา คณะวิชา ชั้นปีที่ศึกษา ลักษณะครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพหลักของครอบครัว รายได้และรายจ่าย โดยเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ที่พักปัจจุบัน รายรับและรายจ่ายประจำเดือนโดยมีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 1-3

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	995	100
1.1 ชาย	165	16.6
1.2 หญิง	830	83.4
2. อายุ	995	100
2.1 ต่ำกว่า 18 ปี	19	1.9
2.2 18-20 ปี	627	63.0
2.3 21-24 ปี	325	32.7
2.4 25 ปี ขึ้นไป	15	1.5
2.5 ไม่ระบุ	9	0.9
3. ศาสนา	995	100
3.1 พุทธ	940	94.5
3.2 คริสต์	22	2.2
3.3 อิสลาม	25	2.5
3.4 ไม่ระบุ	8	0.8
4. คณะวิชาที่ศึกษา	995	100
4.1 พยาบาลศาสตร์	58	5.8
4.2 สังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม	77	7.7
4.3 ศิลปศาสตร์	118	11.9
4.4 บริหารธุรกิจ	429	43.1
4.5 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	54	5.4
4.6 เกษตรศาสตร์	93	9.4
4.7 เทคนิคการแพทย์	58	5.8
4.8 กายภาพบำบัด	30	3.0
4.9 สาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม	78	7.9

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
5. ชั้นปีที่ศึกษา	995	100
5.1 ชั้นปีที่ 1	319	32.1
5.2 ชั้นปีที่ 2	209	21.0
5.3 ชั้นปีที่ 3	241	24.2
5.4 ชั้นปีที่ 4	221	22.2
5.5 ไม่ระบุ	5	0.5

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษา 9 คณะวิชา จำนวนทั้งสิ้น 995 คน ประกอบด้วย เพศชาย ร้อยละ 16.6 เพศหญิง ร้อยละ 83.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-20 ปี ร้อยละ 63 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 94.5 กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 32.1 สำหรับชั้นปีที่ 2-4 มีอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 21, 24.2 และ 22.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางสังคมของครอบครัว

ลักษณะทางสังคมของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1. ลักษณะครอบครัว	995	100
1.1 พ่อ แม่ ลูก	704	70.8
1.2 พ่อ แม่ ลูก ปู่ ย่า ตา ยาย	68	6.8
1.3 พ่อ แม่ ลูก ญาติอื่นๆ	217	21.8
1.4 ไม่ระบุ	6	0.6
2. สมาชิกในครอบครัว	995	100
2.1 2-4 คน	372	37.4
2.2 5-7 คน	513	51.6
2.3 8-10 คน	87	8.7
2.4 10 คนขึ้นไป	19	1.9
2.5 ไม่ระบุ	4	0.4

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
5. ชั้นปีที่ศึกษา	995	100
5.1 ชั้นปีที่ 1	319	32.1
5.2 ชั้นปีที่ 2	209	21.0
5.3 ชั้นปีที่ 3	241	24.2
5.4 ชั้นปีที่ 4	221	22.2
5.5 ไม่ระบุ	5	0.5

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษา 9 คณะวิชา จำนวนทั้งสิ้น 995 คน ประกอบด้วย เพศชาย ร้อยละ 16.6 เพศหญิง ร้อยละ 83.4 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-20 ปี ร้อยละ 63 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 94.5 กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 32.1 สำหรับชั้นปีที่ 2-4 มีอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 21, 24.2 และ 22.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางสังคมของครอบครัว

ลักษณะทางสังคมของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1. ลักษณะครอบครัว	995	100
1.1 พ่อ แม่ ลูก	704	70.8
1.2 พ่อ แม่ ลูก ปู่ ย่า ตา ยาย	68	6.8
1.3 พ่อ แม่ ลูก ญาติอื่นๆ	217	21.8
1.4 ไม่ระบุ	6	0.6
2. สมาชิกในครอบครัว	995	100
2.1 2-4 คน	372	37.4
2.2 5-7 คน	513	51.6
2.3 8-10 คน	87	8.7
2.4 10 คนขึ้นไป	19	1.9
2.5 ไม่ระบุ	4	0.4

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะทางสังคมของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
3. ปัจจุบันอาศัยอยู่กับ/สถานที่	995	100
3.1 พ่อ แม่	508	51.0
3.2 ญาติ	77	7.8
3.3 หอพักมหาวิทยาลัย	128	12.9
3.4 หอพักเอกชน	178	17.9
3.5 อพาร์ทเมนท์	76	7.6
3.6 ห้องเช่า	23	2.3
3.7 ไม่ระบุ	5	0.5

ลักษณะครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยพ่อ แม่ ลูกอยู่ร่วมกัน ร้อยละ 70.8 สมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 5 – 7 คน ร้อยละ 51.6 ส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับพ่อแม่ ร้อยละ 51

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะเศรษฐกิจของครอบครัว

ลักษณะเศรษฐกิจของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
1. อาชีพหลักของครอบครัว (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)	995	100 *
1.1 เกษตรกรรม	168	16.9
1.2 ค้าขาย	384	38.6
1.3 รับราชการ	174	17.5
1.4 รับจ้างทั่วไป	129	13
1.5 ทำงานบริษัทเอกชน	115	11.5
1.6 กิจการส่วนตัว	268	26.9
1.7 ไม่ระบุ	30	3.0

* วิเคราะห์แบบ Multiple Responses

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลักษณะทางเศรษฐกิจของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
2. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน	995	100
2.1 น้อยกว่า 10,000 บาท	128	12.9
2.2 10,000-20,000 บาท	254	25.5
2.3 20,001-30,000 บาท	213	21.4
2.4 30,001-40,000 บาท	124	12.5
2.5 40,001-50,000 บาท	107	10.8
2.6 50,001-60,000 บาท	35	3.5
2.7 60,001-70,000 บาท	31	3.1
2.8 70,001-80,000 บาท	22	2.2
2.9 80,001-90,000 บาท	21	2.1
2.10 90,001-100,000 บาท	21	2.1
2.11 มากกว่า 100,000 บาท	29	2.9
2.12 ไม่ระบุ	10	1.0
3. รายจ่ายเฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน	995	100
3.1 น้อยกว่า 10,000 บาท	249	25.0
3.2 10,000-20,000 บาท	384	38.6
3.3 20,001-30,000 บาท	154	15.5
3.4 30,001-40,000 บาท	81	8.2
3.5 40,001-50,000 บาท	53	5.3
3.6 50,001-60,000 บาท	20	2.0
3.7 60,001-70,000 บาท	11	1.1
3.8 70,001-80,000 บาท	9	0.9
3.9 80,001-90,000 บาท	7	0.7
3.10 90,001-100,000 บาท	2	0.2
3.11 มากกว่า 100,000 บาท	15	1.5
3.12 ไม่ระบุ	10	1.0

ลักษณะทางเศรษฐกิจของครอบครัวประกอบด้วยครอบครัวที่มีอาชีพค้าขาย ร้อยละ 38.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 25.5 และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 38.6

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายรับ - รายจ่าย

รายรับ - รายจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พักค่าน้ำ-ไฟของกลุ่มตัวอย่าง	995	100
1.1 ต่ำกว่า 1,500 บาท	174	17.5
1.2 1,500 - 2,500 บาท	163	16.4
1.3 2,501 - 3,500 บาท	48	4.8
1.4 3,501 - 4,500 บาท	31	3.1
1.5 4,501 - 5,500 บาท	10	1.0
1.6 มากกว่า 5,500 บาท	5	0.5
1.7 ไม่ระบุ	564	56.7
2. รายรับต่อเดือนที่ได้จากผู้ปกครอง	995	100
2.1 ต่ำกว่า 1,500 บาท	28	2.8
2.2 1,500 - 2,500 บาท	259	26.0
2.3 2,501 - 3,500 บาท	317	31.9
2.4 3,501 - 4,500 บาท	188	18.9
2.5 4,501 - 5,500 บาท	113	11.4
2.6 มากกว่า 5,500 บาท	67	6.7
2.7 ไม่ระบุ	23	2.3

ค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก ค่าน้ำ - ไฟ ของกลุ่มตัวอย่างต่อเดือนต่ำกว่า 1,500 บาท ร้อยละ 17.5 และรายรับต่อเดือนที่ได้รับจากผู้ปกครองอยู่ระหว่าง 2,501 - 3,500 บาท ร้อยละ 31.9

2. เหตุผลในการตัดสินใจบริโภค

เหตุผลในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยสิ่งแวดล้อม
มีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 5 - 13

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานด้านความต้องการ

รายการความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เหตุผลที่ไปถึงความต้องการซื้อชุดนักศึกษาใหม่	995	100
1.1 ของเก่าใช้ไม่ได้แล้ว	365	36.7
1.2 อยากมีตามสมัยนิยม	42	4.2
1.3 อยากมีตามความพอใจ	570	57.3
1.4 อยากมีให้เหมือนเพื่อน	4	0.4
1.5 ไม่ระบุ	14	1.4
2. ความต้องการในรูปแบบของชุดนักศึกษา	995	100
2.1 สุภาพเรียบร้อย	275	27.6
2.2 ถูกต้องตามระเบียบ	179	18.0
2.3 มีแบบและลวดลายโดดเด่น	20	2.0
2.4 สะดวกสบาย/ซักรีดง่าย	376	37.8
2.5 ตามสมัยนิยม	118	11.9
2.6 ไม่ระบุ	27	2.7
3. สาเหตุสำคัญที่ต้องการซื้อชุดนักศึกษา	995	100
3.1 ต้องการความยอมรับจากสังคม	169	17.0
3.2 ต้องการความถูกต้อง	503	50.6
3.3 ต้องการความผูกพันกับกลุ่มเพื่อน	30	3.0
3.4 ต้องการสร้างความภาคภูมิใจ	274	27.5
3.5 ไม่ระบุ	19	1.9

ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
4. ข้อคำนึงในการแต่งตั้งนักศึกษา	995	100
4.1 ความปลอดภัย	755	75.9
4.2 ความมีเสน่ห์/เป็นที่สนใจ	166	16.7
4.3 มีรูปแบบ/สีสันทันที่แตกต่างจากบุคคลอื่น	53	5.3
4.4 ความเหนือกว่าผู้อื่นด้านราคาและตราयीห่อ	7	0.7
4.5 ไม่ระบุ	14	1.4
5. ลักษณะของร่องเท้านักศึกษาที่ต้องการ	995	100
5.1 ถูกต้องตามระเบียบ	203	20.4
5.2 รูปแบบ/สีสันทันที่โดดเด่น	87	8.8
5.3 สะดวก สบาย/รักษาง่าย	671	67.4
5.4 ความเหนือกว่าผู้อื่นด้านราคา/ตราयीห่อ	10	1.0
5.5 ไม่ระบุ	24	2.4
6. เงื่อนไขที่ต้องการใช้รองเท้า	995	100
6.1 ความปลอดภัยในเวลาสวมใส่	191	19.2
6.2 ความทนทาน	444	44.6
6.3 ความสวยงาม/เรียบร้อย	280	28.1
6.4 การยอมรับจากผู้อื่น	53	5.3
6.5 ไม่ระบุ	27	2.7
7. ลักษณะอุปกรณ์การศึกษาที่ต้องการมากที่สุด	995	100
7.1 เก็บรักษา/พกพาง่าย	264	26.5
7.2 มีประโยชน์ในการใช้สอย	681	68.5
7.3 เด่น/แตกต่างไปจากบุคคลอื่น	11	1.1
7.4 ความเหนือกว่าผู้อื่น/เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น	9	0.9
7.5 ไม่ระบุ	30	3.0

ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
8. วัตถุประสงค์ของการใช้เครื่องมือสื่อสารมากที่สุด	995	100
8.1 ติดต่อที่บ้าน	515	51.8
8.2 ติดต่อเพื่อน	394	39.6
8.3 เพื่อการศึกษา	30	3.0
8.4 ติดต่อธุรกิจ	16	1.6
8.5 ไม่ระบุ	40	4.0

ผลการศึกษาคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยพื้นฐานด้านความต้องการ พบว่า เหตุผลที่บ่งถึงความต้องการชุดนักศึกษาใหม่ของกลุ่มตัวอย่างคือ อยากมีตามความพึงพอใจของตน ร้อยละ 57.3 รูปแบบของชุดนักศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุด คือ มีความสะดวก สบาย และซักรีดง่าย ร้อยละ 37.8 โดยคำนึงถึงความถูกต้องเป็นเกณฑ์ ร้อยละ 50.6 ในด้านการแต่งกายชุดนักศึกษาจะเน้นถึงความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ ร้อยละ 75.9 รองเท้าที่นักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือ มีความสะดวก สบายในเวลาสวมใส่และรักษาง่าย ร้อยละ 67.4 โดยมีเงื่อนไขว่ารองเท้านั้นจะต้องมีความทนทานในการใช้งาน ร้อยละ 44.6 ส่วนอุปกรณ์การศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือ มีประโยชน์ในการใช้สอยมาก ร้อยละ 68.5 และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 51.8 ใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อติดต่อรูกระกับที่บ้าน

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับแรงจูงใจในการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

รายการแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของค่าเฉลี่ย
1. ระดับราคาที่กำหนดไว้	3.71	0.96	มาก
2. คุณภาพ	4.36	0.67	มาก
3. ตรายี่ห้อ	2.81	0.83	ปานกลาง
4. ความประทับใจในการบริการ	3.79	0.83	มาก
5. สื่อโฆษณา	2.99	0.76	ปานกลาง
6. รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม แปลกตา	3.56	0.85	มาก
7. ชื่อของร้านค้าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	2.86	0.84	ปานกลาง
8. การแสดงสินค้า ณ จุดขาย	3.17	0.93	ปานกลาง
9. ความสะดวก เช่น ร้านค้าอยู่ใกล้บ้าน เดินทางได้สะดวก	3.70	0.86	มาก
10. รูปแบบของสินค้า เช่น มีสี สัน สะดุดตา รูปแบบที่แปลกใหม่	3.39	0.89	ปานกลาง
รวม	3.43	0.85	ปานกลาง

ผลการศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่อแรงจูงใจพบว่า แรงจูงใจด้านระดับราคา คุณภาพ ความประทับใจในการบริการ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม แปลกตา ความสะดวก เช่น ร้านค้าอยู่ใกล้บ้าน และเดินทางได้สะดวกมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับมาก

แรงจูงใจด้านตรายี่ห้อ สื่อโฆษณา ชื่อร้านค้าที่รู้จักของคนทั่วไป การแสดงสินค้า ณ จุดขาย และรูปแบบของสินค้า เช่น มีสี สัน สะดุดตา รูปแบบที่แปลกใหม่ มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลาง

จากการสำรวจความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่อแรงจูงใจพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานด้านบุคลิกภาพ

รายการบุคลิกภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เหตุผลส่วนตัวที่ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด	995	100
1.1 เสริมให้ตัวเองดูเด่น	16	1.6
1.2 คำนึงถึงเพศ	273	27.4
1.3 เหมาะสมกับรูปร่าง	40	4.0
1.4 ความคุ้นเคยในสินค้า	312	31.7
1.5 สร้างความมั่นใจ	330	33.2
1.6 ไม่ระบุ	24	2.4
2. ในการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละครั้งคำนึงถึงข้อใดมากที่สุด	995	100 *
2.1 สังคม	457	45.9
2.2 ทัศนคติของผู้ขาย	98	9.9
2.3 แฟชั่น/สมัยนิยม	265	26.6
2.4 ตราสัญลักษณ์/ชื่อร้านค้า	38	3.8
2.5 เพื่อนหรือบุคคลที่ไปด้วย	117	11.8
2.6 ไม่ระบุ	20	2.0
3. ลักษณะของสินค้าที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)	995	100
3.1 ตราสัญลักษณ์	212	21.3
3.2 การบรรจุหีบห่อ	110	11.0
3.3 รูปแบบของสินค้า	671	67.4
3.4 คุณภาพของสินค้า	795	79.8
4. ลักษณะของสินค้าที่สร้างความมั่นใจมากที่สุด	995	100
4.1 แปลกใหม่	45	4.5
4.2 คนส่วนใหญ่นิยม	62	6.3
4.3 มีราคาแพง	9	0.9
4.4 ตราสัญลักษณ์/รูปแบบที่ทันสมัย	42	4.2
4.5 เหมาะสมกับรูปร่าง	811	81.5
4.6 ไม่ระบุ	26	2.6

*วิเคราะห์แบบ Multiple Responses

ผลการศึกษาคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยพื้นฐานด้านบุคลิกภาพพบว่า เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุดคือสินค้าที่สร้างความมั่นใจให้แก่ตนเองในขณะบริโภค ร้อยละ 33.2 การตัดสินใจแต่ละครั้งจะคำนึงถึงสังคมที่ตนอยู่ ร้อยละ 45.9 ลักษณะสินค้าที่ต้องการ คือ สินค้าที่มีคุณภาพ ร้อยละ 79.8 และสินค้าที่สร้างความมั่นใจให้มากที่สุด คือ ต้องเหมาะสมกับรูปร่างของตน ร้อยละ 81.5

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานด้านการรู้

รายการการรู้	จำนวน	ร้อยละ
1. ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนานๆ โดยไม่เปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)	995	100 *
1.1 คุณภาพ	921	92.5
1.2 รูปแบบ	436	43.8
1.3 สีล้น	68	6.8
1.4 ราคา	511	51.3
1.5 ตรายี่ห้อ	185	18.6
1.6 การบริการของร้านค้า	231	23.2
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าตัวใหม่มากที่สุด	995	100
2.1 สื่อโฆษณา	424	42.6
2.2 เพื่อนแนะนำ	288	29.0
2.3 ครอบครัวแนะนำ	78	7.8
2.4 พนักงานขาย	23	2.3
2.5 การบริการของร้านค้า	99	10.0
2.6 ไม่ระบุ	83	8.3

* วิเคราะห์แบบ Multiple Responses

ตารางที่ (8) ต่อ

รายการการรู้	จำนวน	ร้อยละ
3. แหล่งสินค้าที่นิยมซื้อ มากที่สุด	995	100
3.1 ห้างสรรพสินค้า	725	72.9
3.2 ร้านค้าที่สะดวกซื้อ เช่น AM PM	110	11.0
3.3 ร้านขายของชำ	32	3.2
3.4 ตลาดสด	12	1.2
3.5 ร้านค้าริมทาง	22	2.2
3.6 ตลาดนัด	31	3.1
3.7 ไม่ระบุ	63	6.4

ผลการศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่อปัจจัยพื้นฐานด้านการรู้พบว่าเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนาน ๆ โดยไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้ายี่ห้ออื่น คือ คุณภาพของสินค้าชนิดนั้นๆ ร้อยละ 92.5 ซึ่งสื่อโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าตัวใหม่มากที่สุด ร้อยละ 42.6 และแหล่งสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างนิยมไปซื้อ**มากที่สุด** คือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 72.9

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

รายการอิทธิพลของครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของค่าเฉลี่ย
1. พ่อมีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อบริโภคในครอบครัว	2.73	1.05	ปานกลาง
2. แม่มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อบริโภคในครอบครัว	3.74	1.02	มาก
3. การตัดสินใจซื้อสินค้าในบ้านมักร่วมกันตัดสินใจซื้อ ยกเว้นสินค้าส่วนตัว	3.65	0.96	มาก
4. เป็นครอบครัวที่ให้ความสำคัญแก่การบริโภคอาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัยเป็นหลัก	4.21	0.74	มาก
5. เป็นครอบครัวที่ให้ความสำคัญแก่การทำงานและเก็บออมเป็นสำคัญ	3.93	0.84	มาก
6. เป็นครอบครัวที่ให้อิสระกับสมาชิกในการบริโภค	4.14	0.83	มาก
รวม	3.73	0.91	มาก

ผลการศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของครอบครัวพบว่า แม่จะมีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อบริโภคในครอบครัวมากกว่าพ่อ และครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างจะมีลักษณะที่สมาชิกในครอบครัวตัดสินใจซื้อสินค้าภายในบ้านร่วมกัน ยกเว้นเครื่องใช้ส่วนตัว เป็นครอบครัวที่ให้ความสำคัญแก่การบริโภคอาหารที่สะอาดถูกหลักอนามัย ให้ความสำคัญกับการทำงาน การเก็บออมและให้อิสระกับสมาชิกในการบริโภคในระดับมาก

จากการศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของครอบครัว พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

รายการอิทธิพลของสังคม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของค่าเฉลี่ย
1. ความเท่าเทียมกับคนในสังคม	2.90	0.75	ปานกลาง
2. เพื่อน ๆ แนะนำ	3.09	0.74	ปานกลาง
3. เลียนแบบศิลปินนักแสดง	2.28	0.85	น้อย
4. เลียนแบบเพื่อน/นักศึกษารุ่นพี่	2.51	0.88	ปานกลาง
5. เลียนแบบอาจารย์/เจ้าหน้าที่	2.00	0.82	น้อย
6. ตามนโยบายของรัฐ	2.86	0.91	ปานกลาง
7. ให้ถูกต้องตามระเบียบของสังคม (ระเบียบของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ)	3.45	0.82	ปานกลาง
8. การได้รับการยอมรับจากสังคม	3.53	0.84	มาก
รวม	2.83	0.83	ปานกลาง

ผลการศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของสังคม พบว่า ความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคมมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ความต้องการความเท่าเทียมกับคนในสังคม คำแนะนำของเพื่อน การเลียนแบบเพื่อน หรือนักศึกษารุ่นพี่ นโยบายของรัฐบาล และกฎระเบียบของสังคมหรือมหาวิทยาลัยมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคในระดับปานกลาง ส่วนการเลียนแบบศิลปิน นักแสดง อาจารย์หรือเจ้าหน้าที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคในระดับน้อย

จากการศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของสังคมพบว่าค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับอิทธิพลของธุรกิจที่มีต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

รายการอิทธิพลของธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของค่าเฉลี่ย
1. สื่อโฆษณา	3.46	0.78	ปานกลาง
2. ความประทับใจตัวแทนฝ่ายขาย/พนักงานขาย	3.07	0.89	ปานกลาง
3. รูปแบบของร้านค้า	3.39	0.90	ปานกลาง
4. ชื่อร้านค้าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.03	0.85	ปานกลาง
5. ร้านค้ามีสินค้าหลากหลาย	3.90	0.73	มาก
6. ร้านค้าตั้งอยู่ในชุมชนไปมาสะดวก	3.97	0.74	มาก
7. ราคาที่เป็นธรรมหรือต่ำ	4.17	0.79	มาก
8. ช่วงแนะนำสินค้า	3.67	0.84	มาก
รวม	3.58	0.82	มาก

ผลการศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของธุรกิจพบว่า สื่อโฆษณา ความประทับใจตัวแทนฝ่ายขาย รูปแบบของร้านค้า ชื่อร้านค้าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคในระดับปานกลาง ในขณะที่ร้านค้าที่มีสินค้าหลากหลายที่ตั้งอยู่ในชุมชนไปมาสะดวก ราคาสินค้าที่เป็นธรรม หรือราคาต่ำ และสินค้าที่อยู่ในช่วงแนะนำจะมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคในระดับมาก

จากการศึกษาความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของธุรกิจพบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับอิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

รายการอิทธิพลของวัฒนธรรม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของค่าเฉลี่ย
1. ค่านิยมของสังคม	3.31	0.72	ปานกลาง
2. วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.12	0.76	ปานกลาง
3. ความเชื่อทางศาสนา	2.76	0.90	ปานกลาง
4. สินค้าที่ผลิตในประเทศ	3.48	0.76	ปานกลาง
5. สินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ	2.63	0.92	ปานกลาง
6. ค่านิยมของกลุ่มเพื่อน	3.17	0.90	ปานกลาง
รวม	3.08	0.83	ปานกลาง

ผลการศึกษาคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของวัฒนธรรมพบว่าค่านิยมของสังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น ความเชื่อทางศาสนา สินค้าที่ผลิตในประเทศ สินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ และค่านิยมของกลุ่มเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคในระดับปานกลาง

จากการศึกษาคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของวัฒนธรรมพบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับอิทธิพลของเศรษฐกิจหรือรายได้ที่มีต่อการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง

รายการอิทธิพลของเศรษฐกิจหรือรายได้	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของค่าเฉลี่ย
1. ฐานะการเงินของครอบครัว	4.07	0.80	มาก
2. สภาวะทางเศรษฐกิจของสังคม	3.65	0.80	มาก
3. ความประหยัด	3.97	0.81	มาก
4. วัยของตน	4.13	0.75	มาก
รวม	3.96	0.79	มาก

ผลการศึกษาคำความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของเศรษฐกิจหรือรายได้พบว่า ฐานะการเงินของครอบครัว สภาพเศรษฐกิจของสังคม ความประหยัดและวัยของตนมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคในระดับมาก

จากการศึกษาคำความคิดเห็นในการตัดสินใจบริโภคของกลุ่มตัวอย่างต่ออิทธิพลของเศรษฐกิจหรือรายได้พบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมาก

3. เปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภคจำแนกตามเพศและคณะวิชา

ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างสามารถแจกแจงความแตกต่างดังนี้

3.1 ลักษณะพฤติกรรมระหว่างเพศชายกับเพศหญิง มีผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 14 - 16

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกาย จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกาย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. จำนวนชุดนักศึกษาที่มี	165	100	830	100	995	100
1.1 2 ชุด	4	2.4	16	1.9	20	2.0
1.2 3 ชุด	39	23.6	179	21.6	218	21.9
1.3 4 ชุด	39	23.6	224	27.0	264	26.5
1.4 5 ชุด	49	29.7	223	26.9	272	27.3
1.5 มากกว่า 5 ชุด	34	20.6	185	22.3	219	22.0
1.6 ไม่ระบุ	-	-	3	0.3	3	0.3
2. ลักษณะชุดนักศึกษาที่ใช้	165	100	830	100	995	100
2.1 มีรูปแบบตามสมัยนิยม	5	3.0	81	9.8	86	8.6
2.2 ความสะอาดสวยงาม	62	37.6	186	22.5	248	24.9
2.3 คุณภาพ/ราคาที่เหมาะสม	83	50.3	465	56.0	548	55.2
2.4 ตราयीี่ห้อที่มีระดับ	4	2.4	9	1.0	13	1.3
2.5 ราคาถูก/ประหยัด	11	6.7	75	9.0	86	8.6
2.6 ไม่ระบุ	-	-	14	1.7	14	1.4

ตารางที่ 14 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกาย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
3. จำนวนรองเท้านักศึกษาทั้งหมด	165	100	830	100	995	100
3.1 1 คู่	68	41.2	116	14.0	184	18.6
3.2 2 คู่	66	40.0	331	40.0	397	39.9
3.3 3 คู่	22	13.3	191	23.0	213	21.4
3.4 4 คู่	6	3.7	70	8.4	76	7.6
3.5 มากกว่า 4 คู่	3	1.8	120	14.4	123	12.3
3.6 ไม่ระบุ	-	-	2	0.2	2	0.2
4. ราคารองเท้าส่วนใหญ่อยู่ที่ราคา	165	100	830	100	995	100
4.1 ต่ำกว่า 100 บาท	3	1.9	4	0.4	7	0.7
4.2 100-300 บาท	16	9.8	560	67.4	576	57.9
4.3 301-500 บาท	25	15.1	149	18.0	174	17.5
4.4 501-1,000 บาท	58	35.1	91	11.0	149	15.0
4.5 มากกว่า 1,000 บาท	62	37.5	19	2.3	81	8.1
4.6 ไม่ระบุ	1	0.6	7	0.9	8	0.8
5. สาเหตุสำคัญที่ใช้รองเท้าที่มีราคาตามข้อ 4	165	100	830	100	995	100
5.1 คุณภาพดี/ทนทาน	105	63.6	326	39.3	431	43.3
5.2 ราคาถูก/ประหยัด	11	6.7	145	17.4	156	15.7
5.3 ระบาย/หุ้มมีระดับ	7	4.2	9	1.1	16	1.6
5.4 รูปแบบตามสมัยนิยม	9	5.4	108	13.0	117	11.8
5.5 เป็นสินค้าลดราคา	8	4.9	14	1.7	22	2.2
5.6 เหมาะสมกับบุคลิกภาพ/สุขภาพ	22	13.3	189	22.8	211	21.2
5.7 ไม่ระบุ	3	1.9	39	4.7	42	4.2

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างชาย มีชุดนักศึกษา 5 ชุด ร้อยละ 29.7 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างหญิงมีชุดนักศึกษา 4 ชุด ร้อยละ 27 รองลงมาในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน คือมี 5 ชุด ร้อยละ 26.9 โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งชายและหญิงจะเลือกให้ชุดนักศึกษาที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสมร้อยละ 50.3 และ 56 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างชายใช้รองเท้า 1 คู่หรือ 2 คู่ ร้อยละ 41.2 และร้อยละ 40 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงใช้รองเท้า 2 คู่ ร้อยละ 40 ซึ่งราคาของรองเท้าที่กลุ่มตัวอย่างชายใช้มีราคามากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 37.5 แต่ราคาของรองเท้าที่กลุ่มตัวอย่างหญิงใช้อยู่ระหว่าง 100 - 300 บาท ร้อยละ 67.4 สาเหตุสำคัญของการเลือกใช้รองเท้าตามราคาข้างต้นของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงมีความสอดคล้องกันคือเน้นคุณภาพและความทนทานของการใช้งานร้อยละ 63.6 และร้อยละ 39.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอุปกรณ์การศึกษา จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการบริโภคอุปกรณ์การศึกษา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. สิ่งที่ใช้ใส่อุปกรณ์การศึกษามาเรียน	165	100	830	100	995	100
1.1 เป้	42	25.4	208	25.1	250	25.1
1.2 กระเป๋าสะพาย	38	23.0	448	54.0	486	48.8
1.3 กระเป๋าเอกสาร	3	1.9	19	2.3	22	2.2
1.4 แฟ้มใส่เอกสาร	6	3.6	73	8.8	79	8.0
1.5 ไม่ใช่	65	39.4	55	6.6	120	12.1
1.6 ไม่ระบุ	11	6.7	27	3.2	38	3.8
2. ราคาของอุปกรณ์ที่ระบุในข้อ 2	165	100	830	100	995	100
2.1 ต่ำกว่า 100 บาท	9	5.4	79	9.5	88	8.8
2.2 101-300 บาท	42	25.5	394	47.5	436	43.8
2.3 301-500 บาท	24	14.5	102	12.3	126	12.7
2.4 501-1,000 บาท	11	6.7	101	12.2	112	11.3
2.5 มากกว่า 1,000 บาท	10	6.1	84	10.1	94	9.4
2.6 ไม่ระบุ	69	41.8	70	8.4	139	14.0
3. สิ่งที่ใช้จัดบันทึกในชั้นเรียนมากที่สุด	165	100	830	100	995	100
3.1 ปากกา	38	23.0	88	10.6	126	12.7
3.2 ดินสอ	65	39.4	389	46.9	454	45.6
3.3 ปากกา/ดินสอ	61	37.0	351	42.3	412	41.4
3.4 ไม่ระบุ	1	0.6	2	0.2	3	0.3

ตารางที่ 15 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภคอุปกรณ์การศึกษา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
4. ราคาเครื่องเขียนที่ระบุในข้อ 3	165	100	830	100	995	100
4.1 ต่ำกว่า 10 บาท	27	16.4	90	10.8	117	11.7
4.2 10-50 บาท	59	35.8	381	45.9	440	44.3
4.3 51-100 บาท	56	33.9	243	29.3	299	30.0
4.4 มากกว่า 100 บาท	20	12.1	110	13.3	130	13.1
4.5 ไม่ระบุ	3	1.8	6	0.7	9	0.9
5. ใช้สมุดจดบันทึกหรือไม่	165	100	830	100	995	100
5.1 ใช่	156	94.6	797	96.0	953	95.8
5.2 ไม่ใช่	8	4.8	28	3.4	36	3.6
5.3 ไม่ระบุ	1	0.6	5	0.6	6	0.6
6. ราคาสมุดที่ใช้ในข้อที่ 5	165	100	830	100	995	100
6.1 ต่ำกว่า 10 บาท	15	9.1	56	6.8	71	7.1
6.2 10-20 บาท	94	56.1	509	61.3	603	60.7
6.3 21-50 บาท	46	27.9	214	25.8	260	26.1
6.4 มากกว่า 50 บาท	4	2.4	20	2.4	24	2.4
6.5 ไม่ระบุ	6	3.6	31	3.7	37	3.7
7. ประมาณค่าถ่ายเอกสารต่อภาคการศึกษา	165	100	830	100	995	100
7.1 50-100 บาท	57	34.5	285	34.3	342	34.4
7.2 101-200 บาท	49	29.7	221	26.6	270	27.1
7.3 201-300 บาท	21	12.7	170	20.5	191	19.2
7.4 301-500 บาท	21	12.7	87	10.5	108	10.9
7.5 มากกว่า 500 บาท	17	10.3	63	7.6	80	8.0
7.6 ไม่ระบุ	-	-	4	0.5	4	0.4

ตารางที่ 15 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภคอุปกรณ์การศึกษา	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
8. สาเหตุสำคัญในการถ่ายเอกสารแต่ละครั้ง	165	100	830	100	995	100
8.1 ถ่ายหนังสืออ้างอิงที่อาจารย์กำหนดให้	22	13.3	101	12.2	123	12.3
8.2 ถ่ายข้อมูลจากสมุดจดบันทึกของเพื่อน	42	25.5	85	10.2	127	12.8
8.3 ถ่ายเอกสารประกอบการเรียนการสอนของอาจารย์	63	38.2	400	48.2	463	46.6
8.4 ถ่ายเอกสารประกอบการทำรายงาน	31	18.8	186	22.4	217	21.8
8.5 ไม่ระบุ	7	4.2	58	7.0	65	6.5

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคด้านอุปกรณ์การศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างชายไม่นิยมใช้สิ่งใดใส่อุปกรณ์ศึกษามาเรียน ร้อยละ 39.4 แต่กลุ่มตัวอย่างหญิงจะใช้กระดาษปะพายใส่อุปกรณ์ศึกษามาเรียน ร้อยละ 54 โดยราคาของกระดาษปะพายอยู่ระหว่าง 101 - 300 บาท ร้อยละ 47.5

กลุ่มตัวอย่างชายและหญิงจะใช้ดินสอจดบันทึกในชั้นเรียน ร้อยละ 39.4 และร้อยละ 46.9 รองลงมาคือใช้ทั้งดินสอและปากกา ร้อยละ 37 และร้อยละ 42.3 ตามลำดับ ราคาเครื่องเขียนดังกล่าวของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงอยู่ระหว่าง 10 - 50 บาท ร้อยละ 35.8 และร้อยละ 45.9 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างชายและหญิงใช้สมุดจดบันทึกการเรียนการสอน ร้อยละ 94.6 และร้อยละ 96 ตามลำดับ ราคาของสมุดที่ใช้อยู่ระหว่าง 10 - 20 บาท ร้อยละ 56.1 และร้อยละ 61.3 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการถ่ายเอกสารต่อภาคการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงอยู่ระหว่าง 50 - 100 บาท ร้อยละ 34.5 และ ร้อยละ 34.3 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างชายและหญิงมีวัตถุประสงค์ของการถ่ายเอกสารคือถ่ายเอกสารประกอบการเรียนการสอนของอาจารย์ ร้อยละ 38.2 และร้อยละ 48.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเครื่องมือสื่อสาร จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องมือสื่อสาร	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เครื่องมือสื่อสารที่มี (ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)	165	100	830	100	995	100
1.1 เพจเจอร์	57	34.5	290	34.9	347	34.8
1.2 โทรศัพท์มือถือส่วนตัว	23	13.9	79	9.5	102	10.2
1.3 อินเทอร์เน็ต	22	13.3	24	2.9	46	4.6
1.4 โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้าน/ที่พัก	88	53.3	490	59.0	578	58.0
1.5 ไม่ระบุ	8	4.8	82	9.9	90	9.0
2. ประมาณค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องมือสื่อสาร ที่ระบุในข้อ 1 ต่อเดือน	165	100	830	100	995	100
2.1 ต่ำกว่า 300 บาท	35	21.2	200	24.1	235	23.6
2.2 301-500 บาท	60	36.4	289	34.8	349	35.1
2.3 501-1,000 บาท	35	21.2	136	16.4	171	17.2
2.4 1,001-1,500 บาท	12	7.3	67	8.1	79	7.9
2.5 มากกว่า 1,500 บาท	15	9.0	56	6.7	71	7.1
2.6 ไม่ระบุ	8	4.9	82	9.9	90	9.1

ผลการศึกษพฤติกรรมการบริโภค ด้านเครื่องมือสื่อสารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งชายและหญิงจะใช้โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้านหรือที่พักในการติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 53.3 และร้อยละ 59 โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 301 - 500 บาท ตามลำดับ สำหรับเครื่องมือสื่อสารส่วนตัวที่พบคือกลุ่มตัวอย่างชายใช้เพจเจอร์ร้อยละ 34.5 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างหญิงใช้เพจเจอร์ ร้อยละ 34.9 กลุ่มตัวอย่างชายระบุว่าใช้โทรศัพท์มือถือส่วนตัวร้อยละ 13.9 กลุ่มตัวอย่างหญิงใช้โทรศัพท์มือถือส่วนตัว ร้อยละ 9.5 ด้านอินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่างชายระบุว่าใช้ร้อยละ 13.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงใช้ร้อยละ 2.9

3.2 เปรียบเทียบลักษณะพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างตามคณะวิชา

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเฉพาะที่นำมาเป็นข้อมูลรวม 995 ฉบับ จาก 9 คณะวิชา โดยผู้วิจัยได้กำหนดตัวเลขแทนคณะต่าง ๆ ไว้ในตารางแสดงผลการวิจัยดังนี้

เลข 1 แทนคณะพยาบาลศาสตร์

เลข 2 แทนคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม

เลข 3 แทนคณะศิลปศาสตร์

เลข 4 แทนคณะบริหารธุรกิจ

เลข 5 แทนคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เลข 6 แทนคณะเภสัชศาสตร์

เลข 7 แทนคณะเทคนิคการแพทย์

เลข 8 แทนคณะกายภาพบำบัด

เลข 9 แทนคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม

โดยมีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 17 - 19 ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 17 เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแต่งกายจำแนกตามคณะวิชา

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแต่งกาย	คณะวิชา																			
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%		
1. จำนวนรุ่นนักศึกษาที่ใช้	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
1.1 2 ชุด	1	1.7	6	7.8	3	2.5	1	0.2	1	1.9	1	1.0	2	3.5	-	-	5	6.4	20	2
1.2 3 ชุด	24	41.4	19	24.7	26	22.0	61	14.2	15	27.8	30	33.3	8	13.8	11	36.7	24	30.8	218	22
1.3 4 ชุด	13	22.4	17	22.1	27	23.0	128	29.9	15	27.8	18	19.4	14	24.1	10	33.3	22	28.2	264	26.5
1.4 5 ชุด	14	24.1	20	26.0	38	32.2	116	27.0	12	22.2	31	33.3	20	34.5	8	26.7	13	16.7	272	27.3
1.5 มากกว่า 5 ชุด	6	10.4	15	19.4	24	20.3	121	28.2	11	20.3	13	14.0	14	24.1	1	3.3	14	17.9	219	22
1.6 ไม่ระบุ	-	-	-	-	-	-	2	0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	0.2
2. ลักษณะของชุดนักศึกษาที่ระบุในข้อ 1	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
2.1 มีรูปแบบตามสมัยนิยม	4	6.9	6	7.8	13	11	43	10.0	6	11.1	3	3.2	9	15.5	-	-	2	2.6	86	8.6
2.2 ความสะอาดสวยงาม	7	12.1	17	22.1	25	21.2	113	26.3	13	24.1	21	22.5	15	25.9	13	43.3	24	30.8	248	25.0
2.3 คุณภาพ/ราคาที่เหมาะสม	36	62.1	45	58.4	70	59.3	216	50.4	24	44.4	59	63.4	29	50.0	15	50.0	44	56.4	538	54.0
2.4 ระบายไต่ห้อยมีระดับ	1	1.7	2	2.6	2	1.7	7	1.6	-	-	-	-	1	1.7	-	-	-	-	13	1.3
2.5 วัสดุอุปกรณ์ประณีต	7	12.1	6	7.8	7	5.9	39	9.1	9	16.7	8	8.7	4	6.9	1	3.3	5	6.4	86	8.6
	3	5.1	1	1.3	1	0.9	11	2.6	2	3.7	2	2.2	-	-	1	3.3	3	3.9	25	2.5

ตารางที่ 17 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มต่างกาย	คณะวิชา																				
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		รวม		
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	
3. จำนวนรองทำนศึกษาที่ใช้																					
3.1 1 คู่	8	13.8	5	6.5	13	11.0	80	18.6	7	12.9	53	57.0	6	10.3	6	20.0	6	7.7	184	18.5	
3.2 2 คู่	30	51.7	38	49.3	41	34.8	162	37.8	31	57.4	27	29.0	23	39.7	15	50.0	31	39.7	398	40.0	
3.3 3 คู่	12	20.7	18	23.4	26	22.0	91	21.2	7	13.0	9	9.7	13	22.4	8	26.7	29	37.2	213	21.4	
3.4 4 คู่	4	6.9	3	3.9	21	17.8	30	7.0	4	7.4	-	-	5	8.6	1	3.3	8	10.3	76	7.6	
3.5 มากกว่า 4 คู่	4	6.9	13	16.9	17	14.4	65	15.2	5	9.3	4	4.3	11	19.0	-	-	4	5.1	123	12.4	
3.6 ไม่ระบุ	-	-	-	-	-	-	1	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.1	
4. ราคาของทำนส่วนในทุกระดับ																					
4.1 ต่ำกว่า 100 บาท	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100	
4.2 100 - 300 บาท	-	-	-	-	-	-	2	0.5	1	1.9	1	1.1	1	1.7	-	-	2	2.6	7	0.7	
4.3 301 - 500 บาท	36	62.1	48	59.7	56	47.5	251	58.5	33	61.0	47	50.5	36	62.1	16	53.3	55	70.5	576	57.9	
4.4 501 - 1,000 บาท	8	13.8	15	19.5	26	22.0	72	16.7	3	5.6	22	23.7	11	19.0	4	13.3	13	16.7	174	17.5	
4.5 มากกว่า 1,000 บาท	12	20.7	6	7.8	20	17.0	66	15.4	10	18.5	15	16.1	7	12.1	9	30.0	5	6.4	150	15.1	
4.6 ไม่ระบุ	1	1.7	10	13.0	19	11.0	36	8.4	7	13.0	8	8.6	2	3.4	1	3.3	3	3.8	81	8.1	
	1	1.7	-	-	3	2.5	2	0.5	-	-	-	-	1	1.7	-	-	-	-	7	0.7	

ตารางที่ 17 (ต่อ)

พฤติกรรมกรมการวินิฉนเครื่องแต่งกาย	คณะวิชา																			
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
5. ส่วนชุดสำคัญที่เลือกหรือรองทำตามราคำในข้อ 4	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
5.1 คุณภาพดีทนทาน	34	58.6	34	44.1	54	45.8	165	38.4	28	51.8	45	48.4	23	37.7	16	53.3	33	42.3	432	45.4
5.2 ราคาถูกประหยัด	13	22.4	12	15.6	14	11.9	70	16.3	6	11.1	11	11.8	9	15.5	3	10.0	18	23.0	156	15.7
5.3 ครายี่ห้อมีระดับ	-	-	2	2.6	1	0.8	8	1.9	-	-	3	3.2	-	-	1	3.3	1	1.3	16	1.6
5.4 ไปแบบตามสมัยนิยม	-	-	8	10.4	11	9.3	67	15.6	6	14.8	7	7.5	10	17.2	-	-	6	7.7	117	11.8
5.5 สินค้าลดราคา	2	3.5	2	2.6	4	3.4	8	1.9	-	-	3	3.2	2	3.5	1	3.3	-	-	22	2.2
5.6 เหมาะสมกับบุคลิกภาพ/สุขภาพ	6	10.3	17	22.1	29	24.6	97	22.6	7	13.0	20	21.5	10	17.2	7	23.3	18	23.1	211	21.2
5.7 ไม่ระบุ	3	5.2	2	2.6	5	4.2	14	3.3	5	9.3	4	4.3	4	6.9	2	6.7	2	2.6	41	4.1

ผลการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 คณะวิชาพบว่า จำนวนมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ชุดนักศึกษา 3 ชุด โดยพิจารณาจากคุณภาพและราคาที่เหมาะสม คือ คณะพยาบาลศาสตร์ ร้อยละ 41.4 และร้อยละ 62.1 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร้อยละ 27.8 และ ร้อยละ 44.4 คณะกายภาพบำบัดร้อยละ 36.7 และร้อยละ 50 และคณะสาธารณสุขศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 30.8 และร้อยละ 56.4 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ชุดนักศึกษา 4 ชุด โดยพิจารณาจากคุณภาพและราคาที่เหมาะสม คือ คณะบริหารธุรกิจ ร้อยละ 29.9 และร้อยละ 50.4 และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร้อยละ 27.8 และร้อยละ 44.4 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ชุดนักศึกษา 5 ชุด โดยพิจารณาจากคุณภาพและราคาที่เหมาะสม คือ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคมร้อยละ 26 และร้อยละ 58.4 คณะศิลปศาสตร์ ร้อยละ 32.2 และร้อยละ 59.3 คณะเภสัชศาสตร์ ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 63.4 และคณะเทคนิคการแพทย์ ร้อยละ 34.5 และร้อยละ 50 ตามลำดับ

จำนวนที่มากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รองเท้า 1 คู่ มีราคาอยู่ระหว่าง 100 - 300 บาท โดยพิจารณาจากคุณภาพและความทนทานในการใช้ คือ คณะเภสัชศาสตร์ ร้อยละ 57, 50.5 และ 48.4 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รองเท้า 2 คู่ ราคารองเท้าอยู่ระหว่าง 100 - 300 บาท โดยพิจารณาจากคุณภาพและความทนทาน คือ คณะพยาบาลศาสตร์ ร้อยละ 51.7 , 62.1 และ 58.6 คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม ร้อยละ 49.3 , 59.7 และ 44.1 คณะศิลปศาสตร์ ร้อยละ 34.8 , 47.5 และ 45.8 คณะบริหารธุรกิจ ร้อยละ 37.8 , 58.5 และ 38.4 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร้อยละ 57.4 , 61 และ 51.8 คณะเทคนิคการแพทย์ ร้อยละ 39.7 , 62.1 และ 37.7 คณะกายภาพบำบัด ร้อยละ 50 , 53.3 และ 53.3 และคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 39.7 , 70.5 และ 42.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคอุปกรณ์การศึกษา จำแนกตามคณะวิชา

พฤติกรรมการบริโภคอุปกรณ์การศึกษา	คณะวิชา																			
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. สิ่งที่ใช้ใส่อุปกรณ์การเรียน	58	100	77	100	178	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
1.1 เป้	10	17.2	18	23.4	24	20.4	100	23.3	24	44.4	30	32.3	17	29.3	11	36.7	16	20.5	250	25.2
1.2 กระเป๋าใส่สาย	16	27.6	41	53.2	71	60.2	226	52.7	18	33.3	42	45.1	21	36.2	13	43.3	39	50.0	487	49.0
1.3 กระเป๋าเอกสาร	3	5.2	1	1.3	2	1.7	6	1.4	-	-	5	5.4	1	1.7	-	-	4	5.1	22	2.2
1.4 แฟ้มใส่เอกสาร	19	32.7	4	5.2	3	2.54	25	5.82	3	5.6	7	7.5	8	13.8	3	10.0	7	9.0	79	7.9
1.5 ไม่ใช่	7	12.1	11	14.3	13	11.0	56	13.1	7	13.0	6	6.5	7	12.1	2	6.7	11	14.1	120	12.0
1.6 ไม่ระบุ	3	5.2	2	2.6	5	4.2	16	3.7	2	3.7	3	3.2	4	6.9	1	3.3	1	1.3	37	3.7
2. ราคาของอุปกรณ์ที่ระบุในข้อ 1	58	100	77	100	178	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
2.1 ต่ำกว่า 100 บาท	14	24.1	6	7.8	7	5.9	25	5.8	4	7.4	10	10.8	9	15.5	4	13.3	9	11.5	88	8.8
2.2 100 - 300 บาท	22	37.9	33	42.8	51	43.2	168	39.2	25	46.3	51	54.8	28	48.3	13	43.4	45	57.7	436	43.9
2.3 301 - 500 บาท	4	6.9	14	18.2	18	15.3	46	10.7	9	16.7	14	15.1	8	13.8	7	23.3	6	7.7	126	12.7
2.4 501 - 1,000 บาท	5	8.6	5	6.5	12	10.1	70	16.3	4	7.4	4	4.3	4	6.9	2	6.7	7	9.0	113	11.3
2.5 มากกว่า 1,000 บาท	2	3.4	10	13.0	14	11.9	51	11.9	4	7.4	6	6.4	2	3.4	1	3.3	5	6.4	95	9.5
2.6 ไม่ระบุ	11	19.0	9	10.7	16	13.6	69	16.1	8	14.8	8	8.6	7	12.1	3	10.0	6	7.7	137	13.8
3. สิ่งที่ได้ฉบับที่กินเงินเรียนมากที่สุด	58	100	77	100	178	100	428	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
3.1 ปากกา	5	8.6	23	29.4	21	17.8	37	8.6	6	11.1	14	15.0	12	20.7	3	10.0	5	6.4	125	12.7
3.2 ดินสอ	9	15.5	17	22.1	39	33.0	250	58.3	33	61.1	36	38.7	26	44.8	13	43.3	31	39.7	454	45.5
3.3 ปากกาและดินสอ	44	75.9	37	48.0	58	49.2	141	32.9	15	27.8	43	46.3	20	34.5	14	46.7	42	53.9	414	41.6
3.4 ไม่ระบุ	-	-	-	-	-	-	1	0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.1

ตารางที่ 18 (ต่อ)

พหุศักรรมาการบัณฑิตอุปการการศึกษา	คณะวิชา																			
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		รวม	
	คน	%	คน	%	คน	%	คน	%	คน	%	คน	%	คน	%	คน	%	คน	%	คน	%
4. ราคาส่งของที่ระบุในข้อ 3	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
4.1 ต่ำกว่า 10 บาท	12	10.7	12	15.6	22	18.6	30	7.0	6	11.1	10	10.8	11	19.0	2	6.7	12	15.4	117	11.8
4.2 10 - 50 บาท	32	55.2	32	41.5	49	41.5	174	40.6	19	35.2	54	58.0	25	43.1	18	60.0	37	47.4	440	44.2
4.3 51 - 100 บาท	7	12.1	16	20.8	31	26.3	152	35.4	21	38.9	26	28.0	15	25.9	7	23.3	24	30.8	299	30.0
4.4 มากกว่า 100 บาท	6	10.3	16	20.8	14	11.9	70	16.3	8	14.8	3	3.2	7	12.0	3	10.0	5	6.4	132	13.3
4.5 ไม่ระบุ	1	1.7	1	1.3	2	1.7	3	0.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	0.7
5. ไร่สมุดฉบับแรกเสร็จไม่	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
5.1 ใช่	52	89.7	76	98.7	115	97.5	413	96.3	52	96.3	90	96.8	54	93.1	27	90.0	75	96.2	954	95.9
5.2 ไม่ใช่	5	8.6	1	1.3	2	1.7	14	3.3	2	3.7	3	3.2	4	6.9	2	6.7	3	3.8	36	3.6
5.3 ไม่ระบุ	1	1.7	-	-	1	0.8	2	0.4	-	-	-	-	-	-	1	3.3	-	-	5	0.5
6. ราคาส่งที่ระบุในข้อ 5	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	75	100	995	100
6.1 ต่ำกว่า 10 บาท	7	12.1	7	10.0	6	5.8	30	7.0	4	7.4	7	7.5	6	10.3	-	-	4	5.3	71	7.1
6.2 10 - 20 บาท	31	53.4	40	51.9	76	64.4	252	58.7	30	55.6	68	73.1	33	56.9	19	63.3	55	73.3	604	60.7
6.3 21 - 50 บาท	8	13.8	23	29.9	31	26.3	128	29.8	18	33.3	15	16.1	15	25.9	8	26.7	14	18.7	260	26.2
6.4 มากกว่า 50 บาท	4	6.9	6	7.8	3	2.5	8	1.9	-	-	1	1.1	-	-	-	-	-	-	24	2.4
6.5 ไม่ระบุ	8	13.8	1	1.3	2	1.7	11	2.6	2	3.7	2	2.2	8	6.9	3	10.0	-	-	36	3.6

ตารางที่ 18 (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภคอุปกรณ์การศึกษา	คณะวิชา																			
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
7. ประมาณค่าถ่ายเอกสารต่อภาคการศึกษา	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	92	100	58	100	30	100	78	100	995	100
7.1 50 - 100 บาท	14	24.1	27	35.7	45	38.2	185	43.1	15	27.8	17	18.5	12	20.7	7	23.3	21	26.9	343	34.5
7.2 101 - 200 บาท	8	13.8	24	31.1	46	39.0	123	28.7	13	24.1	16	17.4	16	27.5	7	23.3	17	21.8	270	27.2
7.3 201 - 300 บาท	15	25.9	18	23.4	11	9.3	76	17.7	10	18.5	21	22.8	17	29.3	8	26.7	15	19.2	191	19.2
7.4 301 - 500 บาท	9	15.5	3	3.9	11	9.3	30	6.7	9	16.6	19	20.6	6	10.3	5	11.7	16	20.5	108	10.8
7.5 มากกว่า 500 บาท	12	20.7	5	6.5	5	4.2	13	3.0	7	13.0	19	20.6	7	12.1	3	10.0	9	11.5	80	8.0
7.6 ไม่ระบุ	-	-	-	-	-	-	2	0.5	-	-	1	1.0	-	-	-	-	-	-	3	0.3
8. สาเหตุสำคัญมากที่สุดของการถ่ายเอกสาร	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
8.1 ถ่ายหนังสืออ้างอิงที่อาจารย์กำหนดให้	4	6.9	6	7.8	9	7.6	68	15.9	8	14.8	8	8.6	9	15.5	4	13.3	7	9.0	123	12.3
8.2 ถ่ายข้อมูลจากสมุดจดบันทึกการเรียนของเพื่อน	2	3.5	12	15.5	10	8.5	74	17.2	6	11.1	4	4.3	10	17.2	5	16.7	4	5.1	127	12.8
8.3 ถ่ายเอกสารประกอบการสอนของอาจารย์	25	43.1	32	41.5	60	50.9	161	37.5	32	59.3	67	72.0	31	53.5	16	53.3	39	50.0	463	46.5
8.4 ถ่ายเอกสารประกอบการทำรายงาน	22	37.9	22	28.6	32	27.1	112	26.1	4	7.4	6	6.5	4	6.9	2	6.7	15	19.2	219	22.1
8.5 ไม่ระบุ	5	8.6	5	6.5	7	5.9	14	3.3	4	7.4	8	8.6	4	6.9	3	10.0	13	16.7	63	6.3

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคเครื่องมือสื่อสาร จำแนกตามคณะวิชา

พฤติกรรมการบริโภคเครื่องมือสื่อสาร	คณะวิชา																			
	1		2		3		4		5		6		7		8		9		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. เครื่องมือสื่อสารที่ใช้มากที่สุด	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
1.1 เพจเจอร์	19	32.7	19	24.6	22	18.6	166	38.7	31	57.4	28	30.1	23	39.6	9	30.0	21	26.9	338	34.0
1.2 โทรศัพท์มือถือ	3	5.2	8	10.4	9	7.6	45	10.5	7	12.9	14	15.0	6	10.3	3	10.0	6	7.6	100	10.0
1.3 อีเมล-อินเทอร์เน็ต	-	-	4	5.2	5	4.2	23	5.4	9	16.6	2	2.1	-	-	1	3.3	2	2.5	46	4.6
1.4 โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้าน / ที่พัก	25	43.1	32	41.6	43	36.5	282	65.7	35	64.8	53	56.9	42	72.4	15	50.0	51	65.3	577	58.0
1.5 ไร้สาย	11	19.0	14	18.2	38	33.1	-	-	1	1.8	10	10.7	3	5.1	4	13.3	6	7.6	90	9.0
2. ค่าใช้จ่ายสำหรับเครื่องมือสื่อสารต่อเดือน	58	100	77	100	118	100	429	100	54	100	93	100	58	100	30	100	78	100	995	100
2.1 ต่ำกว่า 300 บาท	16	27.6	20	25.9	19	16.1	91	21.2	14	25.9	20	21.5	18	31.0	10	33.4	27	34.6	235	23.6
2.2 301 - 500 บาท	17	29.3	21	27.3	29	24.6	170	39.6	22	40.7	31	33.5	21	36.2	9	30.0	29	37.2	349	35.0
2.3 501 - 1,000 บาท	10	17.3	8	10.4	17	14.4	94	21.9	8	14.8	14	15.0	9	15.5	3	10.0	8	10.3	171	17.2
2.4 1,001 - 1,500 บาท	2	3.4	4	5.2	9	7.6	39	9.1	5	9.3	10	10.8	4	6.9	3	10.0	3	3.8	79	8.0
2.5 มากกว่า 1,500 บาท	2	3.4	10	13.0	5	5.1	35	8.2	4	7.4	5	5.4	3	5.2	1	3.3	5	6.4	71	7.2
2.6 ไร้สาย	11	19.0	14	18.2	38	32.2	-	-	1	1.9	13	14.0	3	5.2	4	13.3	6	7.7	90	9.0

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคเครื่องมือสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 คณะวิชา พบว่า จำนวนมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้านหรือที่พักในการติดต่อสื่อสาร โดยมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่ำกว่า 300 บาท คือคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์และสวัสดิการสังคม ร้อยละ 41.6 และ 25.9 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร้อยละ 64.8 และ 25.9 คณะกายภาพบำบัด ร้อยละ 50 และ 33.4 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้านหรือที่พักในการติดต่อสื่อสารโดยมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ระหว่าง 301 - 500 บาท คือ คณะพยาบาลศาสตร์ ร้อยละ 43.1 และ 29.3 คณะบริหารธุรกิจ ร้อยละ 65.7 และ 39.6 คณะเภสัชศาสตร์ ร้อยละ 56.9 และ 33.3 คณะเทคนิคการแพทย์ ร้อยละ 72.4 และ 36.2 และคณะสาธารณสุขศาสตร์และสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 65.3 และ 37.2 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โทรศัพท์ส่วนตัวที่บ้าน หรือที่พักในการติดต่อสื่อสารโดยไม่ได้ระบุค่าใช้จ่ายต่อเดือน คือคณะศิลปศาสตร์ ร้อยละ 36.5 และ 32.2 ตามลำดับ

