

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเศรษฐกิจกลายเป็นตัวกำหนดวิถีชีวิตของคน ทำให้วัฒนธรรมและความเชื่อทางศีลธรรม จิตวิญญาณของคนไทยถูกกำหนดภายใต้อำนาจระบบเศรษฐกิจด้วย สังคมจึงขับเคลื่อนไปด้วยแรงดันตามความต้องการ แหล่งทุนที่ใช้การโฆษณาเป็นวิธีนำรูปแบบหรือพฤติกรรมการผลิตและการบริโภคอาหารในสมัยใหม่ จึงเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่มีอัตราสูงเกิดความพอดีของสังคมมากกว่าเพื่อตอบสนองความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตให้อยู่รอดได้ การพัฒนาจากอดีตเป็นเวลาประมาณกว่า 100 ปี จนมาถึงปัจจุบัน ที่เรียกว่า วัฒนธรรมตะวันตก ได้กลายมาเป็นสิ่งที่ครอบงำสังคม โดยผ่านความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่ทำให้ชีวิตของมนุษย์สะดวกสบายขึ้นอีกทั้งในด้านของระบบการสื่อสาร การเดินทาง การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสัมพันธ์ รวมถึงการทำให้ชีวิตมีความอยู่ดีมีสุข ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เกิดขึ้นมาภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมหรือเรียกว่าบริโภคนิยม เป็นสิ่งที่คนในสังคมปฏิเสธไม่ได้ถึงความสะดวกสบายที่เกิดขึ้นมาภายใต้การพัฒนาดังกล่าว ที่ทำให้พัฒนาการทางสังคมของมนุษย์อยู่ในยุคที่เรียกว่า ยุคแห่งความเจริญรุ่งเรืองทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่นำพาสังคมไปสู่สิ่งที่เรียกว่า สังคมสมัยใหม่

ภายใต้บริบทการพัฒนาในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ต่างก็เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ การเปลี่ยนแปลง เช่น การปรับปรุงระบบการผลิต การใช้เทคโนโลยีและปัจจัยการผลิตใหม่ๆ การมีระบบการขนส่งคมนาคมที่สะดวกสบาย และการเปลี่ยนแปลงแบบแผนการบริโภคในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้วัตถุดิบของเครื่องใช้ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารสาระบันเทิง การใช้บริการที่หลากหลาย การได้รู้รู้ความคิด ค่านิยมและความเชื่อใหม่ ๆ ตลอดจนมีการปรับเปลี่ยนแบบแผนการดำเนินชีวิตที่มีความทันสมัยและเป็นสากลมากขึ้น บริบทของวัฒนธรรมการผลิตและการบริโภคที่ถูกสร้างขึ้น โดยเน้นการผลิตและบริโภคด้วยการใช้สินค้าในชีวิตประจำวันที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงวิถี จากการใช้ของที่สามารถทำขึ้นมาเองใช้เอง มาเป็นการต้องใช้สิ่งของเครื่องใช้ที่ต้องซื้อหามาด้วยเงินตรา และเป็นของใช้ที่ผลิตมาจากระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมและภายใต้ระบบการผลิตแบบทุนนิยมที่เป็นการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคน ที่จำเป็นต้องผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้โครงสร้างระบบเศรษฐกิจจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับสิ่งที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดความจำเป็นต่อการขยายสินค้าไปยังผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและกินพื้นที่ในบริเวณกว้างและในปริมาณมาก ดังนั้น

ภายใต้กระบวนการพัฒนาดังกล่าวทำให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องสร้างหรือกระตุ้นให้เกิดการบริโภคในอัตราที่เร็วขึ้น ที่นอกจากจะเป็นไปเพื่อการระบายสินค้าที่ผลิตออกมาล้นตลาดแล้ว ยังเป็นไปเพื่อการสะสมทุนที่มากขึ้นตามจำนวนรอบของการผลิตและการแลกเปลี่ยนของผู้ที่เกี่ยวข้องในวงจรการผลิตและการแลกเปลี่ยน ไม่ว่าจะเป็น นายทุน ผู้ผลิต พ่อค้าคนกลาง โดยการทำให้กระบวนการการบริโภคที่เกิดขึ้นภายใต้วัฒนธรรมการบริโภคหรือลัทธิบริโภคนิยมที่เนื้อแท้ไม่ใช่เป็นการซื้อ กิน เคี้ยว กลืน สวมใส่ ทางกายภาพง่าย ๆ เท่านั้น แต่เป็นกระบวนการสื่อสาร-แปล-แปร-รับสาร-ตีความ สาระที่ถูกใส่เข้าไปในสินค้า โดยสาระนั้นไปใช้ทำให้สิ่งที่สำคัญที่สุดในการบริโภคไม่ใช่เป็นวัสดุหรือคุณค่าที่เป็นกายภาพ แต่เป็นความหมายที่เป็นนามธรรม และเป็นกระบวนการที่สินค้าถูกให้ความหมายสำคัญขึ้นมาที่อาจเกิดเนื่องจากการรับรู้สารจากโฆษณา หรืออาจเกิดจากการเลียนแบบผู้ที่ใช้อยู่เดิม ที่ทำให้อัตราปริมาณการบริโภคของผู้คนในชุมชนไม่ถูกจำกัดด้วย ขอบเขตของความต้องการและสมรรถภาพในการบริโภคทางกายภาพและชีวภาพทางสังคมของผู้บริโภค หากแต่เป็นไปความอยากอันเลยขอบเขตความต้องการและสมรรถภาพของร่างกายออกไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดจนเลยอำนาจซื้อและขอบเขตของอำนาจซื้อจริง ที่เอื้อให้เกิดการใช้จ่ายเกินไปในสภาพสังคมปัจจุบัน (เกษียร เตชะพีระ, 2539, หน้า 88)

ค่านิยมกับพฤติกรรมของการบริโภคที่เกิดขึ้นในสังคม ส่งผลต่อความหลากหลายของชนิดสินค้า การกระจายสินค้า และการที่ต้องพึ่งพิงสินค้าจากภายนอกเป็นหลัก ทำให้ประชาชนสูญเสียอำนาจ ความสามารถในการจัดการควบคุมปริมาณและคุณภาพสินค้า หลายปีที่ผ่านมาพฤติกรรมกรบริโภคของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจากเงื่อนไขทางสังคมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป และระดับการศึกษาที่พัฒนาไปมากส่งผลถึงรสนิยมการบริโภค ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อพฤติกรรมกรบริโภค เนื่องจากความเจริญในการผลิตสินค้าและบริการที่มีอยู่มากมาย ทำให้ผู้ผลิตผู้บริโภคต้องพยายามหาความรู้ต่อสินค้าและบริการให้มากขึ้น ทักษะคติ ค่านิยม ความเชื่อต่อการใช้สินค้าและบริการ เช่น ค่านิยมในการใช้ของนอกหรือสินค้าต่างประเทศ ทั้งที่คุณภาพของสินค้าในประเทศก็ทัดเทียมกัน แต่มีราคาถูกกว่าอีกด้วย เช่น โทรทซ์น์ เสื้อผ้า เป็นต้น จากค่านิยมความเชื่อดังกล่าวนี้เองก็อาจทำให้พฤติกรรมกรบริโภคสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไป ราคา สินค้าและบริการที่มีราคาถูก อาจจะได้รับค่านิยมในกลุ่มบุคคลที่มีรายได้น้อย แต่สินค้าและบริการที่มีราคาแพง ก็อาจจะได้รับค่านิยมในกลุ่มบุคคลที่นิยมใช้สินค้าและบริการที่มีราคาแพง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าและบริการทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ ป้ายโฆษณาก่อให้เกิดการมีพฤติกรรมกรบริโภคที่ไม่เหมาะสมได้ เวลา เนื่องจากความเร่งรีบในการประกอบอาชีพการทำงาน ทำให้มีเวลาในการเลือกซื้อสินค้าและบริการมีน้อย ความสะดวกรวดเร็วจึงเป็นที่สนองความต้องการของผู้บริโภค ทำให้พฤติกรรมกรของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป และความต้องการของผู้บริโภคมีมากกว่าผลิตภัณฑ์และบริการ

ในปัจจุบันพบว่า วัยรุ่นมีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากวัยรุ่นได้รับอิทธิพลจากความเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม วัฒนธรรม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สภาพวิถีชีวิตของครอบครัว เพื่อน สังคม และสภาพแวดล้อม การแข่งขันกับเวลาในการศึกษาหาความรู้ จึงทำให้วัยรุ่นมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาของกลุ่มเด็กวัยรุ่น ซึ่งจะมีการใช้จ่ายเงินฟุ่มเฟือย ในเรื่องของข้าวของเครื่องใช้ที่ไม่จำเป็นหรือซื้อของราคาแพง เช่น มีของใช้ที่มียี่ห้อราคาแพงๆ มีเครื่องประดับในตัวมากมาย แล้วในที่สุดก็จะเบื่อง่าย ไม่รักษาข้าวของ ไม่ได้เห็นคุณค่าของของที่ซื้อมา ไม่ดูแลทะนุถนอมเมื่อของเสียหรือหายก็ซื้อใหม่และไม่สามารถที่จะมีความยั้งคิดหรือจัดการกับเรื่องการใช้เงินได้ ในเด็กเล็กอาจจะเห็นลักษณะอย่างนี้บ้างแต่ไม่มากนักเนื่องจากว่าสิ่งที่เด็กสนใจราคายังไม่สูงมาก แต่ในเด็กวัยรุ่นของที่เด็กชอบหรือที่เด็กนิยมมักจะมีราคาแพงมาก การที่เด็กมีค่านิยมเช่นนี้ ทำให้เกิดผลกระทบกับตัวเด็กเองและปัญหาทางสังคมตามมา โดยเฉพาะนักศึกษาในมหาวิทยาลัยก็ต้องพึ่งพิงพ่อแม่ ผู้ปกครองของตนเองอยู่ในเรื่องค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าเทอม ค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายส่วนตัว นักศึกษาที่ยังไม่สามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้ในเรื่องของรายได้แต่กับพบว่าค่าใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือยของนักศึกษามีมากขึ้น มีการใช้จ่ายโดยไม่ไตร่ตรอง ความจำเป็นหรือความสำคัญของสิ่งที่ต้องการอยากได้ ด้วยเหตุนี้และปรากฏการณ์ที่พบเห็นทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

### ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
3. ขอบเขตด้านประชากร นักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้นำไปเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักศึกษา
2. ข้อมูลที่ได้นำไปเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอนเพื่อที่จะลดค่านิยมในส่วนที่ไม่ดีให้กับนักศึกษา
3. ข้อมูลที่ได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับพฤติกรรมของนักศึกษาโดยผ่านโครงการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อที่จะลดพฤติกรรมที่ฟุ่มเฟือยหรือค่านิยมที่ไม่ดี

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ค่านิยม** หมายถึง ปัจจัยที่เป็นอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของนักศึกษาที่เป็นตัวกำกับหรือควบคุมพฤติกรรมของนักศึกษาที่อยู่ในสังคมนั้น ๆ

**พฤติกรรมการบริโภค** หมายถึง การแสดงออกในเชิงกิจกรรม ที่เกิดขึ้นในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค

**นักศึกษา** หมายถึง บุคคลทั้งหญิงและชายที่ศึกษาที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1-4

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค** หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลส่งผลต่อการบริโภคของนักศึกษา โดยการศึกษาครั้งนี้มีปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคม บุคคล และจิตวิทยา

**วัฒนธรรม** หมายถึง เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลได้

**สังคม** หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

**บุคคล** หมายถึง การตัดสินใจของผู้ซื้อ ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

**จิตวิทยา** หมายถึง การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า