



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การใช้สื่อและพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร

MEDIA USAGE AND SPENDING BEHAVIORS BASED ON THE
SUFFICIENCY ECONOMY AMONG COLLEGE STUDENTS IN THE
BANGKOK METROPOLITAN

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนัย สุนทรวิภาต

ทุนอุดหนุนการวิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ.2558

ชื่อโครงการ	การใช้สื่อและพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร MEDIA USAGE AND SPENDING BEHAVIORS BASED ON THE SUFFICIENCY ECONOMY AMONG COLLEGE STUDENTS IN THE BANGKOK METROPOLITAN
ชื่อผู้วิจัย	ทศไนย สุนทรวิภาต
ระยะเวลาทำวิจัย	พฤศจิกายน 2555 – พฤศจิกายน 2558
ผู้สนับสนุนการวิจัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การใช้สื่อและพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาตัวแปรเชิงเหตุที่สำคัญและปริมาณการทำนายปริมาณการใช้สื่อ เจตคติต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง และพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในกลุ่มนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 441 คน ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 9 ส่วนได้แก่ พฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง การสื่อสารในครอบครัว การมีแบบอย่างจากเพื่อน ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ปริมาณการเปิดรับสื่อ (โทรทัศน์ Social Media และ Internet) การใช้ประโยชน์จากสื่อ ความพึงพอใจจากสื่อ และความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานได้แก่การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้น (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลวิจัยพบว่า

1. ตัวทำนาย 9 ตัวได้แก่ 1.การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อยปละ 2. การสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้อง 3. การสื่อสารในครอบครัวแบบเสรี 4. การสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม 5. การมีแบบอย่างจากเพื่อน 6. ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน 7. การใช้ประโยชน์จากสื่อ 8. ความพึงพอใจจากสื่อ และ 9. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง สามารถทำนายปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ 9.80 % ตัวทำนายอันดับที่ 1 คือ การสื่อสารในครอบครัวแบบ

ปกป้อง ($\beta = .21$) นอกจากนี้ตัวทำนายทั้ง 9 ตัวสามารถทำนายปริมาณการเปิดรับสื่อประเภท Social Media ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ 9.20 % ตัวทำนายอันดับที่ 1 คือ ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ($\beta = -.27$) และสามารถทำนายปริมาณการเปิดรับสื่อประเภท Internet ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ 10.30 % ตัวทำนายอันดับที่ 1 คือ การมีแบบอย่างจากเพื่อน ($\beta = -.28$)

2. ตัวทำนาย 12 ตัวได้แก่ 1.การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อยปละ 2. การสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้อง 3. การสื่อสารในครอบครัวแบบเสรี 4. การสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม 5.การมีแบบอย่างจากเพื่อน 6. ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน 7. การใช้ประโยชน์จากสื่อ 8. ความพึงพอใจจากสื่อ 9. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง 10. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ 11. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภท Social Media และ 12. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภท Internet สามารถทำนายเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ 31.50 % ตัวทำนายสำคัญได้แก่ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง ($\beta = .33$) การสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม ($\beta = .23$)

3. ตัวทำนาย 13 ตัวได้แก่ 1.การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อยปละ 2. การสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้อง 3. การสื่อสารในครอบครัวแบบเสรี 4. การสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม 5.การมีแบบอย่างจากเพื่อน 6. ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน 7. การใช้ประโยชน์จากสื่อ 8. ความพึงพอใจจากสื่อ 9. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง 10. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ 11. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภท Social Media และ 12. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภท Internet และ 13. เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง สามารถทำนายพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ 44.30 % ตัวทำนายสำคัญได้แก่ เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ($\beta = .45$) ลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน ($\beta = .34$) และ การสื่อสารในครอบครัวแบบเสรี ($\beta = .22$)

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีนโยบายส่งเสริมให้นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงอย่างจริงจัง โดยจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมพฤติกรรม การใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงด้วยการนำจิตลักษณะด้านลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตน เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรม การใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงผ่านสื่อ เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเพื่อให้กิจกรรมส่งเสริมน่าสนใจและมีรูปแบบที่หลากหลาย

ABSTRACT

This research aims to identify significant predictors and their predictive power of mass media usage amount, positive attitudes toward spending based on the Sufficiency Economy, and spending behaviors based on the Sufficiency Economy among college students in the Bangkok Metropolitan. Samples are 441 undergraduate students enrolled in both public and private universities in Bangkok. Data collection was conducted with the use of self-administered questionnaire including 9 sections – spending behaviors based on the Sufficiency Economy, positive attitudes toward spending behaviors based on the Sufficiency Economy, family communication patterns, peer modeling, future-oriented autonomy, amount of media exposure (television, social media, and Internet), media uses, media gratifications, and knowledge on the Sufficiency Economy. The Stepwise Multiple Regression Analyses were used to test research hypotheses. The followings are important findings:

1. Nine predictors were found to predict 9.80 percents of samples' amount of television exposure. They are laissez-faire family communication, protective family communication, pluralistic family communication, negotiated family communication, peer modeling, future-oriented autonomy, media uses, media gratifications, and knowledge on the Sufficiency Economy. The most powerful predictor is protective family communication ($\beta = .21$). In addition, these nine predictors also predict 9.20 percents of samples' amount of social media exposure and 10.30 percents of their Internet exposure. The most powerful predictors of social media exposure and the Internet exposure are future-oriented autonomy ($\beta = -.27$) and peer modeling ($\beta = -.28$) consecutively.
2. Twelve predictors were found to predict 31.50 percents of samples' positive attitudes toward spending behaviors based on the Sufficiency Economy. They are laissez-faire family communication, protective family communication, pluralistic family communication, negotiated family communication, peer modeling, future-oriented autonomy, media uses, media gratifications, knowledge on the Sufficiency Economy, television exposure, social media exposure, and Internet exposure. Significant predictors are knowledge on the Sufficiency Economy ($\beta = .33$), and negotiated family communication ($\beta = .23$).
3. Thirteen predictors were found to predict 44.30 percents of samples' spending behaviors based on the Sufficiency Economy. They are laissez-faire family communication, protective family communication, pluralistic family communication, negotiated family communication, peer modeling, future-oriented

autonomy, media uses, media gratifications, knowledge on the Sufficiency Economy, television

4. exposure, social media exposure, Internet exposure, and positive attitudes toward spending behaviors based on the Sufficiency Economy. Significant predictors are positive attitudes toward spending behaviors based on the Sufficiency Economy ($\beta = .45$), future-oriented autonomy ($\beta = .34$), and pluralistic family communication ($\beta = .22$).

Developmental Implications

The university management should implement a policy seriously encouraging students to engage in spending behaviors based on the Sufficiency Economy. This can be done through organizing extra-curricular activities that instigate future-oriented autonomy, positive attitudes toward spending behaviors based on the Sufficiency Economy, and knowledge on the Sufficiency Economy so that they become interesting activities with varied forms.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตาช่วยเหลือให้คำแนะนำอย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ ศุภดิolk ดร.ชัยญา ลีศัตบุพ่าย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินตนา ตันสุวรรณนนท์ ซึ่งเป็นผู้เสนอแนวทางการปรับปรุงตลอดจนการแก้ไขอันเป็นประโยชน์ รวมทั้งการให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยจนทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงผ่านไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่อนุมัติเห็นชอบในการจัดทำโครงการ และให้การสนับสนุนเงินทุน วิจัย ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพล ภูรัต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนสุดา ปุณณิตานนท์ ที่ได้ให้ คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมทั้งผู้บริหารคณะฯ ตลอดจนคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ทุกท่านที่ได้ ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ ของการทำงานมาโดยตลอด

ขอพระคุณกำลังใจที่ได้รับจากเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ของผู้วิจัยในมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอพระคุณที่ ท่านคอยอำนวยความสะดวก สนับสนุนในการทำงานและเป็นแรงใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา และสุดท้ายนี้ความดี อันเป็นประโยชน์ที่เกิดจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นที่ระลึกให้แก่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความเมตตากรุณาอันดีเยี่ยมจากทุกท่านทั้ง ที่ได้กล่าวนามมา และไม่สามารถกล่าวนามมาได้หมดในที่นี้ จึงขอกราบขอพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ทักษิณ สุทรวิภาต

30 พฤศจิกายน 2558

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิด.....	6
นิยามศัพท์.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
ความรู้เกี่ยวกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง.....	12
เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมกรใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง.....	13
พฤติกรรมกรใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง.....	15
การสื่อสารในครอบครัว.....	18
การมีแบบอย่างจากเพื่อน.....	22
ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน.....	23
การใช้สื่อ ความพึงพอใจสื่อ และปริมาณการเปิดรับสื่อ.....	24
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
ขั้นตอนการสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	30

สารบัญ (ต่อ)

การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	36
5 การสรุปและอภิปรายผล.....	42
การสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล.....	44
ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา.....	49
ข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	50
รายการอ้างอิง.....	51
ภาคผนวก.....	57
ประวัติผู้วิจัย.....	83

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละของนักศึกษา.....	32
4.2	ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา.....	33
4.3	ปริมาณการทํานายปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ ด้วยตัว ทํานาย 1. การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อยปละ 2. การสื่อสารใน ครอบครัวแบบปกป้อง 3. การสื่อสารในครอบครัวแบบเสรี 4. การสื่อสาร ในครอบครัวแบบประนีประนอม 5. การมีแบบอย่างจากเพื่อน 6. ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน 7. การใช้ประโยชน์จากสื่อ 8. ความ พึงพอใจจากสื่อ และ 9. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง.....	37
4.4	ปริมาณการทํานายปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโซเชียล ด้วยตัว ทํานาย 1. การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อยปละ 2. การสื่อสารใน ครอบครัวแบบปกป้อง 3. การสื่อสารในครอบครัวแบบเสรี 4. การสื่อสาร ในครอบครัวแบบประนีประนอม 5. การมีแบบอย่างจากเพื่อน 6. ลักษณะ มุ่งอนาคตและควบคุมตน 7. การใช้ประโยชน์จากสื่อ 8. ความพึงพอใจ จากสื่อ และ 9. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง.....	37
4.5	ปริมาณการทํานายปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต ด้วยตัว ทํานาย 1. การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อยปละ 2. การสื่อสารใน ครอบครัวแบบปกป้อง 3. การสื่อสารใน ครอบครัวแบบเสรี 4. การ สื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม 5. การมีแบบอย่างจากเพื่อน 6. ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน 7. การใช้ประโยชน์จากสื่อ 8. ความ พึงพอใจจากสื่อ และ 9. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง.....	38

ญ

สารบัญตาราง (ต่อ)

4.6	ปริมาณการทำนายเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงด้วยตัวทำนาย 1. การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อยปละ 2. การสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้อง 3. การสื่อสารในครอบครัวแบบเสรี 4. การสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม 5. การมีแบบอย่างจากเพื่อน 6. ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน 7. การใช้ประโยชน์จากสื่อ 8. ความพึงพอใจจากสื่อ 9. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง 10. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ 11. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโซเชียล และ 12. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต.....	39
4.7	ปริมาณการทำนายพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงด้วยตัวทำนาย 1. การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อยปละ 2. การสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้อง 3. การสื่อสารในครอบครัวแบบเสรี 4. การสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม 5. การมีแบบอย่างจากเพื่อน 6. ลักษณะมุ่งอนาคตและควบคุมตน 7. การใช้ประโยชน์จากสื่อ 8. ความพึงพอใจจากสื่อ 9. ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง 10. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์ 11. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทสื่อโซเชียล และ 12. ปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทอินเทอร์เน็ต และ 13. เจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง.....	40
	ตาราง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ของตัวแปรที่ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างโดยรวม.....	58