

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131



รายงานการวิจัย

เรื่อง

พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในภาคตะวันออก

Consumer Behavior in Accordance with Sufficiency Economy
Philosophy of University Students in the Eastern Region

โดย

เขมมารี รัชชชุชีพ

เริ่มพิมพ์

600251643

- 9 ส.ค. 2561

๔๖ ๖.ค. ๒๖๐๑

378449

สนับสนุนโดยทุนอุดหนุนการวิจัย
คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤศจิกายน 2560

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หลายฝ่าย ซึ่งผู้วิจัยขอแสดงกิตติกรรมประกาศไว้ ณ ที่นี้ ดังนี้

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่เรือตรี ดร. เอกวิทย์ มณีธร คณบดีคณะรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ได้กรุณาให้การสนับสนุนทุนในการวิจัย รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆ ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทรงศักดิ์ จันทร์อุดม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาเขตบางพระ อาจารย์ยุบุญ พงษ์ไพสิลิน คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออกเฉียงเหนือ วิทยาเขตจันทบุรี และอธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ที่ได้ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยภาคสนาม ทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูลสำหรับการวิจัย รวมทั้งขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ได้มีส่วนร่วมในการประสานงานทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัย

ตุลาคม 2560

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง และ 3) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านพอประมาณมีคะแนนสูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณธรรม ด้านมีเหตุผล ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี และด้านความรู้ ตามลำดับ 2) นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงมีพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพมากที่สุด รองลงมาเป็นการบริโภคแบบเน้นราคา การบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้า แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง แบบสับสน แบบตามแฟชั่น และแบบตามใจตนเอง ตามลำดับ 3) หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง โดยประเด็นย่อยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และคุณธรรม

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค, ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

Abstract

This study aimed 1) to study the Sufficiency economy philosophy of university students in the Eastern region, 2) to study the consumer behavior of university students in the Eastern region, and 3) to study the problems, obstacles, and recommendations for the consumer behavior in accordance with Sufficiency economy philosophy of university students in the Eastern region.

The study populations were university students in the Eastern region where the sample group in this study were 400 of university students in the Eastern region. The simple random sampling was used and the questionnaire was applied for data collection. Data analysis was done using frequency, percentage, average, standard deviation and multiple regression analysis.

It was found from the results that 1) overall the sufficiency economy philosophy among university students in the Eastern region was at highest level by the highest score was on sufficiency, morality, reasonable, good immune system and competency respectively. 2) University students in the Eastern region had most quality-oriented consumer behavior, second by price-oriented, brand loyalty consumption, pleasure-oriented, brand-oriented, reputation, confusion, fashion and self-spoiled respectively. 3) Sufficiency economy philosophy had influenced on quality-oriented consumer behavior of university students in the Eastern region. The sub issues with the influences on the quality-oriented consumer behavior of university students in the Eastern region were sufficiency, reasonable and morality.

Keywords : Consumer behavior, Sufficiency Economy Philosophy

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย	7
สมมติฐานการวิจัย	7
คำถามการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง	9
ทฤษฎีเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่และประสานความมั่นคงเศรษฐกิจ	37
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	45
ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง	69
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	72
กรอบแนวคิดในการวิจัย	88
3 ค่านิยม ทักษะคิด และความพึงพอใจในงาน	89
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	89
เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล	89
การทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม	91
การเก็บรวบรวมข้อมูล	91
การวิเคราะห์ข้อมูล	92

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการศึกษา.....	93
ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป	93
ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโศคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง.....	95
ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมกรรมการบริโศคตามหลัก ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง	101
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	121
สรุปผลการศึกษา.....	121
อภิปรายผลการศึกษา	124
ข้อเสนอแนะ	130
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก	135
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม)	136
ภาคผนวก ข หนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล.....	144
ประวัติผู้เขียน	148

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	93
4-2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	94
4-3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	94
4-4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	94
4-5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา.....	95
4-6 สรุปผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในภาคตะวันออกเฉียง.....	96
4-7 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ด้านพอประมาณ	97
4-8 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ด้านมีเหตุผล.....	98
4-9 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี.....	99
4-10 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ด้านความรู้.....	100
4-11 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ด้านคุณธรรม.....	101
4-12 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง.....	102
4-13 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบเน้นคุณภาพ	103
4-14 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง	104
4-15 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบตามแฟชั่น.....	105
4-16 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน.....	105
4-17 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบตามใจตนเอง.....	106
4-18 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบเน้นราคา.....	107
4-19 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบสับสน	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-20	ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้า..... 108
4-21	อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้น คุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง..... 109
4-22	อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตรา สินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง..... 110
4-23	อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่น ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง..... 112
4-24	อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้น ความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง..... 113
4-25	อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจ ตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง..... 114
4-26	อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคา ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง..... 116
4-27	อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง..... 117
4-28	อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อ ตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง..... 118

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2-1 คุณลักษณะ เงื่อนไข และจุดหมายในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.....	13
2-2 การผลิตและบริการอย่างพอเพียงในทางธุรกิจ	25
2-3 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.....	31
2-4 ขั้นตอนการพัฒนาด้านการเกษตรกรทฤษฎีใหม่ของชุมชน	45
2-5 ตัวอย่างการจัดประเภท.....	46
2-6 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ.....	53
2-7 ทฤษฎีความคาดหวัง.....	54
2-8 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	88

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้ได้รับการเชิดชูจากองค์การสหประชาชาติ ว่าเป็นปรัชญาที่มีประโยชน์ต่อประเทศไทยและนานาประเทศ และสนับสนุนให้ประเทศสมาชิกยึดเป็นแนวทางสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน โดยมีนักวิชาการและนักเศรษฐศาสตร์หลายคนเห็นด้วยกับแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง แต่ในขณะเดียวกัน บางสื่อตั้งคำถามถึงการยกย่องขององค์การสหประชาชาติ รวมทั้งความน่าเชื่อถือของรายงานศึกษาและท่าทีขององค์การ

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่เป็นแนวคิด หลักการ และแนวทางปฏิบัติตนของแต่ละบุคคล และองค์กรทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน และระดับประเทศทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยคำนึงถึงความพอประมาณกับศักยภาพตนเองและสภาวะแวดล้อม ความมีเหตุผลและการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวเอง โดยใช้ความรู้อย่างถูกหลักวิชาการด้วยความรอบคอบและระมัดระวังควบคู่ไปกับการมีคุณธรรม ไม่เบียดเบียนกัน แบ่งปันช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และร่วมมือปรองดองกันในสังคม ซึ่งนำไปสู่ความสามัคคี การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ได้พอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่ต้องมีระบบคุ้มกันตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบและความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน และการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน มีความเพียรพยายาม มีสติปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และกว้างขวางทั้งทางด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

เศรษฐกิจ (Economy) นั้น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 นิยามว่า “งานอันเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน”

เศรษฐกิจยังอาจอธิบายได้ว่า เป็นเครือข่ายจำกัดโดยพื้นที่และเครือข่ายสังคมที่ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการตามอุปสงค์และอุปทาน ระหว่างผู้มีส่วน โดยการแลกเปลี่ยนหรือสื่อกลางการแลกเปลี่ยนด้วยมูลค่าเครดิตหรือเดบิตที่ยอมรับกันภายในเครือข่าย

เศรษฐกิจหนึ่ง ๆ เป็นผลมาจากกระบวนการซึ่งเกี่ยวข้องทั้งวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี ประวัติศาสตร์ และสถาบันสังคม เช่นเดียวกับภูมิศาสตร์ การมีทรัพยากรธรรมชาติ และนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยหลักเหล่านี้ให้บริบทสาร ตลอดจนจัดสภาพและตัวแปรซึ่งเศรษฐกิจทำงานอยู่

ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่ต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำ

วิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน และการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งทางด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง งานอันเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก และการบริโภคใช้สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน ที่มีความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่ต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอนและขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์ สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสมดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

การพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางสายกลาง และความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ตลอดจนใช้ความรู้ ความรอบคอบ และคุณธรรมประกอบการวางแผน การตัดสินใจ และการกระทำ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีหลักการพิจารณา 5 ส่วน ดังนี้

1. กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงชีวิตและการปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทยที่นำไปประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็น การมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤติ เพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนา
2. คุณลักษณะเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน
3. คำนิยามความพอเพียง ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนับเป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อให้ชีวิตดำเนินไปในทางสายกลางที่เหมาะสม สอดคล้องกับวิถีความเป็นอยู่อันเรียบง่ายของคนไทย ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับประชาชนทุกระดับทั้งระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน

องค์กร และระดับประเทศได้ โดยมีคุณลักษณะที่สำคัญดังนี้ ประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ให้นิยามดังนี้

3.1 ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีต่อความจำเป็นและเหมาะสมกับฐานะของตนเอง สังคม สิ่งแวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ไม่มากเกินไป ไม่น้อยเกินไป และต้องไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น (สศช.)

ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น การจะทำอะไรต้องมีความพอดี พอเหมาะ พอควร ต่อความจำเป็น เหมาะสมกับฐานะของตนเอง สภาวะสังคม แวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น และไม่น้อยเกินไปจนกระทั่งไม่เพียงพอที่จะดำเนินการได้ ซึ่งการตัดสินใจว่าในระดับพอประมาณนั้นจะต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบในการวางแผนและตัดสินใจอย่างมีคุณธรรมด้วย เช่น ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ไม่ทำให้สังคมเดือดร้อน ไม่ทำลายธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3.2 ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจดำเนินการเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล ตามหลักวิชาการ หลักกฎหมาย หลักศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมที่ดีงาม คิดถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่างถ้วนถี่ โดยคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ (สศช.)

การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นอย่างรอบคอบ ครบวงจรบนพื้นฐานของความถูกต้อง ความเป็นจริง ตามหลักวิชาการ หลักกฎหมาย หลักศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมที่ดีงาม ทั้งในระยะยาว ทั้งต่อตนเอง ผู้อื่น และส่วนรวม การคิดพิจารณาแยกแยะให้เห็นความเชื่อมโยงของเหตุปัจจัยต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อย่างเป็นระบบจะทำให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาดน้อย การที่จะวางแผนดำเนินการสิ่งใดอย่าง สมเหตุสมผล ต้องอาศัยความรู้ ขยันหมั่นเพียร อดทนที่จะจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ และแสวงหาความรู้ที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ มีความรอบคอบในความคิด พิจารณาตัดสินใจโดยใช้สติปัญญา อย่างเฉลียวฉลาดในทางที่ถูกต้อง

3.3 ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (สศช.)

ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีทำให้สามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันที่ทั้งที่ การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม หรือกล่าวได้ว่าการที่จะทำอะไรอย่างไม่เสี่ยงเกินไป ไม่ประมาท คิดถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ แล้วเตรียมตนเอง เตรียมวิธีการทำงานรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้การทำงานสามารถดำเนินเป็นไปได้อย่างราบรื่นและนำมาซึ่งผลประโยชน์ในระยะยาวและความสุขที่ยั่งยืน

4. เงื่อนไข คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้อธิบายเงื่อนไข การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียง ต้องอาศัยทั้ง 3 เงื่อนไข อันประกอบด้วยเงื่อนไขคุณธรรม เงื่อนไขหลักวิชา และเงื่อนไขชีวิตเป็นพื้นฐาน ซึ่งเดิมมี 2 เงื่อนไข คือ เงื่อนไขคุณธรรม และเงื่อนไขความรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 เงื่อนไขคุณธรรม เสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติให้มีความซื่อสัตย์สุจริต รู้รักสามัคคี ไมโลภ ไม่ตระหนี่ และรู้จักแบ่งปันให้ผู้อื่น

เงื่อนไขคุณธรรม หมายถึง เครื่องอาศัยของการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปอย่างดีงาม ประกอบด้วยความซื่อสัตย์สุจริต คือ ความประพฤติชอบ มีการพูดและการกระทำที่ตรงต่อหน้าที่ การงาน ต่อตนเองและต่อผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง มีเจตนาบริสุทธิ์ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง และไม่เอาเปรียบ เอาเปรียบ มีความอดทน มีความเพียร คือ ความบากบั่น ความกล้าแข็ง มีความหนักแน่น ไม่ท้อถอย ทำให้การดำเนินงานรุดหน้าเรื่อยไปจนประสบผลสำเร็จ และความรอบคอบระมัดระวัง คือ การพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในทุกแง่มุมก่อนที่จะดำเนินงานเพื่อมิให้เกิดความผเอโรและพลังพลาด

4.2 เงื่อนไขหลักวิชา หรือความรู้ ต้องอาศัยความรู้ รอบคอบและระมัดระวัง อย่างยิ่ง ในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้วางแผนและดำเนินการทุกขั้นตอน โดยความรู้เกี่ยวกับ วิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้ เชื่อมโยงกันเพื่อประกอบการวางแผนและความระมัดระวังในชั้นปฏิบัติ

เงื่อนไขความรู้ หมายถึง เครื่องอาศัยของการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปอย่างถูกต้อง ประกอบด้วย ความรอบรู้ คือความรู้ลึกในงานที่ทำและความรู้กว้างในสภาวะแวดล้อมและ สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ ความระลึกรู้ (สติ) คือ การยังคิดพิจารณาและรู้ทันสภาวะการณ์ ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะกระทำการใด ๆ และความรู้ชัด (ปัญญา) คือ การเห็นและเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้อย่าง กระจ่างชัด ถูกต้องตามเหตุตามผลและตามจริง

4.3 เงื่อนไขชีวิต ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน มีความเพียร มีสติและปัญญา บริหาร จัดการการใช้ชีวิตโดยใช้หลักวิชาและคุณธรรมเป็นแนวทางพื้นฐาน

5. แนวทางการปฏิบัติ/ ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ไปประยุกต์ใช้ คือการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 37-42)

การบริโภคนับว่าเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ทุกคนกระทำเป็นประจำทุกวัน นับตั้งแต่วันแรก ที่เกิดมาจนกระทั่งวันสุดท้ายของชีวิต และเกิดขึ้นตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงของการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน เมื่อตื่นขึ้นมาในตอนเช้า บุคคลแต่ละคนเริ่มการบริโภคนับตั้งแต่ทำสัมผัสกับพื้น หลังจากนั้นกิจกรรม การบริโภคที่หลากหลายก็ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง จวบจนถึงเวลาเข้านอนอีกครั้งหนึ่ง (Holbrook, 1985) การบริโภคของมนุษย์ครอบคลุมตั้งแต่สินค้าหรือบริการที่มีราคาไม่กี่บาท จนถึงสินค้าหรือ บริการที่มีราคาแพง และครอบคลุมสิ่งต่าง ๆ หลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่จำเป็นสำหรับการ มีชีวิต อาทิ อาหาร น้ำ ยารักษาโรค และเสื้อผ้า จนถึงสินค้าฟุ่มเฟือยต่าง ๆ การบริโภคจึงนับได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทุกคน และอาจกล่าวได้ว่ารายจ่าย ส่วนใหญ่ของแต่ละ บุคคลเป็นเรื่องเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ในประเทศไทยการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2550 พบว่าครัวเรือนทั่วประเทศมีรายได้ เฉลี่ยเดือนละ 18,660 บาท และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 14,500 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 77.7 ของรายได้ โดยค่าใช้จ่ายสูงสุดเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 33.0) รองลงมาเป็นค่าที่อยู่อาศัย และเครื่องใช้ภายในบ้าน (ร้อยละ 20.1) ค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางและยานพาหนะ (ร้อยละ 18.2) และค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล/ เครื่องนุ่งห่ม/ รองเท้า (ร้อยละ 5.6) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551)

ดังนั้น การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้ทราบว่าผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการอย่างไร มีการใช้สินค้าหรือบริการในลักษณะใด และในปริมาณหรือความถี่มากน้อยเพียงไร นอกจากนี้ยังทำให้ทราบว่า มีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของบุคคล องค์ความรู้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคจึงมีประโยชน์ทั้งต่อตัวผู้บริโภค ต่อผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ให้บริการ และต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน (Solomon, 2009) พฤติกรรมเหล่านี้สามารถอธิบายโดยละเอียดได้ดังนี้

การตัดสินใจเลือก หมายถึง พฤติกรรมและกระบวนการทางจิตใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยครอบคลุมพฤติกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกต่าง ๆ และการตัดสินใจซื้อ

การซื้อ หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการ ตั้งแต่การเลือกแหล่งที่จะซื้อและวิธีการจ่ายเงินค่าสินค้าหรือบริการ

การใช้ หมายถึง การที่ผู้บริโภคนำสินค้ามาใช้ประโยชน์ตามที่มุ่งหวัง หรือการรับบริการจากองค์การธุรกิจ

การกำจัดส่วนที่เหลือ หมายถึง การนำส่วนที่เหลือของผลิตภัณฑ์ไปกำจัดทิ้ง โดยอาจกระทำในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทิ้งในถังขยะ การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) การนำไปผลิตใหม่ (Recycle)

การศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 4 ประการ ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อบรรยายพฤติกรรม (Describe) คือ การบรรยายว่ามีพฤติกรรมอะไรเกิดขึ้นและมีลักษณะอย่างไร
2. เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรม (Understand) นอกจากจะสามารถบรรยายพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้แล้ว นักวิชาการยังต้องการทราบถึงสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมเหล่านั้นอีกด้วย
3. เพื่อทำนายพฤติกรรม (Predict) ความเข้าใจถึงสาเหตุและเงื่อนไขต่าง ๆ ของการเกิดพฤติกรรมแล้ว ทำให้นักวิชาการสามารถสรุปกฎเกณฑ์หรือสร้างทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน และสามารถนำไปสู่การทำนายพฤติกรรมในอนาคต
4. เพื่อควบคุมพฤติกรรม (Control) การควบคุมในที่นี้มีได้หมายถึงการครอบงำหรือบังคับการกระทำของบุคคลอื่น แต่หมายถึงการสร้าง จัดกระทำ หรือเปลี่ยนแปลงสถานะบางประการโดยอาศัยความรู้หรือทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับแล้ว เพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์ที่น่าปรารถนา หรือเพื่อป้องกันมิให้เกิดผลลัพธ์ที่ไม่พึงปรารถนา

เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ที่ได้รับอิทธิพลต่าง ๆ ทั้งจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งอยู่ภายในตัวบุคคลและปัจจัยภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้น การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ต่าง ๆ จากศาสตร์หลากหลายสาขา เช่น จิตวิทยา (Psychology) สังคมวิทยา (Sociology) และมานุษยวิทยา

(Anthropology) ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่าศาสตร์ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นผลจากการผสมผสานองค์ความรู้หลากหลายสาขาเข้าด้วยกัน

นักวิชาการได้จำแนกผู้บริโภคออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ผู้บริโภคที่เป็นบุคคล (Personal consumer) และผู้บริโภคที่เป็นองค์กร (Organizational consumer) (Schiffman & Kanuk, 2007) โดยผู้บริโภคที่เป็นบุคคลจะซื้อสินค้าและบริการเพื่อใช้เอง หรือเพื่อใช้ภายในครัวเรือน หรืออาจซื้อเพื่อเป็นของขวัญสำหรับผู้อื่นในโอกาสต่าง ๆ การบริโภคในลักษณะนี้จะมีผู้บริโภคที่เป็นบุคคลเป็นผู้บริโภคคนสุดท้ายเสมอ (End users or ultimate consumers) ส่วนผู้บริโภคที่เป็นองค์กรอาจเป็นองค์กรที่มุ่งหวังกำไรหรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร องค์กรของรัฐ และสถาบันต่าง ๆ องค์กรเหล่านี้มีการซื้อสินค้า เครื่องมือ อุปกรณ์และบริการต่าง ๆ เพื่อใช้ในการดำเนินงาน เช่น การซื้อวัตถุดิบและส่วนประกอบต่าง ๆ เพื่อใช้ในการผลิตสินค้า ส่วนองค์กรที่ให้บริการก็อาจซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการให้บริการ ส่วนองค์กรของรัฐก็อาจซื้อวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้บริการแก่ประชาชน

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกการซื้อ การใช้ รวมทั้งการกำจัดสินค้าหรือบริการเหล่านั้นภายหลังการบริโภคแล้ว อย่างไรก็ตามอาจมีบุคคลหลายคนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริโภคดีังกล่าว และแต่ละคนก็อาจมีบทบาทที่แตกต่างกันไป โดยอาจจำแนกบทบาทต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) คือบุคคลที่รับรู้ถึงความจำเป็นหรือความต้องการ เป็นผู้ริเริ่มหรือเสนอความคิดเกี่ยวกับความต้องการสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) คือบุคคลที่แสดงออกจะโดยตั้งใจหรือไม่ได้ตั้งใจก็ตาม แต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกการซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการต่าง ๆ
3. ผู้ตัดสินใจ (Decider) คือบุคคลที่ตัดสินใจหรือมีส่วนในการตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร และซื้อที่ไหน
4. ผู้ซื้อ (Purchaser) คือบุคคลที่เป็นผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ โดยที่ตนเองอาจไม่ได้เป็นผู้ใช้
5. ผู้ใช้ (User) คือบุคคลที่ใช้สินค้าหรือบริการโดยตรง โดยอาจไม่ได้เป็นผู้ซื้อก็ได้

บทบาทที่แตกต่างกันดังกล่าวในกระบวนการการบริโภค อาจจะได้เห็นได้จากตัวอย่าง เช่นในครอบครัวหนึ่ง ลูกสาวคนโตเป็นผู้ริเริ่มนำเสนอความคิดว่า ควรจะสมัครเป็นสมาชิกเคเบิลทีวีเพื่อรับชมรายการต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย ส่วนลูกชายคนรองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยให้เหตุผลชักจูงทุกคน ในที่สุดพ่อเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะซื้อบริการเคเบิลทีวี และแม่แสดงบทบาทเป็นผู้ซื้อ ส่วนผู้ใช้ในกรณีนี้อาจจะเป็นสมาชิกทุกคนในครอบครัว โดยแต่ละคนอาจเลือกชมรายการเฉพาะที่ตนเองให้ความสนใจ (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 5-9)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการปรับใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในกลุ่มนักศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ดังนี้

1.1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ในด้านต่าง ๆ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านพอประมาณ
- 2) ด้านมีเหตุผล
- 3) ด้านมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี
- 4) ด้านความรู้
- 5) ด้านคุณธรรม

1.2 พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ในด้านต่าง ๆ จำนวน 8 ด้าน ได้แก่

- 1) แบบเน้นคุณภาพ (Quality consciousness)
- 2) แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand consciousness)
- 3) แบบตามแฟชั่น (Fashion consciousness)
- 4) แบบเน้นความสุข/ ความเพลิดเพลิน (Hedonistic/ recreation consciousness)

- 5) แบบตามใจตนเอง (Impulse consciousness)
- 6) แบบเน้นราคา (Price consciousness)
- 7) แบบสับสน (Confusion by overchoice)
- 8) แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า (Habit/ brand loyalty)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ จะศึกษาเฉพาะพื้นที่มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

3. ขอบเขตด้านเวลา ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนมกราคม 2560 – ธันวาคม 2560

สมมติฐาน

1. ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

2. ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

คำถามการวิจัย

พฤติกรรมกรรมการบริหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง เป็นไปตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงหรือไม่

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวทางการดำรงชีวิต และปฏิบัติตนของประชาชนทุกระดับ ตั้งแต่ครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการดำรงชีวิตประจำวัน การพัฒนาและบริหารประเทศ ให้ดำเนินไปในทางสายกลางโดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ก้าวหน้าต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก

2. เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เศรษฐกิจที่สามารถอุ้มชูตัวเองได้ให้มีความพอเพียงกับตัวเอง (Self Sufficiency) อยู่ได้โดยไม่สร้างความเดือดร้อนให้ตนเองและผู้อื่น ซึ่งต้องสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของตนเองให้ดีเสียก่อนมีความพอกินพอใช้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าและฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศได้

3. พฤติกรรมการบริหาร หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริหารในการตัดสินใจ และแสดงออกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มาบริโภคเพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงระดับพฤติกรรมกรรมการบริหารตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง
2. เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการวิจัยมาปรับพฤติกรรมกรรมการบริหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยให้ดีขึ้น
3. เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินชีวิตอย่างมีเหตุผลของนักศึกษามหาวิทยาลัย
4. เพื่อนำผลที่ได้มาปรับใช้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายของนักศึกษามหาวิทยาลัย
5. เพื่อนำผลที่ได้มาปรับใช้ชีวิตความเป็นอยู่อย่างง่าย ๆ

บทที่ 2

วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง“พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก” มีนักทฤษฎี นักวิชาการ และนักปกครองหลายท่านได้ศึกษาและให้ทัศนะไว้มากมาย ในที่นี้จะได้นำเสนอแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่และประสานความมั่นคงเศรษฐกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชได้พัฒนาหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อที่จะให้พสกนิกรชาวไทยได้เข้าถึงทางสายกลางของชีวิตและเพื่อคงไว้ซึ่งทฤษฎีของการพัฒนาที่ยั่งยืน ทฤษฎีนี้เป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตซึ่งอยู่ระหว่างสังคมระดับท้องถิ่นและตลาดระดับสากล จุดเด่นของแนวปรัชญานี้คือแนวทางที่สมดุล โดยชาติสามารถทันสมัยและก้าวสู่ความเป็นสากลได้โดยปราศจากการต่อต้านกระแสโลกาภิวัตน์ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความสำคัญในช่วงปี พ.ศ. 2540 เมื่อปีที่ประเทศไทยต้องการรักษาความมั่นคงและเสถียรภาพเพื่อที่จะยืนหยัดในการพึ่งตนเองและพัฒนานโยบายที่สำคัญเพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศโดยการสร้างแนวคิดเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองได้ ซึ่งคนไทยจะสามารถเลี้ยงชีพโดยอยู่บนพื้นฐานของความพอเพียงพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 มีพระราชดำริว่า “มันไม่ได้มีความจำเป็นที่เราจะกลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NIC)” พระองค์ได้ทรงอธิบายว่า ความพอเพียงและการพึ่งตนเอง คือทางสายกลางที่จะป้องกันการเปลี่ยนแปลงความไม่มั่นคงของประเทศได้

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่ชี้แนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมีพระราชดำรัสแก่พสกนิกรชาวไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 มีใจความว่า ...การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐาน คือความพอมี พอกิน พอใช้ ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและใช้อุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อได้พื้นฐานมั่นคงพร้อมพอควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับต่อไป... และนับจากนั้นเป็นต้นมา พระองค์ได้ทรงเน้นย้ำถึงแนวทางการพัฒนาหลักแนวคิดพึ่งตนเองเพื่อให้เกิดความพอมี พอกิน พอใช้ ของคนส่วนใหญ่ โดยใช้หลักความพอประมาณ การคำนึงถึงความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ตลอดจนทรงเตือนสติ

ปวงชนชาวไทยไม่ให้ประมาท มีความตระหนักถึงการพัฒนาอย่างเป็นขั้นเป็นตอนที่ถูกต้องตามหลักวิชา และการมีคุณธรรมเป็นกรอบในการปฏิบัติและการดำรงชีวิต

เศรษฐกิจพอเพียงถูกพูดถึงอย่างชัดเจนในวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขวิกฤตการณ์ทางการเงินในเอเชีย พ.ศ. 2540 ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในกระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยในปี พ.ศ.2540 ประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ นับว่าเป็นบทเรียนของการพัฒนาที่ไม่สมดุลและไม่มีเสถียรภาพ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนส่วนใหญ่ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ไม่ได้คำนึงถึงระดับความเหมาะสมกับศักยภาพของประเทศ หรือความพร้อมของคนและระบบและอีกส่วนหนึ่งนั้น การหวังพึ่งพิงจากต่างประเทศมากเกินไปทั้งในด้านความรู้ เงินลงทุน หรือตลาด โดยไม่ได้เตรียมสร้างพื้นฐานภายในประเทศให้มีความมั่นคงและเข้มแข็ง หรือสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีเพื่อให้สามารถพร้อมรับความเสี่ยงจากความผันผวนเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายในและภายนอก บทเรียนจากการพัฒนาที่ผ่านมาทำให้ประชาชนคนไทยทุกระดับในทุกภาคส่วนของสังคม ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม นักวิชาการ หันกลับมาทบทวนแนวทางการพัฒนาและการดำเนินชีวิตของคนในชาติแล้วมุ่งให้ความสำคัญกับพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ในเรื่องการพัฒนาและการดำเนินชีวิตแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง และศึกษาค้นคว้า พัฒนาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงทั้งในเชิงกรอบแนวคิดทางทฤษฎีและใช้เป็นแนวในการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานต่าง ๆ ในทางเศรษฐกิจและสาขาอื่น ๆ มาร่วมกันพิจารณา กลั่นกรอง พระราชดำรัสเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ที่ได้พระราชทานแก่ปวงชนชาวไทยในโอกาสต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงแล้วสรุปเป็นนิยามความหมายปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อบรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 และได้จัดทำเป็นบทความเรื่อง “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และโดยทรงพระกรุณาปรับปรุงแก้ไขพระราชทาน และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำบทความที่ทรงแก้ไขแล้วไปเผยแพร่ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนโดยทั่วไป เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542

และได้อัญเชิญเป็นปรัชญานำทางในการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) และฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) และฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนทุกระดับและทุกภาคส่วนของสังคมมีความเข้าใจในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและนำไปเป็นพื้นฐานและแนวทางในการดำเนินชีวิตอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน ประชาชนมีความเป็นอยู่ร่มเย็นเป็นสุข สังคมมีความเข้มแข็ง และประเทศชาติมีความมั่นคง

เศรษฐกิจพอเพียงมีบทบาทต่อการกำหนดอุดมการณ์การพัฒนาของประเทศ โดยปัญญาชนในสังคมไทยหลายท่านได้ร่วมแสดงความคิดเห็น อย่างเช่น ศาสตราจารย์ นพ.ประเวศ วะสี, ศาสตราจารย์ เสน่ห์ จามริก, ศาสตราจารย์ อภิชาติ พันธ์เสน และศาสตราจารย์ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา โดยเชื่อมโยงแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเข้ากับวัฒนธรรมชุมชน ซึ่งเคยถูกเสนอมาก่อนหน้า

โดยองค์กรนอกภาครัฐจำนวนหนึ่ง นับตั้งแต่พุทธทศวรรษ 2520 และได้ช่วยหาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในสังคมไทย (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 36-37)

ความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียง

1. ความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อประชาชน มีดังนี้
 - 1.1 เกิดแนวคิดที่มุ่งเน้นพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ที่มีอยู่ในตัวเองเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อตนเอง ครอบครัว และชุมชนซึ่งจะทำให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างยั่งยืน
 - 1.2 ทำให้มีความเข้มแข็งในจิตใจ โดยยึดหลักการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก เมื่อพึ่งตนเองได้แล้วทำให้จิตใจสงบเข้มแข็ง ไม่วิตกกังวล
 - 1.3 เกิดความร่วมมือ ความกระตือรือร้น ความสามัคคีในชุมชน และประเทศชาติ
 - 1.4 เกิดการมีส่วนร่วม คิดวิเคราะห์ แก้ปัญหาาร่วมกัน
 - 1.5 ทำให้มีความเป็นอยู่ พอดี พอกิน ลดปัญหาความยากจน
2. ความสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียงต่อการพัฒนาประเทศและพัฒนาคน ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศและพัฒนาคน ดังนี้
 - 2.1 เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับการขจัดความยากจนและการลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ
 - 2.2 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นพื้นฐานของการสร้างพลังอำนาจของชุมชนและการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้เข้มแข็งเพื่อเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศ
 - 2.3 เศรษฐกิจพอเพียงช่วยยกระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทด้วยการสร้างข้อปฏิบัติในการทำธุรกิจที่เน้นผลกำไรระยะยาวในบริบทที่มีการแข่งขัน
 - 2.4 หลักการเศรษฐกิจพอเพียงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการปรับปรุงมาตรฐานของธรรมาภิบาลในการบริหารงานภาครัฐ
 - 2.5 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของชาติเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันต่อสถานการณ์ที่เข้ามากระทบโดยฉับพลัน เพื่อปรับปรุงนโยบายต่าง ๆ ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น และเพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการเติบโตที่เสมอภาคและยั่งยืน
 - 2.6 ในการปลูกฝังจิตสำนึกพอเพียงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนค่านิยม และความคิดของคนเพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาคน
 - 2.7 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงช่วยให้มนุษย์มีความพออยู่ พอกิน พอใช้ พึ่งตนเองได้ และมีความสุขตามอัตภาพ
 - 2.8 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงช่วยให้มนุษย์อยู่ร่วมกันกับผู้อื่นตลอดจนเสรีภาพในสังคมได้อย่างสันติสุข ไม่เบียดเบียน ไม่เอารัดเอาเปรียบ แบ่งปัน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีจิตเมตตาและจิตสาธารณะ
 - 2.9 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงช่วยให้มนุษย์อยู่ร่วมกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน โดยไม่ทำลาย เห็นคุณค่าและมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.10 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงช่วยให้มนุษย์อยู่อย่างมีรากเหง้าทางวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา ค่านิยม และเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล/ สังคม

ระดับของเศรษฐกิจพอเพียง

จนถึงวันนี้ ความเข้าใจในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับคนกลุ่มหนึ่ง ก็ยังเข้าใจว่าพอเพียงคือการพึ่งตนเอง ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า Self-sufficiency แต่คำว่า พอเพียง ในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งตรงกับคำว่า Sufficiency Economy นั้น มีความหมายกว้างกว่าแค่การพึ่งตนเองได้ เศรษฐกิจพอเพียงในระดับที่เลี้ยงตัวเองได้บนพื้นฐานของความประหยัดและการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เรียกว่าเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน ส่วนเศรษฐกิจพอเพียงในระดับที่มีการรวมตัวกัน เพื่อร่วมกันดำเนินงานในเรื่องต่าง ๆ มีการสร้างเครือข่ายและการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ โดยประสานความร่วมมือกับภายนอก เรียกว่า เศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ดังนั้น เศรษฐกิจพอเพียงจึงมีใช่แค่เพียงเรื่องของการพึ่งตนเองโดยที่ไม่เกี่ยวข้องกับใคร และมีใช่แค่เรื่องของการประหยัด แต่ยังคงครอบคลุมถึงการข้องเกี่ยวกับผู้อื่น การช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน แท้จริงแล้ว เศรษฐกิจพอเพียงสามารถจำแนกได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่หนึ่ง เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน ที่เน้นความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัว คือ การที่สมาชิกในครอบครัวมีความเป็นอยู่ในลักษณะที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ สามารถสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น ความต้องการในปัจจุบันของตนเองและครอบครัวได้ มีการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน มีความสามัคคีกลมเกลียว และมีความพอเพียงในการดำเนินชีวิตด้วยการประหยัดและการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น จนสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขทั้งทางกายและใจ

2. เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สอง เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ที่เน้นความพอเพียงในระดับกลุ่มหรือองค์กร คือ เมื่อบุคคล/ ครอบครัว มีความพอเพียงในระดับที่หนึ่งแล้ว ก็จะรวมพลังกันในกลุ่มหรือสหกรณ์ เพื่อร่วมกันดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านการผลิต การตลาดความเป็นอยู่ สวัสดิการ การศึกษา สังคมและศาสนา โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยราชการ มูลนิธิ และเอกชน

3. เศรษฐกิจพอเพียงระดับที่สาม เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ที่เน้นความพอเพียงในระดับเครือข่าย คือ เมื่อกลุ่มหรือองค์กร มีความพอเพียงในระดับที่สองแล้ว ก็จะร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพื่อการสร้างเครือข่าย การติดต่อร่วมมือกับธนาคารและบริษัทต่าง ๆ ทั้งในด้าน การลงทุน การผลิต การตลาด การจำหน่าย และการบริหารจัดการ เพื่อการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตทั้งในด้านสวัสดิการ การศึกษา สังคม และศาสนา ให้สมประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย

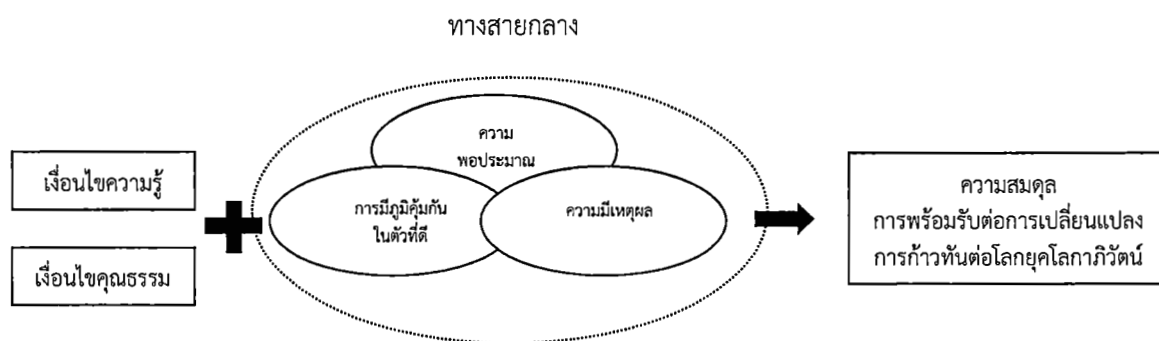
การจำแนกเศรษฐกิจพอเพียงใน 3 ระดับข้างต้น แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาที่เริ่มต้นจากหลักของการพึ่งตนเอง โดยเปลี่ยนจากการพึ่งพาตนเองไม่ได้หรือต้องคอยอาศัยผู้อื่นอยู่ตลอดเวลา (Dependent) เป็นการพัฒนาตนเองให้มีความเข้มแข็ง เป็นอิสระ (Independent) แล้วจึงค่อย ๆ พัฒนาขึ้นมาเป็นการแลกเปลี่ยน การรวมกลุ่มช่วยเหลือกัน จนนำไปสู่การพึ่งพิงอิงกัน (Inter-dependent) สงเคราะห์เกื้อกูลร่วมมือกัน และประสานกับโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

จุดมุ่งหมาย

จากการสังเคราะห์จุดหมายในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ได้ทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยและทรงพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำไปเผยแพร่ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป พบว่ามีอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน ในส่วนที่หนึ่ง ปรากฏอยู่ 2 แห่ง ซึ่งมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ และเพื่อให้พร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี สำหรับในส่วนที่สองคือเพื่อให้สมดุล (ทั้งด้านวัตถุ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม)

จุดหมายส่วนที่หนึ่งในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ว่า “เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์” กับ “เพื่อให้พร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลง” นั้น หากพิจารณาให้ถ่องแท้ จะพบความเกี่ยวโยงสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยในแห่งแรกเป็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายใน เพื่อให้ทันและเข้ากับสิ่งภายนอก ในแห่งที่สองเป็นการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกเพื่อป้องกันไม่ให้สิ่งภายในได้รับความกระทบกระเทือนเสียหาย

จุดหมายของเศรษฐกิจพอเพียง ตามการสังเคราะห์ในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงประกอบด้วย คือ ความสมดุล การพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง และการก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนว่าเศรษฐกิจพอเพียงนั้น มิได้ปฏิเสธกระแสโลกาภิวัตน์ ตรงกันข้าม การดำเนินตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีความมุ่งหมายเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ อีกด้วย



ภาพที่ 2-1 คุณลักษณะ เงินไข และจุดหมายในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
ที่มา : คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2558, หน้า 46)

ด้วยข้อเท็จจริงที่ว่าโลกาภิวัตน์นั้น ก่อให้เกิดผลกระทบได้ทั้งในแง่ดีและในแง่ร้าย คือ มิได้ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในแง่เดียว แต่ในอีกแง่หนึ่งยังทำให้เกิดความเสื่อมถอยตกต่ำทั้งทางด้าน วัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงมุ่งเน้นให้เกิดการพิจารณาอย่างรอบด้าน มีความรอบคอบระมัดระวังในการดำเนินงาน โดยเลือกรับการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบในแง่ดี ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสร้างระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการเปลี่ยนแปลงในแง่ที่ไม่ดีและ

ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ทั้งนี้ เพื่อจำกัดผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ไม่ก่อความเสียหายหรือไม่เป็นอันตรายร้ายแรง ทำให้กิจการยังคงดำเนินต่อไปได้

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการความรู้

พระบรมราชาโชวาท ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันพฤหัสบดีที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 มีดังนี้

การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐาน คือ ความพอเพียงพอกินพอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและใช้อุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตามหลักวิชาเมื่อได้พื้นฐานมั่นคงพร้อมพอควรและปฏิบัติได้แล้วจึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับต่อไป หากมุ่งแต่จะทุ่มเทสร้างความเจริญ ยกเศรษฐกิจขึ้นให้รวดเร็วแต่ประการเดียว โดยไม่ให้แผนปฏิบัติการสัมพันธ์กับสภาวะของประเทศและของประชาชนโดยสอดคล้องด้วย ก็จะเกิดความไม่สมดุลในเรื่องต่าง ๆ ขึ้น ซึ่งอาจกลายเป็นความยุ่งยากล้มเหลวได้ในที่สุด

และมีพระราชกระแสรับสั่งในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงแก่ผู้เข้าเฝ้าถวายพระพรชัยมงคล เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษาแต่พุทธศักราช 2517 ดังนี้

คนอื่นจะว่าอย่างไรก็ช่าง เราจะว่าเมืองไทยล้ำสมัย ว่าเมืองไทยเขย ว่าเมืองไทยไม่มีสิ่งใหม่แต่เราอยู่อย่างพอมีพอกิน และขอให้ทุกคนมีความปรารถนาที่จะให้เมืองไทยอยู่พอกิน มีความสงบช่วยกันรักษาส่วนร่วมให้อยู่ที่พอสมควร ขอย้ำพอกิน พออยู่พอกิน มีความสงบไม่ให้นำคนอื่นมาแย่งคุณสมบัตินอกจากเราได้

และมีพระราชดำรัส “เศรษฐกิจแบบพอเพียง” พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทาน เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 ดังนี้

การจะเป็นเสือนั้นมันไม่สำคัญ สำคัญอยู่ที่เราพออยู่พอกิน และมีเศรษฐกิจการเป็นอยู่แบบพอมีพอกิน แบบพอมีพอกินหมายความว่า อุ่มชูตัวเองได้ ให้มีพอกินพอกินกับตัวเอง และพระราชดำรัสเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 4 ธันวาคม 2541 ดังนี้

...คนเราถ้าพอในความต้องการ ก็มีความโลภน้อย เมื่อมีความโลภน้อย ก็เบียดเบียนคนอื่นน้อย ถ้าทุกประเทศมีความคิด อันนี้ไม่ใช่เศรษฐกิจ มีความคิดว่าทำอะไรต้องพอเพียง หมายความว่าพอประมาณ ไม่สุดโต่ง ไม่โลภอย่างมาก คนเราก็อยู่เป็นสุข...

และพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทานลงในวารสารชัยพัฒนา ฉบับประจำเดือนสิงหาคม 2542

...เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเสมือนรากฐานของชีวิต รากฐานความมั่นคงของแผ่นดิน เปรียบเสมือนเสาเข็มที่ถูกตอกรองรับบ้านเรือนตัวอาคารไว้นั่นเอง สิ่งก่อสร้างจะมั่นคงได้ก็อยู่ที่เสาเข็มแต่คนส่วนมากมองไม่เห็นเสาเข็ม และลืมเสาเข็มเสียด้วยซ้ำไป (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 43-47)

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้ ได้รับการเชิดชูสูงสุด จากองค์การสหประชาชาติ (UN) โดยนายโคฟี อันนัน ในฐานะเลขาธิการองค์การสหประชาชาติ ได้ทูลเกล้าฯ ถวายรางวัล The Human Development Lifetime Achievement Award แก่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อ 26 พฤษภาคม 2549 และได้มีปาฐกถาถึงปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงว่าเป็นปรัชญาที่สามารถเริ่มได้จาก

การสร้างภูมิคุ้มกันในตนเอง สู่หมู่บ้านและสู่เศรษฐกิจในวงกว้างขึ้นในที่สุด เป็นปรัชญาที่มีประโยชน์ต่อประเทศไทยและนานาชาติ โดยที่องค์การสหประชาชาติได้สนับสนุนให้ประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิก 166 ประเทศยึดเป็นแนวทางสู่การพัฒนาประเทศแบบยั่งยืน

แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 นี้ นับว่าเป็นแนวคิดสำคัญที่สุดในการสอนคน ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งคำนิยาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะพร้อม ๆ กัน คือ

1. ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ
2. ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ
3. การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบ และการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล

เงื่อนไข การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน กล่าวคือ

1. เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผนและความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ
2. เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความอดทน มีความพากเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิตแนวทางปฏิบัติ/ ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี

แนวทางการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง

การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคล ระดับชุมชน และระดับประเทศ มีแนวทางดังนี้

ระดับบุคคล

1. รู้จัก “พอ” ไม่เบียดเบียนผู้อื่น
2. พยายามพัฒนาทักษะ ความรู้ ความเข้มแข็งของตนเอง
3. ยึดทางสายกลาง พอใจกับชีวิตที่พอเพียง

ระดับชุมชน

1. รวมกลุ่ม ใช้ภูมิปัญญาของชุมชน
2. เอื้อเฟื้อกัน
3. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ

ระดับประเทศ

1. ชุมชนร่วมมือกัน
2. วางระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง
3. พัฒนาเศรษฐกิจแบบค่อยเป็นค่อยไป เติบโตจากข้างใน

แนวทางการปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง แนวทางการปฏิบัติตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง มีดังนี้

1. ยึดหลักสามพอ พออยู่ พอกิน พอใช้
2. ประหยัด
3. ประกอบอาชีพสุจริต
4. เน้นหาข่าวหาปลาก่อนหาเงินหาทอง
5. ทำมาหากินก่อน ทำมาค้าขาย
6. ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ที่ดิน คินทุนสังคม
7. ตั้งสติมั่นคง ทำงานอย่างรู้ตัวไม่ประมาท
8. ใช้ปัญญาใช้ความรู้แท้
9. รักษาสุขภาพใช้แข็งแรงทั้งกายและใจ

แนวทางการประกอบอาชีพตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

1. ทำงานอย่างผู้รู้ ใช้ปัญญาทำงานอย่างมืออาชีพ
2. อดทนมุ่งมั่น ยึดธรรมและความถูกต้อง
3. อ่อนน้อมถ่อมตน เรียบง่าย ประหยัด
4. มุ่งประโยชน์ของคนส่วนใหญ่เป็นสำคัญ
5. รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
6. ตั้งใจ ขยันหมั่นเพียร
7. สุจริต กตัญญู
8. พึ่งตนเอง ส่งเสริมคนดี และคนเก่ง
9. รักประชาชน (ผู้รับบริการ)
10. เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน

สรุปได้ว่าปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาคนได้ ทั้งการพัฒนาในระดับบุคคล ระดับชุมชน และระดับประเทศ โดยยึดหลัก 3 ท่วง คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว 2 เงื่อนไข คือ เงื่อนไขความรู้ และเงื่อนไขคุณธรรม ซึ่งถ้านำไปปฏิบัติอย่างจริงจังแล้วทุกคนในชาติหรือในระดับโลกจะเป็นบุคคลที่มีจิตสาธารณะ ที่มองเห็นประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็นที่ตั้ง และจะนำมาซึ่งความสงบสุขของคนในสังคม

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการศึกษา

ศ.น.พ.เกษม วัฒนชัย องคมนตรี ประธานในพิธีได้ แสดงปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “เศรษฐกิจพอเพียงกับการศึกษา” เพื่อประโยชน์ต่อ นักเรียน ครู อาจารย์ ผู้บริหารสถานศึกษา บุคลากรทางการศึกษา และประชาชนทั่วไป ว่าปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่พระราชทานให้คนไทยใช้เป็นหลักคิดและหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิต เพื่อให้เกิดสมดุลในชีวิต ในครอบครัว ในโรงเรียน

ในประเทศ โดยตั้งสมมุติฐาน ที่ว่าทุกสิ่งอนิจจัง ทุกสิ่งเปลี่ยนแปลง ทั้งปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงมาจากนอกประเทศ กับในประเทศ นอกโรงเรียนกับในโรงเรียน นอกครอบครัวกับในครอบครัว

แล้วทรงชี้ว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบ 4 ด้านด้วยกัน คือ ด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และทางวัฒนธรรม ผลกระทบทางวัตถุ อาจจะหมายถึงทางเศรษฐกิจทางการเงินก็ได้ ส่วนผลกระทบทางสังคม ให้นึกถึงความเข้มแข็งของโรงเรียนของท่าน ที่ไม่มีเด็กติดยาเสพติดเลย หมายถึง โรงเรียนที่มีคุณภาพสังคมของโรงเรียนเข้มแข็ง หรือพูดถึงครอบครัวครูที่ไม่มีหนี้เลย ก็หมายถึงว่า สังคมครอบครัวเข้มแข็ง ส่วนผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนคือเรื่องความสะอาด ความมีวินัย เช่น การรักษาต้นไม้ การปลูก ต้นไม้ให้เด็กได้ร่มในโรงเรียน ห้องส้วมสะอาด ขณะที่ผลกระทบทางวัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมจากนอกประเทศที่จะเข้ามาทำลายวัฒนธรรมไทย จึงต้องรักษาวัฒนธรรมของเราให้เข้มแข็ง

“คุณธรรม” รากเศรษฐกิจพอเพียง

ภูมิคุ้มกันในตัวเราที่ดีก็คือ Empowerment คือ ทำให้เข้มแข็ง เข้มแข็งทางการเงิน ก็คือว่าครอบครัวต้องมีเงินออม ไม่ใช่มีหนี้ ถ้ามีหนี้ก็คือ เป็นเรื่องของ ความอ่อนแอ แต่ถ้ามีเงินออมมาก ก็เป็นเรื่องของความเข้มแข็ง โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือเรื่องคุณธรรม เพราะการที่คนซื่อโกง เอาเงินไปใช้ แล้วก็ประสบความสำเร็จ ความร่ำรวย ซึ่งผิดกับหลักการดังกล่าว เพราะผิดเงื่อนไข คือ เรื่องคุณธรรม โรงเรียนไหนจะเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ จะต้องไปสร้างคุณธรรมในโรงเรียนก่อน ตั้งแต่ผู้อำนวยการลงไปถึงภารโรง เด็กทุน ครูทุกคนต้องมีคุณธรรม

โรงเรียนต้องพร้อมทำงานหนัก

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสว่า เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาชี้ถึงแนวทางดำรงอยู่และปฏิบัติตน ของประชาชนในทุกๆระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ แต่พระองค์ไม่ได้ทรงต้องการให้เราจนอยู่อย่างนั้นตลอดไป ไม่ใช่ให้เราปิดประเทศ แต่มีคนเข้าใจผิดเยอะมาก เพราะความจริงแล้วเป็นแนวทางปฏิบัติตนสำหรับประชาชนทุกระดับ โดยยึดทางสายกลางให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ไม่ได้บอกว่าให้เราเอาปรัชญานี้ไปใช้แล้วก็หงอย จ้อยอยู่นั่น ตรงกันข้ามต้องกระตือรือร้น ต้องทำงานหนัก ถ้าจะเอาปรัชญานี้ไปใช้ ต้องถามตัวเองก่อนว่าโรงเรียนของท่านพร้อมจะทำงานหนักหรือไม่ (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2541, ออนไลน์)

การจัดการทรัพยากรในการผลิตและบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า

การน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 51)

ทุกคนสามารถนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิตได้ ไม่ใช่เฉพาะในหมู่คนจนหรือเกษตรกรโดยต้องระเบิดจากข้างใน ระเบิดจากข้างในคือการเกิดจิตสำนึก มีความศรัทธาเชื่อมั่นเห็นคุณค่าและนำไปปฏิบัติด้วยตนเองแล้วจึงขยายไปสู่ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

1. ความพอเพียงระดับบุคคลและครอบครัว มุ่งเน้นให้บุคคลและครอบครัวอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขทั้งทางกายและทางใจ พึ่งพาตนเองอย่างเต็มความสามารถ ไม่ทำอะไรเกินตัว ดำเนินชีวิตโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น รวมทั้งใฝ่รู้และมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อความมั่นคงใน

อนาคต และเป็นที่ยังให้ผู้อื่นได้ในที่สุด เช่น หาปัจจัยสี่มาเลี้ยงตนเองและครอบครัวจากการประกอบสัมมาชีพ รู้ข้อมูลรายรับ-รายจ่าย ประหยัด แต่ไม่ใช่ตระหนี่ ลด-ละ-เล็ก อบายมุข สอนให้เด็กรู้จักคุณค่า รู้จักใช้ และรู้จักออมเงินและสิ่งของเครื่องใช้ ดูแลรักษาสุขภาพ มีการแบ่งปันภายในครอบครัว ชุมชน และสังคมาธิ รวมทั้งการรักษาวัดธรรม ประเพณี และการอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม

2. ความพอเพียงระดับชุมชน คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในชุมชนบนหลักของความรู้รักสามัคคี สร้างเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันภายในชุมชนและนอกชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การรวมกลุ่มอาชีพ องค์การการเงินสวัสดิการชุมชน การช่วยดูแลรักษาความสงบความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมทั้งการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน มาสร้างประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างเสริมชุมชนให้มีความเข้มแข็งและมีความเป็นอยู่ที่พอเพียง

3. ความพอเพียงในภาคธุรกิจเอกชน เริ่มจากความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่หวังผลประโยชน์หรือกำไรในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น แสวงหาผลตอบแทนบนพื้นฐานของการแบ่งปัน มุ่งให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรมทั้งลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และพนักงานด้านการขยายธุรกิจต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป รวมทั้งต้องมีความรู้และเข้าใจธุรกิจของตนเอง รู้จักลูกค้า ศึกษาคู่แข่งและเรียนรู้การตลาดอย่างถ่องแท้ ผลิตในสิ่งที่ถนัดและทำตามกำลัง สร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น มีความซื่อสัตย์รับผิดชอบต่อสังคมและป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญต้องสร้างเสริมความรู้และจิตสำนึกให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม

4. ความพอเพียงระดับประเทศ เป็นการบริหารจัดการประเทศ โดยเริ่มจากการวางรากฐานให้ประชาชนส่วนใหญ่อยู่อย่างพอมีพอกินและพึ่งตนเองได้ มีความรู้และคุณธรรมในการดำเนินชีวิต มีการรวมกลุ่มของชุมชนหลาย ๆ แห่งเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ สืบทอดภูมิปัญญา และร่วมกันพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงอย่างรู้รักสามัคคี เสริมสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างชุมชนให้เกิดเป็นสังคมแห่งความพอเพียงในที่สุด

การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในด้านต่าง ๆ

1. ด้านเศรษฐกิจไม่ใช่จ่ายเกินตัว ไม่ลงทุนเกินขนาด คิดและวางแผนอย่างรอบคอบ ภูมิคุ้มกันไม่เสี่ยงเกินไป
 2. ด้านจิตใจ มีจิตใจเข้มแข็ง มีจิตสำนึกที่ดี เอื้ออาทร เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว
 3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รู้รักสามัคคี สร้างความเข้มแข็งให้ครอบครัวและชุมชน รักษาเอกลักษณ์ ภาษาภูมิปัญญา และวัฒนธรรมไทย
 4. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รู้จักใช้และจัดการอย่างฉลาดและรอบคอบฟื้นฟูทรัพยากรเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและคงอยู่ชั่วลูกหลานด้านเทคโนโลยี รู้จักใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการและสภาพแวดล้อมพัฒนาเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาชาวบ้าน
- การน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในทุกภาคส่วนของสังคมอย่างจริงจังจะส่งผลให้การพัฒนาประเทศก้าวหน้าไปอย่างสมดุล มั่นคง และยั่งยืน พร้อมรับต่อการ

เปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านชีวิต เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่ “ความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันสังคมไทย”

ผลิตแบบพอเพียงที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

การผลิตเป็นกระบวนการหนึ่งในบรรดากิจกรรมเพื่อการดำรงชีพของมนุษย์ที่จะต้องดำเนินไปให้สอดคล้องธรรมชาติ มนุษย์จะต้องทำงาน จะต้องมีความชีพ และจะต้องมีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ เพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่สอดคล้องกับกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ เพื่อจะได้ไม่ต้องอยู่อย่างฝืนธรรมชาติและเกิดเป็นความทุกข์ การพิจารณาเรื่องการผลิตนี้มิใช่เป็นเพียงการเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ แต่เป็นการพิจารณาธรรมชาติทั้งปวงที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์

ในทางเศรษฐศาสตร์การผลิต หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งหนึ่งสิ่งใดออกมาหรือทำให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้น ซึ่งเป็นคำนิยามที่ไม่ถูกต้องตามความเป็นจริงแห่งธรรมชาติ แท้ที่จริงแล้ว การผลิต หมายถึง การแปรสภาพสิ่งหนึ่งให้เป็นอีกสิ่งหนึ่ง จากวัตถุดิบอย่างหนึ่งไปเป็นวัตถุดิบอีกอย่างหนึ่ง จากแรงงานอย่างหนึ่งไปเป็นอีกอย่างหนึ่ง สิ่งที่ถูกแปรสภาพ คือ ปัจจัยการผลิต เมื่อผ่านกระบวนการแปรสภาพแล้วเรียกว่า ผลผลิต ซึ่งเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ การแปรสภาพนี้เป็นการทำให้เกิดสภาพใหม่ โดยทำลายสภาพเก่า ดังนั้น ในกระบวนการผลิตมักจะมีการทำลายอยู่ด้วยเสมอ ผู้ที่เป็นเจ้าของกระบวนการผลิตจึงต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต และผลผลิตที่ได้จากกระบวนการผลิตคำว่า “ประสิทธิภาพ” (Efficiency) เป็นการวัดในเชิงปริมาณโดยเทียบระหว่างผลผลิตและทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต ในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ประสิทธิภาพการผลิต เน้นที่การผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตสูงที่สุดเมื่อเทียบกับทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต โดยละเลยการให้ความสำคัญอย่างจริงจังว่าจะใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดหรือไม่ และของเสียที่เกิดขึ้น น้อยที่สุดหรือไม่ เพราะมีข้อสมมติฐานว่า ถ้าผลผลิตต่อทรัพยากรสูงสุด ก็มีความหมายอยู่ในตัวแล้วว่าเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีได้กั่วงวลถึงของเสียที่จะเกิดตามมา ผลก็คืออาจจะมีได้ใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็นจริง ๆ กล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าประสิทธิภาพการผลิตในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก คือการบริหารจัดการกระบวนการผลิตโดยเน้นที่ตัวตั้งของสมการประสิทธิภาพ อันได้แก่ ผลผลิตนั่นเอง

ขณะที่ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีข้อพิจารณาว่า ประสิทธิภาพการผลิตควรเกิดจากความสามารถในการสร้างผลผลิตเมื่อเทียบกับทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต โดยคำนึงถึงการใช้อย่างประหยัดที่สุด ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการเบียดเบียนกันให้น้อยที่สุด และหากในกระบวนการผลิต มีการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็นจริง ๆ แล้วก็มีความหมายในตัวว่าอัตราส่วนของผลผลิตต่อทรัพยากรสูงสุดด้วย กล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ประสิทธิภาพการผลิตในเศรษฐกิจพอเพียงคือการบริหารจัดการกระบวนการผลิตที่เน้นความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร หรือตัวหารในสมการของประสิทธิภาพนั่นเอง

การจัดการประสิทธิภาพการผลิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ในเรื่องทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตนี้ สามารถนำมาใช้เป็นข้อพึงปฏิบัติในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมได้ดี เนื่องจากในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก การใช้ทรัพยากรธรรมชาติโดยมิได้คำนึงว่าทรัพยากรและพลังงานเหล่านี้มีอยู่อย่างจำกัด ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรและพลังงานเกินขีดความสามารถที่จะนำทรัพยากรเหล่านั้นมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ พร้อม ๆ กัน กับสร้างมลภาวะและความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ ซึ่งเป็นต้นเหตุแห่งปัญหา

ของโลกปัจจุบันในหลายเรื่อง เช่น ภาวะโลกร้อน ภูมิอากาศแปรปรวน ไม่เป็นไปตามฤดูกาลนอกจากการวัดในเชิงปริมาณที่ได้เป็นประสิทธิภาพการผลิตแล้ว ยังมีการวัดในเชิงคุณภาพในลักษณะที่อาจจะเรียกได้เป็น “ประสิทธิผล” (Effectiveness) การผลิตอีกกรณีหนึ่ง โดยเทียบระหว่างผลผลิตและของเสียจากกระบวนการผลิตประสิทธิผลเป็นการวัดที่แสดงถึงคุณภาพการผลิตว่า ผลผลิตที่ได้จากกระบวนการผลิตนั้น ได้ผลตรงกับที่ต้องการเพียงใด ในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ประสิทธิภาพการผลิต เน้นที่การผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ตรงกับที่ต้องการให้มากที่สุด โดยละเลยการให้ความสำคัญอย่างจริงจังว่าจะมีของเสียเกิดขึ้นน้อยที่สุดหรือไม่ กล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ประสิทธิภาพการผลิตในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก คือการบริหารจัดการกระบวนการผลิต โดยเน้นที่ตัวตั้งของสมการประสิทธิผล อันได้แก่ ผลผลิต เช่นเดียวกับประสิทธิภาพการผลิต

ขณะที่ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีข้อพิจารณาว่า คำว่า “ผลผลิต” หมายถึง เฉพาะผลผลิตที่ใช้การได้ คือ ผลิตออกมาแล้วสามารถนำไปบริโภคได้หรือจำหน่ายได้ ส่วนผลผลิตที่ออกมาจากกระบวนการผลิต แม้จะไม่ใช่ของเสียจากการผลิต แต่เมื่อไม่สามารถใช้งานได้หรือจำหน่ายได้ ถูกทิ้งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปเองตามธรรมชาติโดยไม่มีประโยชน์ใด ๆ ก็ถือว่าเป็นของเสียจากการผลิตเช่นกัน ทั้งนี้ก็เท่ากับว่าปัจจัยเหล่านั้นถูกทำลายให้กลายเป็นของเสีย ประสิทธิภาพการผลิตจึงเกิดจากความสามารถในการสร้างผลผลิตที่ใช้การได้เมื่อเทียบกับของเสียจากการผลิต โดยเน้นให้เกิดของเสียจากกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเบียดเบียนกันให้น้อยที่สุด และหากในกระบวนการผลิตมีของเสียเกิดขึ้นน้อยที่สุดแล้วก็มีความหมายในตัวว่าอัตราส่วนของผลผลิตต่อของเสียสูงสุดด้วย กล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าประสิทธิผลการผลิตในเศรษฐกิจพอเพียง คือการบริหารจัดการกระบวนการผลิตที่เน้นให้เกิดของเสียจากกระบวนการผลิตให้น้อยที่สุดหรือตัวหารในสมการของประสิทธิผลนั่นเอง

การจัดการประสิทธิผลการผลิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ในเรื่องของเสียที่เป็นผลผลิตเหลือทิ้งนี้สามารถนำมาใช้เป็นหลักในการบริหารสินค้าคงคลังได้ดี เนื่องจากในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก การผลิตคราวละมาก ๆ โดยหวังผลของการประหยัดจากขนาด (Economy of Scale) ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ นำมาซึ่งปัญหาของการจัดเก็บรักษา การขนส่ง และการจำหน่ายสู่ตลาด เช่น การเก็บรักษาผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ หรือเก็บรักษาไว้นานจนหมดสภาพ หรือแปรสภาพเป็นพิษต่อร่างกายและธรรมชาติ เมื่อนำมาบริโภคแล้วเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ทำให้สุขภาพของมนุษย์ ทำให้เสียคุณภาพของระบบนิเวศ เกิดการเบียดเบียนทั้งแก่ตนเองและผู้อื่น การผลิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงจึงเน้นที่ความพอดีต่อการบริโภคและการจำหน่าย ไม่ผลิตมากเกินไปจนกลายเป็นผลผลิตเหลือทิ้ง หรือทำให้เกิดของเสียจากกระบวนการผลิตเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น

ความพอประมาณในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จึงมิได้หมายความว่าให้มีประสิทธิภาพหรือประสิทธิผลในกระบวนการผลิตที่อยู่ในระดับพอประมาณ ที่อาจนำไปสู่ข้อสรุปผิด ๆ ว่า ธุรกิจหรือหน่วยการผลิตอื่นใดที่มีประสิทธิภาพหรือประสิทธิผลสูง จำต้องลดศักยภาพหรือออกความสามารถในการผลิตให้อยู่ในระดับพอประมาณ ตรงกันข้าม ความพอประมาณในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ยังคงมุ่งหมายให้ได้มา ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด แต่ต้องทำให้เกิดการเบียดเบียนกันให้น้อยที่สุด ด้วยการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการตัวหารในสมการของประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั่นเอง

การบริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 ได้มีพระราชดำริว่าด้วยเศรษฐกิจพอเพียงอันเกี่ยวข้องกับบริโภคดังนี้

“...การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้นต้องสร้างพื้นฐานคือ ความพอมี พอกินพอใช้ ของประชาชนส่วนใหญ่เบื้องต้นก่อนโดยวิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัดแต่ถูกต้องตามหลักวิชาการเมื่อได้พื้นฐานความมั่นคงพร้อมพอสมควร และปฏิบัติได้แล้วจึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับต่อไป...” (18 กรกฎาคม 2517)

“...คนอื่นจะว่าอย่างไรก็ช่างเขา จะว่าเมืองไทยล้าสมัย ว่าเมืองไทยเชย ว่าเมืองไทยไม่มีสิ่งที่ดีสมัยใหม่ แต่เราอยู่พอกินพอใช้ และขอให้ทุกคนมีความปรารถนาที่จะให้เมืองไทย พอกินพอใช้ มีความสงบ และทำงานตั้งจิตอธิษฐานตั้งปณิธาน ในทางนี้ที่จะให้เมืองไทยอยู่แบบพอกินพอใช้ ไร่จะรุ่งเรืองอย่างยอด แต่ว่ามีความพอกินพอใช้ มีความสงบ เปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ถ้าเรารักษาความพอกินพอใช้นี้ได้ เราก็จะยอดยิ่งยวดได้...” (4 ธันวาคม 2517)

พระบรมราชาชาวนั้น ทรงเห็นว่าแนวทางการพัฒนาที่เน้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นหลักแต่เพียงอย่างเดียวจะเกิดปัญหาได้ จึงทรงเน้นการมีพอกินพอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่ในเบื้องต้นก่อน เมื่อมีพื้นฐานความมั่นคงพร้อมพอสมควรแล้ว จึงสร้างความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้น

ซึ่งหมายถึง แทนที่จะเน้นการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมนำการพัฒนาประเทศควรที่จะสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจพื้นฐานก่อน นั่นคือทำให้ประชาชนในชนบทส่วนใหญ่พอกินพอใช้ก่อนเป็นแนวทางการพัฒนาที่เน้นการกระจายรายได้ เพื่อสร้างพื้นฐานและความมั่นคงทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ก่อนเน้นการพัฒนาในระดับสูงขึ้น

ทรงเตือนเรื่องพอกินพอใช้ ตั้งแต่ปี 2517 แต่ทิศทางการพัฒนามิได้เปลี่ยนแปลง

“...เมื่อปี 2517 วันนั้นได้พูดถึงว่า เราควรปฏิบัติให้พอกินพอใช้พอกินนี้ก็แปลว่าเศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง ถ้าแต่ละคนมีพอกินพอใช้ ก็ใช้ได้ ยิ่งถ้าทั้งประเทศพอกินพอใช้ก็ดี และประเทศไทยเวลานั้นก็เริ่มจะเป็นไม่พอกินพอใช้ บางคนก็มีมาก บางคนก็ไม่มีเลย...” (4 ธันวาคม 2541)

“เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 9 ที่พระราชทานมานานกว่า 40 ปี เป็นแนวคิดที่ตั้งอยู่บนรากฐานของวัฒนธรรมไทย เป็นแนวทางการพัฒนาที่ตั้งบนพื้นฐานของทางสายกลาง และความไม่ประมาท คำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวเอง ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรม เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ที่สำคัญจะต้องมี “สติ ปัญญา และความเพียร” ซึ่งจะนำไปสู่ “ความสุข” ในการดำเนินชีวิตอย่างแท้จริง

การบริโภคถือเป็นเป้าหมายของวิชาเศรษฐศาสตร์ กิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์นั้นมีเป้าหมายสุดท้ายอยู่ที่การบริโภค การบริโภคเป็นการบำบัดหรือสนองความต้องการซึ่งถือเป็นจุดต้นกำเนิดของกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ หากพิจารณาความหมายตามวิธีการของเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก การบริโภคคือการใช้สินค้าและบริการบำบัดความต้องการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจหรือความสุข

ในระบบเศรษฐกิจโดยทั่วไป กิจกรรมทางการผลิตและการบริโภคมักจะถูกแยกออกจากกัน ด้วยเหตุผลที่ว่าผู้ผลิตและผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเป็นบุคคลคนเดียวกัน ทำให้แต่ละคนต่างมีบทบาทหน้าที่แยกจากกันอย่างเด็ดขาด ในหลายกรณี ผู้ผลิตจะสร้างผลผลิตในส่วนตัวเองไม่ได้บริโภค แต่ต้องการนำไปจำหน่ายเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นเงินรายได้ ในขณะที่ผู้บริโภคเองก็บริโภคในสิ่งที่ตัวเองผลิตไม่ได้ และบ่อยครั้งก็มักจะบริโภคเกินกำลังใช้จ่ายของตัวเอง เรียกว่ารายได้จากกิจกรรมทางการผลิตไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายเพื่อการบริโภค จนกลายเป็นการก่อหนี้สิน เพื่อการบริโภคตามค่านิยมโดยขาดความพอดี

พฤติกรรมกรรมการบริโภคเกิดจากปัจจัยทางสังคม (Social Factors) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ปัจจัยสถานการณ์ (Situational Factors) และส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4Ps) ซึ่งผลต่อปัจจัยหรือทรัพยากรป้อนเข้า (Inputs) เพื่อนำเข้าสู่การผลิตหรือการแปลงสภาพ (Production) แล้วกระจายสินค้า (Distribution) ตามความต้องการตลาด (Marketing) เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการในการอุปโภคบริโภค (Consuming)

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของมนุษย์ มี 2 ประเภท ได้แก่ การบริโภคเพื่อสนองความต้องการเสปสิ่งปรนเปรอตน ซึ่งเป็นการบริโภคแบบเสปสรสให้เกิดความพึงพอใจเรื่อยไปไม่รู้จบไม่รู้อิ่มกับการบริโภคเพื่อสนองการมีชีวิตที่ดี ซึ่งเป็นการบริโภคที่มีจุดหมายของการมีชีวิตที่ดี และเป็นฐานของการฝึกฝนศักยภาพของตนเองต่อไป

ในเศรษฐศาสตร์กระแสหลักมีข้อพิจารณาว่า เมื่อเกิดความต้องการขึ้นแล้ว ทำอย่างไรจะได้อสนองความต้องการ แต่ในเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากการหาวิธีสนองความต้องการแล้วยังมีข้อพิจารณาต่อไปว่าถ้าเป็นความต้องการที่เป็นโทษทำลายการมีชีวิตที่ดี เบียดเบียนตนและเบียดเบียนผู้อื่น ก็ให้สามารถระงับความต้องการนั้นได้ด้วย ดังนั้นความหมายของการบริโภคในความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง คือการใช้สินค้าและบริการบำบัดความต้องการ เพื่อให้ได้รับความสุขจากการมีชีวิตที่ดี

การบริโภคนั้น อันที่จริงก็คือกระบวนการผลิตในรูปแบบหนึ่งที่มีสินค้าและบริการเป็นปัจจัยนำเข้า ปัจจัยส่งออกที่ได้จากกระบวนการบริโภคก็คือความสุข และของเสียอันเป็นผลจากการบริโภคในลักษณะเช่นนี้ย่อมที่จะกล่าวถึงการบริโภคในฐานะที่เป็นกระบวนการผลิตได้ เพียงแต่ผลผลิตที่ได้แทนที่จะเป็นสินค้าหรือบริการตามปกติกลับเป็นความสุขและของเสีย ซึ่งสามารถพิจารณาถึงประสิทธิภาพการบริโภคที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรที่ใช้ในการบริโภค และความสุขที่ได้จากกระบวนการบริโภค ทำนองเดียวกับการพิจารณาประสิทธิภาพการผลิต

ประสิทธิภาพการบริโภค ในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก เน้นการบริโภคเพื่อให้ได้ความสุขสูงสุดเมื่อเทียบกับรายได้ที่มีจำกัดในการซื้อหาสินค้าและบริการเพื่อการบริโภค โดยละเลยการให้ความสำคัญอย่างจริงจังว่าจะใช้ปัจจัยการบริโภคน้อยที่สุดหรือไม่ และของเสียที่เกิดขึ้นน้อยที่สุดหรือไม่ เพราะมีข้อสมมติฐานว่า ถ้าความสุขต่อสินค้าและบริการสูงสุดภายใต้เงื่อนไขความจำกัดของรายได้ ก็มีความหมายอยู่ในตัวแล้วว่าเกิดประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้เงื่อนไขของข้อจำกัดดังกล่าว โดยมีได้กังวลถึงของเสียที่เกิดตามมา ผลก็คืออาจจะมิได้ใช้ปัจจัยการบริโภคน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็นจริง ๆ แต่กลับเป็นว่าบริโภคให้มากที่สุดเท่าที่รายได้จะพออำนวยได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือประสิทธิภาพการบริโภคในเศรษฐศาสตร์กระแสหลักคือการบริหารจัดการกระบวนการบริโภคโดย

เน้นที่ตัวตั้งของสมการประสิทธิภาพ อันได้แก่ ความสุขภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดของรายได้หรืองบประมาณนั่นเอง

ขณะที่ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีข้อพิจารณาว่า ประสิทธิภาพการบริโภคเกิดจากความสามารถในการสร้างความสุขเมื่อเทียบกับสินค้าและบริการที่ใช้ในการบริโภค โดยคำนึงถึงการใช้จ่ายการบริโภคน้อยที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเบียดเบียนกันให้น้อยที่สุด และหากในกระบวนการบริโภคมีการใช้จ่ายการบริโภคน้อยที่สุดเท่าที่จำเป็นจริง ๆ แล้วก็มีความหมายในตัวเองว่าประสิทธิภาพในการบริโภคสินค้าและบริการสูงสุดด้วย กล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าประสิทธิภาพการบริโภคในเศรษฐกิจพอเพียง คือการบริหารจัดการกระบวนการบริโภคที่เน้นความคุ้มค่าของการใช้สินค้าและบริการ หรือตัวหารในสมการของประสิทธิภาพนั่นเอง

นอกจากการวัดประสิทธิภาพการบริโภคแล้ว ยังอาจมีการวัดประสิทธิผลการบริโภคอีกกรณีหนึ่งโดยเทียบระหว่างความสุขและของเสียจากกระบวนการบริโภค ประสิทธิผลเป็นการวัดที่แสดงถึงคุณภาพการบริโภคว่า ความสุขที่ได้จากกระบวนการบริโภคนั้น ตรงกับที่ที่ต้องการเพียงใด ในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ประสิทธิผลการบริโภค เน้นที่การบริโภคเพื่อให้ได้ความสุขตรงกับที่ใจปรารถนามากที่สุด โดยละเลยการให้ความสำคัญอย่างจริงจังว่าเป็นความต้องการประเภทใด และจะมีของเสียเกิดขึ้นน้อยที่สุดหรือไม่ กล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าประสิทธิผลการบริโภคในเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก คือการบริหารจัดการกระบวนการบริโภคโดยเน้นที่ตัวตั้งของสมการประสิทธิผล อันได้แก่ความสุขเช่นเดียวกับประสิทธิภาพการบริโภค

ขณะที่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงคำนึงว่า คำว่า ความสุข หมายถึง ความสุขที่ทำให้มีชีวิตที่ดี คือเมื่อบริโภคแล้วไม่ทำให้เสียสุขภาพของตนเอง แต่ให้เข้าไปในทางที่พัฒนาสุขภาพ เสริมสุขภาพนั้น ส่วนความสุขที่เกิดขึ้นจากกระบวนการบริโภคเพื่อสนองความต้องการเสพสิ่งปรนเปรอตน แม้จะไม่ใช่ของเสียจากการบริโภค เป็น “ความสุขพอกเสริม” ด้วยตัณหาที่ไม่นำไปสู่การพัฒนาสุขภาพ ก็ถือว่าเป็นของเสียจากการบริโภคเช่นกัน ประสิทธิผลการบริโภคจึงได้แก่ความสุขที่เกิดขึ้นเทียบกับของเสียจากการบริโภค โดยเน้นให้เกิดของเสียจากกระบวนการบริโภคน้อยที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเบียดเบียนกันให้น้อยที่สุด และหากในกระบวนการบริโภคมีของเสียเกิดขึ้นน้อยที่สุดแล้วก็มีความหมายในตัวเองว่าอัตราส่วนของความสุขต่อของเสียสูงสุดด้วย กล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ประสิทธิผลการบริโภคในเศรษฐกิจพอเพียง คือการบริหารจัดการกระบวนการบริโภคที่เน้นให้เกิดของเสียจากกระบวนการบริโภคให้น้อยที่สุด หรือตัวหารในสมการของประสิทธิผลนั่นเอง

การบริหารประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริโภคดีกล่าว สามารถนำมาใช้เป็นหลักในการตัดสินใจเรื่องการบริโภคในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี เนื่องจากในเศรษฐศาสตร์กระแสหลักสนับสนุนให้เกิดการบริโภคคราวละมาก ๆ หรือบ่อย ๆ โดยหวังผลที่จะจำหน่ายสินค้าและบริการให้ได้เพิ่มมากขึ้น เช่น อาหารจานด่วน (Fast food) บางแห่งกระตุ้นให้คนเพิ่มเงินอีกเล็กน้อย เพื่อเพิ่มปริมาณอาหารจากเมนูปกติ หรือการสร้างนิสัยการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพจากวันละหนึ่งครั้ง เป็นวันละสองครั้ง ซึ่งอาจเกินความต้องการของร่างกาย และทำให้อ้วน ดังนั้น การพิจารณาขนาดของการบริโภคให้พอดิบกับความต้องการสุขภาพจะเป็นสิ่งที่พึงกระทำ การบริโภคจึงควรเป็นกิจกรรมเพื่อการพัฒนาสุขภาพ ซึ่งเป็นได้ทั้งในแง่บวก คือบริโภค และในแง่ลบ คืองดบริโภค ตัวอย่างเช่น การงดบริโภคอาหารเย็น กลับมีความหมายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีคุณค่าเพื่อประโยชน์ในการพัฒนา

658.8342

๘ 643 ๗

๑. ๒

378449

ชีวิต แทนการบริโภคตามปกติ ผู้ที่มีกิจวัตรดังกล่าวยังสามารถได้รับความสุขจากการไม่บริโภค และเกิดสุขภาวะขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตามการได้รับความสุขจากการงดบริโภคอาจจะเกิดจากกิเลสได้ด้วย เช่น มีมานะ ถือตัว แสดงให้เห็นว่าตนเองเก่งเหนือผู้อื่น จึงงดไม่รับประทานอาหารเย็น หรือรับประทานอาหารมื้อเดียวได้ แล้วก็ได้รับความสุขจากการงดบริโภคนั้น แต่หากพิจารณาให้ดีแล้ว ความสุขดังกล่าวยังไม่จัดว่าเป็นความสุขที่ทำให้มีชีวิตที่ดีแท้ แต่เป็นความสุขพอกเสริมประเภทหนึ่งที่เกิดจากมานะ ถือตัว

ความสุขที่ทำให้มีชีวิตที่ดี คือ ความสุขที่เกิดจากการบริโภคน้อยลง หรือการงดอาหาร เพื่อเป็นการฝึกหัดขัดเกลาร่างกาย หรือเป็นส่วนที่ช่วยให้สุขภาวะตนเองดีขึ้น เกิดเป็นความสมดุลลงตัว ความสุขลักษณะนี้เรียกว่าเป็นความสุขที่ทำให้ชีวิตเกิดการพัฒนาในระดับที่สูงขึ้นไป

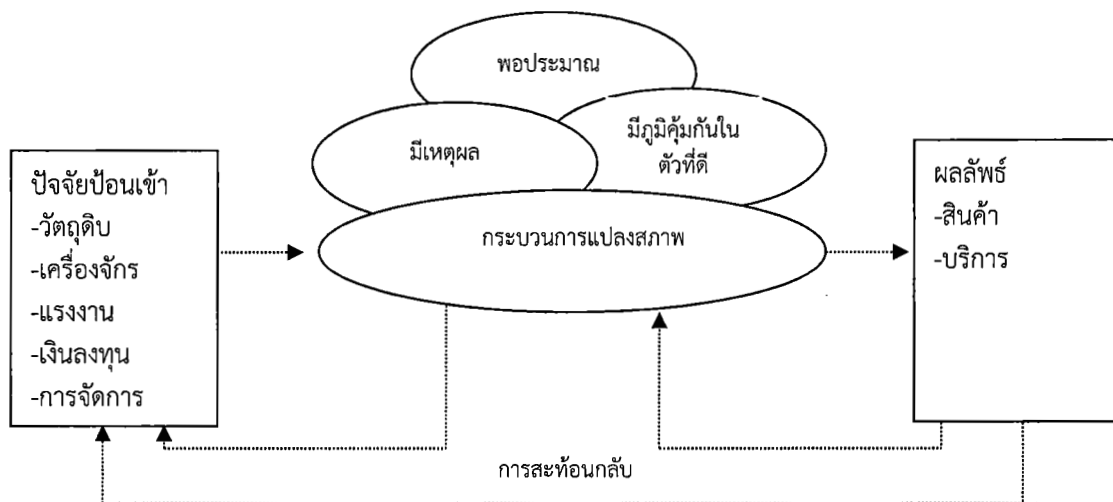
เศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ

ปัญหาสำคัญของความพยายามที่จะนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจ คือ การขาดความเข้าใจที่ถูกต้องในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คนส่วนใหญ่มักนึกว่าเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเรื่องเกษตรกรรม เป็นเรื่องของคนชนบท และเป็นเรื่องใกล้ตัวสำหรับคนเมือง จึงไม่ใช่เรื่องที่ตนเองต้องทำความเข้าใจมากนัก ส่วนผู้ที่อยู่ในภาคธุรกิจส่วนใหญ่ ก็มีความสงสัยว่าปรัชญาของการดำเนินธุรกิจคือการมุ่งหวังกำไรสูงสุด แล้วเศรษฐกิจพอเพียงจะนำมาใช้กับธุรกิจได้จริงหรือไม่

เศรษฐกิจพอเพียงมิได้หมายถึงเศรษฐกิจระบบปิดที่ไม่เกี่ยวข้องกับใคร ไม่ค้าขาย ไม่ส่งออก ไม่ผลิตเพื่อคนอื่น ไม่ได้สนับสนุนการปิดประเทศ หรือหันหลังให้กับกระแสโลกาภิวัตน์ แต่เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันขณะที่ยังมีความไม่พร้อมหรือยังไม่แข็งแรง พร้อม ๆ กับการไม่ประมาทและไม่โลภมากเกินไป จนเมื่อแข็งแรงพอก็สามารถเข้าสู่การแข่งขันในแบบที่ไม่ใช่มุ่งแพ้ชนะอย่างเอาเป็นเอาตาย แต่เป็นการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์ คือเพื่อเสริมสมรรถภาพและความเข้มแข็ง ในขณะที่เดียวกันเศรษฐกิจพอเพียงก็มีใช้เศรษฐกิจที่ส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยม อย่างไรชอบเขต แต่ให้พิจารณาและใช้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์อย่างชาญฉลาด รู้เท่าทัน สามารถเลือกรับเฉพาะสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในระยะยาว

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจ โดยไม่ขัดกับหลักการของการแสวงหากำไร แต่การได้มาซึ่งกำไรของธุรกิจ ต้องอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอาเปรียบผู้อื่น หรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควรจากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคมโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะก่อให้เกิดวิกฤตตามมา ตลอดจนให้คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในธุรกิจอย่างประหยัดและอย่างมีคุณภาพ

นอกจากนี้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ยังมีได้ปฏิเสธการเป็นหนี้ หรือการกู้ยืมเงินในภาคธุรกิจ แต่เน้นการบริหารความเสี่ยงต่ำ หมายความว่า ถึงแม้จะกู้ยืมเงินมาลงทุนก็เพื่อดำเนินกิจการชนิดที่ไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงมากนัก สามารถจัดการได้แม้ในภาวะที่โอกาสจะเกิดขึ้นจริงมีไม่มากนักก็ตาม จากภาพที่ 2-2 เป็นรูป 3 ห่วงตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อแปลงสภาพทรัพยากร (วัตถุดิบ เครื่องจักร แรงงาน และเงินลงทุน) เพื่อแปลงสภาพเป็นสินค้าและบริการในทางธุรกิจสามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 2-2 การผลิตและบริการอย่างพอเพียงในทางธุรกิจ

ที่มา : คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 60

1. หลักความพอประมาณทางธุรกิจ ความพอเพียงตามนัยของเศรษฐกิจพอเพียง จะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี โดยความหมายของความพอประมาณนั้นหมายถึงความเหมาะสมของการดำเนินงาน ทั้งในแง่ของขนาดที่ไม่เล็กเกินไปหรือไม่เข้าจนเกินไป แต่รู้จักทำเป็นขั้นตอนเพื่อให้การดำเนินงาน มีความก้าวหน้า โดยที่ไม่ทำให้ตนเองและผู้อื่นเดือดร้อน โดยในที่นี้จะพิจารณาธุรกิจในฐานะที่เป็นหน่วยการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์

การดำเนินธุรกิจที่แสวงหาเพียงกำไรสูงสุด (Maximize Profit) ในทางบัญชี หรือที่เรียกว่า กำไรทางธุรกิจ (Business Profit) นั้น มิใช่เป้าหมายที่ดีที่สุดเสมอไป เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่มิได้คำนึงถึงต้นทุนค่าเสียโอกาส โดยเฉพาะต้นทุนทางการเงินในส่วนของเจ้าของ ด้วยเหตุนี้การดำเนินธุรกิจจึงควรคำนึงถึงกำไรทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Profit) อันเป็นส่วนเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรอย่างแท้จริง มากกว่าการแสวงหาเพียงกำไรสูงสุดในทางบัญชี

ธุรกิจที่สามารถดำเนินกิจการจนมีกำไรคุ้มกับค่าเสียโอกาส หรือเรียกว่า กำไรปกติ (Normal Profit) ในทางเศรษฐศาสตร์มีโอกาสเกิดขึ้น 2 ช่วง โดยช่วงแรกเป็นภาวะที่ตัดสินใจว่าธุรกิจนั้นสามารถดำรงอยู่ได้ ยืนอยู่บนขาของตัวเองได้ พัฒนาบ่มเพาะกิจการจนสามารถพึ่งตนเองได้ ในขณะที่ยังมีศักยภาพในการเพิ่มผลผลิตเพื่อสร้างกำไรต่อได้อีก กระทั่งเมื่อธุรกิจขยายกำลังการผลิตหรือการบริการมากจนเข้าสู่ช่วงที่สอง ซึ่งเป็นภาวะที่คุ้มเพียงค่าเสียโอกาสในทางเศรษฐศาสตร์อีกครั้งหนึ่ง แม้ตัวเลขกำไรทางธุรกิจหรือกำไรในทางบัญชีจะยังเพิ่มขึ้น แต่กำไรทางเศรษฐศาสตร์มีค่าเท่ากับศูนย์ ตามกฎว่าด้วยผลตอบแทนที่ลดน้อยถอยลง (Law of Diminishing Returns) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าธุรกิจหมดศักยภาพในการเพิ่มผลผลิตเพื่อสร้างกำไรต่อได้อีก ภายใต้ปัจจัยหรือกำลังการผลิตหรือการบริการเดิมที่มีอยู่

ด้วยเหตุนี้ธุรกิจจึงควรดำเนินกิจกรรมการผลิตหรือการบริการที่ไม่น้อยเกินไป จนต่ำกว่าจุดกำไรปกติจุดที่หนึ่ง เพื่อให้กิจการสามารถอยู่รอดได้ และไม่มากเกินไปจนสูงกว่าจุดกำไรปกติจุดที่

สอง เพื่อไม่ให้กิจการต้องประสบภาวะเสี่ยงหรือขาดภูมิคุ้มกันในธุรกิจ โดยจุดที่เหมาะสมที่สุดคือ บริเวณประมาณกึ่งกลางของจุดกำไรปกติทั้งสอง ในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ ความพอประมาณที่ก่อให้เกิดกำไรทางเศรษฐศาสตร์ โดยที่ธุรกิจไม่จำเป็นต้องลดศักยภาพหรืออ้อมความสามารถในการผลิตหรือการบริการหรือเพิ่มศักยภาพหรือขยายกำลังในการผลิตหรือการบริการ จนทำให้กำไรทางเศรษฐศาสตร์ลดน้อยถอยลงไปสู่จุดกำไรปกติ

นอกจากการสร้างกำไรทางเศรษฐศาสตร์โดยคำนึงถึงศักยภาพที่ธุรกิจสามารถได้ประโยชน์เต็มตามความสามารถที่พึงได้แล้ว ตามนัยของความพอประมาณในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ธุรกิจยังจำเป็นต้องพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตหรือการบริการที่ต้องไม่ก่อให้เกิดการเบียดเบียนทั้งต่อผู้มีส่วนได้เสียในกิจการ และผู้มีส่วนได้เสียนอกกิจการกลุ่มต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น การหลีกเลี่ยงการใช้แรงงานมนุษย์เสมือนชิ้นส่วนหนึ่งของเครื่องจักรในระบบโรงงานให้แก่ระบบนิเวศ การดูแลกิจการมิให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการแข่งขันด้วยวิธีการทุ่มตลาด หรือใช้วิธีผูกขาด เป็นต้น

การคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากกิจกรรม ทางธุรกิจอย่างรอบคอบในตัวกิจการเอง และระหว่างตัวกิจการกับหน่วยอื่น ๆ ในสังคม มีส่วนสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับหลักความมีเหตุผลในธุรกิจ ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญอีกด้านหนึ่งในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

2. หลักความมีเหตุผลในธุรกิจ ในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง นอกเหนือจากลักษณะด้านความพอประมาณ ยังมีคุณลักษณะด้านความมีเหตุผล ที่หมายถึงการพิจารณาที่จะดำเนินงานใด ๆ ด้วยความถี่ถ้วนรอบคอบ ไม่ย่อท้อ ไร้อคติ คำนึงถึงเหตุและปัจจัยแวดล้อมทั้งหมด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างถูกต้องดีงาม เกิดประสิทธิผล เกิดประโยชน์และความสุข โดยปราศจากการเบียดเบียนตนเองและผู้อื่นนั้น สามารถนำมาประยุกต์ให้เข้ากับการดำเนินธุรกิจได้อย่างไร

เมื่อพิจารณาหน่วยธุรกิจหนึ่ง ๆ ในทางเศรษฐศาสตร์ถือว่าเป็นหน่วยการผลิตหรือหน่วยการบริการทำหน้าที่แปลงปัจจัยการผลิต เพื่อส่งต่อไปยังหน่วยการบริโภคที่เป็นครัวเรือนและผู้บริโภคลำดับสุดท้าย หรือไปยังหน่วยการผลิตอื่นตามสายอุปทาน (Supply Chain) การพิจารณาเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องและผลที่เกิดขึ้นจากหน่วยการผลิต จะแยกเป็น 2 ระดับ คือ ความมีเหตุผลในหน่วยการผลิตหรือภายในตัวกิจการเอง กับความมีเหตุผลระหว่างตัวกิจการกับหน่วยอื่น ๆ ในสังคม

การพิจารณาผลลัพธ์ทางธุรกิจตามวิถีของเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ปฏิเสธไม่ได้ว่าจำเป็นต้องวัดผลประกอบการด้วยตัวเลขทางการเงิน เครื่องมือการบริหารจัดการทางธุรกิจส่วนใหญ่ จึงเน้นหน่วยวัดในรูปตัวเงิน เช่น ยอดขาย กำไรสุทธิ ฯลฯ ประกอบกับตัวเลขทางการเงินดังกล่าวเป็นหน่วยวัดที่สามารถนับได้ง่าย เมื่อเทียบกับหน่วยวัดอื่น เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า หรือประสิทธิภาพในการให้บริการ เป็นต้น แต่ก็เป็นเรื่องที่น่ายินดีในระดับหนึ่งว่า ธุรกิจในปัจจุบันได้รับบทเรียนจากเหตุการณ์ในอดีตหลายครั้งที่พิสูจน์ให้เห็นว่า การใช้ตัววัดทางการเงินเป็นหลักเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถรอดพ้นจากผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัญหาหรือวิกฤตทางเศรษฐกิจและสังคม แม้ว่าหลายกิจการได้แสดงตัวเลขผลประกอบการทางการเงินที่ดีเลิศเพียงใดก็ตาม

จากเหตุผลดังกล่าว ธุรกิจที่ต้องการค้นหาแนวทางในการเติบโตอย่างยั่งยืน จึงพยายามให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นในธุรกิจ นอกเหนือจากตัวชี้วัดทางการเงิน ยกตัวอย่างเช่น การให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดด้านลูกค้า เนื่องจากลูกค้าเป็นผู้ที่สร้างรายได้และผลกำไรทางธุรกิจให้แก่กิจการโดยตรง การให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดด้านกระบวนการทางธุรกิจ เนื่องจากหากกิจการ

ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างทันท่วงที ก็ไม่สามารถรักษายอดขายได้หรือกำไรที่เกิดขึ้นจากลูกค้าของธุรกิจได้ การให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดด้านพนักงานที่เป็นทรัพยากรสำคัญขององค์กร ซึ่งหากไม่มีการพัฒนาทักษะของพนักงาน การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน โอกาสที่กิจการจะขยายตัวและเติบโตก็เกิดขึ้นได้ยาก

การที่ธุรกิจให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดในมุมมองที่เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองต่าง ๆ ในเชิงเหตุและผล (Cause and Effect) ตัวอย่างเช่น กำไรของกิจการที่ผู้ถือหุ้นพึงได้รับ (มุมมองด้านผู้ถือหุ้น) จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้นหรือมีต้นทุนที่ลดลง (มุมมองด้านการเงิน) และการที่องค์กรจะมีรายได้เพิ่มขึ้น ก็ต่อเมื่อองค์กรสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดโดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ (มุมมองด้านผลิตภัณฑ์) ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้าหรือทำให้ลูกค้าพึงพอใจ (มุมมองมีกระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมในการนำเสนอสิ่งที่ลูกค้าต้องการ (มุมมองด้านกระบวนการทางธุรกิจ) จากพนักงานที่มีทักษะและความสามารถ มีขวัญและกำลังใจในการทำงานที่ดี (มุมมองด้านพนักงาน) และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยสนับสนุนให้องค์กรมีกระบวนการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้ (มุมมองด้านระบบงานสนับสนุน) โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม (มุมมองด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม) เป็นต้น

มุมมองต่าง ๆ ที่นำเสนอข้างต้น เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงเหตุปัจจัยแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดผลลัพธ์ส่งต่อกันไปเป็นทอด ๆ ในแต่ละมุมมอง องค์กรธุรกิจหนึ่ง ๆ อาจจำแนกมุมมองและการจัดลำดับความสำคัญที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประเภทของกิจการ แต่จุดร่วมหนึ่งๆ เหมือนกัน คือธุรกิจต้องบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองในแบบองค์รวมที่เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ไม่สามารถบริหารจัดการในแบบแยกเป็นส่วน ๆ โดยไม่เกี่ยวข้องกันได้

ในระดับของความมีเหตุผลในตัวกิจการเอง จะเกี่ยวข้องกับการจัดการความสัมพันธ์ของมุมมองต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในกิจการ อาทิ ด้านผู้ถือหุ้น ด้านการเงิน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ ด้านพนักงาน ด้านระบบงานสนับสนุน เพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโต (Growth) ของกิจการ โดยอาจเทียบได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงในระดับพื้นฐาน

ในระดับของความมีเหตุผลระหว่างตัวกิจการกับหน่วยอื่น ๆ ในสังคมทั้งในระดับใกล้ คือ การบริหารความสัมพันธ์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับองค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ และในระดับไกล คือ การบริหารความสัมพันธ์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป รวมไปถึงการจัดการด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน (Sustainability) ของกิจการโดยอาจเทียบได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงในระดับก้าวหน้า

สภาพที่ปรากฏของกิจการที่มีเป้าหมายเน้นกำไรในระยะสั้น คำนึงถึงประโยชน์แต่ผู้ถือหุ้น ขยายผลิตภัณฑ์ที่แม้จะมีคุณภาพตามระดับของความมีเหตุผลภายในตัวกิจการ แต่หากมีได้คำนึงถึงสถานะตลาด ความต้องการของลูกค้า ความเป็นธรรมกับคู่ค้า หรือการยอมรับของสังคมตามระดับของความมีเหตุผลระหว่างตัวกิจการกับหน่วยอื่น ๆ ในสังคม กิจการนั้นอาจสามารถเจริญเติบโตได้ระยะหนึ่ง แต่จะไม่มีที่ยั่งยืนของกิจการในระยะยาว

ในความเป็นจริงกิจการต้องพยายามสร้างความสมดุลของประโยชน์ส่วนตนและประโยชน์ส่วนรวม โดยใช้หลักความมีเหตุผลในทั้งสองระดับผสมผสานกันไป มีอาจเน้นที่ระดับใดระดับหนึ่ง

เพียงระดับเดียว ในขณะที่เดียวกัน กิจการก็ต้องมีการบริหารจัดการองค์การให้เกิดความสมดุลของ ประโยชน์ทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว เพื่อการพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับคุณลักษณะด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีในปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง

3. การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในธุรกิจการมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี เป็นคุณลักษณะที่สาม ในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง นอกเหนือจากคุณลักษณะด้านความพอประมาณและด้านความมี เหตุผล การมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี หมายถึงการจัดองค์ประกอบของการดำเนินงาน ให้มีสภาพ พร้อมรองรับต่อผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในได้เป็นอย่างดี

จากหลักความมีเหตุผลในธุรกิจที่คำนึงถึงการบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างมุมมอง ต่าง ๆ ในแบบองค์รวมที่เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกันนั้น สมควรที่จะพิจารณาต่อไปว่า ความสัมพันธ์ ระหว่างแต่ละมุมมองนั้นมีกิจกรรมใดที่เป็นเหตุและปรากฏการณ์ใดที่เป็นผล ตัวอย่างเช่น ระดับ ความยั่งยืนของกิจการหนึ่ง ๆ จะปรากฏเป็นผลให้เห็นได้ อาจต้องรอให้เวลาผ่านไปแล้วระยะหนึ่ง ในขณะที่กิจกรรมหรือตัวบ่งชี้ที่เป็นเหตุของความยั่งยืน เช่น การผลิตที่เหมาะสม การลงทุนที่ไม่เกิน ตัว การใช้เทคโนโลยีที่ประหยัด การไม่เน้นกำไรระยะสั้น เป็นกิจกรรมหรือวัตถุประสงค์ที่กำลังดำเนิน อยู่ในกิจการ ทั้งนี้การพิจารณาตัวบ่งชี้ที่เป็นเหตุ จะทำให้ทราบถึงผลการดำเนินงานในปัจจุบัน และปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานในระยะยาว ส่วนการพิจารณาตัวบ่งชี้ที่เป็นผล จะทำให้ทราบ ถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตหรือสิ่งที่เกิดขึ้นมาแล้ว

ด้วยเหตุนี้การพิจารณาแยกแยะความสัมพันธ์ของตัวบ่งชี้ทั้งที่เป็นเหตุและเป็นผล จะทำให้ สามารถคาดการณ์ได้ถึงโอกาสและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และส่งผลให้กิจการสามารถ วางแผนรับมือกับผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ด้วยการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน ภายในองค์กรเป็นข้อพิจารณาประกอบ ถือเป็น การสร้างระบบภูมิคุ้มกันที่ดีในธุรกิจนั่นเอง

ผลกระทบหรือการเปลี่ยนแปลงสามารถเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกซึ่งควบคุมไม่ได้ เช่น ในด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ความผันผวนของตลาด ฯลฯ ในด้านสังคมหรือรัฐ ได้แก่ นโยบายสาธารณะ ต่อธุรกิจที่ดำเนินอยู่ (หรือที่ธุรกิจมักเรียกว่า License to Operate) ฯลฯ ในด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ภัยธรรมชาติ พลังงานในฐานะที่เป็นปัจจัยการผลิต ฯลฯ และในด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วิถีชีวิตของแต่ละ ภูมิสังคม ฯลฯ ส่วนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในซึ่งสามารถควบคุมและแก้ไขได้ อาทิ ปัจจัยด้านทุน ด้านเทคโนโลยี และด้านการบริหารจัดการ เป็นต้น

โดยธรรมชาติองค์กรจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจาก ปัจจัยภายใน เช่น การโยกย้ายผู้บริหาร การเปลี่ยนผู้ถือหุ้น การปรับโครงสร้างทางธุรกิจ จะส่งผลต่อ ความก้าวหน้าของกิจการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนความสามารถในการปรับตัวให้ทัน และเข้ากับสภาวะการภายนอก การสร้างภูมิคุ้มกันในส่วนแรกนี้จึงเป็นการจัดองค์ประกอบของการ ดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในเพื่อให้ทันและเข้ากับสิ่งภายนอก ส่วนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จากปัจจัยภายนอก เช่น การเปลี่ยนรัฐบาล การเปลี่ยนนโยบายทางเศรษฐกิจ การเกิดขึ้นของตลาด ใหม่ จะส่งผลให้เกิดทั้งโอกาสและความเสี่ยง หรือความผันผวนทางธุรกิจ การสร้างภูมิคุ้มกันในส่วนที่ สองนี้ จึงเป็นการจัดองค์ประกอบของการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกเพื่อป้องกันไม่ให้ สิ่งภายในได้รับความกระทบกระเทือนเสียหาย

การสร้างระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี จึงสามารถแบ่งได้เป็นสองกรณี คือ การสร้างจากภายใน และการสร้างที่ภายนอก การสร้างภูมิคุ้มกันจากภายใน ได้แก่ การพิจารณาและจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ในองค์กร ให้เอื้อต่อการปรับตัวเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง เช่น โรงงานไม่ควรสร้างภาระหนี้มากเกินไปจนเกินทุน เมื่อเวลาที่เจ้าหน้าที่ทวงถาม กิจการก็สามารถชำระหนี้ได้ ถือเป็น การสร้างภูมิคุ้มกันในด้านการเงิน หรือโรงงานควรเลือกใช้เทคโนโลยีที่สามารถบริหารจัดการได้เอง เมื่อเวลาที่มีปัญหาเกี่ยวกับเทคโนโลยี กิจการก็สามารถซ่อมแซมแก้ไขได้ โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งเจ้าของเทคโนโลยีทั้งหมด ถือเป็น การสร้างภูมิคุ้มกันในด้านเทคโนโลยี หรือการที่กิจการมีโครงการถ่ายทอดทักษะและความรู้เกี่ยวกับงานที่ทำ ฝึกอบรมให้พนักงานอยู่อย่างสม่ำเสมอ และเปิดโอกาสให้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ รวมถึงการให้ผลตอบแทนที่เป็นธรรม กิจการก็จะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องมั่นคง ถือเป็น การสร้างภูมิคุ้มกันในด้านทรัพยากรบุคคล

การสร้างภูมิคุ้มกันที่ภายนอก ได้แก่ การพิจารณาและจัดองค์ประกอบที่อยู่รายรอบองค์กร ให้เอื้อต่อการดำเนินงาน เช่น การส่งเสริมและสนับสนุนคู่ค้าเพื่อให้สามารถจัดส่งวัตถุดิบและปัจจัยในการผลิตหรือการบริการที่มีคุณภาพให้แก่กิจการด้วยการให้ความรู้และทรัพยากรที่จะเป็นต่าง ๆ เพราะหากกิจการได้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพเข้าโรงงาน ผลผลิตแปรรูปที่ออกจากโรงงานก็จะมีคุณภาพตามไปด้วย การช่วยเหลือผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องถือเป็น การสร้างภูมิคุ้มกันแบบหนึ่งที่ถูกถูกละเลยหรือไม่ได้ให้ความสำคัญกิจการส่วนใหญ่แล้วแต่คิดถึงตนเอง คิดว่าทำแล้วจะได้อะไร ถ้าใครปีนี้จะได้เท่าไร ค่าใช้จ่ายส่วนเกินตรงไหนที่ตัดออกได้อีก โดยที่ไม่ได้คิดถึงการให้หรือการช่วยเหลือผู้อื่นก่อน ในทางธรรมชาตินั้น การกระทำใด ๆ ย่อมต้องได้รับการตอบสนองเป็นผลแห่งการกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดเสมอ ซึ่งในกรณีนี้คือ “ได้ให้” ก็จะได้ “ได้รับ” ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่มีความเฉียบขาดอยู่ในตัวเอง ฉะนั้นการที่กิจการเอาใจใส่ดูแลชุมชน สิ่งแวดล้อม หรือคู่ค้าของตนเอง ผลแห่งการกระทำนี้ก็จะหวนกลับมาจนเจือกิจการในภายหลัง ถือเป็น การสร้างภูมิคุ้มกันที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กร

กระบวนการปรับตัว (Adaptive Process) ในธุรกิจเป็นสิ่งจำเป็นต่อการตอบสนองภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ เห็นได้จากวัฏจักรของธุรกิจหรือรอบอายุของผลิตภัณฑ์โดยส่วนใหญ่ มีคาบเวลาที่สั้นลง ในขณะที่มีความผันผวนเพิ่มขึ้น ทำให้ความยืดหยุ่นและการปรับตัวอย่างรวดเร็วได้กลายเป็นคุณลักษณะที่กิจการต้องสร้างให้เกิดขึ้น สอดคล้องกับคุณลักษณะด้านการมีระบบภูมิคุ้มกันที่ดีในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ประโยชน์ในระยะสั้นของกิจการ อาจมาจากการดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคา เพื่อการกระตุ้นยอดขายหรือการเพิ่มผลกำไรเฉพาะหน้า ใช้วิธีการรณรงค์เรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน เพื่อการลดค่าใช้จ่ายในส่วนที่สามารถประหยัดได้ตามวาระที่จำเป็น เช่น เมื่อเกิดวิกฤตด้านพลังงาน เป็นต้น

ประโยชน์ในระยะปานกลางของกิจการ อาจมาจากการดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ด้านลูกค้าเป็นการปลูกสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมายและลูกค้า เพื่อหวังผลในการเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายให้กลายเป็นลูกค้าใหม่ของกิจการ ดูแลรักษาลูกค้าเดิมของกิจการให้คงอยู่ เพื่อหวังผลในการเพิ่มปริมาณการขาย (Up-Selling) หรือขยายสายผลิตภัณฑ์ (Cross-Selling) จำหน่ายให้แก่

ลูกค้ารายเดิม และแม้กระทั่งการเปลี่ยนลูกค้าในอดีตที่ยุติการซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ให้กลับมาเป็นลูกค้าของกิจการดั้งเดิม

ประโยชน์ในระยะยาวของกิจการ อาจมาจากการดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ด้านวิจัยและพัฒนาเพื่อการสร้างนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ ทั้งการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อรองรับความต้องการของตลาดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงการแก้ไขและปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม ให้มีคุณสมบัติเพิ่มขึ้น คุณภาพดีขึ้น คุณประโยชน์สูงขึ้น และแม้แต่การซื้อทรัพย์สินทางปัญญาหรือการซื้อกิจการอื่น เพื่อให้ได้มาซึ่งนวัตกรรมที่จะสร้างคุณค่าให้แก่กิจการในระยะยาว

จากที่กล่าวแล้วว่าองค์กรธุรกิจสามารถประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้ในสองระดับ คือเศรษฐกิจพอเพียงระดับพื้นฐาน และเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า ซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรและภายนอกองค์กรตามลำดับ การดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงระดับพื้นฐาน มุ่งเน้นที่การสร้างกิจการเพื่อให้อยู่รอดในธุรกิจและการพัฒนาศักยภาพเพื่อการเจริญเติบโตของกิจการ เป็นบันไดขั้นที่หนึ่ง ในขณะที่การดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า จะให้ความสำคัญกับการแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกันหรือการรวมกลุ่มในแนวตั้งตามสายอุปทาน (Supply Chain) เป็นบันไดขั้นที่สอง จนพัฒนามาสู่ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ในแนวราบ ในลักษณะของเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) เพื่อสร้างให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ เป็นบันไดขั้นที่สาม

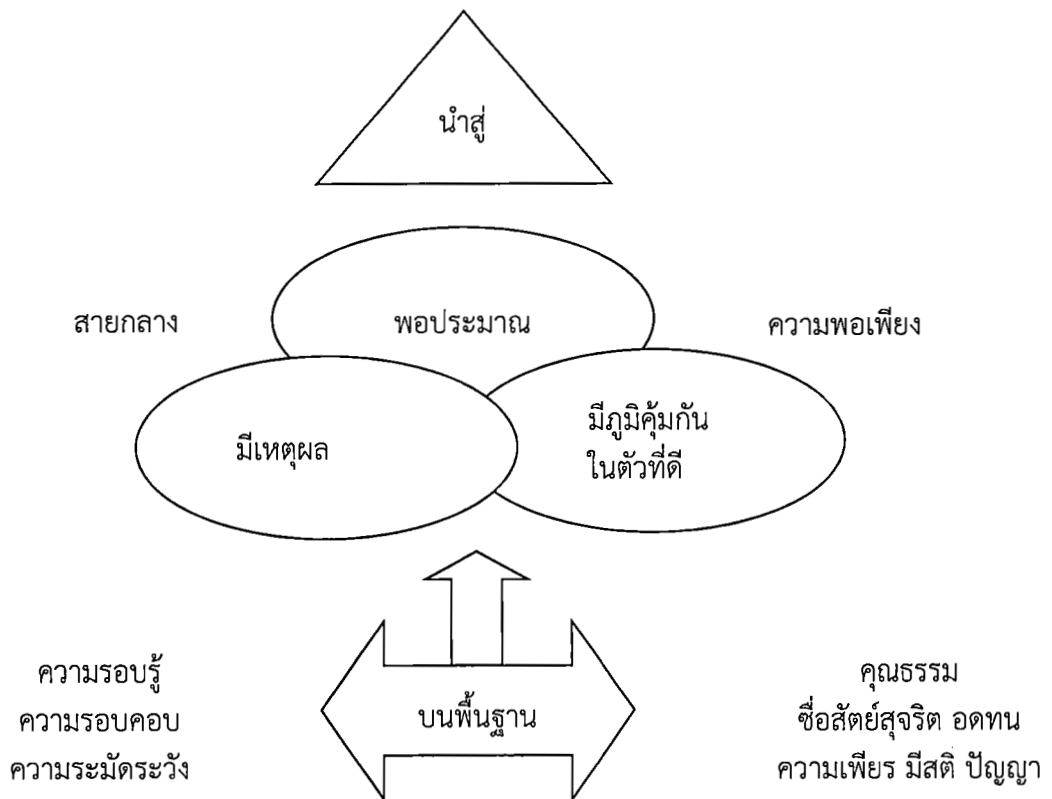
การประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงทั้งสามขั้นข้างต้น ชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาที่เริ่มต้นจากหลักของการพึ่งพาตนเองให้ได้ก่อน (Self-Reliance) แล้วจึงพัฒนาเป็นการรวมกลุ่มช่วยเหลือกัน (Cooperation) จนนำไปสู่การร่วมมือกัน (Collaboration) อย่างเป็นขั้นตอน (ค่านายอภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 51-66)

สถานการณ์ของประเทศไทยกับเศรษฐกิจพอเพียง

1. ขบวนการขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 71-79) การนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปเผยแพร่และส่งเสริมให้นำไปปฏิบัติหรือ “ขับเคลื่อน” ตลอดระยะเวลา 12 ปี โดยเริ่มจากปี 2542 มีการดำเนินงานใน 3 ช่วงเวลาที่สำคัญ ดังนี้

ช่วงเริ่มต้น ระหว่าง พ.ศ. 2542-2547 นับตั้งแต่ พ.ศ. 2542 ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแก่ปวงชนชาวไทย โดยพระราชทานให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไปขับเคลื่อนในกระบวนการพัฒนาประเทศ ในช่วงเริ่มต้นเป็นช่วงเวลาที่มีส่วนร่วมสร้างความรู้ความเข้าใจในความหมายของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มผู้นำทางความคิดซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการมีการรวมกลุ่มกันในระดับประเทศ เพื่อวิเคราะห์ปรัชญาจากบทความที่ได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตอย่างละเอียดและเชื่อมโยงกับแนวความคิดและทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน ได้สรุปสาระหลักและทำให้เข้าใจง่ายเป็นภาพ 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ซึ่งได้นำไปใช้เผยแพร่ควบคู่ไปกับบทความที่ได้รับพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทำให้ประชาชนทั่วไปสามารถจดจำและมีความเข้าใจที่ชัดเจนมากขึ้น

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
 ประเทศชาติ ประชาชน
 สมดุล ยั่งยืน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
 ภูมิคุ้มกันในด้านวัตถุ/ สังคม/ สิ่งแวดล้อม/ วัฒนธรรม



ภาพที่ 2-3 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา : คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 72

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานและภาควิชาการอื่นได้จัดสัมมนาและจัดประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เช่น สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) และการสัมมนาผู้นำชุมชนที่จังหวัดกาญจนบุรี ระหว่างวันที่ 28-30 มิถุนายน พ.ศ.2545 เกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงบนพื้นฐานการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งได้มีการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์และร่วมกันจัดทำเป้าหมายของเศรษฐกิจพอเพียงของแต่ละภาคในระยะเวลา 3 ปี นับเป็นการขับเคลื่อนสู่ผู้นำชุมชนอย่างเข้มข้นเป็นครั้งแรก

ช่วงที่สอง ระหว่าง พ.ศ. 2547-2551 โดยในช่วงปลาย พ.ศ. 2546 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงขึ้น เพื่อเป็นกลไกหลักในการประสานเครือข่ายทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติให้นำเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ครอบคลุม 8 ภาคส่วน ได้แก่

- 1) ผู้นำทางความคิด
- 2) นักวิชาการในระดับอุดมศึกษา
- 3) สถาบันการศึกษา
- 4) สถาบันการเมือง
- 5) องค์กรภาครัฐ
- 6) สื่อมวลชนและประชาชน
- 7) ภาคธุรกิจ
- 8) ชุมชนและประชาสังคม

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินำแนวทางปฏิบัติตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปรัชญานำทาง โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 สำนักงานฯ ได้จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนของสังคมในทุกจังหวัดทั่วประเทศ มีประชาชนเข้าร่วมประมาณ 20,000 คน สาระตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหัวข้อสำคัญในการสร้างการรับรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับสาเหตุของวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 รวมทั้งเตือนสติให้มีการดำเนินชีวิตในความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน สามารถรองรับผลกระทบของความเปลี่ยนแปลงบนพื้นฐานของความรู้และคุณธรรม เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น และต่อเนื่องใน พ.ศ. 2550 รัฐบาลขณะนั้นได้กำหนดเป็นนโยบายการพัฒนาประเทศโดยให้ทุกแผนงานและโครงการต้องใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ช่วงที่สาม ระหว่าง พ.ศ. 2551-2554 เป็นช่วงการขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พร้อมทั้งการเตรียมจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) โดยจากการประเมินสถานการณ์ของประเทศทั้งที่เป็นผลจากวิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตจากภัยธรรมชาติ และปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คาดว่าการเปลี่ยนแปลงทั้งจากสถานการณ์ภายในและภายนอกประเทศ เป็นไปอย่างรวดเร็วและรุนแรงยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ความมั่นคง

ด้านอาหาร พลังงาน จึงเป็นความเสี่ยงที่ต้องเร่งสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประชาชนและประเทศชาติในกระบวนการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 จึงได้ประเมินศักยภาพของประเทศและสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในทุกภูมิภาค ตามหลักปฏิบัติพื้นฐานของการน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ โดยได้วิเคราะห์ทุนของประเทศใน 6 ทุน ทั้งทุนทรัพยากรธรรมชาติสู่การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่มุ่งสู่ “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง”

นอกจากนั้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้จัดตั้งมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาประเทศตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงขึ้น เพื่อเป็นกลไกหลักในการพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ให้เป็นบรรทัดฐานที่พัฒนาไปสู่มาตรฐานการปฏิบัติของทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กร สถาบัน สังคม และประเทศ ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนและระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศในการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การติดตามความก้าวหน้าและแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากประสบการณ์การประยุกต์ใช้

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงระหว่างชุมชน องค์กร สถาบัน ในภาคส่วนต่าง ๆ และระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ตลอดทั้งการเผยแพร่สู่สาธารณะ

2. จากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การประยุกต์ใช้ของแต่ละภาคส่วน ผลจากการดำเนินงานทั้งสามช่วงเวลาดังกล่าวมีผลการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติอย่างหลากหลาย พร้อมทั้งแนวทางการขับเคลื่อนในอนาคต โดยสรุปดังนี้

2.1 ภาคชุมชนและประชาสังคม จากการสัมมนาผู้นำชุมชนจากทุกภาคของประเทศที่จังหวัดกาญจนบุรี เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2545 ซึ่งได้มีการจัดทำเป้าหมายของเศรษฐกิจพอเพียงรายภาคนั้น ได้มีการติดตามไปศึกษากรณีที่ชาวบ้านนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตและอาชีพ โดยเฉพาะทางด้านเกษตรกรรม พบว่า มีความสำเร็จเป็นอย่างดีในชุมชนที่มีผู้นำเข้มแข็งและชุมชนเองมีความต้องการและความพร้อมที่จะพัฒนาพื้นที่ทำกินร่วมกันอย่างยั่งยืน หรือมีการ “ระเบิดจากข้างใน” ในการพึ่งตนเอง และเพิ่มความสมดุลในการดำรงชีวิต

2.2 ภาคการเกษตร นับเป็นภาคที่สำคัญนำไปสู่การสร้างความปลอดภัยพอกินให้กับชุมชนท้องถิ่น และเป็นต้นธารของการพัฒนาทุก ๆ สาขาที่มีความสำคัญต่อความมั่นคงของชาติ ภายหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจพอเพียงด้านการเกษตรไปประยุกต์ใช้ในทุกระดับอย่างกว้างขวาง นำไปสู่ความปลอดภัยพอกิน มีความมั่นคงและปลอดภัยด้านอาหาร ลดรายจ่าย พึ่งตนเองได้ และแก้ปัญหาความยากจน ภาคครัวเรือน และภาคชุมชน เกษตรกรที่น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้มีความก้าวหน้าแตกต่างกันไป ตั้งแต่ขั้นต้น ขั้นกลาง และขั้นก้าวหน้า เช่น เกษตรกรที่ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี ปลูกมันสำปะหลังมารวม 20 ปีมีแต่หนี้ยิ่งปลูกมากยิ่งมีหนี้ยิ่งมากตาม เพราะหมดเงินไปกับค่าปุ๋ยไร่ละ 500 บาท เกษตรกรได้ใช้หลักการระเบิดจากข้างใน ค้นหาผู้นำที่แท้จริงในชุมชนที่สามารถพูดชักชวนให้ชุมชนเชื่อถือ สร้างแรงกระตุ้นให้ชาวบ้านทำบัญชีครัวเรือน สรรวจรายได้รายจ่ายของตัวเองมาคิดหาวิธีลดรายจ่าย โดยเลิกใช้ปุ๋ยเคมี และนำมูลสัตว์มาหมักเป็นปุ๋ยน้ำชีวภาพทดแทน ใช้จ่ายไร่ละประมาณ 30 บาท ไม่เพียงลดรายจ่ายลงยังมีผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นเป็นแรงจูงใจให้มีพลังคิดหาวิธีพึ่งพาตนเอง เกษตรกรหนองสาหร่ายใช้เวลาเพียง 4 ปี ใช้หนี้หมด คุณภาพชีวิตดีขึ้น มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น เป็นตัวอย่างการฟื้นฟูภาคเกษตรของประเทศหลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 และสร้างภูมิคุ้มกันแก่เกษตรกร เกษตรกรพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น มีผลเชิงประจักษ์ที่พบว่าเกษตรกรหลายรายมีพออยู่พอกิน ปรับตัวได้เร็วสามารถปลดหนี้สินและสร้างรายได้ได้อย่างค่อยเป็นค่อยไป มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน เป็นเกษตรกรตัวอย่าง อาทิ นายจันทร์ที่ ประทุมภา เกษตรกรบ้านโนนวัง อำเภอชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น นอกจากนั้น ยังได้นำไปสู่กระแสการทำเกษตรอินทรีย์และเกษตรยั่งยืน มีการเชื่อมโยงต่อยอดองค์ความรู้สู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างหลากหลาย

นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงบทบาทภาคธุรกิจ และภาคชุมชนท้องถิ่นให้มีการร่วมทุนโดยนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ ทั้งในมิติการผลิต การลงทุนที่ใช้ศักยภาพของประเทศเป็นหลัก ใช้วัตถุดิบในประเทศ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีการผลิต ปัจจุบันการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่น เครื่องสำอาง สบู่ ผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพร ซึ่งผลกำไรมีการกระจายสู่ชุมชนมากขึ้น ทั้งในเชิงรายได้และการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ภาคธุรกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนอีกจำนวนไม่น้อยเป็นองค์กร ตัวอย่าง เช่น กลุ่มมัตย์อมสี่ธรรมชาติศรีวัง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มอมทรัพย์ เพื่อการผลิตบ้านธาราทิพย์ อำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งมีการบริหารธุรกิจบนฐานของการสร้างกลุ่มที่เข้มแข็ง ศึกษาศักยภาพของทุนในชุมชนทั้งหมดที่เป็นวัตถุดิบ องค์ความรู้พื้นฐาน และการตลาด เพื่อสร้างสินค้าที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ขณะเดียวกันก็แบ่งผลกำไรคืนสู่สมาชิกและชุมชนอย่างมีคุณธรรม

เพื่อสะท้อนความหลากหลายของแนวปฏิบัติ ได้มีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับพื้นที่ (Area-Based) เพื่อช่วยเหลือผู้ยากไร้ในชนบท โดยได้เริ่มโครงการปิดทองหลังพระสืบสานแนวพระราชดำริ ด้วยความร่วมมือของภาคเครือข่ายต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานด้านองค์ความรู้จากโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคประชาสังคม และหน่วยงานเอกชน โดยมี “ชุมชนเป็นศูนย์กลาง” ซึ่งชาวบ้านลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ตามลักษณะเฉพาะของแต่ละภูมิสังคมและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน

มีการนำร่องจากโครงการขนาดเล็กในพื้นที่ต้นแบบที่อำเภอสองแคว อำเภอท่าวังผา และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดน่าน ใน พ.ศ. 2552 โดยได้นำเกษตรทฤษฎีใหม่ การพัฒนาระบบชลประทานรวมทั้งการจัดตั้งกองทุนพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และปุ๋ยชีวภาพ ไปให้ชาวบ้านได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติด้วยตนเองจนเป็นผลสำเร็จ ช่วยให้ชาวบ้านที่เคยประสบปัญหาความยากจนจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยวมีรายได้เพิ่มมากขึ้นและมีหนี้ลดลง รวมทั้งยังช่วยแก้ปัญหาสุขภาพจากการใช้สารเคมีในการเพาะปลูกมากเกินไป ปัจจุบันชาวบ้านสามารถพึ่งตนเองได้ และมีความตั้งใจที่จะใช้ชีวิตบนพื้นฐานของความพอเพียงอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ต่อมาใน พ.ศ. 2553 ได้มีการขยายผลสู่อ่างเก็บน้ำห้วยคล้าย จังหวัดอุดรธานี ด้วยการพัฒนาอ่างเก็บน้ำตามแนวพระราชดำริที่ยังใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่ให้เต็มศักยภาพ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการน้ำได้ดีขึ้น สามารถเพิ่มพื้นที่เกษตรกรรมได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ชาวบ้านมีรายได้ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเป็นการใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่าและประหยัด แต่ได้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ปัจจุบันโครงการปิดทองหลังพระสืบสานแนวพระราชดำรินำรูปแบบการพัฒนาจากผลสำเร็จของ 2 โครงการแรกไปขยายผลใน 18 หมู่บ้าน ซึ่งกระจายอยู่ใน 10 จังหวัด ทั่วประเทศที่ชุมชนมีความเข้มแข็ง โดยมีกระทรวงมหาดไทยและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นแกนหลัก ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา และร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ และชุมชนอื่น ๆ จะนำไปปฏิบัติตามจนเกิดความมั่นคงในระดับประเทศต่อไป

2.3 ภาคธุรกิจ การประกอบกิจการของภาคธุรกิจ จะมีเป้าหมายอยู่ที่การสร้างผลกำไร เพื่อตอบแทนเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นเป็นสำคัญ โดยไม่ได้คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และสังคมส่วนรวม แต่เมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2540 ส่งผลให้ภาคธุรกิจได้เรียนรู้ ปรับตัวปรับแนวคิดมาให้ความสำคัญกับการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจอย่างกว้างขวางมากขึ้น นับตั้งแต่ พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา โดยในระยะแรกมุ่งเน้นการสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจอย่างจริงจัง ต่อเนื่องภายใต้กลไกคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ที่มอบให้ ดร.อาชว์ เตาลานนท์ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผลักดันการขับเคลื่อนในภาคธุรกิจส่งผลให้ภาคีเครือข่าย

สถาบันองค์กรภาคธุรกิจ รวมทั้งสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมธนาคารไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ตระหนักรู้เกิดความเข้าใจ และนำไปปฏิบัติ เพื่อให้เข้าถึงด้วยความเชื่อมั่นว่า

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่ขัดกับหลักการทำกำไร แต่การได้มาซึ่งกำไรของธุรกิจต้องไม่เอาเปรียบผู้อื่น แสวงหากำไรจนเกินตัว ไม่เบียดเบียนประโยชน์ของสังคม และทำลายสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นแนวทางการประกอบธุรกิจที่มุ่งสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นใน 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ-สังคม-สิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านต้นทุน ปัจจัยการผลิต สังคม สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยเน้นให้มีการบริหารความเสี่ยง ด้วยการสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ไม่ประมาท ไม่โลภเกินไป ขยายธุรกิจให้เหมาะสมกับกำลังทุนและศักยภาพ ความถนัดของตน บนพื้นฐานการใช้ความรู้ คุณธรรม และดำเนินการด้วยความรอบคอบระมัดระวัง

จากฐานความรู้ที่มีและการนำไปปฏิบัติ จึงมีการศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ถอดบทเรียน ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อม ที่นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ จัดทำเป็นองค์ความรู้เผยแพร่สู่สาธารณะและกลุ่มภาคีเครือข่ายภาคธุรกิจ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ ให้เกิดการต่อยอดขยายผลต่อเนื่องต่อไป ซึ่งจากการสังเคราะห์บทเรียนได้ข้อสรุปร่วมที่บ่งชี้ถึง

คุณลักษณะของการดำเนินธุรกิจตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า มีลักษณะที่ยอมรับการมีกำไรในระดับพอประมาณ และมีเหตุผลที่พอเพียงต่อนักธุรกิจที่ลงทุนหรือผู้ถือหุ้น และต้องไม่เป็นการแสวงหากำไรโดยการเอาเปรียบผู้บริโภคหรือผิดกฎหมาย ไม่ปฏิเสธการส่งออก แต่ต้องมีการสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี เพื่อให้พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถกู้เงินมาลงทุนได้ เพื่อให้มีรายได้และต้องสามารถใช้นี้ได้ ต้องมีคุณธรรม ซื่อสัตย์สุจริต พากเพียร อดทน และรับผิดชอบต่อสังคม พัฒนาประสิทธิภาพการผลิต รักษาความสมดุลในการแบ่งปันผลประโยชน์ของธุรกิจในระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ พนักงาน บริษัทผู้บริโภค และสังคมโดยรวม

แนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ในระดับขั้นพื้นฐาน เป็นแนวปฏิบัติร่วมที่ทุกองค์กรภาคธุรกิจมีการดำเนินการอยู่แล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ประกอบด้วยปัจจัยการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และการบริหารความเสี่ยง สำหรับในระดับขั้นก้าวหน้า เป็นแนวปฏิบัติที่ครอบคลุมปัจจัยการมองการณ์ไกลในการบริหารจัดการและตัดสินใจเชิงนโยบาย คิดถึงผลในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป ให้ความสำคัญกับภาพพัฒนากำลังคน/พนักงาน/ผู้บริหารทุกระดับ อย่างเป็นรูปธรรม นำเทคโนโลยีมาใช้และพัฒนานวัตกรรมในทุกมิติ อย่างต่อเนื่อง รักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้และส่วนเสียของธุรกิจ (ลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน สิ่งแวดล้อม และสังคม) และที่สำคัญคือ การมีวัฒนธรรมองค์กรที่มีความเข้มแข็ง มีจริยธรรม คุณธรรม ความเพียร และการแบ่งปันความรู้เป็นค่านิยมร่วมขององค์กร ธุรกิจที่ดำเนินกิจการโดยใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นพื้นฐาน ไม่มีเป้าหมายสุดท้ายที่ผลกำไร แต่อยู่ที่การแบ่งปันกัน เพื่อให้สังคมดีขึ้น จะมองตนเองว่าเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน สังคม หากชุมชน สังคมอยู่ไม่ได้ ธุรกิจของตนก็อยู่ไม่ได้เช่นกัน

เมื่อแนวปฏิบัติเริ่มชัดเจนมากขึ้น ได้สร้างการยอมรับให้เกิดความศรัทธาและเชื่อมั่นในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ดังจะเห็นได้จากผลสำรวจทัศนคติของผู้บริหารระดับสูงที่เป็นสมาชิกสมาคมส่งเสริม สถาบันกรรมการบริษัทไทย เมื่อ พ.ศ. 2549 ที่ยืนยันชัดเจนว่าองค์กรต่าง ๆ ล้วนเชื่อมั่นในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจส่งเสริมให้ธุรกิจก้าวหน้าในระยะยาว ก้าวตามทันกระแสโลกาภิวัตน์ได้ โดยร้อยละ 80 ของผลสำรวจเห็นว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่ขัดแย้งกับเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ และมีผลให้การระดมทุนง่ายขึ้นและแข่งขันกับบริษัทอื่นในตลาดได้ ขณะที่ร้อยละ 84 เห็นว่าจะมีผลให้มูลค่าหุ้นดีขึ้น และร้อยละ 88 เห็นว่าจะช่วยให้บริษัทสามารถดึงดูดผู้ลงทุนได้ดีขึ้น

บทเรียนจากวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 ภาคธุรกิจขนาดใหญ่หลายแห่งได้มีการทบทวนและปรับกลยุทธ์การลงทุนให้กิจการมีภูมิคุ้มกันต่อความเสี่ยงอันเกิดจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกอย่างกว้างขวาง เช่น เครือซีเมนต์ไทย หรือ SCG เครือเจริญโภคภัณฑ์ หรือ CP Group และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นตัวอย่างของกิจการขนาดใหญ่ที่มีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยการปรับกลยุทธ์หลายประการ ทั้งการปรับลดจำนวนบริษัทในเครือ เมื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงในอนาคตด้วยความรู้ตามหลักวิชาการ มีการพัฒนาและเตรียมทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบ ประเมินตัวเองด้านความสามารถในการลงทุน ไม่ทำให้มีภาระมากเกินไป

ทำตามความสามารถที่มีอยู่ ไม่ทุ่มจนสุดตัว คำนึงถึงคำว่า “พอ” ตามกำลังของธุรกิจและกิจการมีความเจริญก้าวหน้าด้วย และหากมีวิกฤตการณ์ใด ๆ เกิดขึ้นซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาโดยที่คาดไม่ถึง กิจการต้องอยู่ได้โดยไม่ทำให้พนักงาน ผู้ถือหุ้น สถาบันการเงินที่ให้กู้ และสังคมเดือดร้อน นอกจากนั้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยรายงานว่ามีหลายองค์กรธุรกิจและหลายบริษัทในประเทศไทยมีความตื่นตัวในเรื่องของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และนำไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาชุมชน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากโครงการต่าง ๆ ที่ทำร่วมกับชุมชนของหลายองค์กร

ผลจากการน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ ได้ทำให้องค์กรภาคธุรกิจสามารถผ่านช่วงเวลาแห่งความยากลำบากนั้นมาได้ ตลอดจนเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมให้ภาคธุรกิจที่มีระบบบรรษัทภิบาลที่กำหนดให้องค์กรควบคุมกิจการให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ด้วยความโปร่งใส ภายใต้กรอบของจริยธรรมที่ดี โดยคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้าน สามารถดำเนินการด้วยความรับผิดชอบต่อ ยุติธรรม และโปร่งใสงยิ่งขึ้น ตลอดจนมีการบริหารความเสี่ยงที่รัดกุมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีมาตรการและกฎกติกาในการสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจมากขึ้น เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันในตนเอง เช่น มีการลงทุนในตลาดระหว่างประเทศในสัดส่วนที่พอประมาณและสมเหตุสมผลมากขึ้น โดยที่ผ่านมาสถาบันการเงินไทยทั้งระบบซึ่งถือครองสินทรัพย์ต่างประเทศเพียงสัดส่วนประมาณร้อยละ 8 เมื่อประกอบกับการวางแผนอย่างรอบคอบของธนาคารแห่งประเทศไทย และหน่วยงานด้านวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจที่ยกเครื่องการบริหารด้านการเงินระดับมหภาค จึงสามารถป้องกันมิให้ประเทศเผชิญวิกฤตการเงินซ้ำรอย เป็นผลให้วิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2550 ไม่กระทบประเทศไทยมากนัก (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, 51-79)

ทฤษฎีเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่และประสานความมั่นคงเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจพอเพียงและแนวทางปฏิบัติของทฤษฎีใหม่ เป็นแนวทางในการพัฒนาที่นำไปสู่ความสามารถในการพึ่งตนเองในระดับต่าง ๆ อย่างเป็นขั้นตอน โดยลดความเสี่ยงเกี่ยวกับความผันแปรของธรรมชาติ หรือการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยต่าง ๆ โดยอาศัยความพอประมาณและความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี มีความรู้ ความเพียรและความอดทน สติและปัญญา การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และความสามัคคี เศรษฐกิจพอเพียงมีความหมายกว้างกว่าทฤษฎีใหม่ โดยที่เศรษฐกิจพอเพียงเป็นกรอบ แนวคิดที่ขับเคลื่อนหลักการและแนวทางปฏิบัติของทฤษฎีใหม่ ในขณะที่แนวพระราชดำริเกี่ยวกับทฤษฎีใหม่หรือเกษตรทฤษฎีใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาภาคเกษตรอย่างเป็นขั้นตอนนั้น เป็นตัวอย่างการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในทางปฏิบัติ ที่เป็นรูปธรรมเฉพาะในพื้นที่ที่เหมาะสม ทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริอาจเปรียบเทียบกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งมีอยู่ 2 แบบ คือ แบบพื้นฐานกับแบบก้าวหน้า ได้ดังนี้

ทฤษฎีใหม่แบบพื้นฐาน ความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัวโดยเฉพาะเกษตรกร เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน เทียบได้กับทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 ที่มุ่งแก้ปัญหาของเกษตรกรที่อยู่ห่างไกลแหล่งน้ำ ต้องพึ่งน้ำฝนและประสบความเสี่ยงจากการที่น้ำไม่พอเพียง แม้กระทั่งสำหรับการปลูกข้าวเพื่อบริโภคและมีข้อสมมติว่า มีที่ดินพอเพียงในการขุดบ่อเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องดังกล่าว จากการแก้ปัญหา ความเสี่ยงเรื่องน้ำ จะทำให้เกษตรกรสามารถมีข้าวเพื่อการบริโภคยังชีพในระดับหนึ่งได้ และใช้ที่ดินส่วนอื่น ๆ สนองความต้องการพื้นฐานของครอบครัว รวมทั้งขายในส่วนที่เหลือเพื่อมีรายได้ที่จะใช้เป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ไม่สามารถผลิตเองได้ ทั้งหมดนี้เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในตัวให้เกิดขึ้นในระดับครอบครัว อย่างไรก็ตามแม้กระทั่ง ในทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 ก็จำเป็นที่เกษตรกรจะต้องได้รับความช่วยเหลือจากชุมชน ราชการ มูลนิธิและภาคเอกชน ตามความเหมาะสม

ทฤษฎีใหม่แบบก้าวหน้า ความพอเพียงในระดับชุมชนและระดับองค์กรเป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งครอบคลุมทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 2 เป็นเรื่องของการสนับสนุนให้เกษตรกรรวมพลังกันในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์ หรือการที่ธุรกิจต่าง ๆ รวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ กล่าวคือ เมื่อสมาชิกในแต่ละครอบครัวหรือองค์กรต่าง ๆ มีความพอเพียงขั้นพื้นฐานเป็นเบื้องต้นแล้ว ก็จะรวมกลุ่มกันเพื่อร่วมมือกัน สร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่มและส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกัน การแบ่งปันช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามกำลังและความสามารถของตน ซึ่งจะสามารถทำให้ชุมชนโดยรวมหรือเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ เกิดความพอเพียงในวิถีปฏิบัติอย่างแท้จริง ความพอเพียงในระดับประเทศ เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งครอบคลุมทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ซึ่งส่งเสริมให้ชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจสร้างความร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ในประเทศ เช่น บริษัทขนาดใหญ่ธนาคาร สถาบันวิจัย เป็นต้น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะเช่นนี้จะเป็นประโยชน์ในการสืบทอด ภูมิปัญญา แลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี และบทเรียนจากการพัฒนาหรือร่วมมือกันพัฒนา ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ประเทศอันเป็นสังคมใหญ่อันประกอบด้วยชุมชน องค์กร และธุรกิจต่าง ๆ ที่ดำเนินชีวิตอย่างพอเพียง กลายเป็นเครือข่ายชุมชนพอเพียงที่เชื่อมโยงกันด้วยหลัก ไม่เบียดเบียน แบ่งปัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ได้ในที่สุด

จากการยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางปฏิบัตินั้น คาดว่าผลที่จะได้รับจากการประยุกต์ใช้คือ การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้าน

เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี จะเห็นได้ว่าหากประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ยึดถือปรัชญานี้เป็นแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตน มีสำนึกในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญาและความรอบคอบ ประเทศไทยจะสงบสุข ร่มเย็นยืนหยัดอยู่ได้ด้วย ความสามารถ ความร่วมมือร่วมใจของคนไทยทุกคน

เกษตรทฤษฎีใหม่สำหรับครัวเรือน

ทฤษฎีใหม่ คือ ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมของการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงที่เด่นชัดที่สุด ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานพระราชดำรินี้ เพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรที่มักประสบปัญหาทั้งภัยธรรมชาติและปัจจัยภายนอก ที่มีผลกระทบต่อการทำงานเกษตร ให้สามารถผ่านพ้นช่วงเวลาวิกฤต โดยเฉพาะการขาดแคลนน้ำได้โดยไม่ต้องรื้อถอนและยกลำบาคานัก ความเสี่ยงที่เกษตรกร มักพบเป็นประจำ ประกอบด้วย

1. ความเสี่ยงด้านราคาสินค้าเกษตร
2. ความเสี่ยงในราคาและการพึ่งพาปัจจัยการผลิตสมัยใหม่จากต่างประเทศ
3. ความเสี่ยงด้านน้ำ ฝนทิ้งช่วง ฝนแล้ง
4. ภัยธรรมชาติอื่น ๆ และโรคระบาด
5. ความเสี่ยงด้านแบบแผนการผลิต รวมถึง ความเสี่ยงด้านโรคและศัตรูพืช ความเสี่ยงด้านการขาดแคลนแรงงาน และความเสี่ยงด้านหนี้สิน และการสูญเสียที่ดิน

ทฤษฎีใหม่จึงเป็นแนวทางหรือหลักการในการบริหารการจัดการที่ดินและน้ำ เพื่อการเกษตรในที่ดินขนาดเล็กให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1. ความสำคัญของทฤษฎีใหม่
 - 1.1 มีการบริหารและจัดแบ่งที่ดินแปลงเล็กออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจน เพื่อประโยชน์สูงสุดของเกษตรกร ซึ่งไม่เคยมีใครคิดมาก่อน
 - 1.2 มีการคำนวณโดยใช้หลักวิชาการเกี่ยวกับปริมาณน้ำที่จะกักเก็บให้พอเพียงต่อการเพาะปลูกได้อย่างเหมาะสมตลอดปี
 - 1.3 มีการวางแผนที่สมบูรณ์แบบสำหรับเกษตรกรรายย่อย โดยมีถึง 3 ขั้นตอน
2. ระดับการประยุกต์ใช้เกษตรทฤษฎีใหม่
 - 2.1 ทฤษฎีใหม่ขั้นต้น ให้แบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วน ตามอัตราส่วน 30 : 30 : 30 : 10 ซึ่งหมายถึง
 - พื้นที่ส่วนที่หนึ่ง ประมาณร้อยละ 30 ให้ขุดสระเก็บกักน้ำเพื่อใช้เก็บกักน้ำฝนในฤดูฝน และใช้เสริมการปลูกพืชในฤดูแล้ง ตลอดจนการเลี้ยงสัตว์และพืชน้ำต่าง ๆ
 - พื้นที่ส่วนที่สอง ประมาณร้อยละ 30 ให้ปลูกข้าวในฤดูฝนเพื่อใช้เป็นอาหารประจำวันสำหรับครอบครัวให้เพียงพอตลอดปี เพื่อตัดค่าใช้จ่ายและสามารถพึ่งตนเองได้
 - พื้นที่ส่วนที่สาม ประมาณร้อยละ 30 ให้ปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น พืชผัก พืชไร่ พืชสมุนไพร ฯลฯ เพื่อใช้เป็นอาหารประจำวัน หากเหลือบริโภคนำไปจำหน่าย
 - พื้นที่ส่วนที่สี่ ประมาณร้อยละ 10 เป็นที่อยู่อาศัย เลี้ยงสัตว์ ถนนหนทาง และโรงเรียนอื่น ๆ

2.2 ทฤษฎีใหม่ขั้นที่สอง เมื่อเกษตรกรเข้าใจในหลักการและได้ปฏิบัติในที่ดินของตนจนได้ผลแล้ว ก็ต้องเริ่มขั้นที่สอง คือให้เกษตรกรรวมพลังกันในรูป กลุ่ม หรือสหกรณ์ ร่วมแรงร่วมใจกันดำเนินการในด้าน

2.2.1 การผลิต (พันธุ์พืช เตรียมดิน ซบประทาน ฯลฯ) เกษตรกรจะต้องร่วมมือในการผลิตโดยเริ่มตั้งแต่ขั้นเตรียมดิน การหาพันธุ์พืช ปุ๋ย การจัดหาหน้า และอื่น ๆ เพื่อการเพาะปลูก)

2.2.2 การตลาด (ลานตากข้าว ยุ้ง เครื่องสีข้าว การจำหน่ายผลผลิต) เมื่อมีผลผลิตแล้วจะต้องเตรียมการต่าง ๆ เพื่อการขายผลผลิตให้ได้ประโยชน์สูงสุด เช่น การเตรียมลานตากข้าวร่วมกัน การจัดหายุ้งรวบรวมข้าว เตรียมหาเครื่องสีข้าว ตลอดจนการรวมกันขายผลผลิตให้ได้ราคาดีและลดค่าใช้จ่ายลงด้วย

2.2.3 การเป็นอยู่ (กะปิ น้ำปลา อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ) ในขณะเดียวกันเกษตรกรต้องมีความเป็นอยู่ที่ดีพอสมควร โดยมีปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต เช่น อาหารการกินต่าง ๆ กะปิ น้ำปลา เสื้อผ้า ที่พอเพียง

2.2.4 สวัสดิการ (สาธารณสุข เงินกู้) แต่ละชุมชนควรมีสวัสดิภาพและบริการที่จำเป็น เช่น สถานีอนามัยเมื่อยามป่วยไข้ หรือมีกองทุนไว้กู้ยืมเพื่อประโยชน์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน

2.2.5 การศึกษา (โรงเรียน ศูนย์การศึกษา) ชุมชนควรมีบทบาทในการส่งเสริมการศึกษา เช่น มีกองทุนเพื่อการศึกษาเล่าเรียนให้แก่เยาวชนของชุมชนเอง

2.2.6 สังคมและศาสนา ชุมชนควรเป็นที่รวมในการพัฒนาสังคมและจิตใจ โดยมีศาสนาเป็นที่ยึดเหนี่ยว

โดยกิจกรรมทั้งหมดดังกล่าวข้างต้น จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นราชการ องค์กรเอกชน ตลอดจนสมาชิกในชุมชนนั้นเป็นสิ่งสำคัญ

2.3 ทฤษฎีใหม่ขั้นที่สาม เมื่อดำเนินการผ่านขั้นที่สองแล้ว เกษตรกร หรือกลุ่มเกษตรกรก็ควรพัฒนาก้าวหน้าไปสู่ขั้นที่สามต่อไป คือติดต่อประสานงาน เพื่อจัดหาทุน หรือแหล่งเงิน เช่น ธนาคาร หรือบริษัท ห้างร้านเอกชน มาช่วยในการลงทุนและพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้งฝ่ายเกษตรกรและฝ่ายธนาคาร หรือบริษัทเอกชนจะได้รับประโยชน์ร่วมกัน กล่าวคือ

2.3.1 เกษตรกรขายข้าวได้ราคาสูง (ไม่ถูกกดราคา)

2.3.2 ธนาคารหรือบริษัทเอกชนสามารถซื้อข้าวบริโภคในราคาต่ำ (ซื้อข้าวเปลือกตรงจากเกษตรกรและมาสีเอง)

2.3.3 เกษตรกรซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคได้ในราคาต่ำ เพราะรวมกันซื้อเป็นจำนวนมาก (เป็นร้านสหกรณ์ราคาขายส่ง)

2.3.4 ธนาคารหรือบริษัทเอกชน จะสามารถกระจายบุคลากร เพื่อไปดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดผลดียิ่งขึ้น

3. หลักการและแนวทางสำคัญ มีดังนี้

3.1 เป็นระบบการผลิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่เกษตรกรสามารถเลี้ยงตัวเองได้ในระดับที่ประหยัดก่อน ทั้งนี้ชุมชนต้องมีความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำนองเดียวกับการ “ลงแขก” แบบดั้งเดิมเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานด้วย

3.2 เนื่องจากข้าวเป็นปัจจัยหลักที่ทุกครัวเรือนจะต้องบริโภค ดังนั้นจึงประมาณว่าครอบครัวหนึ่งทำนาประมาณ 5 ไร่ จะทำให้มีข้าวพอกินตลอดปี โดยไม่ต้องซื้อหาในราคาแพง เพื่อยึดหลักพึ่งตนเองได้อย่างมีอิสระภาพ

3.3 ต้องมีน้ำเพื่อการเพาะปลูกสำรองไว้ในฤดูแล้ง หรือระยะฝนทิ้งช่วงได้อย่างพอเพียง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกันที่ดินส่วนหนึ่งไว้ขุดสระน้ำ โดยมีหลักว่าต้องมีน้ำเพียงพอที่จะเพาะปลูกได้ตลอดปี ทั้งนี้ได้พระราชทานพระราชดำริเป็นแนวทางว่า ต้องมีน้ำ 1,000 ลูกบาศก์เมตรต่อการเพาะปลูก 1 ไร่ โดยประมาณ ฉะนั้น เมื่อทำนา 5 ไร่ ทำพืชไร่ หรือไม้ผลอีก 5 ไร่ (รวมเป็น 10 ไร่) จะต้องมีน้ำ 10,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี

ดังนั้น หากตั้งสมมติฐานว่า มีพื้นที่ 15 ไร่ ก็จะสามารถกำหนดสูตรคร่าว ๆ ว่า แต่ละแปลงประกอบด้วย

- นาข้าว 5 ไร่
- พืชไร่ พืชสวน 5 ไร่
- สระน้ำ 3 ไร่ ขุดลึก 4 เมตร จุน้ำได้ประมาณ 19,000 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งเป็นปริมาณน้ำที่เพียงพอที่จะสำรองไว้ใช้ยามฤดูแล้ง

- ที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ 2 ไร่

รวมทั้งหมด 15 ไร่

แต่ทั้งนี้ขนาดของสระเก็บน้ำขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศและสภาพแวดล้อม ดังนี้

- ถ้าเป็นพื้นที่ทำการเกษตรอาศัยน้ำฝน สระน้ำควรมีลักษณะลึก เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำระเหยได้มากเกินไป ซึ่งจะทำให้มีน้ำใช้ตลอดทั้งปี

- ถ้าเป็นพื้นที่ทำการเกษตรในเขตชลประทานสระน้ำอาจมีลักษณะลึก หรือตื้นและแคบ หรือกว้างก็ได้ โดยพิจารณาตามความเหมาะสม เพราะสามารถมีน้ำมาเติมอยู่เรื่อย ๆ

การมีสระเก็บน้ำก็เพื่อให้เกษตรกรมีน้ำใช้อย่างสม่ำเสมอทั้งปี (ทรงเรียกว่า Regulator หมายถึง การควบคุมให้ดี มีระบบน้ำหมุนเวียนให้เพื่อการเกษตรได้โดยตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหน้าแล้งและระยะฝนทิ้งช่วง แต่ไม่ได้หมายความว่า เกษตรกรจะสามารถปลูกข้าวนาปรังได้ เพราะหากน้ำในสระเก็บน้ำไม่พอ ในกรณีมีเขื่อนอยู่บริเวณใกล้เคียงก็อาจจะต้องสูบน้ำมาจากเขื่อน ซึ่งจะทำให้น้ำในเขื่อนหมดได้ แต่เกษตรกรควรทำนาในหน้าฝน และเมื่อถึงฤดูแล้ง หรือฝนทิ้งช่วงให้เกษตรกรใช้น้ำที่เก็บตุนนั้นให้เกิดประโยชน์ทางการเกษตรอย่างสูงสุด และเมื่อถึงฤดูแล้งหรือฝนทิ้งช่วงให้เกษตรกรใช้น้ำที่เก็บตุนนั้นให้เกิดประโยชน์ทางการเกษตรอย่างสูงสุด โดยพิจารณาปลูกพืชให้เหมาะสมกับฤดูกาล เพื่อจะได้มีผลผลิตอื่น ๆ ไว้บริโภคและสามารถนำไปขายได้ตลอดทั้งปี

4. การจัดแบ่งแปลงที่ดินเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดนี้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงคำนวณและคํานึงจากอัตราการถือครองที่ดินถั่วเฉลี่ยครัวเรือนละ 15 ไร่ ไร่ อย่างไรก็ดีตาม หากเกษตรกรมีพื้นที่ถือครองน้อยกว่านี้ หรือมากกว่านี้ ก็สามารถใช้อัตราส่วน 30:30:30:10 เป็นเกณฑ์ปรับใช้ได้ กล่าวคือ

- ร้อยละ 30 ส่วนแรกขุดสระน้ำ (สามารถเลี้ยงปลา ปลูกพืชน้ำ เช่น ผักบุ้ง ผักกะเฉด ฯลฯ ได้ด้วย) บนสระอาจสร้างเล้าไก่และบนขอบสระน้ำอาจปลูกไม้ยืนต้นที่ไม่ใช้น้ำมากโดยรอบได้

- ร้อยละ 30 ส่วนที่สอง ทำนา

- ร้อยละ 30 ส่วนที่สาม ปลูกพืชไร่ พืชสวน (ไม้ผล ไม้ยืนต้น ไม้ใช้สอย ไม้เพื่อเป็นเชื้อฟืน ไม้สร้างบ้าน พืชไร่ พืชผัก สมุนไพร เป็นต้น)

- ร้อยละ 10 สุดท้าย เป็นที่อยู่อาศัยและอื่น ๆ (ทางเดิน คันดิน กองฟาง ลานตาก กองปุ๋ยหมัก โรงเรือน โรงเพาะเห็ด คอกสัตว์ ไม้ดอกไม้ประดับ พืชสวนครัวหลังบ้าน เป็นต้น)

อย่างไรก็ตาม อัตราส่วนดังกล่าวเป็นสูตร หรือหลักการโดยประมาณเท่านั้น สามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม โดยขึ้นอยู่กับสภาพของพื้นที่ดิน ปริมาณน้ำฝน และสภาพแวดล้อม เช่น ในกรณีภาคใต้ที่มีฝนตกชุก หรือพื้นที่ที่มีแหล่งน้ำมาเติมสระได้ต่อเนื่อง ก็อาจลดขนาดของบ่อ หรือสระเก็บน้ำให้เล็กลง เพื่อเก็บพื้นที่ไว้ใช้ประโยชน์อื่นต่อไปได้

5. การดำเนินการตามทฤษฎีใหม่ มีปัจจัยประกอบหลายประการ ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศ สภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นเกษตรกรควรขอรับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ดูแลที่สำคัญคือราคาการลงทุนค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขุดสระน้ำ เกษตรกรจะต้องได้รับความช่วยเหลือจากส่วนราชการ มูลนิธิ และเอกชน

6. ในระหว่างการขุดสระน้ำ จะมีดินที่ถูกขุดขึ้นมาจำนวนมาก หน้าดินซึ่งเป็นดินดี ควรนำไปกองไว้ต่างหากเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการปลูกพืชต่าง ๆ ในภายหลัง โดยนำมาเกลี่ยคลุมดินชั้นล่างที่เป็นดินไม่ดี หรืออาจนำมาถมทำขอบสระน้ำ หรือยกร่องสำหรับปลูกไม้ผลก็ได้ประโยชน์อีกทางหนึ่ง

ตัวอย่างพืชที่ควรปลูกและสัตว์ที่ควรเลี้ยง

- ไม้ผลและผักยืนต้น : มะม่วง มะพร้าว มะขาม ขนุน ละมุด ส้ม กล้าย น้อยหน่า มะละกอ กะทอน แคบ้าน มะรุม สะเดา ชีเหล็ก กระถิน ฯลฯ

- ผักล้มลุกและดอกไม้ : มันเทศ เผือก ถั่วฝักยาว มะเขือ มะลิ ดาวเรือง บานไม่รู้โรย กุหลาบ ราและช่อนกลิน เป็นต้น

- เห็ด : เห็ดนางฟ้า เห็ดฟาง เห็ดเป๋าฮื้อ เป็นต้น

- สมุนไพรและเครื่องเทศ : หมาก พลุ พริกไทย บุค บัวบก มะเกลือ ขุมเห็ด หญ้าแฝก และพืชผักบางชนิด เช่น กระเพรา สะระแหน่ แมงลัก และตะไคร้ เป็นต้น

- ไม้ใช้สอยและเชื้อเพลิง : ไม้ มะพร้าว ตาล กระถินณรงค์ มะขามเทศ สะแก ทองหลาง จามจุรี กระถิน สะเดา ชีเหล็ก ประดู่ ชิงชัน และยางนา เป็นต้น

พืชไร่ : ข้าวโพด ถั่วเหลือง ถั่วลิสง ถั่วพุ่ม ถั่วมะแฮะ อ้อย มันสำปะหลัง ละหุ่ง นุ่น เป็นต้น พืชไร่หลายชนิดอาจเก็บเกี่ยวเมื่อผลผลิตยังสดอยู่ และจำหน่ายเป็นพืชประเภทผักได้ และมีราคาดีกว่าเก็บเมื่อแก่ได้ ข้าวโพด ถั่วเหลือง ถั่วลิสง ถั่วพุ่ม ถั่วมะแฮะ อ้อย และมันสำปะหลัง

พืชบำรุงดินและพืชคลุมดิน : ถั่วมะแฮะ ถั่วฮามาต้า โสนแอฟริกัน โสนพื้นเมือง ปอเทือง ถั่วพรีา ชีเหล็ก กระถิน รวมทั้งถั่วเขียวและถั่วพุ่ม เป็นต้น และเมื่อเก็บเกี่ยวแล้วไถกลบลงไปเพื่อบำรุงดินได้

พืชหลายชนิดใช้ทำประโยชน์ได้มากกว่าหนึ่งชนิด และการเลือกปลูกพืชควรเน้นพืชยืนต้นด้วย เพราะการดูแลรักษาในระยะหลังจะลดน้อยลง มีผลผลิตทยอยออกตลอดปี ควรเลือกพืชยืนต้นชนิดต่าง ๆ กัน ให้ความร่มเย็นและชุ่มชื้นกับที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อม และควรเลือกต้นไม้ให้สอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ เช่น ไม้ควรปลูกยูคาลิปตัสบริเวณขอบสระ ควรเป็นไม้ผลแทน เป็นต้น

สัตว์เลี้ยงอื่น ๆ ได้แก่

สัตว์น้ำ : ปลาไน ปลานิล ปลาดุก เพื่อบริโภคเป็นอาหารเสริมประเภทโปรตีน และยังสามารถนำไปจำหน่ายเป็นรายได้เสริมได้อีกด้วย ในบางพื้นที่สามารถเลี้ยงกบได้ สุกร หรือไก่ เลี้ยงบนขอบสระน้ำ ทั้งนี้มูลสุกรและไก่สามารถนำมาเป็นอาหารปลา บางแห่งอาจเลี้ยงเป็ดได้

ประโยชน์ของทฤษฎีใหม่

1. ให้ประชาชนพออยู่พอกินสมควรแก่อัตภาพในระดับที่ประหยัด ไม่อวดอยาก และเลี้ยงตนเองได้ตามหลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง”

2. ในหน้าแล้งมีน้ำน้อย ก็สามารถเอาน้ำที่เก็บไว้ในสระมาปลูกพืชผักต่าง ๆ ที่ใช้น้ำน้อยได้ โดยไม่ต้องเบียดเบียนชลประทาน

3. ในปีที่ฝนตกตามฤดูกาลโดยมีน้ำดีตลอดปี ทฤษฎีใหม่นี้สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรได้โดยไม่ต้องเดือดร้อนในเรื่องค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

4. ในกรณีที่เกิดอุทกภัย เกษตรกรสามารถที่จะฟื้นตัวและช่วยตัวเองได้ในระดับหนึ่ง โดยทางราชการไม่ต้องช่วยเหลือมากนัก ซึ่งเป็นการประหยัดงบประมาณด้วย

ทฤษฎีใหม่ที่สมบูรณ์ ทฤษฎีใหม่ที่ดำเนินการโดยอาศัยแหล่งน้ำ ธรรมชาติ น้ำฝน จะอยู่ในลักษณะ “หมิ่นเหม่” เพราะหากปีใดฝนน้อย น้ำอาจจะไม่เพียงพอ ฉะนั้นการที่จะทำให้ทฤษฎีใหม่สมบูรณ์ได้นั้น จำเป็นต้องมีสระเก็บกักน้ำที่มีประสิทธิภาพและเต็มความสามารถ โดยการมีแหล่งน้ำขนาดใหญ่ที่สามารถเพิ่มเติมน้ำในสระเก็บกักน้ำให้เต็มอยู่เสมอ ดังเช่นกรณีของการทดลองที่โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณวัดมงคลชัยพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดสระบุรี (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 158-163)

เกษตรทฤษฎีใหม่สำหรับชุมชน

แนวคิดใหม่ในการบริหารจัดการที่ดินของเกษตรกรให้มีสัดส่วนในการใช้พื้นที่ดินให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามแนวทางทฤษฎีใหม่ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 164)

1. ระดับการประยุกต์ใช้เกษตรทฤษฎีใหม่

1.1. ทฤษฎีใหม่ขั้นต้น มีหลักการดังนี้

1) มีที่ดิน สำหรับการจัดแบ่งแปลงที่ดินเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดนี้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงคำนวณจากอัตราถือครองที่ดินถั่วเฉลี่ยครัวเรือนละ 15 ไร่ อย่างไรก็ตามหากเกษตรกรมีพื้นที่ถือครองน้อยกว่าหรือมากกว่านี้ ก็สามารถใช้อัตราส่วน 30 : 30 : 30 : 10 ดังนี้

พื้นที่ส่วนที่ 1 ไร่ละ 30 ไร่ขุดสระเก็บกักน้ำ เพื่อใช้เก็บกักน้ำในฤดูฝนและใช้เสริมการปลูกพืชในฤดูแล้ง ตลอดจนการเลี้ยงสัตว์น้ำและพืชน้ำต่าง ๆ

พื้นที่ส่วนที่ 2 ไร่ละ 30 ไร่ปลูกข้าวในฤดูฝนเพื่อใช้เป็นอาหารประจำวันสำหรับครอบครัวให้เพียงพอตลอดปี เพื่อตัดค่าใช้จ่ายและพึ่งตนเองได้

พื้นที่ส่วนที่ 3 ไร่ละ 30 ไร่ปลูกพืชผัก พืชไร่ พืชสมุนไพร ไม้ผล ไม้ยืนต้น ฯลฯ เพื่อใช้เป็นอาหารประจำวัน หากเหลือบริโภคก็นำไปจำหน่าย

พื้นที่ส่วนที่ 4 ไร่ละ 10 ไร่เป็นที่อยู่อาศัย เลี้ยงสัตว์และโรงเรือนอื่น ๆ

2) มีความสามัคคี เนื่องจากการเกษตรทฤษฎีใหม่ขั้นต้น เป็นระบบการผลิตแบบพอเพียงที่เกษตรกรสามารถเลี้ยงตัวเองได้ในระดับที่ประหยัดก่อน ทั้งนี้ชุมชนต้องมีความสามัคคีร่วมมือร่วมใจในการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำนองเดียวกับการลงแขก แบบดั้งเดิมเพื่อลดค่าใช้จ่าย

3) ผลผลิต เนื่องจากข้าวเป็นปัจจัยหลักที่ทุกครัวเรือนจะต้องบริโภค ดังนั้นจึงประมาณว่าครอบครัวหนึ่งทำนา 5 ไร่ จะทำให้มีข้าวพอกินตลอดปี โดยไม่ต้องซื้อเพื่อยึดหลักพึ่งตนเองได้

4) มีน้ำ เนื่องจากการทำการเกษตรทฤษฎีใหม่ต้องมีน้ำเพื่อการเพาะปลูกสำรองไว้ใช้ในฤดูแล้ง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องกันที่ดินส่วนหนึ่งไว้ขุดสระน้ำ โดยมีหลักว่าต้องมีน้ำเพียงพอที่จะทำการเพาะปลูกได้ตลอดปี

1.2 ทฤษฎีใหม่ขั้นที่สอง หรือเรียกว่า ทฤษฎีใหม่ขั้นก้าวหน้าเป็นขั้นที่เกษตรกรจะพัฒนาตนเองไปสู่ขั้นพออยู่พอกิน เพื่อให้มีผลสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยให้เกษตรกรรวมพลังกันในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์ร่วมแรงร่วมใจกันดำเนินการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ด้านการผลิต เกษตรกรจะต้องร่วมมือในการผลิตโดยเริ่มตั้งแต่ขั้นเตรียมดิน การหาพันธุ์พืช ปุ๋ย การหาน้ำ และอื่น ๆ เพื่อการเพาะปลูก

2) ด้านการตลาด เมื่อมีผลผลิตแล้วจะต้องเตรียมการต่าง ๆ เพื่อการขายผลผลิตให้ได้ประโยชน์สูงสุด เช่น การเตรียมลานตากข้าวร่วมกัน การจัดหาขุ่ยรวบรวมน้ำ เตรียมเครื่องสีข้าว ตลอดจนการรวมกันขายผลผลิตให้ได้ราคาดีและลดค่าใช้จ่ายลงด้วย

3) ด้านความเป็นอยู่ เกษตรกรต้องมีความเป็นอยู่ที่ดีพอสมควร โดยมีปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

4) ด้านสวัสดิการ แต่ละชุมชนควรมีสวัสดิการและบริการที่จำเป็น เช่น สถานีอนามัยเมื่อยามเจ็บไข้หรือมีกองทุนไว้กั้มเพื่อประโยชน์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน

5) ด้านการศึกษา ชุมชนควรมีบทบาทในการส่งเสริมการศึกษา เช่น มีกองทุนเพื่อการศึกษาให้แก่เยาวชนในชุมชน

6) ด้านสังคมและศาสนา ชุมชนควรเป็นที่รวมในการพัฒนาจิตใจและสังคม โดยมีศาสนาเป็นที่ยึดเหนี่ยว

1.3 ทฤษฎีใหม่ขั้นที่สาม เป็นขั้นพัฒนาเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรให้ก้าวหน้าด้วยการติดต่อประสานงานเพื่อจัดหาทุน หรือแหล่งเงิน เช่น ธนาคาร หรือเอกชนมาช่วยในการลงทุนและพัฒนาคุณภาพชีวิต ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะได้รับประโยชน์ร่วมกัน ดังนี้

1) เกษตรกรสามารถขายข้าวได้ในราคาสูง โดยไม่ถูกกดราคา

2) ธนาคารกับบริษัทสามารถซื้อข้าวบริโภคในราคาต่ำ เพราะซื้อข้าวเปลือกโดยตรงจากเกษตรกรและนำมาสีเอง

3) เกษตรกรสามารถซื้อเครื่องอุปโภคบริโภคได้ในราคาต่ำ เพราะรวมกันซื้อเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นกลุ่มสหกรณ์ สามารถซื้อได้ในราคาขายส่ง

4) ธนาคารกับบริษัทจะสามารถกระจายบุคคลเพื่อไปดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดผลดียิ่งขึ้น

2. ประโยชน์ของทฤษฎีใหม่ต่อชุมชน (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 166)

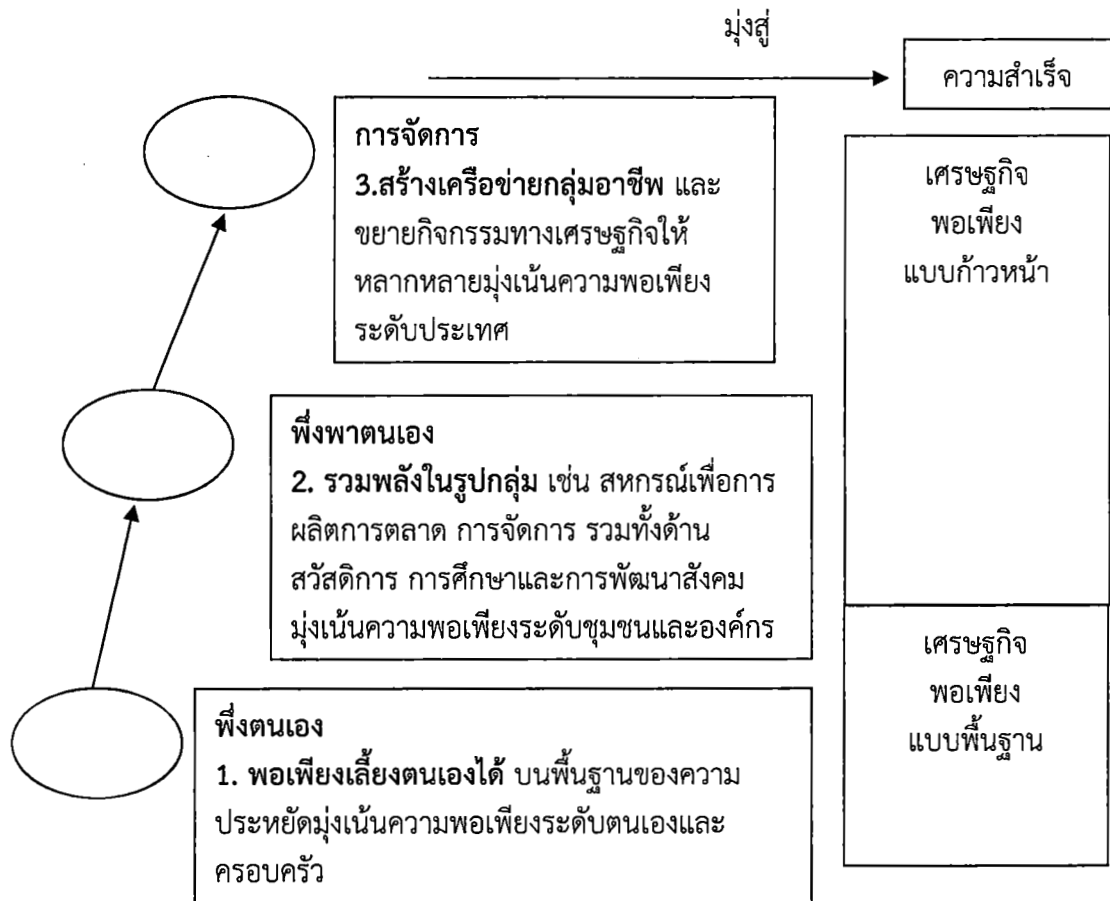
2.1 การพึ่งตนเอง ทฤษฎีใหม่ยึดถือหลักการที่ว่า ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน โดยมุ่งเน้นการผลิตพืชผลให้เพียงพอกับความต้องการบริโภคในครัวเรือนเป็นอันดับแรก เมื่อเหลือพอจากการบริโภคแล้ว จึงคำนึงถึงการผลิตเพื่อการค้าเป็นอันดับรองลงมา ผลผลิตส่วนเกินที่ออกสู่ตลาดก็จะเป็นกำไรของเกษตรกร

2.2 ชุมชนเข้มแข็ง ทฤษฎีใหม่ให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มของชาวบ้าน ทั้งนี้ กลุ่มชาวบ้านจะทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ให้หลากหลาย ครอบคลุมทั้ง การเกษตรแบบผสมผสาน หัตถกรรม การแปรรูปอาหาร การทำธุรกิจการค้าขาย การท่องเที่ยวระดับชุมชน ฯลฯ เมื่อองค์กรชาวบ้านเหล่านี้ได้รับการพัฒนาให้เข้มแข็งและมีเครือข่ายที่กว้างขวางมากขึ้นแล้วเกษตรกรในชุมชนก็จะได้รับการดูแลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งการได้รับการแก้ปัญหาในทุกด้านเมื่อเป็นเช่นนี้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศก็สามารถเติบโตไปได้อย่างมีเสถียรภาพ

2.3 ความสามัคคี ทฤษฎีใหม่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีความเมตตา ความเอื้ออาทร และความสามัคคีของสมาชิกในชุมชน ในการร่วมมือร่วมใจเพื่อประกอบอาชีพต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จ ประโยชน์ที่เกิดขึ้นจึงมิได้หมายถึงรายได้แต่เพียงด้านเดียว หากแต่รวมถึงประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ การสร้างความมั่นคงให้กับสถาบันครอบครัว สังคม ชุมชน และความสามารถในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติของเกษตรกรทฤษฎีใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการเกษตรอย่างเป็นขั้นตอนในพื้นที่ที่เหมาะสม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนตามภาพที่ 2-4

การนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในเกษตรทฤษฎีใหม่ของชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการเกษตรเหมือนกับแต่ละครอบครัวดำเนินการ



ภาพที่ 2-4 ขั้นตอนการพัฒนาด้านการเกษตรกรทฤษฎีใหม่ของชุมชน
ที่มา : คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า166

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน (Solmon, 2009) พฤติกรรมเหล่านี้สามารถอธิบายโดยละเอียดได้ดังนี้ (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 6)

การตัดสินใจเลือก หมายถึง พฤติกรรมและกระบวนการทางจิตใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยครอบคลุมพฤติกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือกต่าง ๆ และการตัดสินใจซื้อ

การซื้อ หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการ ตั้งแต่การเลือกแหล่งที่จะซื้อและวิธีการจ่ายเงินค่าสินค้าและบริการ

การใช้ หมายถึง การที่ผู้บริโภคนำสินค้ามาใช้ประโยชน์ตามที่มุ่งหวัง หรือการรับบริการจากองค์การธุรกิจ

การกำจัดส่วนที่เหลือ หมายถึง การนำส่วนที่เหลือของผลิตภัณฑ์ไปกำจัดทิ้งโดยอาจกระทำในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทิ้งในถังขยะ การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) การนำไปผลิตใหม่ (Recycle)

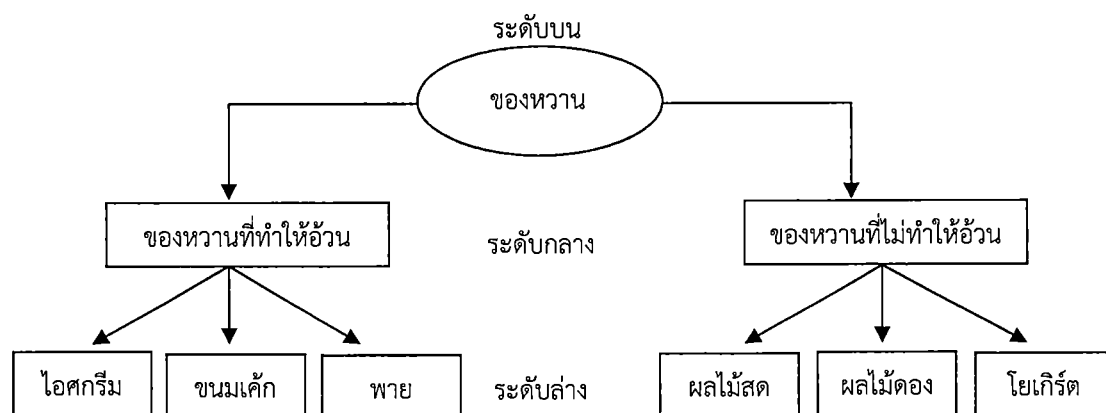
วิธีการประเมินทางเลือก

แม้ว่าผู้บริโภคจะมีชุดของการพิจารณาอยู่ในใจแล้ว แต่ผู้บริโภคก็ยังจำเป็นต้องมีวิธีการที่ใช้ในการประเมินทางเลือก ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว สามารถกระทำได้ในสองรูปแบบคือ รูปแบบแรกอาศัยการประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำ และรูปแบบที่สอง สร้างวิธีการประเมินแบบใหม่โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากการค้นหา (Blackwell et al., 2007) ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้ (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 79-86)

1. การประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำ (Pre-existing evaluation) หากพนักงานขายถามว่า “จะรับแป๊ปซี่หรือโค้กดีคะ” ผู้บริโภคก็มักจะตัดสินใจเลือกได้ไม่ยากแต่อย่างใด เพราะมีผลการประเมินผลิตภัณฑ์เหล่านี้เก็บเอาไว้ในความทรงจำอยู่แล้ว ไม่ว่าจะ เป็นผลจากการมีประสบการณ์โดยตรงหรือจากการบอกเล่าของผู้อื่นก็ตาม

2. การสร้างวิธีการประเมินแบบใหม่ (Constructing new evaluation) ในบางกรณีผู้บริโภคอาจไม่สามารถอาศัยการประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำ ทั้งนี้เนื่องจากไม่เคยมีประสบการณ์หรือไม่มีข้อมูลใด ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทนั้น ๆ หรือในบางกรณีผู้บริโภคอาจจะไม่ต้องการใช้การประเมินที่เก็บไว้ในความทรงจำก็ได้ เนื่องจากอาจจะเป็นข้อมูลที่เก่าและล้าสมัยไปแล้ว สำหรับการซื้อครั้งใหม่ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องมีการสร้างวิธีการประเมินแบบใหม่ ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็นสองวิธีการคือ การจัดประเภท และการพิจารณาที่ละส่วน

2.1) การจัดประเภท (Categorization) หมายถึง การประเมินทางเลือกโดยอาศัยการจัดประเภทผลิตภัณฑ์ โดยปกติแล้ว ผู้บริโภคจะมีการจัดประเภทผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น (ภาพที่ 5) การจัดประเภทอาหาร



ภาพที่ 2-5 ตัวอย่างการจัดประเภท
ที่มา: ชูชัย สมितिไกร (2558, หน้า 80)

จากภาพที่ 2-5 ระดับบน (Superordinate level) เป็นการจัดประเภทแบบกว้าง ๆ ในที่นี้อาจจัดประเภทอาหารเป็นของคาว ของหวาน ส่วนระดับกลาง (Basic level) เป็นการจัดประเภทที่บ่งบอกถึงความคล้ายคลึงกันของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เช่น ของหวานที่ทำให้อ้วน กับของหวานที่ไม่ทำให้อ้วน ส่วนระดับล่าง (Subordinate level) เป็นการบ่งชี้อย่างเจาะจงถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่ม เช่น ขนมเค้ก ไอศกรีม โยเกิร์ต ผลไม้สด ฯลฯ ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคจำเป็นต้องประเมินทางเลือกต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดก็จะถูกนำมาพิจารณาว่าอยู่ในประเภทใด ตัวอย่างเช่น สมมติว่ารายการของหวานที่ให้ผู้บริโภคเลือก ได้แก่ กล้วยบวขชี ลอดช่อง และฟรุตสลัด ผู้บริโภคก็จะมี การประเมินของหวานแต่ละชนิดว่าจัดอยู่ในประเภทใด ในกรณีนี้กล้วยบวขชีและลอดช่องควรจะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มของหวานที่ทำให้อ้วน ส่วนฟรุตสลัดควรจะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มของหวานที่ไม่ทำให้ อ้วน ดังนั้นการจัดประเภทผลิตภัณฑ์จึงมีอิทธิพลต่อการประเมินและการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็น อย่างยิ่ง ผู้บริโภคที่จัดให้ผลไม้บางชนิด เช่น ทุเรียน อยู่ในกลุ่มของหวานที่ทำให้อ้วน ย่อมจะไม่เลือก รับประทานผลไม้ชนิดนี้ หากต้องการรักษาน้ำหนักตัวหรือรูปร่างของตน

2. การพิจารณาทีละส่วน (Piecemeal process) คือ การประเมินทางเลือกที่พิจารณา จุดเด่นและจุดด้อยของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยอาศัยเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ดังนั้น ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีเกณฑ์การประเมิน (Evaluative criteria) ซึ่งหมายถึง ประเด็นหรือหลักที่ใช้ใน การพิจารณาตัดสินใจว่า ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงไร เพื่อให้การตัดสินใจของผู้บริโภคมีความถูกต้องมากที่สุด เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินสามารถจะมีได้อย่างหลากหลาย เช่น ราคา ของผลิตภัณฑ์ ความทนทาน การบำรุงรักษา ประสิทธิภาพการทำงาน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลา ผ่านไปเกณฑ์ในการประเมินก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงด้าน ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี สังคม วัฒนธรรม หรือเศรษฐกิจ จะทำให้ผู้บริโภคมีการกำหนด เกณฑ์ให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ตัวอย่างเช่น ในปัจจุบันที่พลังงานมีราคาแพงขึ้น ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อรถยนต์หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า ก็มักจะให้ความสำคัญแก่เกณฑ์ที่เกี่ยวกับการ ประหยัดพลังงานของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ด้วย

เกณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินเป็นสิ่งที่อาจจะได้จากแหล่งต่าง ๆ (Walters, 1978) ดังต่อไปนี้

ก. ตัวของผู้บริโภค ได้แก่ ความต้องการ แรงจูงใจ ค่านิยม บุคลิกภาพ วิถีชีวิต และทัศนคติของผู้บริโภค

ข. กลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภค ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มทางสังคมต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภค กลุ่มอ้างอิงเหล่านี้มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภคกำหนดเกณฑ์ในการประเมินไป ในทางที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง

ค. องค์การธุรกิจต่าง ๆ ได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าและให้บริการต่าง ๆ ที่โฆษณาสื่อสารข้อมูล ให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ต้องการซื้อ

ในการประเมินทางเลือก เกณฑ์การประเมินสินค้าหรือบริการแต่ละประเภทอาจจะมี ความแตกต่างกันและมีจำนวนเกณฑ์ไม่เท่ากัน ในการซื้อสินค้าที่มีราคาถูก ผู้บริโภคอาจใช้เกณฑ์ใน การประเมินเพียง 1-2 เกณฑ์เท่านั้น แต่หากเป็นการซื้อสินค้าที่ซื้อนาน ๆ ครั้งและมีราคาแพง เช่น

บ้านหรือรถยนต์ ผู้บริโภคมักจะมีเกณฑ์ในการประเมินหลายข้อ นอกจากนั้น หากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความรู้สึกเกี่ยวพันสูง (High-involvement product) เช่น ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของตนเอง หรืออาจมีผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจ ผู้บริโภคก็มักจะใช้เกณฑ์ในการประเมินหลายข้อ

แม้ว่าผู้บริโภคจะใช้เกณฑ์ในการประเมินหลายข้อ แต่เกณฑ์แต่ละข้ออาจมีความสำคัญไม่เท่ากัน เกณฑ์บางข้ออาจมีลักษณะเป็น “ตัวตัดสิน (Determinant attribute)” ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ในการประเมินแบบพิจารณาทีละส่วน ผู้บริโภคจะมีกลยุทธ์ในการประเมินสองแบบ คือ แบบที่หนึ่ง การประเมินแบบไม่ชดเชย และแบบที่สอง การประเมินแบบชดเชย (Blackwell et al., 2007) ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2) การประเมินแบบไม่ชดเชย (Non-compensatory evaluation) กลยุทธ์การประเมินแบบนี้หมายถึงการไม่นำจุดเด่นและจุดด้อยของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมาชดเชยกัน หากผลิตภัณฑ์ชนิดใดมีจุดด้อยอย่างใดอย่างหนึ่งที่ไม่ผ่านเกณฑ์ ก็จะถูกตัดออกไปจากการประเมินทันที

2.3) การประเมินแบบชดเชย (Compensatory evaluation) หมายถึงการประเมินที่อนุญาตให้นำผลของการประเมินแต่ละด้านมาชดเชยกันได้ หรือเป็นการประเมินที่น่าจะแนบแต่ละด้านมาบวกเข้าด้วยกัน

ทางลัดในการประเมินทางเลือก

โดยปกติแล้วในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผู้บริโภคไม่ได้มีการประเมินทางเลือกโดยใช้กระบวนการที่ซับซ้อนทุกครั้ง ในบางครั้งผู้บริโภคจะใช้ “ทางลัด (shortcuts)” เพื่อทำให้การตัดสินใจรวดเร็วขึ้น ทางลัดที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกมีด้วยกันหลายแบบดังต่อไปนี้

1. สัญญาณเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product signal) หมายถึง คุณลักษณะบางอย่างของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการสรุปอ้างอิงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ความเชื่อเกี่ยวกับตลาด (Market belief) หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีความเชื่อบางอย่างเกี่ยวกับตราหือ ผลิตภัณฑ์ หรือร้านค้า และใช้ความเชื่อนี้เป็นทางลัดในการตัดสินใจของตนเอง

การตัดสินใจเลือก

เมื่อประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกในขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อใด โดยการตัดสินใจเลือกนี้ ผู้บริโภคกระทำโดยการอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการประเมินทางเลือก อย่างไรก็ตามผู้บริโภคแต่ละคนมักมีรูปแบบการตัดสินใจ (Decision-making Styles) ที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล การมีรูปแบบการตัดสินใจที่แตกต่างกันนี้ ทำให้ผู้บริโภคแต่ละคนมีการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน แม้ว่าอาจจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เหมือนกันก็ตาม

แบบจำลองรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค

Sproles and Kendall (1986) ได้เสนอแบบจำลองรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค (Model of consumer decision-making styles) ประกอบด้วยรูปแบบการตัดสินใจจำนวน 8 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. แบบเน้นคุณภาพ (Quality Consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูงหรือที่สุด นอกจากนี้ ผู้บริโภคแบบนี้ยังนิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionism) โดยจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วนมากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ และมีการเปรียบเทียบสินค้าต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ
2. แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand Consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้า โดยผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจจากความมีชื่อเสียงของตราสินค้า และมักจะนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพงหรือมีชื่อเสียง (Brand Name) เนื่องจากมีความเชื่อว่าราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้านั้น ๆ คือ ยิ่งสินค้ามีราคาสูงแสดงว่าสินค้านั้นยังมีคุณภาพดี นอกจากนี้ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยังนิยมเลือกซื้อสินค้ายี่ห้อที่ติดอันดับขายดีและมีการโฆษณาอีกด้วย
3. แบบตามแฟชั่น (Fashion Consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกระแสความนิยมหรือแฟชั่น โดยผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองมีความทันสมัยตลอดเวลา
4. แบบเน้นความสุข/ความเพลิดเพลิน (Hedonistic/recreation Consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน เนื่องจากรู้สึกมีความสุขเมื่อได้จับจ่ายใช้สอย และมองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำให้ตนเองมีความสุขและสนุกสนาน โดยผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะมีความสุขกับการได้เดินดูและเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก
5. แบบตามใจตนเอง (Impulse Consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักกระทำอย่างรวดเร็วตามใจตนเอง โดยปราศจากการคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วน เนื่องจากไม่ได้วางแผนการซื้อสินค้าของตนเองมาก่อน ซึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่สนใจว่าตนเองจะจ่ายเงินไปมากน้อยเท่าไร ด้วยเหตุนี้จึงอาจกลับมารู้สึกเสียใจกับการตัดสินใจของตนเองในภายหลัง
6. แบบเน้นราคา (Price Consciousness) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก และมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกหรือเป็นสินค้าที่มีการลดราคา โดยผู้บริโภคนี้มีเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปให้ได้มากที่สุด
7. แบบสับสน (Confusion by Overchoice) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักจะสับสนกับตราสินค้าหรือร้านค้าที่มีให้เลือกมากมาย ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักไม่ค่อยมีความมั่นใจในตัวเอง และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ยาก ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้าต่าง ๆ เข้ามามากจนเกินไป
8. แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า (Habit/brand Loyalty) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมทุกครั้งจนเป็นนิสัย หรือเจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น

ต่อมา Shim (1996) ได้นำรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค Sproles and Kendall (1986) มาพิจารณาจัดแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

1. แบบเน้นประโยชน์ใช้สอย (Utilitarian decision-making styles) ประกอบด้วยรูปแบบการตัดสินใจ 2 รูปแบบ คือ แบบเน้นคุณภาพ และแบบเน้นราคา

2. แบบเน้นสังคม (Social/conspicuous decision-making styles) ประกอบด้วยรูปแบบการตัดสินใจ 4 รูปแบบ คือ แบบเน้นตราสินค้าที่ชื่อเสียง แบบตามแฟชั่น แบบเน้นความสุขและความเพลิดเพลิน และแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า

3. แบบที่ไม่น่าปรารถนา (Undesirable decision-making styles) ประกอบด้วยรูปแบบการตัดสินใจ 2 รูปแบบ คือ แบบตามใจตนเอง และแบบสับสน

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค

ลักษณะของความต้องการ

ความต้องการของมนุษย์โดยทั่วไปมีลักษณะดังต่อไปนี้ (ชูชัย สมิทธิกร, 2558, หน้า 214)

1. ความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นตลอดเวลา ความต้องการของมนุษย์เป็นผลจากการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาวะในอุดมคติ (Ideal State) กับสภาวะในความเป็นจริง (Actual State) สภาวะในอุดมคติคือสภาวะที่บุคคลมีความปรารถนาอยากจะทำให้เกิดขึ้น ส่วนสภาวะในความเป็นจริงคือ สภาวะที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้น มนุษย์จึงมีความต้องการเกิดขึ้นตลอดเวลาอันเป็นผลมาจากการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาวะทั้งสองดังกล่าว

2. ความต้องการของมนุษย์มีทั้งด้านร่างกายและจิตใจ มนุษย์เกิดมาพร้อมกับความต้องการทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ความต้องการด้านร่างกาย (Biological Needs) เป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์มีชีวิตรอดต่อไป เมื่อเกิดความหิว ความกระหาย ความอยาก หรือความต้องการด้านร่างกายอื่น ๆ มนุษย์จำเป็นต้องแสวงหาสิ่งที่สามารถตอบสนองให้ร่างกายกลับสู่สภาวะสมดุล นอกจากนั้น มนุษย์ยังมีความต้องการด้านจิตใจ (psychological needs) ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยให้มนุษย์มีความสุขและความพึงพอใจ เช่น ต้องการการยกย่องนับถือจากผู้อื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ดังนั้น มนุษย์จึงจำเป็นต้องได้รับการตอบสนองด้านจิตใจเช่นเดียวกับด้านร่างกาย

3. ความต้องการของมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เมื่อความต้องการหนึ่ง ๆ ของบุคคลได้รับการตอบสนองแล้ว เขาอาจมีความต้องการใหม่เกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น เมื่อความต้องการอยากจะมีรถยนต์ส่วนตัวบรรลุผลสำเร็จแล้ว ผู้บริโภคอาจมีความต้องการที่จะมีรถยนต์ที่หรูหราและมีขนาดใหญ่กว่าเดิม

4. ความต้องการของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน แต่ละบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากความแตกต่างทางด้านร่างกายและลักษณะทางจิตวิทยาต่าง ๆ เช่น บุคลิกภาพ การเรียนรู้ และค่านิยม

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

การเข้าใจถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค เป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้น จะนำเสนอแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่สำคัญรวม 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น และทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น

Maslow (1943) ได้เสนอทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น (Hierarchy of Needs Theory) โดยมีสมมติฐานเบื้องต้น ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการเป็นลำดับขั้น เมื่อความต้องการระดับใดได้รับการตอบสนองแล้ว ความสำคัญของความต้องการนั้นก็จะลดน้อยลง และจะพยายามตอบสนองความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป

2. ความต้องการของมนุษย์เป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อน และความต้องการจะมีผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น เมื่อเกิดความหิว การระงับความหิวจะเป็นสิ่งที่มนุษย์ต้องการกระทำมากที่สุด และความต้องการนี้จะลดลงเมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว

3. ความต้องการระดับต่ำต้องได้รับการตอบสนองก่อน จึงจะเกิดความต้องการในระดับที่สูงขึ้น

4. วิธีการตอบสนองความต้องการในระดับสูง มีความหลากหลายมากกว่า การตอบสนองความต้องการในระดับต่ำ

Maslow (1943) ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ชั้น ดังนี้

1. ความต้องการด้านสรีระ (Physiological Needs) เป็นความต้องการทางร่างกายของมนุษย์ซึ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเหล่านี้ ได้แก่ อากาศ น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย มนุษย์จะมีความต้องการในลำดับถัดไปเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความปลอดภัยเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบคือ ความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกายและความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกาย ได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี ส่วนความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานที่มั่นคง

3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) หมายถึง ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม เช่น มิตรภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความรักจากผู้อื่น

4. ความต้องการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะได้รับความยอมรับนับถือจากผู้อื่น การมีตำแหน่งและเกียรติยศ และการมีสถานภาพทางสังคม

5. ความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน (Self-actualization Needs) หมายถึง ความต้องการที่พัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุด การได้ทำงานที่ท้าทาย และการประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่าได้บรรลุถึงจุดสูงสุดของชีวิต

Maslow ได้จำแนกความต้องการทั้งห้าขั้นของมนุษย์ออกเป็น 2 ระดับใหญ่ ๆ คือ ระดับต่ำ (Lower-order Needs) ได้แก่ ความต้องการด้านสรีระ และความต้องการความปลอดภัย สำหรับความต้องการในระดับสูง (Higher-order Needs) ได้แก่ ความต้องการทางสังคม ความต้องการยกย่องนับถือ และความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน

ทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท

McClelland (1961) ได้เสนอ ทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท (A trio of Basic Needs Theory) โดยกล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ และสามารถจำแนกความต้องการได้เป็น 3 ประเภท คือ

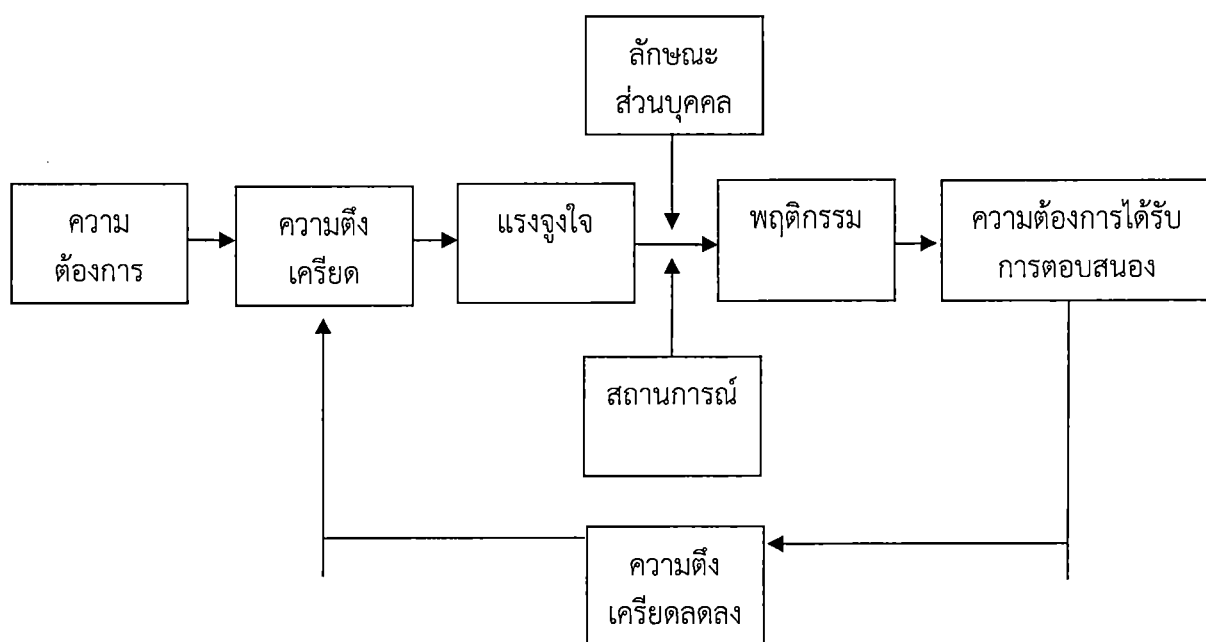
1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) หมายถึง ความปรารถนาที่จะได้รับความสำเร็จจากการทำงาน ความต้องการนี้กระตุ้นให้บุคคลตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย ทำงานหนัก และใช้ทักษะและความสามารถที่มีเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้นบุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จึงมีแนวโน้มต้องการสินค้าที่สะท้อนถึงความสำเร็จ เช่น สินค้าที่หรูหรา หรือหาได้ยาก การวิจัยของ Ericksen & Sirgy (1989) ซึ่งศึกษาเรื่องความต้องการความสำเร็จกับพฤติกรรมกรรมการแต่งกาย โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรเพศหญิงของมหาวิทยาลัย พบว่า กลุ่มที่มีความต้องการความสำเร็จสูงจะชอบใส่เสื้อผ้าแบบนักธุรกิจ ในขณะที่กลุ่มที่ขาดความต้องการความสำเร็จจะชอบใส่เสื้อผ้าแบบอื่น ๆ เช่น แบบผู้หญิงหวาน ชุดลำลอง

2. ความต้องการความสัมพันธ์ (Need for Affiliation) หมายถึง ความปรารถนาที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ผู้ที่มีความต้องการนี้สูงจะให้ความสำคัญแก่มิตรภาพ การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม และความต้องการเป็นที่รักของบุคคลอื่น นอกจากนี้ยังมักจะปฏิบัติตามบรรทัดฐานและกฎระเบียบต่าง ๆ ด้วยความเต็มใจ ดังนั้นบุคคลที่มีความต้องการความสัมพันธ์สูง จึงมีแนวโน้มต้องการใช้สินค้าและบริการที่สามารถแบ่งปันหรือบริโภคร่วมกันในกลุ่ม เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. ความต้องการอำนาจ (Need for Power) เป็นความต้องการที่จะควบคุมผู้อื่นหรือสิ่งแวดล้อม สามารถมีอิทธิพลและชี้นำผู้อื่นได้ ดังนั้น บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูง จึงมีแนวโน้มต้องการสินค้าที่สะท้อนให้เห็นว่าตนสามารถมีอำนาจเหนือผู้อื่น เช่น เครื่องเสียงมีพลังขับสูง

ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค

ความต้องการด้านต่าง ๆ ของบุคคลคือ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ผลักดันให้บุคคลมีการกระทำต่าง ๆ ซึ่งภาวะที่บุคคลมีแรงผลักดันเกิดขึ้นในจิตใจนี้เรียกว่า การมีแรงจูงใจ (Motivation) บุคคลที่มีแรงจูงใจจะมีพลังและความกระตือรือร้นที่จะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างมีทิศทาง เพื่อตอบสนองความต้องการและบรรลุเป้าหมายของตน



ภาพที่ 2-6 กระบวนการเกิดแรงจูงใจ
ที่มา : ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 219

ภาพที่ 2-6 แสดงถึงกระบวนการเกิดแรงจูงใจของผู้บริโภค โดยเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคเกิดความตึงเครียด ซึ่งเกิดขึ้นเพราะผู้บริโภคทราบว่าสถานะที่ตนเองปรารถนา กับสถานะที่เป็นจริง ไม่สอดคล้องกัน ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคมีความต้องการจะมีโทรศัพท์มือถือ แต่ในความเป็นจริงยังไม่มี ความต้องการที่เกิดขึ้นนี้ทำให้ผู้บริโภคเกิดความตึงเครียดในใจ (Tension) ซึ่งทำให้เกิดแรงจูงใจที่ กระทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อลดความตึงเครียดนี้ อย่างไรก็ตามพฤติกรรมที่แสดงออกของแต่ละบุคคล จะแตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น บางคนอาจจะเลือกวิธีการผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวด ๆ เพื่อให้สินค้า ตามที่ตนเองต้องการ แต่บางคนก็อาจเลือกที่จะอดทนรอ จนกว่าจะเก็บเงินได้ครบตามราคาสินค้า ทั้งนี้การเลือกพฤติกรรมของแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคล (เช่น การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ค่านิยม) และสถานการณ์ในขณะนั้น

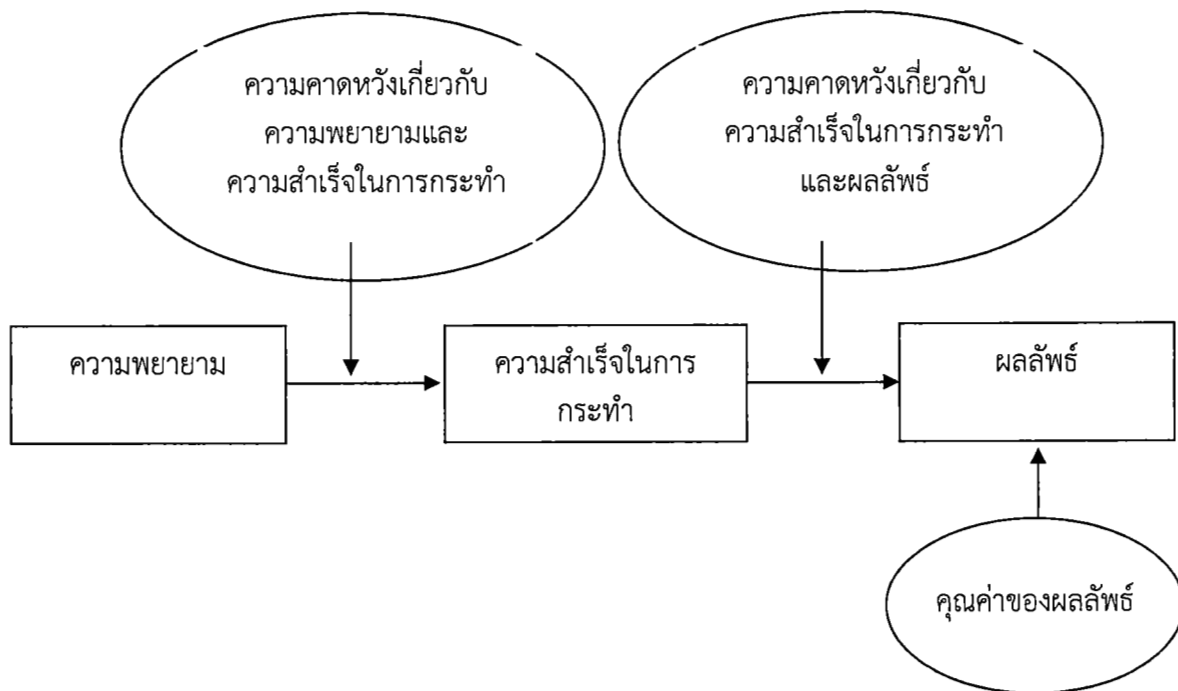
คุณภาพของแรงจูงใจ

โดยทั่วไปแล้วคุณภาพ (Quality) ของแรงจูงใจประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ความเข้ม (Strength) และทิศทาง (Direction) ความเข้มของแรงจูงใจ หมายถึง ระดับความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายาม เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคล (Solomon, 2009) ผู้บริโภคที่มีความเข้มของแรงจูงใจสูง จะทุ่มเทความพยายามในการกระทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองสามารถบริโภคสินค้าหรือบริการได้ตามที่ต้องการ ส่วนทิศทางของแรงจูงใจ หมายถึง วิธีทางที่บุคคลกระทำเพื่อลดความตึงเครียดในใจและบรรลุถึงสิ่งที่ต้องการ ในยามที่คุณภาพของแรงจูงใจอยู่ในระดับสูง กล่าวคือมีทั้งความเข้มและทิศทาง เช่น ในกรณีที่บุคคลหนึ่งรู้สึกหิวและ ต้องการรับประทานอาหารเป็นอย่างมาก บุคคลนั้นจะมีทั้งความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามและการเลือกวิธีการที่ดีที่สุด เพื่อให้ตนเองได้รับประทานอาหารตามความต้องการ

นักจิตวิทยาได้เสนอแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ เพื่ออธิบายว่า เพราะเหตุใดมนุษย์จึงมีแรงจูงใจที่มีคุณภาพแตกต่างกัน ในที่นี้จะกล่าวถึงทฤษฎีแรงขับและทฤษฎีความคาดหวัง

1. ทฤษฎีแรงขับ (Drive Theory) ทฤษฎีนี้เสนอว่าความต้องการด้านชีววิทยาของมนุษย์เป็นต้นเหตุที่ทำให้เกิดสภาวะที่ไม่น่าปรารถนาหรือไม่สมดุล ซึ่งทำให้มนุษย์เกิดแรงจูงใจที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อลดสภาวะที่ไม่สมดุลนี้ ตัวอย่างเช่น เมื่อบุคคลรู้สึกกระหายน้ำซึ่งเป็นความต้องการด้านชีววิทยานิดหนึ่ง บุคคลนั้นก็พยายามกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้ได้ดื่มน้ำ และทำให้ตนเองกลับคืนสู่สภาวะที่สมดุล (Homeostasis) อีกครั้งหนึ่ง อย่างไรก็ตามทฤษฎีนี้ไม่สามารถจะอธิบายพฤติกรรมทุกเรื่องของมนุษย์ได้ และบางครั้งมนุษย์กลับกระทำในสิ่งที่ตรงกันข้ามกับสิ่งที่ทฤษฎีนี้ได้กล่าวไว้ ตัวอย่างเช่น ในกรณีที่บุคคลทราบว่าจะได้รับประทานอาหารมีค่าราคาแพง ณ ภัตตาคารอันหรูหรา เขาอาจจะเลือกที่จะไม่รับประทานอาหารใด ๆ ก่อนจนถึงอาหารมีค่า แม้ว่าจจะรู้สึกหิวก็ตาม

2. ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ทฤษฎีนี้เสนอว่า มนุษย์แต่ละคนเป็นนักตัดสินใจที่มีเหตุผล และจะเลือกกระทำแต่สิ่งๆ ที่คิดว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าปรารถนาสำหรับตนเอง (Vroom, 1964) เมื่อจำเป็นต้องตัดสินใจว่ากระทำการหนึ่งสิ่งใดหรือไม่ แต่ละบุคคลจะถามตนเองว่า “ฉันจะได้อะไรจากการทำเช่นนั้น?” บุคคลนั้นจะตัดสินใจทำ เมื่อเขาคิดว่ามีโอกาสเป็นไปได้สูงที่การกระทำนั้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าปรารถนา ดังนั้นองค์ประกอบสำคัญของทฤษฎีนี้จึงประกอบด้วย (1) ผลลัพธ์ (2) คุณค่าของผลลัพธ์ (3) ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายามและการปฏิบัติงาน และ (4) ความคาดหวังเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและผลลัพธ์ (ภาพที่ 2-7)



ภาพที่ 2-7 ทฤษฎีความคาดหวัง
ที่มา : ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 221

(1) ผลลัพธ์ (Outcome) หมายถึง ผลที่ได้รับจากการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การได้รับความยอมรับจากเพื่อนฝูง การได้รับค่ายกย่องชมเชย

(2) คุณค่าของผลลัพธ์ (Valence) หมายถึง ความน่าปรารถนาหรือความน่าพึงพอใจของผลลัพธ์ตามความรู้ของบุคคล ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภค ก. อาจให้คุณค่าแก่การได้รับความยอมรับจากกลุ่มเพื่อนมากกว่าค่าชมเชยของพ่อแม่ แต่ผู้บริโภค ข. อาจให้คุณค่าในทางตรงกันข้ามก็ได้

(3) ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายามและความสำเร็จในการกระทำ (Effort Performance Expectancy) หมายถึง ความเป็นไปได้ (ตามความรู้ของบุคคล) ที่ว่าความพยายามจะนำไปสู่ความสำเร็จในการกระทำ ตัวอย่างเช่น วิทยุคนหนึ่งคิดว่า หากตนเองทุ่มเทความพยายามศึกษาแพชชันการแต่งกายแบบเกาส์ที่กำลังเป็นที่นิยมแล้ว ก็จะทำให้ตนเองสามารถแต่งกายตามแพชชันนี้ได้อย่างที่ต้องการ

(4) ความคาดหวังเกี่ยวกับความสำเร็จในการกระทำและผลลัพธ์ (Performance Outcome Expectancy) หมายถึง ความเป็นไปได้ (ตามความรู้ของบุคคล) ที่ว่าความสำเร็จในการกระทำจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่น่าปรารถนา ตัวอย่างเช่น หากสามารถแต่งกายตามแพชชันได้แล้ว จะทำให้ได้รับความยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

ทฤษฎีความคาดหวังเชื่อว่า ก่อนที่บุคคลจะตัดสินใจว่าตนเองจะทุ่มเทความพยายามมากหรือน้อย เขาจะถามตนเองก่อนว่า (1) ความพยายามนี้จะนำไปสู่ความสำเร็จหรือไม่ (2) ความสำเร็จนี้จะทำให้ได้รับผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้หรือไม่ และ (3) ผลลัพธ์ที่ได้นี้มีคุณค่าปรารถนามากเพียงไร

ทฤษฎีขัดแย้งด้านแรงจูงใจ

โดยปกติแล้วมนุษย์จะมุ่งเข้าหาสิ่งที่ตนต้องการหรือน่าปรารถนา แต่จะหลีกเลี่ยงสิ่งที่ตนไม่ต้องการหรือไม่ปรารถนา ในแง่ของการบริโภค ผู้บริโภคก็มีรูปแบบพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้นเช่นกัน กล่าวคือ ผู้บริโภคจะซื้อหรือใช้สินค้าที่ทำให้ตนเองรู้สึกพอใจหรือมีความสุข แต่จะไม่ซื้อสินค้าที่จะทำให้ตนเองได้รับผลเสีย อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคแต่ละคนไม่ได้มีความต้องการหรือแรงจูงใจเพียงอย่างเดียว แต่มักจะมีความต้องการหรือแรงจูงใจหลายประการซึ่งบางครั้งก็มีความขัดแย้งกันเอง เรียกว่าเกิดภาวะ “ความขัดแย้งด้านแรงจูงใจ (Motivational Conflicts)” ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 แบบ ดังต่อไปนี้

1. ทั้งรักทั้งชัง (Approach-avoidance Conflict) หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการนั้นมีทั้งด้านบวกและลบอยู่ในตัว เช่น อยากทานขนมขบเคี้ยว แต่ก็ห่วงเรื่องไขมันและความอ้วน องค์การธุรกิจได้พยายามลดภาวะความขัดแย้งนี้ โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้โดยไม่ได้รับผลเสีย เช่น การผลิตเครื่องดื่มที่มีปริมาณน้ำตาลต่ำหรือพยายามทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่า การซื้อผลิตภัณฑ์นั้นแม้จะซื้อเสียอยู่บ้าง แต่ก็มีคุณค่าอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง แต่มีราคาแพงมาก อาทิ เครื่องประดับ นักการตลาดก็จะพยายามจูงใจให้ผู้บริโภคคิดว่าเป็นสิ่งที่เขาสมควรจะได้รับแล้วจากการทำงานหนัก

2. หนีเสือปะจระเข้ (Avoidance-avoidance Conflict) หมายถึง การที่ผู้บริโภคต้องเผชิญกับภาวะที่ยากลำบาก ไม่ว่าจะเลือกทางใดทางหนึ่ง เช่น ไม่ต้องการขับรถยนต์คันเก่าต่อไป แต่ก็ไม่อยากจะจ่ายเงินจำนวนมากในการซื้อรถยนต์คันใหม่ ในกรณีเช่นนี้นักการตลาดจึงใช้กลยุทธ์

ลดความขัดแย้งด้านแรงจูงใจด้วยการเสนอดอกเบี้ย 0% หรือการอนุญาตให้แบ่งจ่ายเงินเป็นงวด ๆ โดยไม่เสียดอกเบี้ย เพื่อให้ผู้บริโภคไม่รู้สึกรู้ว่าต้องใช้จ่ายเป็นจำนวนมากในครั้งเดียว

3. รักพี่เสียดายน้อง (Approach-approach Conflict) หมายถึง การที่ผู้บริโภคต้องเลือกระหว่างสิ่งที่ต้องการสองชนิด เช่น รถคันใหม่กับการท่องเที่ยวรอบโลก ในทางการตลาด องค์กรธุรกิจจึงพยายามนำเอาสิ่งๆ ที่ผู้บริโภคต้องการมาผสมผสานกัน ในผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าความต้องการหลาย ๆ ชนิดได้รับการตอบสนองในเวลาเดียวกัน ซึ่งโฆษณารถยนต์ยี่ห้อหนึ่ง ซึ่งเป็นได้ทั้งรถสปอร์ตและรถครอบครัวในเวลาเดียวกัน

ความรู้สึกร่วมกันของผู้บริโภค

ความรู้สึกร่วมกัน (Involvement) หมายถึง ภาวะที่ผู้บริโภครับรู้ว่ามีสิ่งๆ หนึ่ง มีความเกี่ยวข้องกับตัวตนเอง โดยประเมินจากความต้องการ ค่านิยม และความสนใจของตนเอง (Zaichkowsky, 1985) สิ่งๆ หนึ่งที่นี้อาจจะเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ โฆษณา หรือการตัดสินใจซื้อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกเกี่ยวข้องกันเป็นสิ่งที่สะท้อนให้ทราบว่าผู้บริโภคมีแรงจูงใจมากเพียงไรในการรับและประมวลข้อมูลต่าง ๆ หากผู้บริโภคมีความรู้สึกเกี่ยวข้องกันสูงมากเท่าไร ก็จะทำให้ความใส่ใจและการทำความเข้าใจข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้นเท่านั้น นอกจากนั้นความรู้สึกเกี่ยวข้องกันยังมักจะเกิดขึ้นในกรณีที่มีการตัดสินใจซื้อที่มีลักษณะซับซ้อน เช่น ในกรณีที่สินค้ามีราคาแพง เป็นสินค้าที่ซื้อนาน ๆ ครั้ง หรือผู้บริโภคไม่มีความคุ้นเคยกับประเภทและยี่ห้อผลิตภัณฑ์ หรือในกรณีที่การซื้อนั้นอาจมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของตนเองหรือมีความเสี่ยงสูงในการซื้อ

ประเภทของความรู้สึกเกี่ยวข้องกัน

ความรู้สึกร่วมกันของผู้บริโภคสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (Solomon, 2009) ดังนี้

1. ความรู้สึกเกี่ยวข้องกันที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (Product Involvement) หมายถึง ระดับความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ หากผู้บริโภคมีความรู้สึกเกี่ยวข้องกันต่อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ในระดับสูง ย่อมมีแรงจูงใจที่จะทุ่มเทเวลา พลังงานและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อแสวงหาข้อมูลและครอบครองผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

2. ความรู้สึกเกี่ยวข้องกันที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร (Message Response Involvement) หมายถึง ความสนใจของผู้บริโภคที่จะประมวลข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการโฆษณาผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปแล้วโทรทัศน์เป็นสื่อที่สร้างความรู้สึกเกี่ยวข้องกันได้น้อย เนื่องจากผู้บริโภคมีบทบาทเป็นเพียงผู้รับชมสื่อ โดยมีอำนาจควบคุมข้อมูลข่าวสารได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งต่างกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่สร้างความรู้สึกเกี่ยวข้องกันได้มากกว่า เนื่องจากผู้บริโภคสามารถประมวลข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้มากกว่า โดยอาจจะหยุดอ่านและคิดไตร่ตรองในเนื้อหาสาระได้ตลอดเวลา

3. ความรู้สึกเกี่ยวข้องกันด้านสถานการณ์ (Purchase Situation Involvement) หมายถึง ความแตกต่างด้านแรงจูงใจของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน แต่อยู่ในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น หากผู้บริโภคต้องการซื้อของขวัญที่สร้างความประทับใจให้แก่คนรัก ผู้บริโภคจะพยายามเลือกเฟ้นตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์ แต่หากเป็นการซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกันนี้ให้แก่ตนเอง ผู้บริโภคอาจจะไม่พิถีพิถันในการเลือกตราสินค้ามากนัก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้บริโภค

ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเกี่ยวพันมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ (Blackwell et al., 2007) ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของบุคคล เช่น ภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-image) สุขภาพ หรือความงามทางร่างกาย ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเกี่ยวพันสูง หากรับรู้ว่าสินค้าหรือบริการนั้นสนับสนุนภาพลักษณ์ของตนเอง ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเกี่ยวพันสูงในการเลือกซื้อเครื่องสำอาง เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความงามของตน
2. ปัจจัยผลิตภัณฑ์ (Product Factors) ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเกี่ยวพันสูง หากรับรู้ว่ามีความเสี่ยงในการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงตามการรับรู้ของผู้บริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่อาจทำอันตรายต่อร่างกายและจิตใจ (เช่น ยา เครื่องสำอาง) ผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน (เช่น หุ่น พันธบัตร) ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง (เช่น บ้าน รถยนต์)
3. ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situational Factors) ปัจจัยด้านนี้เกี่ยวข้องกับจุดประสงค์ของการบริโภค เช่น ซื้อไปเพื่อบริโภคเองหรือซื้อเพื่อเป็นของขวัญ ซื้อเพื่อบริโภคเองคนเดียวหรือบริโภคร่วมกับผู้อื่น ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกเกี่ยวพันมากน้อยต่างกัน เมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ต่างกัน การวิจัยได้พบว่า ผู้บริโภคจะรู้สึกกดดันให้เลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพงและมีชื่อเสียง เมื่อการซื้อนั้นเป็นไปเพื่อเลี้ยงรับรองเพื่อนฝูง (Zaichkowsky, 1985)

การประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค

1. การเข้าใจถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันได้อย่างถูกต้อง
2. การโฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ จะสามารถดึงดูดใจและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น หากมีการวางแผนการโฆษณาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคที่มีความต้องการแตกต่างกัน จะมีการใส่ใจต่อสื่อโฆษณาแตกต่างกัน กล่าวคือ สื่อโฆษณาสินค้าหรือบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคจะได้รับความใส่ใจมากเป็นพิเศษ
3. ตามทฤษฎีความคาดหวัง การที่ผู้บริโภคจะมีแรงจูงใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ เกิดจากความเชื่อว่าการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นมีประโยชน์และคุ้มค่า และมีความเป็นไปได้สูงที่ผู้บริโภคจะสามารถซื้อผลิตภัณฑ์นั้นมาใช้ ดังนั้นองค์การธุรกิจจึงมุ่งเน้นการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าตนเองสามารถซื้อผลิตภัณฑ์นั้นมาใช้ได้ เช่น การลดราคาสินค้า การให้ผ่อนโดยไม่คิดดอกเบี้ย
4. การสร้างความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้บริโภค ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าความรู้สึกเกี่ยวพันเป็นสิ่งที่สะท้อนให้ทราบว่า ผู้บริโภคมีแรงจูงใจมากน้อยเพียงไรในการรับและประมวลข้อมูล วิธีการหนึ่งที่องค์การธุรกิจใช้ในการเพิ่มความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ คือ การเชิญชวนให้ผู้บริโภคเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะซื้อ หรือสามารถจะสร้างเอกลักษณ์ส่วนตัวในผลิตภัณฑ์นั้นได้

นอกจากกลยุทธ์ดังกล่าวแล้ว ในปัจจุบันองค์การธุรกิจได้พยายามสร้างความรู้สึกเกี่ยวพันที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร โดยการใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า “interactive mobile marketing” กล่าวคือ การเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์ได้ โดยการส่งข้อความต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือโดยการร่วมลงคะแนนเสียงให้แก่ผู้เข้าแข่งขันในรายการต่าง ๆ เช่น Academy Fantasia หรือ The Star หรือรายการข่าวประจำวัน

สรุปการเข้าใจถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค เป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภคที่สำคัญคือ ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้น และทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประเภท

ความต้องการด้านต่าง ๆ ของบุคคลคือ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีการกระทำต่าง ๆ ซึ่งภาวะที่บุคคลมีแรงผลักดันเกิดขึ้นในจิตใจนี้เรียกว่า การมีแรงจูงใจ โดยทั่วไปแล้ว คุณภาพและแรงจูงใจประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ความเข้มและทิศทาง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคแต่ละคนไม่ได้มีความต้องการหรือแรงจูงใจเพียงอย่างเดียว แต่มักจะมีความต้องการหรือแรงจูงใจหลายประการด้วยกัน บางครั้งก็มีความขัดแย้งกันเองซึ่งเรียกว่าเกิดภาวะความขัดแย้งด้านแรงจูงใจ

ความรู้สึกเกี่ยวพัน หมายถึง ภาวะที่ผู้บริโภครับรู้ว่ามีสิ่งเร้าหนึ่ง ๆ มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับตนเอง โดยประเมินจากความต้องการ ค่านิยม และความสนใจของตนเอง หากผู้บริโภคมีความรู้สึกเกี่ยวพันสูงมากเท่าไร ก็จะทำให้ความใส่ใจและการทำความเข้าใจข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากเท่านั้น

การเข้าใจถึงความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน รวมถึงการออกแบบการโฆษณาสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดึงดูดใจและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น อีกทั้งองค์การธุรกิจยังสามารถนำไปใช้ในการเพิ่มความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อีกด้วย นอกจากนี้องค์การธุรกิจยังมีการกระตุ้นจูงใจผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นการสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกว่าตนเองสามารถซื้อผลิตภัณฑ์นั้นมาใช้ได้ (ซูซัย สมิทธิไกร, 2558, หน้า 214-230)

แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพและตัวตนของผู้บริโภค

ความหมายของบุคลิกภาพ

โดยทั่วไปแล้วคำว่า “บุคลิกภาพ (Personality)” มักจะถูกใช้ในความหมายที่บ่งบอกถึงความสามารถของบุคคลในการสร้างความรู้สึกที่ดีจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น มักจะใช้คำพูดที่ว่า “บุคลิกของเขาดูดีนะ” เพื่ออธิบายความประทับใจที่มีต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น อย่างไรก็ตามนักจิตวิทยาซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการศึกษาเรื่องบุคลิกภาพ มีความเห็นที่แตกต่างจากนิยามข้างต้น กล่าวคือนักจิตวิทยามีความเห็นว่า การให้นิยามเกี่ยวกับบุคลิกภาพควรจะคำนึงถึงข้อเท็จจริงหลายประการ ประการแรก บุคคลแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะอันเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งทำให้ไม่มีใครมีความเหมือนกันในเชิงอารมณ์และพฤติกรรม (แม้แต่พี่น้องฝาแฝด) ประการที่สอง บุคคลแต่ละคนจะไม่แสดงพฤติกรรมแบบเดียวกันในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของบุคคลเดียวกันจะมีความแตกต่างกันเมื่ออยู่ในงานเลี้ยงสังสรรค์ และเมื่อทำกิจกรรมทางศาสนาอยู่ใน

โบสถ์หรือวัด ประการที่สาม แม้ว่าบุคคลแต่ละคนจะมีเอกลักษณ์ของตน และไม่แสดงพฤติกรรมแบบเดียวกันในทุกสถานการณ์ดังที่กล่าวมา แต่ก็ยังมีแบบแผนการแสดงออกหรือ “นิสัย” ของตน (Murphy & Davidshofer, 1994) ดังนั้น ในปัจจุบันนักจิตวิทยาต่างเห็นพ้องกันว่า บุคลิกภาพ คือ ลักษณะเฉพาะของบุคคลซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งชี้ความเป็นปัจเจกบุคคล และเป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมหรือสถานการณ์ของบุคคลนั้น (Allport, 1961; Pervin, 1980) ลักษณะเฉพาะดังกล่าวหมายถึงความรวมถึง ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมซึ่งผสมผสานกันอยู่ในแต่ละบุคคล ส่วนสิ่งแวดล้อมประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมที่เป็นมนุษย์และที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และสภาวะทางกายภาพ (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 235)

จากคำนิยามข้างต้นนักจิตวิทยาจึงมีความเชื่อว่าพฤติกรรมของแต่ละบุคคลสามารถแปรเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ แต่ยังคงมีความคงเส้นคงวาระดับหนึ่ง (Epstein, 1980) ซึ่งทำให้สามารถจำแนกลักษณะนิสัยหรือบุคลิกภาพของแต่ละคนได้ ตัวอย่างเช่น ถ้าสังเกตพฤติกรรมของบุคคลหนึ่งที่เข้าร่วมงานแต่งงาน การแข่งขันกีฬา และการประชุมทางวิชาการ พฤติกรรมของบุคคลนั้นอาจแตกต่างกันตามสถานการณ์ที่เข้าไปมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดความเหมาะสมตามกาลและเทศะ แต่ความแตกต่างกันนี้ไม่ได้หมายความว่าพฤติกรรมของบุคคลขาดความคงที่หรือไม่มีแบบแผนที่แน่นอน หากบุคคลนั้นเป็นผู้ที่มีลักษณะชอบพบปะสมาคมกับผู้อื่น เขาก็จะแสดงพฤติกรรมการพูดคุยกับคนแปลกหน้ามากกว่าผู้ที่มินิสัยชอบเก็บตัว ไม่ว่าจะเป็นในงานเลี้ยง การแข่งขันกีฬา หรือการประชุมวิชาการ เพราะฉะนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น ๆ ในสถานการณ์เดียวกัน บุคคลนี้จึงมีแบบแผนพฤติกรรมที่เป็นลักษณะเฉพาะของตน ด้วยเหตุนี้การศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพจึงมีประโยชน์ในการทำนายความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านต่าง ๆ รวมทั้งพฤติกรรมการบริโภคได้

ทฤษฎีบุคลิกภาพ

ทฤษฎีบุคลิกภาพที่ได้รับความนิยมในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วย ทฤษฎีที่สำคัญ 3 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ทฤษฎีประเภทบุคลิกภาพ และทฤษฎีลักษณะบุคลิกภาพ ซึ่งจะได้กล่าวถึงในลำดับต่อไป

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์

Freud (ค.ศ. 1856-1939 อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 237) เป็นผู้นำเสนอทฤษฎีจิตวิเคราะห์ (Psychoanalytic Theory) โดยมีความเชื่อว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของมนุษย์ถูกกำหนดจากพลังที่เรียกว่า “สัญชาตญาณ (Instinct)” ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่ สัญชาตญาณแห่งการมีชีวิต (Life Instincts) และสัญชาตญาณแห่งความตาย (Death Instincts) สัญชาตญาณแห่งการมีชีวิตเป็นสิ่งที่สนองจุดมุ่งหมายในด้านการมีชีวิตและการสืบพันธุ์ของมนุษย์ สัญชาตญาณนี้ทำให้บุคคลมีการกระทำต่าง ๆ เพื่อมีชีวิตรอด มีความสุขทางเพศ และความพึงพอใจด้านร่างกายอื่น ๆ ส่วนสัญชาตญาณแห่งความตายเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้มนุษย์มีพฤติกรรมทำลายหรือก้าวร้าว นอกจากความเชื่อเรื่องสัญชาตญาณแล้ว ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ยังมีความเชื่อว่า พลังที่กำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เป็นพลังที่อยู่ในระดับ “จิตไร้สำนึก (Unconscious Mind)” ซึ่งเป็นระดับของจิตที่อยู่นอกเหนือความรู้ตัวของมนุษย์ จิตไร้สำนึกเป็นส่วนที่มีบทบาทสำคัญในการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ โดยทำหน้าที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปตามความพึงพอใจของตน จิตไร้สำนึกเป็นที่อยู่ของความคิดและความต้องการทั้งหลายที่ “ไม่เป็นที่ยอมรับ” ของบุคคลในภาวะที่มีความรู้ตัว

ความคิดและความต้องการที่ไม่เป็นที่ยอมรับนี้มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมที่กระทำโดยไม่รู้ตัว เช่น การพูดปลั่งปาก หรือการฝัน นอกจากนั้นสิ่งที่เก็บไว้ในจิตไร้สำนึกอาจมีอิทธิพลต่อการทำงานของร่างกาย ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานตามแรงกระตุ้นได้ จิตไร้สำนึกจึงเปรียบเสมือนก้อนน้ำแข็งที่ส่วนใหญ่จมอยู่ใต้ผิวน้ำ โดยมี “จิตสำนึก (Conscious Mind)” เป็นส่วนของน้ำแข็งที่อยู่เหนือผิวน้ำเพียงเล็กน้อย จิตสำนึกเป็นสภาวะที่บุคคลมีการรู้ตัวว่ากำลังคิดหรือทำอะไรอยู่ในขณะนั้น

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์เสนอว่า โครงสร้างของบุคลิกภาพ (Structure of Personality) ประกอบด้วย อิด (Id) อีโก้ (Ego) และซูเปอร์อีโก้ (Superego) โดยมีรายละเอียด (McAdams, 1990) ดังนี้

1. อิด เป็นโครงสร้างส่วนที่เก่าแก่ที่สุดและอยู่ในระดับจิตไร้สำนึก ประกอบด้วย แรงขับทางสัญชาตญาณ (Instinct Impulses) ที่กระตุ้นให้มนุษย์ตอบสนองความต้องการ ความสุข ความพึงพอใจ ดังนั้นการทำงานของอิดจึงเป็นไปตาม “หลักความพอใจ (Pleasure Principle)” โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสม เหตุผล หรือความถูกต้อง แต่มีลักษณะของการใช้ความคิดขั้นปฐมภูมิ (Primary-process Thought)
2. อีโก้ เป็นโครงสร้างส่วนที่อยู่ในระดับสำนึกเป็นส่วนใหญ่ ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างความปรารถนาที่มาจากอิด และข้อกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ ที่มาจากซูเปอร์อีโก้ เพื่อให้บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับความเป็นจริงและขอบเขตทางสังคม ดังนั้น อีโก้จึงมีการทำงานตาม “หลักแห่งความเป็นจริง (Reality Principle)” ที่มีลักษณะของการใช้ความคิดขั้นทุติยภูมิ (Secondary-process Thought) กล่าวคือ มีการใช้เหตุผลและสติปัญญา อีโก้จึงทำให้บุคคลสามารถชะลอความปรารถนา หรือความต้องการของตน จนกว่าจะสามารถแสดงออกมาได้ในสถานการณ์ที่เหมาะสม
3. ซูเปอร์อีโก้ เป็นส่วนที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรม บรรทัดฐานทางสังคม ค่านิยม และขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ที่ได้ซึมซับมาจากพ่อแม่หรือบุคคลอื่น ๆ การทำงานของซูเปอร์อีโก้จะเป็นไปตาม “หลักแห่งจริยธรรม (Moral Principle)” กล่าวคือ ควบคุมและจัดการไม่ให้เกิดการกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามความต้องการของอิดโดยไม่คำนึงถึงความผิดชอบชั่วดี โดยมีอีโก้เป็นตัวกลางที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างอิดกับซูเปอร์อีโก้ ซูเปอร์อีโก้จะมีองค์ประกอบย่อย 2 ส่วน คือ องค์ประกอบแรก “มโนธรรม (Conscience)” ซึ่งพัฒนามาจากการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่หรือผู้อบรมเลี้ยงดู เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลทราบที่ “ไม่ควรทำสิ่งใด” ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกผิดเมื่อกระทำการใดที่ขัดต่อมโนธรรมของตนเอง องค์ประกอบที่สอง “อุดมคติแห่งตน (Ego-ideal)” ซึ่งพัฒนามาจากการเอาแบบอย่าง (Identification) บุคคลที่เคารพรัก ทำให้บุคคลทราบที่ “ควรทำสิ่งใด” ซูเปอร์อีโก้จะอยู่ในระดับจิตสำนึกและบางส่วนจะอยู่ในระดับจิตไร้สำนึก

การศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้บริโภคตามทฤษฎีจิตวิเคราะห์ มักนิยมใช้เทคนิคการฉายออก (Projective Techniques) เทคนิคจะมีประโยชน์มากในการสนับสนุนให้บุคคลมีอิสระในการแสดงออกอย่างเป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะในกรณีที่บุคคลลังเลใจที่จะแสดงความคิดเห็นของตนอย่างตรงไปตรงมา เนื่องจากความกลัวว่าจะไม่ได้รับความยอมรับจากผู้อื่น หรือในกรณีที่บุคคลอาจจะรู้สึกว่าคุณค่าต่าง ๆ มีลักษณะที่สว่างละเมิดความเป็นส่วนตัวหรือคุกคามความรู้สึก (Webb, 1992)

ทฤษฎีประเภทบุคลิกภาพ

ทฤษฎีประเภทบุคลิกภาพที่จะกล่าวถึงคือทฤษฎีบุคลิกภาพของ Jung ซึ่งเสนอว่าบุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันตาม “ประเภททางจิตวิทยา (Psychological Types)” ซึ่งเป็นผลมาจากการผสมผสานกันระหว่างทัศนคติ (Attitudes) 2 แบบ และหน้าที่ (Functions) 4 ประการ (Engler, 2009) ดังต่อไปนี้ (ชูชัย สมิทธิไกร, 2558, หน้า 239)

ทัศนคติ

คือการมุ่งความสนใจและการให้ความสำคัญแก่สิ่งต่าง ๆ ซึ่ง Jung ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ Extraversion หมายถึง การมุ่งความสนใจไปยังโลกภายนอก (Outer World) และ Introversion หรือการมุ่งความสนใจเข้าสู่โลกภายใน (Inner World) ลักษณะทั้งสองนี้จะมีอยู่ในลักษณะบุคลิกภาพของทุกคน เพียงแต่ว่าบางคนจะมีลักษณะแบบ Extraversion เด่นกว่า ทำให้เป็นบุคคลที่ชอบการแสดงออก มีความคล่องตัว ชอบสมาคมกับผู้อื่นและงานที่ต้องติดต่อประสานงานกับผู้อื่น ในขณะที่บางคนจะมีลักษณะแบบ Introversion เด่นกว่า ทำให้เป็นบุคคลที่ชอบอยู่โดดเดี่ยว ไม่ชอบเข้าสังคม และไม่ชอบการแสดงออก

หน้าที่

เป็นสิ่งที่บุคคลใช้ในการทำความเข้าใจเหตุการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตและใช้ในการตัดสินใจเลือกกระทำสิ่งต่าง ๆ โดยจำแนกออกเป็นคู่ที่ตรงกันข้าม 2 คู่คือ คู่แรก การรับสัมผัส (Sensation) และการหยั่งรู้ (Intuition) ส่วนคู่ที่สอง การคิด (Thinking) และความรู้สึก (Feeling) บุคคลแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในวิธีการทำความเข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต ผู้ที่เน้นการรับสัมผัสมักใช้อวัยวะรับสัมผัสทั้งห้าในการรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ และมีความสนใจในข้อเท็จจริงและความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ส่วนผู้ที่เน้นการหยั่งรู้มักมองหาความสัมพันธ์และความหมายหรือความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งในอดีตและอนาคต สำหรับคู่ตรงกันข้ามที่สองเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงลักษณะการตัดสินใจของบุคคล โดยผู้ที่เน้นการคิดเป็นผู้ที่ชอบการใช้หลักตรรกะและการวิเคราะห์ในการตัดสินใจ ส่วนผู้ที่เน้นความรู้สึกมักตัดสินใจโดยการใช้ความรู้สึกที่พื้นฐานมาจากค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน

แนวความคิดของ Jung ได้รับการนำไปพัฒนาแบบวัดบุคลิกภาพที่เรียกว่า “Myers-Briggs Type Indicator” หรือ MBTI ซึ่งสร้างขึ้นโดย Isabel Briggs Myers และลูกสาวของเธอ Katharine Cook Briggs ลักษณะสำคัญของแบบวัด MBTI คือ การกำหนดให้มีการวัดบุคลิกภาพใน 4 มิติ แต่ละมิติประกอบด้วยความชอบ (Preference) ที่ตรงกันข้าม (Center for Applications of Psychological Types, 2009) ดังต่อไปนี้

มิติที่ 1 การมองโลก เรียกว่า E/I Scale ประกอบด้วยการเปิดเผยและการเก็บตัว

การเปิดเผย (Extravert: E) เป็นลักษณะที่ชอบพบปะผู้คนหรือการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แสดงตัว ตรงไปตรงมา เน้นผลสำเร็จ ชอบทำโครงการระยะสั้น ชอบการพูดมากกว่าการเขียน ชอบทำหรือพูดก่อนคิด

การเก็บตัว (Introvert: I) เป็นลักษณะที่ชอบความสงบ ความเป็นส่วนตัว ครุ่นคิด คำนึง เน้นกระบวนการ ชอบทำโครงการระยะยาว ชอบการเขียนมากกว่าการพูด ชอบคิดก่อนทำหรือพูด

มิติที่ 2 การรับรู้ข้อมูล เรียกว่า S/N Scale ประกอบด้วย การสัมผัสและการหยั่งรู้ การสัมผัส (Sensing : S) ชอบแสวงหาข้อมูลโดยใช้อวัยวะสัมผัสหรือความจริงที่เคยพบ ชอบความชัดเจนเฉพาะเจาะจง ความเป็นจริง และรายละเอียด เป็นนักปฏิบัติ ไม่ค่อยใช้จินตนาการและความคิดฝัน หาข้อมูลจากภายนอก

การหยั่งรู้ (Intuition : N) ชอบสิ่งที่เป็นนามธรรม ความน่าจะเป็น สนใจความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ชอบคิดฝัน มีจินตนาการ แสวงหาข้อมูลโดยการคาดคะเน สนใจภาพรวม

มิติที่ 3 การตัดสินใจ เรียกว่า T/F Scale ประกอบด้วย การคิดและความรู้สึก การคิด (Thinking : T) ชอบคิดวิเคราะห์ ตัดสินใจจากรากฐานของความเป็นจริง ยึดเหตุผลมากกว่าความรู้สึก แก้ปัญหาเป็นระบบตามขั้นตอน กล้าตัดสินใจเรื่องที่ยาก จิตใจหนักแน่น มั่นคง ชอบการกำหนดระยะเวลาการทำงานที่แน่นอน

ความรู้สึก (Feeling : F) ชอบการสังเคราะห์ ตัดสินใจจากค่านิยมส่วนตัว ยึดความรู้สึกมากกว่าเหตุผล แก้ปัญหาไปตามสถานการณ์ ตัดสินใจแบบมีทางเลือกไว้หลาย ๆ ทาง จิตใจอ่อนไหวง่าย ไม่ชอบให้เวลามาจำกัดตนเอง

มิติที่ 4 การดำเนินชีวิต เรียกว่า J/P Scale ประกอบด้วย การมีระเบียบกฎเกณฑ์และการยืดหยุ่น

การมีระเบียบกฎเกณฑ์ (Judging : J) เป็นลักษณะของการกระทำที่มีแบบแผนกฎเกณฑ์ ชอบที่จะกำหนดเตรียมการล่วงหน้า สามารถที่จะบังคับและควบคุมชีวิตตนเอง ชอบให้มีการทำตามกฎ ระเบียบ มีความมั่นคง เด็ดขาด ชอบแก้ไข

การยืดหยุ่น (Perceiving : P) เป็นลักษณะของการกระทำที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ชอบการทำงานที่กำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ ไม่ชอบการถูกควบคุม

แบบวัด MBTI มีแนวคิดที่ว่า แต่ละบุคคลจะมีตัวเลือกที่ตนพึงพอใจในแต่ละมิติ และเมื่อนำตัวเลือกของแต่ละมิติมารวมกัน ก็จะได้บุคลิกภาพเฉพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งประเภทของบุคลิกภาพทั้งหมดตามแบบวัดนี้มีทั้งสิ้น 16 รูปแบบ แบบวัด MBTI ฉบับภาษาอังกฤษมีอยู่ด้วยกันหลายฟอร์ม สำหรับฉบับภาษาไทย ซึ่งแปลโดยนิภา แก้วศรีงาม (ม.ป.ป.) เป็นแบบวัด MBTI Form G ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมด 94 ข้อ แสดงตัวอย่างข้อคำถามที่คล้ายคลึงกับแบบวัด MBTI

ทฤษฎีลักษณะบุคลิกภาพ

ทฤษฎีลักษณะบุคลิกภาพ (Trait Theory) มีความเชื่อพื้นฐานว่า บุคคลมีความแตกต่างกันตามลักษณะบุคลิกภาพ ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ (McAdams, 1990) คือ (ซูซีย์ สมิตธิไกร, 2558, หน้า 243)

1. เป็นสิ่งที่แสดงถึงแนวโน้มภายในของบุคคล (Internal Dispositions) โดยจะมีความคงที่ (Stable) ในเวลาและสถานการณ์ส่วนใหญ่
2. ลักษณะดังกล่าวสามารถวัดและพรรณนาได้ในรูปคำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงกันข้าม (Bipolar Terms) เช่น อ่อน-เย็นชา ร่าเริง-เศร้าซึม
3. ลักษณะแต่ละด้านจะเป็นอิสระต่อกัน
4. เป็นความแตกต่างโดยทั่วไประหว่างปัจเจกบุคคลในการจัดการกับอารมณ์

ตัวอย่างของลักษณะบุคลิกภาพ ได้แก่ ความชอบเข้าสังคม ความต้องการมีอิสระ ความก้าวร้าว แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะบุคลิกภาพเริ่มต้นจากข้อสังเกตที่ว่า คนแต่ละคนจะมีปฏิกริยาที่แตกต่างกันต่อสถานการณ์เดียวกัน เช่น บางคนอาจรู้สึกสนุกตื่นเต้นที่ได้พบปะสนทนากับบุคคลแปลกหน้า แต่บางคนกลับรู้สึกประหม่าหวาดกลัวต่อสถานการณ์เช่นนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและพฤติกรรมการบริโภค

Dolich (1969) ได้เสนอว่า บุคลิกภาพของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค กล่าวคือ ผู้บริโภคมีความชื่นชอบที่จะซื้อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่สามารถสะท้อนบุคลิกภาพของตนได้มากที่สุด ผลการวิจัยส่วนหนึ่งได้สนับสนุนความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพและพฤติกรรมการบริโภค ตัวอย่างเช่น การวิจัยของ Mulyanegara, Tsarenko & Anderson (2009) ได้พบว่า ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับความชอบในตราสินค้า กล่าวคือผู้บริโภคใช้ตราสินค้าเพื่อแสดงออกถึงบุคลิกภาพของตน โดยผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมีความสำนึกผิดชอบสูง จะชื่นชอบตราสินค้าที่มีลักษณะที่เชื่อถือได้และมีความคงเส้นคงวา ส่วนผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเปิดเผยตนเอง จะชื่นชอบตราสินค้าที่สะท้อนถึงการชอบเข้าสังคม แต่อย่างไรก็ตาม นักวิชาการบางคนก็พบว่า มีหลักฐานเพียงเล็กน้อยที่สนับสนุนความสัมพันธ์นี้ (Brody & Cunningham, 1968; Shank & Langmeyer, 1994) ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยต่อไป เพื่อค้นหาข้อสรุปที่ชัดเจนและมีน้ำหนักเชื่อถือได้มากกว่านี้

การประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพไปใช้ในเชิงการตลาด

แม้ว่าข้อสรุปเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับพฤติกรรมการบริโภค จะยังไม่มี ความชัดเจนมาก แต่นักการตลาดก็พยายามนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพไปใช้ในเชิงการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- การใช้การรณรงค์เป็นสิ่งดึงดูดใจ

ดังที่ทฤษฎีจิตวิเคราะห์เสนอว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของมนุษย์ถูกกำหนดจากสัญชาตญาณ โดยเฉพาะสัญชาตญาณแห่งการมีชีวิตซึ่งครอบคลุมถึงสัญชาตญาณด้านกามารมณ์ด้วย ดังนั้น การโฆษณาสินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิดจึงใช้การรณรงค์เป็นสิ่งดึงดูดใจผู้บริโภค (Sex Appeals) โดยเฉพาะโฆษณาสินค้าที่เน้นผู้บริโภคเพศชาย เช่น รถยนต์ เครื่องดื่มบำรุงกำลัง

- การขจัดความขัดแย้งภายในใจ

ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ได้เสนอว่า โครงสร้างบุคลิกภาพของบุคคลประกอบด้วย อิด อีโก้ และซูเปอร์อีโก้ โดยอิดและซูเปอร์อีโก้มีหลักการทำงานที่ขัดแย้งตรงกันข้ามกัน กล่าวคือ บุคคลมักจะเกิดความขัดแย้งระหว่างความต้องการของตนกับหลักจริยธรรมและบรรทัดฐานทางสังคม องค์การธุรกิจจึงพยายามที่จะขจัดความขัดแย้งภายในใจของผู้บริโภค โดยการนำเสนอให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการของตนนั้น สามารถตอบสนองทั้งความต้องการของผู้บริโภคและบรรทัดฐานของสังคมได้อย่างไร

- การสร้างบุคลิกภาพตราสินค้า

คือการทำให้ผู้บริโภครับรู้ว่าตราสินค้าหนึ่ง ๆ มีคุณลักษณะหรือบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับ ผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกชื่นชอบและมีความต้องการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ บุคลิกภาพตราสินค้า (Brand Personality) หมายถึง คุณลักษณะที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกับตราสินค้าหนึ่ง ๆ

(Aaker, 1997) ตัวอย่างเช่น บุหรี่ยี่ห้อ Marlboro ได้กำหนดให้บุคลิกภาพตราสินค้าของตนมีลักษณะเหมือนผู้ชายที่แข็งแรง รักอิสระและการผจญภัย ส่วนน้ำอัดลมยี่ห้อเป๊ปซี่ก็กำหนดให้มีบุคลิกแบบคนหนึ่งที่สาวที่มีชีวิตชีวาและทันสมัย

Aaker (1997) ได้เสนอว่า บุคลิกภาพตราสินค้าประกอบด้วยบุคลิกภาพหลัก 5 แบบ ได้แก่

1. จริ่งใจ (Sincerity) หมายถึง ตราสินค้านั้นมีความซื่อสัตย์ ปลอดภัย และทำให้รู้สึกสดชื่น
2. น่าตื่นเต้น (Excitement) หมายถึง ตราสินค้านั้นมีลักษณะโลดโผน มีชีวิตชีวา จินตนาการ และดูทันสมัย
3. มีสมรรถนะ (Competence) หมายถึง ตราสินค้านั้นมีความเชื่อถือได้ ฉลาด และประสบความสำเร็จ
4. มีเสน่ห์ (Sophistication) หมายถึง ตราสินค้านั้นมีลักษณะเหมือนชนชั้นสูง น่าหลงใหล
5. ทนทาน (Ruggedness) หมายถึง ตราสินค้านั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมกลางแจ้ง มีความแข็งแรงบึกบึน

โดยทั่วไปแล้วหากความสอดคล้องระหว่างบุคลิกภาพของผู้บริโภคกับบุคลิกภาพตราสินค้ามีมากเท่าไร ผู้บริโภคก็จะมี ความชอบในตราสินค้านั้นมากขึ้นเท่านั้น (Aaker, 1997) (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 236-250)

แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมและวิถีชีวิตของผู้บริโภค

- ความหมายของค่านิยม (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 264)

ค่านิยม หมายถึง รูปแบบของความเชื่อที่แต่ละบุคคลยึดถือเป็นมาตรฐานในการตัดสินใจ สิ่งใดเลวหรือดี และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล (Rokeach, 1969) ค่านิยมทำหน้าที่เป็นมาตรฐานในการรับรู้ การประเมิน การเลือก และการตัดสินใจของบุคคล ค่านิยมเป็นเสมือนแกนกลางบุคลิกภาพของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความสนใจ ความตั้งใจและพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งมุ่งไปสู่การกระทำเพื่อให้ได้สิ่งที่นิยมนั้น (ประสาร มาลากุล ณ อยุธยา, 2523 อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 264) การที่บุคคลมีค่านิยมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งนั้น แสดงถึงความรู้สึก ความพอใจ ทัศนคติ และความต้องการที่บุคคลมีต่อเรื่องนั้นและความพร้อมที่จะแสดงออกเพื่อสนองต่อค่านิยมนั้น บุคคลจะขัดขวางและต่อต้านการกระทำที่ขัดต่อค่านิยมที่ตนมีอยู่ (เพ็ญแข ประจวบจักษ์ และอ้อมเดือน สดมณี, 2529)

- ธรรมชาติของค่านิยม

นักจิตวิทยาได้สรุปว่าค่านิยมมีลักษณะที่สำคัญดังต่อไปนี้ (Rokeach, 1968)

1. ค่านิยมมีความคงที่ถาวร (Completely Stable) ค่านิยมมีความคงที่และไม่เปลี่ยนแปลงอย่างง่าย ๆ ซึ่งทำให้วัฒนธรรมหรือสังคมหนึ่ง ๆ มีการคงอยู่ต่อเนื่องเป็นเวลานาน และก่อให้เกิดลักษณะประจำกลุ่มหรือชาติขึ้น ความคงที่ถาวรของค่านิยมเกิดขึ้นเพราะบุคคลให้สังคมได้รับการหล่อหลอมจากสังคมของตนเองเป็นเวลานาน

2. นิยมมีลักษณะเปรียบเทียบความสำคัญ (Relative Conception) บุคคลจะมีการเรียนรู้ค่านิยมต่าง ๆ ในสังคมของตน และมีการจัดลำดับความสำคัญของค่านิยมแต่ละอย่าง โดยผ่านทางกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม (Socialization)

3. ค่านิยมมีลักษณะเป็นความเชื่อ (Beliefs) ซึ่งบ่งบอกถึงการประเมินว่าสิ่งใดดีหรือสิ่งใดไม่ดี และบ่งบอกว่าบุคคลควรจะมีวิถีหรือแนวทางการปฏิบัติตนอย่างไร เช่น ค่านิยมความซื่อสัตย์บ่งบอกว่า การโกหกหลอกลวงเป็นสิ่งที่ไม่ดี และบุคคลควรจะปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความซื่อสัตย์

- ความสำคัญของค่านิยม

ค่านิยมมีความสำคัญต่อบุคคลและสังคมหลายประการดังต่อไปนี้ (สุนทรี โคมิน และสนธิ สมัครการ, 2522)

1. ค่านิยมทำหน้าที่เป็นเกณฑ์ (Criteria) หรือมาตรฐาน (Standard) ที่ใช้นำพฤติกรรมในหลายทาง เช่น

(1) เป็นเกณฑ์ในการประเมิน ตัดสิน ชื่นชม ยกย่อง หรือติเตียนตนเองและการกระทำของผู้อื่น

(2) เป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกนิยามอุดมการณ์ทางการเมือง

(3) จูงใจให้บุคคลแสดงจุดยืนของตนเองในเรื่องต่าง ๆ

(4) เป็นบรรทัดฐานที่ช่วยในการชักชวน คัดค้าน และถกเถียงในประเด็นต่าง ๆ

(5) เป็นบรรทัดฐานสำหรับกระบวนการให้เหตุผลต่อความคิดและการกระทำของตน

ค่านิยมทำหน้าที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความต้องการและแรงจูงใจของมนุษย์

2. ค่านิยมทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจหรือผลักดันของบุคคล ตัวอย่างเช่น บุคคลที่มีค่านิยมในการมีอายุยาวนานหรือสุขภาพดี ก็จะมีแรงผลักดันให้อยากออกกำลังกาย

- ประเภทของค่านิยม

Rokeach (1968) ได้แบ่งค่านิยมออกเป็น 2 ประเภท คือ ค่านิยมจุดหมายปลายทาง และค่านิยมวิถีปฏิบัติ

1. ค่านิยมจุดหมายปลายทาง (Terminal Values) หมายถึง ค่านิยมที่เป็นเป้าหมายสุดท้ายที่บุคคลต้องการบรรลุถึง มีจุดเน้นหรือให้ความสำคัญอยู่ 2 แห่ง คือ เน้นที่ตนเอง (Self-centered) และเน้นที่สังคม (Society-centered) ตัวอย่างเช่น “ความสุขสบายในชีวิต (A Comfortable life)” เป็นค่านิยมจุดหมายปลายทางที่มีจุดเน้นที่ตนเอง ส่วน “ความสงบสันติสุขของโลก (A Word of Peace)” เป็นค่านิยมที่เน้นตนเองและเน้นสังคมแตกต่างกัน เช่น บางคนอาจให้ความสำคัญแก่ค่านิยมที่เน้นสังคมมากกว่าค่านิยมที่เน้นตนเอง

2. ค่านิยมวิถีปฏิบัติ (Instrumental Values) หมายถึง ค่านิยมที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในจุดหมายปลายทาง และมีจุดเน้นอยู่ 2 แห่ง เช่นกัน คือ เน้นที่จริยธรรม (Moral) และเน้นที่สมรรถนะ (Competence) ค่านิยมที่เน้นจริยธรรมเป็นค่านิยมที่ให้ความสำคัญแก่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น การรู้จักให้อภัย (Forgiving) ความสุภาพ (Polite) ความรัก (Love) ส่วนค่านิยมที่เน้นสมรรถนะเป็นค่านิยมที่ให้ความสำคัญแก่การบรรลุความสำเร็จของตนเอง ตัวอย่างเช่น ความทะเยอทะยาน (Ambitions) ความสามารถ (Capable) การพึ่งพาตนเอง (Independent)

- ค่านิยมของคนไทย

สำหรับในประเทศไทย สุนทรีย์ โคมิน และสนิท สมัครการ (2522) ได้ทำการวิจัยค่านิยมของคนไทยโดยใช้แนวคิดของ Rokeach เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาและได้พบว่า ค่านิยมจุดหมายปลายทางที่คนไทยถือเป้าหมายระดับสูงสุดของชีวิต ได้แก่ ความมั่นคงของชาติ ความสุขในครอบครัว ความภาคภูมิใจในตนเอง ความสำเร็จในชีวิต การมีชีวิตที่สบายพอควร ความเสมอภาค และการมีมิตรที่ดี ผลการวิจัยนี้สรุปได้ว่าคนไทยให้ความสำคัญแก่ค่านิยมจุดหมายปลายทางที่เน้นตนเองเป็นส่วนใหญ่ ส่วนค่านิยมวิถีปฏิบัติที่คนไทยให้ความสำคัญ ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ และความกตัญญูรู้คุณ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่านิยมที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ในระยะต่อมา สุนทรีย์ โคมิน (Komin, 1991) ได้จัดกลุ่มค่านิยมวิถีปฏิบัติของคนไทยออกเป็น 9 กลุ่ม โดยเรียงลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1. การเน้นที่ตนเอง (Ego Orientation) คนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับค่านิยมที่เกี่ยวกับตนเองเป็นอันดับแรก โดยจะเน้นความเป็นตัวของตัวเอง การรักษาเกียรติยศและศักดิ์ศรี คนไทยไม่ชอบการถูกดูหมิ่น ดังนั้นจึงมีการสร้างกลไกการหลีกเลี่ยงเพื่อลดความขัดแย้งหรือการเผชิญหน้าระหว่างบุคคล จึงทำให้เกิดค่านิยมหลายประการตามมา เช่น การรักษาหน้า การหลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์ การหลีกเลี่ยงการทำให้ผู้อื่นรู้สึกอึดอัด

2. การเน้นความกตัญญูรู้คุณ (Grateful Relationship Orientation) คนไทยให้ความสำคัญแก่ความกตัญญูเป็นอันดับสอง ค่านิยมนี้เป็นความผูกพันทางจิตใจระหว่างบุคคลที่เป็นผู้ให้กับบุคคลที่เป็นผู้รับ ผู้รับจะจดจำความดีงามที่ผู้ให้ได้กระทำ และพร้อมที่จะทดแทนบุญคุณของบุคคลนั้น ๆ เมื่อมีโอกาส

3. การเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ราบรื่น (Smooth Interpersonal Relationship Orientation) ค่านิยมนี้สะท้อนให้เห็นในพฤติกรรมที่คนไทยมักมีกิริยาที่นุ่มนวล สุภาพ อ่อนน้อม ถ่อมตน เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้มีความราบรื่น ค่านิยมย่อยที่อยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ การรักษาน้ำใจ ความเมตตาอารี การควบคุมตนเอง การปรับตัวให้เข้ากับจังหวะและสิ่งแวดล้อม ความสุภาพถ่อมตน การมีความสงบและสำรวม

4. การเน้นความยืดหยุ่นและการปรับตัว (Flexibility and Adjustment Orientation) ค่านิยมข้อนี้ทำให้คนไทยพร้อมที่จะปรับตัวตามสถานการณ์มากกว่าการทำตามหลักการ กฎเกณฑ์ หรือกฎหมาย นอกจากนี้ยังมีความอะลุ่มอล่วยและยืดหยุ่นอีกด้วย

5. การเน้นจิตวิญญาณและศาสนา (Religio-psychical Orientation) เป็นค่านิยมที่ได้รับอิทธิพลจากศาสนาพุทธแบบเถรวาทซึ่งเป็นศาสนาประจำชาติไทย โดยชีวิตประจำวันของคนไทยมักเกี่ยวข้องกับการทำบุญและพิธีกรรมทางศาสนา ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่ทำงาน เช่น การขึ้นบ้านใหม่ การเปิดบริษัทใหม่ หรือการฉลองในเรื่องต่าง ๆ

6. การเน้นการศึกษาและความสามารถ (Education and Competence Orientation) คนไทยให้ความสำคัญแก่การศึกษาและความสามารถ โดยมีความคิดว่าการศึกษาเป็นหนทางที่ช่วยให้บุคคลสามารถเลื่อนสถานภาพทางสังคม เพิ่มเกียรติยศศักดิ์ศรี หรือเพิ่มระดับเงินเดือน มากกว่าที่จะมองว่าการศึกษาเป็นการเพิ่มความรู้ของตนเอง

7. การเน้นการพึ่งพาอาศัยกัน (Interdependence Orientation) ค่านิยมนี้หมายถึง การร่วมมือ ช่วยเหลือกัน ซึ่งคนในต่างจังหวัดให้ความสำคัญแก่ค่านิยมนี้มากกว่าคนในเมือง

8. การเน้นความสนุกสนานและความพึงพอใจ (Fun-pleasure Orientation) ค่านิยมนี้เป็นกลไกที่สำคัญในการสนับสนุนและรักษาค่านิยมเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

9. การเน้นความสำเร็จในงาน (Achievement-task Orientation) ค่านิยมนี้ถูกเลือกเป็นอันดับสุดท้ายในคนไทยกลุ่มอาชีพต่าง ๆ โดยคนไทยจะให้ความสำคัญแก่ค่านิยมที่เกี่ยวกับการรักษาสัมพันธภาพที่ดีมากกว่าการอุทิศเวลาให้แก่การทำงานหนัก

สุนทรีย์ โคมิน (Komin, 1991) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ประการแรก คนไทยมักจะมองแค่เปลือกนอกมากกว่าเนื้อแท้ของสิ่งนั้น ๆ เพื่อช่วยยกสถานะภาพของตนเองให้ดูดีไว้ก่อน หรือเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับนับถือ มักตกแต่งร่างกายด้วยเครื่องประดับหรือของใช้ราคาแพง ชอบที่จะมียศถาบรรดาศักดิ์ นำหน้าชื่อ ประการที่สอง คนไทยมักให้คุณค่าแก่การครอบครองสิ่งของวัตถุ โดยมักแสดงออกโดยการซื้อเสื้อผ้าราคาแพงหรือมีหยีห้อย และประการสุดท้าย คนไทยมักมองว่าการครอบครองสิ่งของเหล่านี้เป็นการแสดงถึงความเจริญและทันสมัย

ในระยะต่อมา อนันต์ชัย คงจันทร์ (2545) ได้ศึกษา “ค่านิยมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่” โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เรียกว่า “Generation X” ที่มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 21-35 ปี จบปริญญาตรีหรือสูงกว่า และอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ จำนวน 888 คนพบว่า ค่านิยมจุดหมายปลายทางที่คนรุ่นใหม่เลือก 5 ลำดับแรก ได้แก่ (1) ความสำเร็จในชีวิต (2) ความมั่นคงของครอบครัว (3) ความสุข (4) มิตรภาพที่แท้จริง และ (5) ชีวิตที่สะดวกสบาย ส่วนค่านิยมวิถีปฏิบัติ คนรุ่นใหม่เลือกความสามารถ การมีปัญญา การรับผิดชอบต่อหน้าที่ และการมีเหตุผลและควบคุมตนเอง เป็นอันดับต้น ๆ สำหรับค่านิยมที่คนรุ่นใหม่คิดว่าเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตห้าอันดับแรก ได้แก่ (1) ชีวิตแต่งงานที่มีความสุข (2) อาชีพและโอกาสของความก้าวหน้า (3) การใช้เวลากับครอบครัว (4) งานที่มีรายได้ดี และ (5) งานที่สนุกสนานและให้ความพอใจ ส่วนค่านิยมที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ การได้ทำงานอาสาสมัครเพื่อสังคม ศาสนา และการได้มีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชน ผลการวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่มีแนวคิดและค่านิยมคล้ายกับสังคมตะวันตกมากขึ้น กล่าวคือ การมุ่งแสวงหาความสำเร็จให้แก่ตนเองเป็นเรื่องที่สำคัญกว่าการมีส่วนช่วยเหลือสังคมและชุมชน (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 264-268)

- ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมกับพฤติกรรมการบริโภค

ค่านิยมเป็นสิ่งที่มียุทธผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เพราะค่านิยมทำหน้าที่เป็นเกณฑ์หรือมาตรฐานที่ชี้นำพฤติกรรมการบริโภคของบุคคล ซึ่งสามารถจะยกตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้ (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 269)

1. การที่คนไทยให้ความสำคัญแก่ค่านิยมที่เกี่ยวกับตนเอง เช่น การได้รับความยกย่องนับถือ การรักษาเกียรติยศและศักดิ์ศรี ทำให้คนไทยนิยมใช้สินค้าที่มีชื่อเสียงและราคาแพง หรือเป็นสินค้าจากต่างประเทศ เน้นการแต่งกายดีตั้งแต่ศีรษะจรดเท้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ และเพื่อต้องการให้ผู้อื่นยกย่องนับถือ ในขณะที่เดียวกันก็มองว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศเป็นสินค้าที่มีคุณภาพต่ำกว่าสินค้าจากต่างประเทศ ดังนั้นสินค้าที่คนไทยนิยมบริโภคจึงได้แก่สินค้าที่มีแบรนด์เนม ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือสินค้าอื่น ๆ ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

2. การที่คนไทยให้ความสำคัญแก่ความกตัญญูต่อบุพการีหรือผู้มีพระคุณ ส่งผลให้การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ จะคำนึงถึงบุพการีหรือผู้มีพระคุณด้วย กล่าวคือ จะคำนึงว่าบุคคลเหล่านั้นควรจะมีความเป็นอยู่ที่สะดวกสบาย มีสุขภาพที่ดีและมีความปลอดภัย ดังนั้นการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของคนไทยจึงมักคำนึงถึงบุพการีหรือผู้มีพระคุณด้วย โดยผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองค่านิยมดังกล่าว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นมมีแคลเซียมสูง ยารักษาโรค น้ำผลไม้ และเครื่องดื่มบำรุงสุขภาพ

3. การให้ความสำคัญแก่ค่านิยมด้านการมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ราบรื่นและความสนุกสนาน ทำให้คนไทยมีกิจกรรมสร้างสรรค์รื่นเริงระหว่างเพื่อนฝูงและญาติพี่น้องเป็นประจำรวมทั้งกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นงานปีใหม่ สงกรานต์ หรืออื่น ๆ สินค้าที่มีการบริโภคเพื่อตอบสนองค่านิยมนี้จึงมักจะเป็นสินค้าที่ใช้ในกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น อาหารกับแกล้มต่าง ๆ เครื่องดื่มต่าง ๆ ขนมขบเคี้ยว สุรา เบียร์ ฯลฯ

- การประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับค่านิยมและวิถีชีวิตไปใช้ในการตลาด

การที่ค่านิยมและวิถีชีวิตเป็นสิ่งที่มียุทธผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้องค์การธุรกิจพยายามนำความรู้เกี่ยวกับค่านิยมและวิถีชีวิตไปใช้ในการตลาด ดังเช่นตัวอย่างต่อไปนี้ (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 277)

1. ออกแบบการโฆษณาให้สอดคล้องกับค่านิยมผู้บริโภค ปัจจัยประการหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคยอมรับและรู้สึกชื่นชอบการโฆษณาคือ สารที่สื่อออกไปในงานโฆษณานั้นจะต้องสอดคล้องกับค่านิยมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น การเข้าใจถึงค่านิยมของผู้บริโภค จึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการทำให้การโฆษณาประสบความสำเร็จ ซึ่งอาจกระทำได้โดยการศึกษาวิจัยค่านิยมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม นอกจากนั้นองค์กรธุรกิจบางแห่งยังพยายามสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่าองค์กรของตนให้ความสำคัญแก่ค่านิยมที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ซึ่งเป็นสื่อโฆษณาของสถาบันการเงินแห่งหนึ่ง

2. การตลาดแบบอิงวิถีชีวิต (Lifestyle Marketing) หมายถึง การทำการตลาดที่ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ มุ่งเน้นว่าการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดขององค์กรธุรกิจจะต้องสอดคล้องและเหมาะสมกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสินค้าหรือบริการ หรือการจัดกิจกรรมการตลาด

3. การแบ่งส่วนตลาดแบบอิงวิถีชีวิต (Lifestyle Segmentation) ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคนั้น มีเกณฑ์ในการแบ่งได้หลายเกณฑ์ เช่น ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส) หรือเกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ (พื้นที่ที่อยู่อาศัย) ส่วนการแบ่งส่วนตลาดแบบอิงวิถีชีวิตคือ การแบ่งส่วนตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเป็นพื้นฐานในการแบ่งส่วนตลาด กลุ่มผู้บริโภคที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาดวิธีนี้อาจมีเพศ อาชีพ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน แต่มีความคล้ายคลึงกันในด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

4. การสร้างตราสินค้าแบบอิงวิถีชีวิต (Lifestyle Branding) คือ การสร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภครับรู้ว่าเป็นตราสินค้าสำหรับวิถีชีวิตแบบใดแบบหนึ่ง การที่ผู้บริโภคแต่ละคนต่างมีวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของตน ตราสินค้าที่อิงวิถีชีวิตคือสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคได้แสดงเอกลักษณ์ของตนออกมาโดยผ่านตราสินค้านั้น (ชูชัย สมितिไกร, 2558, หน้า 269-281)

ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก

มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่พัฒนากำลังคนให้กับสังคมและประเทศชาติ ประเทศจะต้องมีส่วนสำคัญในการวางแผนอนาคต และถือว่ามหาวิทยาลัยเป็นการลงทุนในอนาคต หรือต้นทุนผู้ที่ได้รับประโยชน์ตามกฎหมายจากการดำเนินงาน มหาวิทยาลัยจำนวนมาก ซึ่งบุคคลเหล่านี้มีอิทธิพล

ต่อการตัดสินใจที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยและโดยมหาวิทยาลัย (เปเร็อง กิจรัตน์ภร, ม.ป.ป..ออนไลน์)

ดังนั้น คำว่า “การกำกับดูแล (Governance)” คือระบบการตัดสินใจที่เกิดขึ้นภายในมหาวิทยาลัยและทำเพื่อมหาวิทยาลัย สำนักงานตรวจสอบแห่งชาติของประเทศออสเตรเลีย (The Australian National Audit Office : ANAO) ให้ความหมายคำ “การกำกับดูแล” ไว้คือ “กรรมวิธีต่างๆ ที่ใช้กำกับดูแล ควบคุม และทำให้องค์กรเป็นที่เชื่อถือได้ และตรวจสอบได้ ซึ่งประกอบด้วยอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ การดูแลเอาใจใส่ ภาวะผู้นำ การกำกับดูแลและการควบคุมที่ใช้ปฏิบัติในมหาวิทยาลัย”

นอกจากนี้ยังมีกลไกใน “การกำกับดูแล” แตกต่างกันไปดังนี้

1. กฎระเบียบรัฐ เช่น คำสั่งของรัฐบาล เกี่ยวกับมติคณะ รัฐมนตรีในการปฏิบัติของมหาวิทยาลัย
2. แนวทางที่กำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับมหาวิทยาลัยจากบุคคลภายนอก ซึ่งเป็นกรรมการสภามหาวิทยาลัย
3. หน่วยงานและบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยที่มีส่วนในการตัดสินใจในสภามหาวิทยาลัย
4. หน่วยงานด้านบริหารจัดการภายในมหาวิทยาลัย เกี่ยวกับการบังคับบัญชา และการตัดสินใจ

โดยภาพรวม “การกำกับดูแลมหาวิทยาลัย” ก็คือ สภามหาวิทยาลัย ซึ่งถือเป็นหน่วยของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับมหาวิทยาลัย และมาทำงานร่วมกันเพื่อมหาวิทยาลัย สภามหาวิทยาลัยส่วนมากจะประกอบด้วยบุคคลที่มาจากภายนอกและบุคคลที่มาจากภายในมหาวิทยาลัย จำนวนคนหรือสัดส่วนจะมากน้อย เท่าใดก็ขึ้นอยู่กับ พ.ร.บ. มหาวิทยาลัยและข้อบังคับสภามหาวิทยาลัยได้กำหนดขึ้น คณะบุคคลดังกล่าวจะเรียกชื่อต่างๆ กัน เช่น Council, Senate, Board of Regents, Board of Trustees

คำว่า “การกำกับดูแล” จะมีปฏิสัมพันธ์กับระดับความมากน้อยของความเป็นอิสระในการบริหารจัดการและการตัดสินใจสั่งการ แอนเดอร์สันและจอห์นสัน (Anderson และ Johnson) ได้ศึกษาในปี 1998 เกี่ยวกับการมีอิสระ ในการบริหารของมหาวิทยาลัยใน 20 ประเทศ ได้ใช้คำ “Autonomy” ว่า “คืออิสระในการบริหารจัดการโดยปราศจากการกำกับดูแล และอิทธิพลของรัฐบาลในทุกระดับ”

แอนเดอร์สันและจอห์นสันได้พบว่า ภารกิจของมหาวิทยาลัยที่รัฐบาลเข้าไปเกี่ยวข้องได้ตามกฎหมาย ได้แก่ เรื่องเหล่านี้

1. การแต่งตั้งและการดำรงตำแหน่งของผู้บริหาร
2. การรับนักศึกษา ระเบียบวินัย

3. หลักสูตรและการสอน และแบบเรียน
4. มาตรฐานทางวิชาการ การรับรองวิทยฐานะ
5. การกำกับดูแล เช่น สภามหาวิทยาลัย การเงิน การคลัง ในการศึกษา พบว่า ประเทศอังกฤษและ อเมริกา รัฐบาลมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายที่จะควบคุม แทรกแซงกิจการมหาวิทยาลัย และใช้อำนาจหน้าที่นั้น ๆ น้อยกว่ารัฐบาลของประเทศยุโรป และเอเชีย ส่วนมหาวิทยาลัยยุโรปนั้นอยู่ระดับปานกลาง

ในประเทศอังกฤษและอเมริกา จะพบการจัดการให้มี “การกำกับดูแลมหาวิทยาลัย” (University Governance) มากที่สุด สภามหาวิทยาลัยในประเทศสหรัฐอเมริกามีมานานแล้ว เรียกว่า Board of Governors หรือ Regents เท่าที่ศึกษาดูงานด้านการกำกับดูแลมหาวิทยาลัย (University Governance) ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างวันที่ 17 - 26 เมษายน 2552 จัดโดย SEAMEO RIHED และเข้าร่วมประชุมสัมมนาเรื่อง “การกำกับดูแลมหาวิทยาลัย กับสมาคมสภามหาวิทยาลัย” (Association of Governing Board of Universities and College : AGB) ซึ่งก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 1921 ปัจจุบันมีสถาบันอุดมศึกษา 1,200 แห่งเป็นสมาชิก มีบุคคลหลากหลายอาชีพ จำนวน ถึง 34,000 คน

สมาคมสภามหาวิทยาลัย (AGB) อเมริกา

ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา สมาคมสภามหาวิทยาลัย (AGB) กำหนดขอบข่ายความรับผิดชอบของสภามหาวิทยาลัย ดังนี้

1. อนุมัติภารกิจและจุดประสงค์ของมหาวิทยาลัย
2. สรรหา แต่งตั้ง สนับสนุนและประเมินอธิการบดี (CEO)
3. ดูแลให้มหาวิทยาลัยมีความซื่อตรงในเรื่องงบประมาณ
 - 3.1 พิจารณาและอนุมัติงบประมาณของสภามหาวิทยาลัย
 - 3.2 ควบคุมดูแลเรื่องทรัพยากรและประสิทธิผลของมหาวิทยาลัย
 - 3.3 จัดการเรื่องเงินที่ได้รับบริจาคของมหาวิทยาลัย (ในมหาวิทยาลัยของรัฐหลายแห่งจะตั้งมูลนิธิมาดูแลในเรื่องนี้)
 - 3.4 มีส่วนร่วมในการระดมทุน ทั้งโดยการบริจาคส่วนตัวและโดยผู้สนับสนุนกิจการของมหาวิทยาลัย
 - 3.5 ดูแลให้มีการตรวจสอบคุณภาพตนเองของมหาวิทยาลัยทุกปี
 - 3.6 สนองตอบต่อความคาดหวังเรื่องความเป็นที่เชื่อถือได้และตรวจสอบได้ตลอดจนความโปร่งใสในการดำเนินการของสภามหาวิทยาลัย
4. ควบคุมและมีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ ตลอดจนถึงติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์
5. ดูแลให้มหาวิทยาลัยดำเนินการด้านวิชาการตามลำดับความสำคัญ ทั้งด้านการศึกษา วิจัย การบริการทางการศึกษา และความจำเป็น
6. ทำงานร่วมกับบุคลากรในมหาวิทยาลัย โดยร่วมมือกับผู้บริหารระดับสูง

7. คงไว้ซึ่งความเป็นอิสระของมหาวิทยาลัย ในการมุ่งไปสู่ความจริง การสร้างองค์ความรู้ใหม่ และการตรวจสอบด้านภูมิปัญญา เพื่อสิ่งเหล่านี้จะไม่ถูกควบคุมโดย รัฐบาลและเพื่อผลประโยชน์อื่นใด

8. ตามทันเกี่ยวกับประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่มหาวิทยาลัยเผชิญอยู่

9. เป็นประหนึ่งศาลสูงสุดเท่าที่จำเป็นในการตัดสินคำอุทธรณ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลนโยบายและการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับปัญหาที่มีด้านระเบียบวิธีปฏิบัติ

ในอเมริกามีประเพณีปฏิบัติของการมีบุคคลภายนอกเป็นกรรมการเสียงข้างมากในสภามหาวิทยาลัย ดังที่เว็บไซต์ของสมาคมสภามหาวิทยาลัย (AGB) เขียนไว้ว่า กรรมการสภามหาวิทยาลัยเอกชนเป็นตัวแทนของประชาชน ซึ่งรับผิดชอบการทำงานในนามของประชาชนและผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยโดยใช้สามัญสำนึกและการตัดสินใจที่ดีที่สุดของตน

สำหรับมหาวิทยาลัยของรัฐ สมาคมสภามหาวิทยาลัยกล่าวว่า “กรรมการสภามหาวิทยาลัยของรัฐ ซึ่งประชาชนเป็นเจ้าของ” ทำงานในนามของประชาชน สมาคมสภามหาวิทยาลัยเห็นว่า “สภาของประชาชน” เป็น “ทางเลือกที่ดีที่สุดในการที่รัฐเข้ามาควบคุมมหาวิทยาลัย” Richard Ingram ซึ่งเป็นอดีตประธานสมาคมสภามหาวิทยาลัยได้เตือนไว้ว่าการเมืองในการแต่งตั้งกรรมการสภามหาวิทยาลัยอาจทำให้การกำกับดูแลที่ดีถูกแทรกแซง และย้ำว่าต้องมีการปฏิรูปถ้าเป็นเช่นนั้น (รวมรายชื่อ มหาวิทยาลัยในประเทศไทย, 2559)

มหาวิทยาลัยภาคในตะวันออก มีดังนี้

- มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ
 1. มหาวิทยาลัยบูรพา
 2. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
 3. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- มหาวิทยาลัยราชภัฏ
 1. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
 1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลภาคตะวันออก
 2. เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- มหาวิทยาลัยเอกชน
 1. มหาวิทยาลัยเอเซีย
- วิทยาลัยชุมชน
 1. วิทยาลัยชุมชนตราด
 2. วิทยาลัยชุมชนสระแก้ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากจะศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยยังได้ ทำการศึกษาจากผลงานวิจัยที่ผู้ทำการศึกษาวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการศึกษา ดังนี้

นฤมล ปัญญาวิโรภาส (2546, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง บทบาทของชุมชนร้านค้า บริเวณสถาบันราชภัฏเลยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษา การวิจัยครั้งนี้ วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยของร้านค้าที่ส่งผลต่อการเข้าไปใช้บริการของนักศึกษา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาที่มีต่อชุมชนร้านค้าบริเวณสถาบันราชภัฏเลย 3) เพื่อศึกษาผลกระทบของร้านค้าที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและแนวทางในการแก้ไข โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัย คุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ เจาะลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ จำนวน 38 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและ เรียบเรียงเป็นประเด็นสำคัญ พอสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า เวลาที่นักศึกษาใช้บริการมากที่สุดคือ เวลา 19.00-21.00 น. เป็นเวลาเย็นหลังเลิกเรียน มีความสะดวกในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค นักศึกษามักจะใช้บริการ มากที่สุดคือร้านอาหารเพราะเป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตชุมชนร้านค้าเป็นสถานที่ที่สะดวกใกล้หอพัก หาซื้อสินค้าได้ง่ายทำให้ไม่ต้องเข้าไปซื้อสินค้าในเมือง สิ่งที่นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นที่ สอดคล้องกันคือเรื่องความปลอดภัยของการจราจร การขับรถย้อนศร การจอดรถออกมาเกือบครึ่ง ถนนทำให้การจราจรไม่สะดวก เกิดอุบัติเหตุได้ง่าย นอกจากนี้ เรื่องที่ไม่ปลอดภัยรองลงมาคือ อาหาร ไม่ถูกสุขลักษณะ เช่น อาหารค้างคืนหมดอายุและอาหารบูดเน่าซึ่งผู้ประกอบการควรคำนึงให้มาก พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักศึกษาส่วนใหญ่คือเรื่องขู้สาว การแต่งกายที่ไม่เหมาะสม การเล่น การพนันในร้านเกมส์ ผลกระทบที่เกิดขึ้นของชุมชนร้านค้าคือปัญหาจราจร ปัญหาขยะและปัญหา ความแออัดของร้านค้า

นิตติ วรานันตกุล และคณะ (2550, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภค บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปและปัจจัยที่มีผลต่อระดับพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่ง สำเร็จรูปของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาใช้ข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามและ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางการวิจัย โดยวิเคราะห์ค่าทางสถิติเช่น Chi-Square, T-Test, F-Test

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงชอบบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากกว่าเพศชาย ส่วนเหตุผลที่ชอบรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเพราะมีความสะดวกและหาซื้อได้ง่าย ยี่ห้อบะหมี่ กึ่งสำเร็จรูปที่กลุ่มตัวอย่างชอบรับประทานมากที่สุดคือ ยี่ห้อมามา ย้าย่า และไวไว โดยรสชาติที่ชอบ รับประทานมากที่สุดคือ รสต้มยำกุ้ง รสหมูสับ และรสต้มยำกุ้งน้ำข้น สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อบะหมี่ กึ่งสำเร็จรูปมากที่สุดคือ ร้านสะดวกซื้อ โดยนิยมซื้อและบริโภคครั้งละ 1 ซอง โดยกลุ่มตัวอย่าง รับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากที่สุด 10 ครั้ง/เดือน และส่วนใหญ่นิยมบริโภค 1 ครั้ง/สัปดาห์

ส่วนบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุดคือแบบซอง สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับพฤติกรรม การบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปด้านผลิตภัณฑ์คือความสะดวกในการรับประทาน ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาที่มีความเหมาะสมต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือเป็นสินค้า ที่หาซื้อได้ง่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่ง สำเร็จรูป อายุมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป การศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป การศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อาชีพที่แตกต่างกันมีผล ต่อพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป รสชาติมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ราคาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัด จำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เส้นบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่ต่างกันไม่มีผลต่อ พฤติกรรมการบริโภคบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามมีผลดังนี้ เพศชายและหญิงชอบรับประทานเส้นเหลืองหรือเส้นบะหมี่มากที่สุดเหมือนกัน ทุกช่วงอายุชอบ รับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปในมือตักมากที่สุด รายได้ทุกระดับคิดว่าราคาที่เหมาะสมต่อบะหมี่กึ่ง สำเร็จรูป 1 ซอง คือ 5-10 บาท ทุกอาชีพช่วงเวลาที่รับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปมากที่สุดคือ ช่วงเวลาไม่แน่นอน จึงมีข้อเสนอแนะโดยการพัฒนาด้วยผลิตภัณฑ์โดยให้ใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มี คุณภาพและเพิ่มเติมสารอาหารที่มีประโยชน์เพิ่มเติมลงไปใบบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และให้มีการเพิ่มช่อง ทางการจัดจำหน่ายโดยการให้บริการตู้จำหน่ายบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตั้งอยู่ตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็น การอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคมากขึ้น และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่น การลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคประกอบกับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ ประกอบกับการจัดกิจกรรม Road show ไปตามจังหวัดต่าง ๆ

มัทนียา พรหมลักษณ์ (2550, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผล ต่อพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้มี วัตถุประสงค์สองประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และ 2) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภค ฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายรับ ส่วนบุคคลต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ วัยรุ่นชาย และหญิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด อุบลราชธานีที่มีอายุระหว่าง 13-21 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างเป็น สัดส่วน (Proportionate Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .93 สถิติที่ใช้การ วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test F-test และการ วิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยทางการตลาดด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค ฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีในระดับมาก เฉลี่ย 3.74 3.69 และ 3.58 ตามลำดับ โดยมีความสำคัญต่อการพยากรณ์พฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่นในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดอุบลราชธานี มากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านส่งเสริม การตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ 2. ผู้บริโภคฟาสต์ฟู้ดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

จำแนกตามกลุ่มต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายรับส่วนบุคคลต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดไม่แตกต่างกัน

ฐิตยา ชาริรัตน์ (2550, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ตามการ รับรู้ของนักศึกษา และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้า ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของสถาบันอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ประชากรที่ใช้ ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่ศึกษาในภาคปกติ ปีการศึกษา 2549 ของ สถาบันอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จำนวน 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี วิทยาลัยโปลีเทคนิคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สรรพสิทธิประสงค์ จำนวน 12,822 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดเป็น จำนวนร้อยละของจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 559 คน เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏอุบลราชธานี จำนวน 318 คน นักศึกษาวิทยาลัยโปลีเทคนิคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 188 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยพยาบาลสรรพสิทธิประสงค์ จำนวน 53 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขต เทศบาลนครอุบลราชธานี ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .89 สถิติที่ใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า 1.ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาด้านความถี่ในการซื้อสินค้า พบว่า นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งอยู่ระหว่าง 101-500 บาท มีความถี่ในการซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องสำอาง และน้ำหอม เดือนละ 1 ครั้ง หรือมากกว่า 1 ครั้ง ส่วนสินค้าประเภทกระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับ และโทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่ ระบุว่า มีความถี่ในการซื้อ ปีละ 1 ครั้ง หรือนานกว่า เมื่อพิจารณารายจ่ายนักศึกษาใช้จ่ายในการซื้อ สินค้าใน 1 เดือน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยประมาณเดือนละ 1,001-3,000 บาท โดยใช้จ่ายเป็นค่าอาหารมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทของใช้ส่วนตัว ซึ่งส่วน ใหญ่นักศึกษาจะออกไปซื้อสินค้าในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เวลาที่นักศึกษาส่วนใหญ่ออกไปซื้อสินค้า คือ ช่วงเวลาเย็น (18.00 - 21.00 น.) รองลงมาคือ ช่วงเวลาบ่าย (13.00 - 17.00 น.) 2. ผลการวิเคราะห์ พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาด้านการวางแผนการซื้อเหตุผลในการซื้อ และเกณฑ์ในการ ซื้อสินค้าพบว่า โดยภาพรวมนักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง พฤติกรรมในการวางแผนการซื้อของนักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการหาข้อมูลของสินค้าทางด้านราคา รองลงมาคือ การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า โดยการสอบถามจากเพื่อน และมีการหาข้อมูลทางด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรม ด้านเหตุผลในการซื้อสินค้า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับ แรก ได้แก่ ซื้อสินค้าเพราะมีความจำเป็นต้องใช้ รองลงมา คือ ซื้อสินค้าเนื่องในโอกาสพิเศษ และซื้อ สินค้าตามความนิยมในช่วงนั้น ตามลำดับ และพฤติกรรมด้านเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้า พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพดี

ตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ มีการระบุราคาที่ชัดเจน และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ตามลำดับ 3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ ชั้นปีที่ศึกษา ภูมิภาค และอาชีพของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี พบว่า ตัวแปรด้านเพศ และอาชีพของผู้ปกครองนั้นวิเคราะห์ได้ว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษา ส่วนตัวแปรด้านชั้นปีที่ศึกษา และ ภูมิภาคของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษา

กชกร ขำนาญกิตติชัย และคณะ (2550, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 315 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น 0.86 การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.98 มีอายุระหว่าง 18 – 19 ร้อยละ 94.92 ศึกษาโปรแกรมการบริหารธุรกิจ ร้อยละ 30.80 และโปรแกรม นิเทศศาสตร์ ร้อยละ 31.75 อาศัยต่างจังหวัด ร้อยละ 69.20 สถานภาพทางเศรษฐกิจของนักศึกษา ส่วนใหญ่จะมีรายได้พอ ๆ กับรายจ่าย ร้อยละ 52.38 มีการออมเงินต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 59.37 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่กู้เงินรัฐบาลเพื่อการศึกษา ร้อยละ 62.54 2. ในภาพรวมของการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ นักศึกษาได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ตามลำดับดังนี้ ด้านคุณธรรมในการดำเนินชีวิต ด้านความรู้ในการดำเนินชีวิต ด้านมีเหตุผลในการดำเนินชีวิต ด้านระบบภูมิคุ้มกันในการดำเนินชีวิต และด้านความพอประมาณในการดำเนินชีวิต 3. การทดสอบความแตกต่างระหว่างการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา สามารถสรุปผลการทดสอบได้ดังนี้ การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตไม่แตกต่างกันในทุกปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ โปรแกรมที่ศึกษา ภูมิภาค ภูมิภาค สถานภาพทางเศรษฐกิจ การออมเงิน และการใช้บริการเงินกู้ T

ธัญญา อ้นคง (2551, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลพะเนินดิน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) การรับรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) การประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของตนเอง ครอบครัว และการทำงาน รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารท้องถิ่น สมาชิกสภา อบต. ผู้บริหารท้องถิ่น พนักงานส่วนตำบล และพนักงานจ้าง วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่กับบริบทและใช้ค่าสถิติร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า

1) การรับรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า

1.1) กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้จากการได้ยิน/ได้ฟัง ได้อ่าน และได้เห็น โดยผ่านสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ในการรับรู้จากสื่อมวลชนได้รับรู้จากโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และหนังสือวารสารต่าง ๆ

1.2) กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้เป็นอย่างดี สามารถแยกความหมายและความแตกต่างของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง

2) การประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของตนเอง ครอบครัว และการทำงาน พบว่า

2.1) ในระดับตนเอง ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการจัดสรรรายได้ให้เพียงพอกับรายจ่าย และยังมีเงินเหลือเก็บออม มีการใช้เหตุผลในการพิจารณาไตร่ตรองในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา โดยยึดหลักการความประหยัดและความคุ้มค่า มีการเตรียมความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตในด้านการเงินและได้เสริมสร้างความรู้ด้วยการนำเอาความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ และยึดมั่นในหลักของคุณธรรมและความซื่อสัตย์

2.2) ในระดับครอบครัว ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการจัดสรรรายได้ให้เพียงพอกับรายจ่าย โดยไม่มีเงินเหลือเก็บออม มีการใช้เหตุผลในการพิจารณาไตร่ตรองในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา โดยยึดหลักการความประหยัดและความคุ้มค่า มีการใช้เหตุผลร่วมกันในการพิจารณาไตร่ตรองในการแก้ไขปัญหา โดยยึดหลักการความประหยัดและความคุ้มค่า มีการเตรียมความพร้อมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตในด้านการเงินและได้เสริมสร้างความรู้ด้วยการนำเอาความรู้ที่มีมาประยุกต์ใช้ควบคู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ และยึดมั่นในหลักของคุณธรรมความซื่อสัตย์

2.3) ในระดับการทำงานได้นำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารและจัดสรรเวลาในการปฏิบัติหน้าที่การงาน ซึ่งสามารถปฏิบัติหน้าที่ตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมายงานได้เสร็จทันตามกำหนดเวลา มีการใช้เหตุผลในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้น โดยยึดหลักของความประหยัดและความคุ้มค่า มีเตรียมการความพร้อมในการรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในการทำงาน ด้วยการสร้างความระมัดระวังและความละเอียดรอบคอบในการทำงาน และได้นำเอาความรู้มาใช้ในการเชื่อมโยงเพื่อประกอบการวางแผนและความระมัดระวังในการปฏิบัติงาน ด้วยการนำความรู้มาใช้ในการพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพพร้อมทั้งปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้

3) ข้อเสนอแนะที่สำคัญเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรดำเนินชีวิตแบบพอเพียง ได้แก่

3.1) ในด้านปฏิบัติ ให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติ และต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

3.2) ในด้านการสร้างจิตสำนึก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรณรงค์ให้ทราบถึงข้อดี - ข้อเสีย ในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติรวมทั้งรณรงค์ให้ปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ทรงสิริ วิชิรานนท์ (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาจิตสำนึกปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ

จิตสำนึกปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษา 9 คณะของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 386 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูล โดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีของเชฟเฟ

ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยพื้นฐานของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครส่วนใหญ่ มีอายุ 20-21 ปี จำนวนสูงสุด เกินครึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด กว่า 3 ใน 4 ของนักศึกษาสำเร็จจากโรงเรียนของรัฐ สำหรับชั้นปีที่ศึกษา ศึกษาในชั้นปีที่ 1 จำนวนสูงสุด ส่วนรายรับที่นักศึกษาได้รับจะอยู่ในช่วงรายรับ 5,001-8,000 บาท จำนวนสูงสุดและกว่าครึ่งของนักศึกษาที่มีรายรับเพียงพอกับรายจ่าย
2. จิตสำนึกของนักศึกษาที่มีต่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ในรายนักศึกษามีความรู้สึกภาคภูมิใจที่เกิดมาเป็นคนไทย ค่าเฉลี่ยสูงสุด
3. ความรู้ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง นักศึกษาส่วนใหญ่ตอบถูก จากค่าคะแนนเฉลี่ย 10.73 คะแนน นักศึกษาได้คะแนนสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 70.0
4. ความคิดเห็นที่มีต่อแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง อันประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดี อยู่ในระดับมาก
5. อันดับการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในชีวิตประจำวัน นักศึกษาคิดว่าควรเริ่มจากตัวเองเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วยครอบครัว เพื่อน สถานศึกษา ที่ทำงาน หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และอื่น ๆ ตามลำดับ
6. วิธีการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในการดำรงชีวิต นักศึกษาคิดว่าควรใช้วิธีการประหยัด-อดออม จำนวนสูงสุด
7. กิจกรรมที่จะช่วยส่งเสริมการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในการดำรงชีวิต นักศึกษาคิดว่ากิจกรรมการศึกษาจากสถานที่จริงเป็นกิจกรรมที่จะช่วยส่งเสริมการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในการดำรงชีวิต จำนวนสูงสุด
8. ปัจจัยระดับความรู้ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง และรายรับของนักศึกษาที่ต่างกันมีจิตสำนึกเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
9. ปัจจัยชั้นปี ระดับความรู้ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และรายรับของนักศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
10. จิตสำนึกเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

พรสกุล เขตจันทน์ (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสถานศึกษาชั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรธานี เขต 4 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลัก

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรธานี เขต 4 ใน 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารวิชาการ ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารทั่วไป กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหาร จำนวน 65 คน ครู จำนวน 286 คน และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 222 คน รวมทั้งสิ้น 573 คน ซึ่งได้มาโดยเปิดตารางตามวิธีของ Yamane และเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แล้วได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า

สภาพการบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สถานศึกษามีการปฏิบัติอยู่ในระดับ “มาก” ทั้งผู้บริหารสถานศึกษา ครู และคณะกรรมการสถานศึกษา มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน โดยรวมแล้วสถานศึกษามีการปฏิบัติอยู่ในระดับ “มาก” ในทุกด้านเรียงตามระดับการปฏิบัติจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการบริหารวิชาการ ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการบริหารทั่วไป และด้านการบริหารงานบุคคล ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาควรร่วมมือกับเขตพื้นที่การศึกษา และศึกษานิเทศก์พัฒนาครู ให้มีความสามารถ เพื่อจะได้นำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ในชั้นเรียน ควรจัดสรรงบประมาณให้โรงเรียนในการออกแบบการเรียนรู้ที่บูรณาการหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในกลุ่มสาระต่าง ๆ และจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและโรงเรียนควรสร้างความร่วมมือกับชุมชนและหน่วยงานภายนอกในการสนับสนุนงบประมาณและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

พัชรินทร์ บุญเทียม (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาระดับการปฏิบัติของผู้บริหารและบุคลากรของมหาวิทยาลัยเอกชนในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชน 2) เปรียบเทียบการปฏิบัติในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชน ของผู้บริหารที่มีขนาดของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน 3) ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะแนวทางการประกอบการพิจารณาในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชน

ลักษณะของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหาร และอาจารย์/บุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 451 คน วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าร้อยละแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐาน ด้วย t-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารและบุคลากรมีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชน 5 ด้าน ประกอบไปด้วย 3 ห่วง 2 เงื่อนไข ได้แก่ ด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี และ เงื่อนไขความรู้ เงื่อนไขคุณธรรม ซึ่งโดยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นในด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี และด้านเงื่อนไขคุณธรรม อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริหารและบุคลากรมีระดับปฏิบัติเกี่ยวกับการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก ยกเว้น

ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี และเงื่อนไขคุณธรรมมีระดับการปฏิบัติปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สำหรับผู้บริหารและบุคลากรที่มี อายุ ตำแหน่ง และประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน มีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ส่วนผู้บริหารและบุคลากรที่มี เพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับปฏิบัติไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผู้บริหารและบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ที่มีขนาดแตกต่างกันมีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการวิจัยนี้ พบว่า การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชนอยู่ในระดับปานกลางมี 2 ด้าน คือ ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี และด้านเงื่อนไขคุณธรรม ดังนั้น มหาวิทยาลัยเอกชนควรให้ความสำคัญในด้านภูมิคุ้มกันที่ดีให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อการเตรียมความพร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลง โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้องค์กรเข้มแข็ง อยู่รอดภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ และการแข่งขันในปัจจุบัน โดยการให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดสรรทุนการศึกษา ด้านต่างๆ การป้องกันความเสี่ยงอย่างชัดเจน ควรมีเงินสำรองระยะยาว และการส่งเสริมการออมของพนักงาน ส่วนด้านเงื่อนไขคุณธรรม มหาวิทยาลัยเอกชนควรให้ความสำคัญในเรื่องการสอดแทรกสาระในเรื่องคุณธรรมให้พนักงาน และความเป็นธรรมในด้านการแสวงหาผลตอบแทน ดูแลพนักงานอย่างทั่วถึง การบริหารค่าจ้างและผลตอบแทน การจัดสวัสดิการให้พนักงาน มหาวิทยาลัยเอกชนควรให้ความสำคัญในด้านเงื่อนไขคุณธรรมให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้บุคลากรในมหาวิทยาลัยได้มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี เพื่อความสมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

สุมาลี ศรีชัยสวัสดิ์ (2553, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาและเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยจำแนกตามเพศ และคณะ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน โดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percentage) ค่ามัชฌิมเลขคณิต (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

ผลการวิจัย

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มีพฤติกรรมการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก
2. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ที่มีเพศและเรียนอยู่ในคณะที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงไม่แตกต่างกัน

กนกพิชญ์ วิชญวรนนท์ (2554, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านในการแก้ปัญหาการใช้ชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษาศาสาวิชาการจัดการทั่วไป ชั้นปีที่ 2 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านในการแก้ปัญหาการใช้ชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษาศาสาวิชาการจัดการทั่วไป ชั้นปีที่ 2 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 2) เพื่อเปรียบเทียบการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านในการแก้ปัญหาการใช้ชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษาศาสาวิชาการจัดการทั่วไป ชั้นปีที่ 2 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษา ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 40 คน 1 ห้องเรียน โดยจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล (เพศ อายุ และรายได้ของนักศึกษา) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเปรียบเทียบความแตกต่างโดยการทดสอบค่าที (t-test for dependent samples) ผลการวิจัย พบว่าการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านในการแก้ปัญหาการใช้ชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล และด้านการมีภูมิคุ้มกัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อเปรียบเทียบโดยจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ของนักศึกษา พบว่า โดยภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

พงษ์พัฒน์ หมวกหล้า (2554, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความรู้ ความเข้าใจ และการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิตประจำวันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่ต๋อน อำเภอสี จังหวัดลำพูน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความรู้ ความเข้าใจ และการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลระดับความรู้ ความเข้าใจ และระดับการนำไปประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3) เพื่อศึกษาความสามารถในการถ่ายทอดความรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเจ้าหน้าที่

การศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิโดยการใช้แบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาแม่ต๋อน อำเภอสี จังหวัดลำพูน ที่ผ่านการฝึกอบรมจาก ธ.ก.ส. จำนวน 125 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 96 คน โดยใช้สูตรทาโรยามาเน่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74) มีความรู้และความเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สมาชิกส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.08) ได้นำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต สมาชิกส่วนใหญ่มีระดับการนำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความสามารถในการถ่ายทอดความรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับปานกลาง การนำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเรื่องการออมเงิน มีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดความรู้ของเจ้าหน้าที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (ค่าสหสัมพันธ์ = .350) และในเรื่องการลด ละ เลิก กิจกรรมฟุ่มเฟือย

การปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์เพื่อบริโภคในครัวเรือนและแลกเปลี่ยนระหว่างครัวเรือน แทนหาซื้อจากตลาด และหากมีปัญหาเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในครอบครัว ได้ใช้เหตุผล สถิติปัญญา ตัดสินใจอย่างรอบคอบ มีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดความรู้จากเจ้าหน้าที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่าสหสัมพันธ์ = .210, .224 และ .241) ส่วนในเรื่องอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับการถ่ายทอดความรู้ของเจ้าหน้าที่

กุลยา อนุโลก (2555, บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาพฤติกรรมการออมของนักศึกษาด้วยหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารายรับ รายจ่าย และพฤติกรรมการออม และหาแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมการออม ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง โดยนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ ซึ่งหากการศึกษาจากประชากรทั้งหมดที่เป็นนักศึกษาภาคปกติ ที่กำลังเรียนอยู่ในรายวิชาเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มที่ผู้ศึกษาวิจัยสอนอยู่ จำนวนทั้งหมด 120 คน โดยเครื่องมือที่ใช้คือแบบสำรวจที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และการสนทนากลุ่ม สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอผลในรูปแบบความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนมาก ร้อยละ 49.17 เรียนอยู่คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่วนใหญ่ร้อยละ 73.33 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 88.83 มีอายุ 18 ถึง 19 ปี นักศึกษาร้อยละ 46.66 มีรายรับ 2,000 ถึง 4,000 บาทต่อเดือน รองลงมาร้อยละ 45 มีรายรับ 4,001 ถึง 6,000 บาท ต่อเดือน โดยมีรายรับเฉลี่ย เท่ากับ 4,335.83 บาท ต่อเดือน และนักศึกษาส่วนมาก ร้อยละ 46.66 จะได้รับรายรับมาจากบิดามารดารวมกับเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา ส่วนทางด้านรายจ่าย นักศึกษาส่วนมาก ร้อยละ 57.50 มีรายจ่าย 2,000 ถึง 4,000 บาท ต่อเดือน รองลงมาร้อยละ 36.67 มีรายจ่าย 4,001 ถึง 6,000 บาท ต่อเดือน โดยรายจ่ายเฉลี่ยจะเท่ากับ 4,058.75 บาท ต่อเดือน และนักศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 73.33 ไม่มีเงินออม ด้วยเหตุผลว่าไม่มีเงินเหลือที่จะออม และจากการสนทนากลุ่ม สามารถหาแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมการออมของนักศึกษา สรุปได้ 4 ข้อคือ 1) การให้ความรู้เพื่อให้เกิดความคิดที่จะออมเงิน 2) ปรับเปลี่ยนวิธีการออมจากเหลือแล้วจึงออม เป็นออมก่อนแล้วที่เหลือจึงใช้ 3) ให้มีการวางแผนจัดการรายรับ รายจ่าย และเงินออม เพื่อประมาณการเงินออมของตน 4) ฝึกการออมให้เป็นประจำ เพื่อให้ได้เงินออมตามที่วางแผน และนำไปฝากธนาคาร

ชุลีพรรณ ศรีสุนทร (2555, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา สาขาเทววิทยา มหาวิทยาลัยพายัพ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) สสำรวจคุณภาพชีวิตตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา สาขาเทววิทยา มหาวิทยาลัยพายัพ 2) หารูปแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3) เปรียบเทียบผลก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำข้อมูลมาเป็นส่วนของการกำหนดนโยบายของมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา สาขาเทววิทยาต่อไป

เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

นักศึกษาเทววิทยา จำนวน 48 คน เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็น ร้อยละ 62.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 18-20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 การศึกษากลุ่ม ส่วนใหญ่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 2 จำนวนชั้นละ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 เกรดเฉลี่ย กลุ่มตัวอย่างมีเกรดเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.01-3.50 จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 35.42 ค่าใช้จ่ายต่อ เดือนโดยเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 อาชีพของ บิดา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 39.58 อาชีพของมารดา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร และรับจ้างทั่วไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17

ผลการวิเคราะห์คุณภาพชีวิตของนักศึกษาเทววิทยา ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.51$ และ $S.D. = 0.38$) ผลการวิเคราะห์ ด้านร่างกาย โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ($x = 3.42$ และ $S.D. = 0.49$) ผลการวิเคราะห์ ด้านจิตใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.70$ และ $S.D. = 0.62$) ผลการวิเคราะห์ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.61$ และ $S.D. = 0.55$) แสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพชีวิตของนักศึกษาเทววิทยา ด้านสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($x = 3.26$ และ $S.D. = 0.79$) จากการสำรวจ พบว่า คำสอนเกี่ยวกับวิถีพอเพียงในศาสนาคริสต์มีความหมายเดียวกันกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ผลของการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิต กิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนา คุณภาพชีวิตด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ศึกษาดูงานร้อยละ 57.45 กิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนา คุณภาพชีวิต ด้านร่างกาย ได้แก่ การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 60.46 กิจกรรมที่ใช้ในการ พัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมกับสังคมและบริการ ร้อยละ 64.58 กิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านจิตใจ ได้แก่ การผ่อนคลายด้วยการ ฟังเพลง การพักผ่อน การท่องเที่ยว ร้อยละ 81.25 กิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การนำกลับมาใช้ใหม่ หรือที่เรียกว่า รีไซเคิล ร้อยละ 43.75 รูปแบบ การพัฒนาคุณภาพชีวิต พบว่า เกิดผลเป็นอย่างมาก โดยมีการพัฒนาในบริบทของนักศึกษา และนักศึกษาทุกคนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทุก ๆ กิจกรรม

ผลการเปรียบเทียบคุณภาพชีวิต ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยภาพรวมดีขึ้นกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม ระดับความคิดเห็น อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านร่างกาย โดยภาพรวมมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับความคิดเห็น ด้านจิตใจ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นดีขึ้นกว่า ก่อนเข้าร่วมกิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับความคิดเห็น ด้านความสัมพันธ์ ทางสังคม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นดีขึ้นกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ระดับความคิดเห็น ด้านสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นดีขึ้นกว่าก่อนเข้าร่วมกิจกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การเปรียบเทียบ พบว่า การพัฒนาคุณภาพชีวิตก่อนและหลัง ไม่แตกต่างกันมาก เพราะนักศึกษาได้วิถีพอเพียงแบบคริสต์มาใช้ในการดำเนินชีวิตอยู่แล้ว ไม่มีความ แตกต่างจากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สรุปได้ว่านักศึกษาสาขาเทววิทยา มหาวิทยาลัยพายัพเมื่อได้เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผลของการพัฒนาคุณภาพชีวิตดีขึ้นในทุกด้าน

วรรณมา โขคบันดาลสุข (2555, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง โดยจำแนกตามเพศ คณะที่เรียน รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษาของบิดา ระดับการศึกษาของมารดา อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดา

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักศึกษาภาคปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาเศรษฐกิจพอเพียง ในภาคเรียนที่ 2/2554 section 02, 08, 10 จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบด้วยสถิติ t-test และวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA) ทดสอบด้วยสถิติ Welch-test และ F-test ผลการวิจัย พบว่า

1. พฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ หมู่บ้านจอมบึง ในภาพรวมมีอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีพฤติกรรมมากเป็นอันดับ 1 คือ พฤติกรรมเห็นคุณค่าและภูมิใจในความเป็นไทย รองลงมาคือ พฤติกรรมสามัคคีและมีจิตสำนึกสาธารณะ และอันดับสุดท้าย คือพฤติกรรมรอบรู้และใช้สติปัญญา

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง พบว่า

2.1 นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาเพศหญิงมีพฤติกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ สูงกว่านักศึกษาเพศชาย

2.2 นักศึกษาที่เรียนคณะต่างกัน มีพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านประหยัดและรู้จักประมาณ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ มีพฤติกรรมประหยัดและรู้จักประมาณสูงกว่านักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ

2.3 นักศึกษาที่รายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 นักศึกษาที่ระดับการศึกษาของบิดาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5 นักศึกษาที่ระดับการศึกษาของมารดาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านการพึ่งตนเอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาที่มารดามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จะมีพฤติกรรมพึ่งตนเองสูงกว่านักศึกษาที่มารดามีการศึกษานุปริญญา/ปวส. และนักศึกษา ที่มารดามีการศึกษา

ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จะมีพฤติกรรมพึ่งตนเองสูงกว่านักศึกษาที่มารดา มีการศึกษาระดับ
อนุปริญญา/ปวส.

2.6 นักศึกษาที่บิดามีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.7 นักศึกษาที่มารดามีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ด้านรอบรู้และใช้สติปัญญา กับด้านยึดมั่นในคุณธรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 โดยนักศึกษามีมารดามีอาชีพค้าขายจะมีพฤติกรรมรอบรู้และใช้สติปัญญา สูงกว่านักศึกษาที่
มารดามีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

2.8 นักศึกษาที่มารดามีอาชีพค้าขาย จะมีพฤติกรรมยึดมั่นในคุณธรรมสูงกว่านักศึกษา
ที่มารดามีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2.9 นักศึกษาที่มารดามีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน จะมีพฤติกรรมยึดมั่นในคุณธรรมสูง
กว่านักศึกษาที่มารดามีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

กานดา เตชะชั้นหมาก (2556, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับ
พฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตตามปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา และ 2) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์
กับพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ทุกคณะ ทุกชั้นปี รวม 302 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้
สถิติเชิงพรรณนา คือ จำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ฐานนิยม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานโดยการหาค่าสหสัมพันธ์โดยวิธีการของเพียร์สัน ผลการวิจัยที่สำคัญ
พบว่า 1. ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจากโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 86.1)
รองลงมาคือจากการเรียนการสอน (ร้อยละ 78.8) อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 66.9) และหนังสือพิมพ์/
นิตยสาร/วารสาร (ร้อยละ 61.9) ตามลำดับ 2. นักศึกษาตอบแบบสอบถามถูกน้อยที่สุด 3 ข้อ
และมากที่สุด 15 ข้อ โดยมีตอบถูกเฉลี่ย 9.74 ข้อ มีความรู้เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในระดับ
มาก ร้อยละ 22.9 ในระดับปานกลาง ร้อยละ 51.2 และในระดับน้อย ร้อยละ 25.9 มีรายการที่
นักศึกษามีความรู้เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในระดับมาก จำนวน 6 รายการ จาก 15 รายการ
(ร้อยละ 40.00) ระดับปานกลาง จำนวน 3 รายการ จาก 15 รายการ (ร้อยละ 20.00) และระดับน้อย
จำนวน 6 รายการ จาก 15 รายการ (ร้อยละ 40.00) 3. มีเจตคติต่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงใน
ระดับดีมาก จำนวน 2 ข้อ จาก 15 ข้อ (ร้อยละ 13.33) ในระดับดี จำนวน 6 ข้อ จาก 15 ข้อ (ร้อยละ
40.00) และในระดับที่ควรได้รับการพัฒนา จำนวน 7 ข้อ จาก 15 ข้อ (ร้อยละ 46.67)

4. มีพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงโดยภาพรวมอยู่ในระดับเกือบทุกครั้ง
โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับเกือบทุกครั้งในทุกด้าน (ด้านอาหาร ด้านการ
แต่งกาย ด้านที่อยู่อาศัย ด้านการดูแลสุขภาพ และด้านเศรษฐกิจและการใช้จ่าย) 5. ปัจจัยที่
สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานในระดับ

น้อยมาก) 2) จำนวนเงินที่ได้รับเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายต่อเดือน (มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานในระดับน้อยมาก) และ 3) ความรู้เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (มีความสัมพันธ์เชิงปฏิฐานในระดับน้อยมาก)

อุทิศ แห่งทอง (2556, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำแนกตามเพศ สาขาวิชาและชั้นปี ในภาคการศึกษาปกติ ปีการศึกษา 2555 จำนวน 4 ชั้นปี รวม 920 คน จำแนกตามเพศชาย จำนวน 744 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 433 คน คิดเป็นร้อยละ 78.6 เพศหญิง จำนวน 176 คน และได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น นักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม จำนวนประชากร 187 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมาอยู่ในสาขาวิชาเซรามิกส์ จำนวน 117 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และที่น้อยที่สุดอยู่ในสาขาวิชาเอกก่อสร้าง จำนวน 26 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 เมื่อจำแนกตามชั้นปีพบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีจำนวนประชากร 148 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 ชั้นปีที่ 2 มีจำนวนประชากร 86 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ชั้นปีที่ 3 มีจำนวนประชากร 340 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 34.1 และชั้นปีที่ 4 มีจำนวนประชากร 346 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7

ผลการวิจัยพบว่า จากการเปรียบเทียบด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีระหว่างเพศชายและเพศหญิง พบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าเพศหญิง แสดงว่านักศึกษาเพศชายกับเพศหญิงมีการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ นั้น พบว่า ไม่แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบตามสาขาวิชาพบว่า นักศึกษาที่มีสาขาวิชาต่างกัน มีการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มีการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงน้อยกว่าสาขาวิชาเซรามิกส์และสาขาวิชาเครื่องกล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักศึกษาสาขาวิชาเซรามิกส์ มีการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมากกว่าสาขาวิชาคอมพิวเตอร์อุตสาหกรรมสาขาวิชาก่อสร้างและสาขาวิชาอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์อุตสาหกรรมมีการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงน้อยกว่าสาขาวิชาเครื่องกล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนสาขาวิชาอื่น ๆ นั้น พบว่า ไม่แตกต่างกัน ส่วนการเปรียบเทียบจำแนกตามชั้นปี พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีต่างกัน มีการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีการใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อนันต์ แยมเอียด (2558, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาและประเมินเครื่องมือวัดพฤติกรรมดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษابริญญาตรี

และความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด การวิจัยนี้มีจุดประสงค์ที่สำคัญ 4 ประการ 1) เพื่อแสวงหาองค์ประกอบของแบบวัด 2) เพื่อยืนยันองค์ประกอบของแบบวัด 3) เพื่อความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดของแบบวัด และ 4) เพื่อศึกษาความตรงของแบบวัด โดยทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีแบบหลายขั้นตอน กำหนดโควตา (Multistage Quota Random Sampling) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์คุณภาพรายข้อและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) จำนวน 300 คน 2) กลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor analysis) และทำการศึกษาความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด จำนวน 300 คน และ 3) กลุ่มตัวอย่างที่นำมาหาค่าความตรงของเครื่องมือวัดแบบ Convergent validity จำนวน 120 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ 6 ประการ ดังนี้ ประการแรก แบบวัดพฤติกรรมกรรมกรมีจิตอาสา พฤติกรรมสืบสานวัฒนธรรม พฤติกรรมรักษาสีเสื้อแวดล้อม และพฤติกรรมการใช้ชีวิตพอเพียง แต่ละแบบวัดถูกสร้างขึ้นมาจากจำนวน 30 ข้อ เมื่อทำการวิเคราะห์คุณภาพรายข้อในแต่ละแบบวัดด้วยการหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (t-ratio) และค่า item-total correlation ปรากฏว่าแบบวัดทั้ง 4 มีข้อที่ผ่านเกณฑ์ดังนี้ แบบวัดพฤติกรรมกรรมกรมีจิตอาสา จำนวน 17 ข้อ พฤติกรรมสืบสานวัฒนธรรม จำนวน 14 ข้อ พฤติกรรมรักษาสีเสื้อแวดล้อม จำนวน 18 ข้อ และพฤติกรรมการใช้ชีวิตพอเพียง จำนวน 14 ข้อ

ประการที่สอง แบบวัดพฤติกรรมกรรมกรมีจิตอาสา เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ทำให้พบองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) รมรงค์ช่วยเหลือสังคม จำนวน 5 ข้อ 2) บริจาคสิ่งของช่วยเหลือ จำนวน 4 ข้อ และ 3) กระทำเพื่อส่วนรวม จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งสิ้น 13 ข้อ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 64.8 เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ปรากฏว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และพบว่าแบบวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84 ผลการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล ปรากฏโดยสรุปว่า ไม่พบความแปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดในเชิงรูปแบบโมเดล (Form) และความไม่แปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบ (LY) ตามเกรดเฉลี่ย และลำดับการเกิด แต่พบความแปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบตามเพศของนักศึกษา

ประการที่สาม แบบวัดพฤติกรรมสืบสานวัฒนธรรม เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ทำให้พบองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) บริโภคและใช้ของไทย จำนวน 4 ข้อ 2) การมีมารยาททางสังคม จำนวน 4 ข้อ และ 3) ศรัทธาพระพุทธศาสนา จำนวน 3 ข้อ รวมทั้งสิ้น 11 ข้อ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 58.90 เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ปรากฏว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และพบว่าแบบวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.65 ผลการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล ปรากฏโดยสรุปว่า ไม่พบความแปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดในเชิงรูปแบบโมเดล (Form) และความไม่แปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบ (LY) ตามลำดับการเกิด แต่พบความแปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบตามเกรดเฉลี่ย

ประการที่สี่ แบบวัดพฤติกรรมรักษาสีเสื้อแวดล้อม เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ทำให้พบองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ร่วมกิจกรรมรักษาสีเสื้อแวดล้อม จำนวน 4 ข้อ 2) ทิ้งขยะลงในแม่น้ำ จำนวน 3 ข้อ 3) การทำลายสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 ข้อ และ 4) การประหยัด

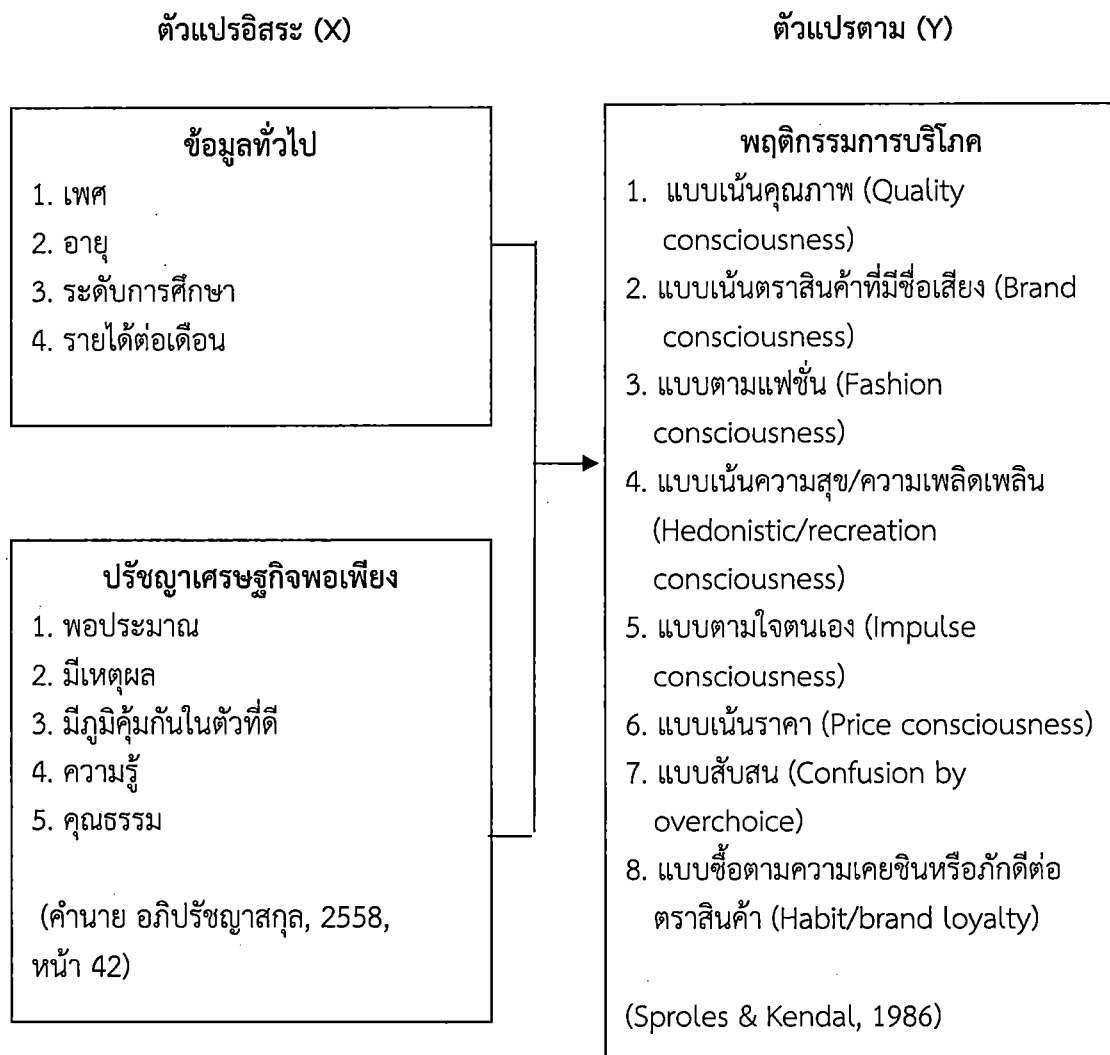
ทรัพยากร จำนวน 3 ข้อ รวมทั้งสิ้น 13 ข้อ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 56.28 เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ปรากฏว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และพบว่าแบบวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.67 ผลการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล ปรากฏโดยสรุปว่า ไม่พบความแปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดในเชิงรูปแบบโมเดล (Form) และความไม่แปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบ (LY) ตามเกรดเฉลี่ย แต่พบความแปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบตามเพศ

ประการที่ห้า แบบวัดพฤติกรรมการใช้ชีวิตพอเพียง เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ทำให้พบองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การแนะนำให้ประหยัด จำนวน 4 ข้อ 2) ใช้เงินสุรุ่ยสุร่าย จำนวน 3 ข้อ และ 3) ใช้จ่ายอย่างประหยัด จำนวน 3 ข้อ รวมทั้งสิ้น 10 ข้อ ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 61.23 เมื่อทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง ปรากฏว่าโมเดลกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และพบว่าแบบวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.65

ประการสุดท้าย แบบวัดพฤติกรรมการมีจิตอาสา มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแบบวัดพฤติกรรมมีจิตอาสาที่มีมาตรฐานสูง ($r=0.73$) แบบวัดพฤติกรรมสืบสารวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแบบวัดพฤติกรรมสืบสารวัฒนธรรมที่มีมาตรฐานสูง ($r=0.32$) แบบวัดพฤติกรรมรักษาสีงแวดล้อม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับแบบวัดพฤติกรรมรักษาสีงแวดล้อมที่มีมาตรฐานสูง ($r=0.57$) และแบบวัดพฤติกรรมการใช้ชีวิตพอเพียงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับแบบวัดพฤติกรรมการใช้ชีวิตพอเพียงที่มีมาตรฐานสูง ($r=0.30$)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้นำความรู้จากการศึกษาดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2-8 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” การวิจัยครั้งนี้ ใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ “Quantitative Research” ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยและรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล
3. การทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552)

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$z = z_{.975}$ ถ้ากำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้ $z = 1.96$

e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดไว้เท่ากับ 0.05

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{(1.96)^2}{(4)(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

เพื่อความสะดวกผู้วิจัยขอเก็บข้อมูล แบ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผู้วิจัยสร้างเครื่องมือจากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิดต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้นเพื่อศึกษาในประเด็นดังกล่าว โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อพฤติกรรมกรรมการบริหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ปี 2560 เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานทางทฤษฎีในการตั้งข้อคำถาม

2. สร้างข้อคำถามคำนึงถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการศึกษา รวมทั้งอาศัยความรู้และประสบการณ์ของผู้วิจัยเพิ่มเติมในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ลักษณะของแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในภาคตะวันออกเฉียง ปี 2560 ในด้านต่าง ๆ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านพอประมาณ 2) ด้านมีเหตุผล 3) ด้านมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี 4) ด้านความรู้ และ 5) ด้านคุณธรรม

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริหารของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในภาคตะวันออกเฉียง ในด้านต่าง ๆ จำนวน 8 ด้าน ได้แก่ 1) แบบเน้นคุณภาพ (Quality Consciousness) 2) แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand Consciousness) 3) แบบตามแฟชั่น (Fashion Consciousness) 4) แบบเน้นความสุข/ความเพลิดเพลิน (Hedonistic/recreation Consciousness) 5) แบบตามใจตนเอง (Impulse Consciousness) 6) แบบเน้นราคา (Price Consciousness) 7) แบบสับสน (Confusion by Overchoice) และ 8) แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า (Habit/brand Loyalty)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ให้ตอบได้อย่างอิสระ หรือแสดงความคิดเห็น

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 ได้นำมาตรวัดของ Linkert Scale มาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการวัดระดับพฤติกรรมกรรมการบริหารตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ตามความเป็นจริง 5 ระดับ ดังนี้

หมายเลข 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
หมายเลข 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
หมายเลข 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
หมายเลข 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
หมายเลข 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับความเห็นคะแนนในการอภิปรายผล ได้มาจากการคำนวณโดยสูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

มีช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	4.21 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	3.41 - 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	2.61 - 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.81 - 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 - 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม

การทดสอบคุณภาพแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording)) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

2. ความเชื่อมั่น (Reliability Test) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทดลอง (pre-test) กับนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามดังกล่าวน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้จริงได้ (Jump, N., 1978)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร งานวิจัย ภาคนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ต่าง ๆ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาจากแบบสอบถาม โดยรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 คน เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิธีการประมวลผลข้อมูล ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ประมวลผลข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1.1 รวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากภาคสนาม
- 1.2 ตรวจสอบแบบสอบถามทุกชุดเพื่อดูความถูกต้องและความสมบูรณ์
- 1.3 จัดคำตอบเป็นกลุ่ม และเป็นหมวด รวมทั้งให้รหัสคำตอบ
- 1.4 จัดทำคู่มือลงรหัส
- 1.5 ลงรหัสข้อมูลจากแบบสอบถามลงเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer)
- 1.6 ทำการประมวลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

2. วิเคราะห์ข้อมูล หลังจากทำการสร้างเครื่องการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะจัดทำคู่มือการลงรหัส ต่อจากนั้นผู้วิจัยจะทำการลงรหัสข้อมูลตามคู่มือการลงรหัสที่ได้จัดทำไว้ เปลี่ยนแปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถคำนวณและประมวลผลได้ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

2.1.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรพื้นฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

2.1.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก โดยใช้สถิติ (t-Test), (F-test) Correlation และ Multiple Regression

สำหรับข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการพรรณนาบรรยายสรุปเป็นประเด็นใช้ทฤษฎีและประสบการณ์ในการวิเคราะห์

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยแบ่งผลของการศึกษาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ย และชั้นปีที่ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่และร้อยละ นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	111	27.80
หญิง	289	72.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง มีจำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชายมีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 20 ปี	186	46.50
21 - 23 ปี	189	47.30
24 - 26 ปี	18	4.50
27 ปีขึ้นไป	7	1.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุ 21 – 23 ปี มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุ 18 – 20 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 เป็นผู้ที่มีอายุ 24 – 26 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และเป็นผู้ที่มีอายุ 27 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	389	97.30
สมรส	8	2.00
อื่น ๆ	3	0.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.30 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และสถานภาพอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3,000 บาท	112	28.00
3,000 - 6,000 บาท	173	43.30
6,001 - 9,000 บาท	58	14.50
9,001 บาทขึ้นไป	57	14.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 3,000 – 6,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 3,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 เป็นผู้ที่มีรายได้ 6,001 – 9,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และเป็นผู้ที่มีรายได้ 9,001 บาทขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชั้นปีที่กำลังศึกษา

ชั้นปีที่กำลังศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	95	23.80
ชั้นปีที่ 2	94	23.50
ชั้นปีที่ 3	128	32.00
ชั้นปีที่ 4	80	20.00
อื่น ๆ	3	0.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4-5 พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้ที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 3 จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาเป็นผู้ที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 1 จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 เป็นผู้กำลังศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 เป็นผู้กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 4 จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และเป็นผู้กำลังศึกษาในชั้นปีอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก

การศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก ดำเนินการศึกษาตามหลักการของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 5 ด้าน ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล ความมีภูมิคุ้มกัน ความรู้ และคุณธรรม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอผลการศึกษาด้วยตารางประกอบการบรรยาย ดังนี้

ตารางที่ 4-6 สรุปผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในภาคตะวันออกเฉียง

ด้าน	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านพอประมาณ	4.44	0.63	มากที่สุด
ด้านมีเหตุผล	4.41	0.65	มากที่สุด
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	4.41	0.67	มากที่สุด
ด้านความรู้	4.33	0.74	มากที่สุด
ด้านคุณธรรม	4.44	0.67	มากที่สุด
รวม	4.41	0.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในภาคตะวันออกเฉียงโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59
โดยเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านพอประมาณ
มีคะแนนสูงที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 รองลงมาเป็นด้านคุณธรรม
คะแนนเฉลี่ย 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ด้านมีเหตุผล คะแนนเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.65 ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี คะแนนเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67
และด้านความรู้ คะแนนเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74

เมื่อแยกพิจารณารายละเอียดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในภาคตะวันออกเฉียงที่ละด้าน มีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4-7 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ด้านพอประมาณ

ด้านพอประมาณ	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป ในการดำรงชีพ	4.34	0.95	มากที่สุด
ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น	4.26	0.95	มากที่สุด
การจะทำอะไรต้องมีความพอดี ไม่ประมาทในชีวิต	4.49	0.80	มากที่สุด
พอเหมาะพอควร ต่อความจำเป็น ในการบริโภค	4.52	0.79	มากที่สุด
เหมาะสมกับฐานะของตนเอง สภาวะสังคม แวดล้อม รวมทั้ง วัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น	4.49	0.81	มากที่สุด
รู้จักประหยัด อดออม	4.52	0.78	มากที่สุด
ใช้เวลาให้เกิดประโยชน์	4.48	0.81	มากที่สุด
รวมด้านพอประมาณ	4.44	0.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านพอประมาณโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 โดยทุกประเด็นย่อยในด้านพอประมาณอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ การรู้จักประหยัด อดออม มีคะแนนเฉลี่ย 4.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 รองลงมา ได้แก่ ความพอเหมาะพอควร ต่อความจำเป็น ในการบริโภค มีคะแนนเฉลี่ย 4.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 การจะทำอะไรต้องมีความพอดี ไม่ประมาทในชีวิต มีคะแนนเฉลี่ย 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 ความเหมาะสมกับฐานะของตนเอง สภาวะสังคม แวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น มีคะแนนเฉลี่ย 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 การใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป ในการดำรงชีพ มีคะแนนเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 และการไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น มีคะแนนเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95

ตารางที่ 4-8 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ด้านมีเหตุผล

ด้านมีเหตุผล	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับ ความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไป อย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุ ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	4.50	0.78	มากที่สุด
คิดอย่างรอบคอบ ครบวงจร บนพื้นฐานของความถูกต้อง ความเป็นจริง ตามหลักวิชาการ หลักกฎหมาย หลักศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมที่ดีงาม	4.21	0.96	มากที่สุด
เรียนรู้ในอาชีพ	4.48	0.82	มากที่สุด
จะทำให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมี ประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาดน้อย	4.54	0.77	มากที่สุด
การที่จะวางแผนดำเนินการสิ่งใด อย่างสมเหตุสมผล ต้องอาศัย ความรู้ ชัยนหมั่นเพียร อดทน ที่จะจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ	4.50	0.82	มากที่สุด
แสวงหาความรู้ที่ถูกต้องอย่าง สม่ำเสมอ	4.40	0.85	มากที่สุด
มีความรอบคอบในความคิด พิจารณาตัดสินใจโดยใช้สติ ปัญญา อย่างเฉลียวฉลาดในทางที่ถูกที่ควร	4.27	0.96	มากที่สุด
รวมด้านมีเหตุผล	4.41	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านมีเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.65 โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีระดับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
สูงที่สุด คือ จะทำให้บรรลุเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาดน้อย มีคะแนนเฉลี่ย 4.57
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียงนั้น จะต้อง
เป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง มีคะแนนเฉลี่ย 4.50 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.78 การที่จะวางแผนดำเนินการสิ่งใดอย่างสมเหตุสมผล ต้องอาศัยความรู้
ชัยนหมั่นเพียร อดทนที่จะจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ มีคะแนนเฉลี่ย 4.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
0.82 เรียนรู้ในอาชีพมีคะแนนเฉลี่ย 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 แสวงหาความรู้ที่ถูกต้อง

อย่างสม่ำเสมอ มีคะแนนเฉลี่ย 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 มีความรอบคอบในความคิด พิจารณาตัดสินใจโดยใช้สติ ปัญญา อย่างเฉลียวฉลาดในทางที่ถูกที่ควร มีคะแนนเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96 และคิดอย่างรอบคอบ ครบวงจรบนพื้นฐานของความถูกต้อง ความเป็นจริง ตามหลักวิชาการ หลักกฎหมาย หลักศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมที่ดีงาม มีคะแนนเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96

ตารางที่ 4-9 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี

ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีทำให้สามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันที่	4.39	0.89	มากที่สุด
การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม	4.38	0.86	มากที่สุด
ทำอะไรที่ไม่เสี่ยงเกินไป	4.31	0.92	มากที่สุด
ไม่ประมาท	4.51	0.79	มากที่สุด
คิดถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้	4.54	0.76	มากที่สุด
เตรียมตนเอง เตรียมวิธีการทำงานรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ	4.34	0.87	มากที่สุด
รวมด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	4.41	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านภูมิคุ้มกันที่ดีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงสุด คือ คิดถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ มีคะแนนเฉลี่ย 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 รองลงมา ได้แก่ ไม่ประมาท มีคะแนนเฉลี่ย 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีทำให้สามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันที่ มีคะแนนเฉลี่ย 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม มีคะแนนเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 เตรียมตนเองเตรียมวิธีการทำงานรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มีคะแนนเฉลี่ย 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 และทำอะไรที่ไม่เสี่ยงเกินไปมีคะแนนเฉลี่ย 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92

ตารางที่ 4-10 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ด้านความรู้

ด้านความรู้	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปอย่างถูกต้อง	4.48	0.76	มากที่สุด
ความรู้รอบรู้ คือ ความรู้ลึกในงานที่ทำและความรู้กว้างในสภาวะแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ	4.53	0.79	มากที่สุด
ความระลึกรู้ (สติ) คือ การยั้งคิดพิจารณาและรู้ทันสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะกระทำการใด ๆ	4.12	1.03	มาก
ความรู้ชัด (ปัญญา) คือ การเห็นและเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัดถูกต้องตามเหตุตามผลและตามจริง	4.21	0.99	มากที่สุด
รวมด้านความรู้	4.33	0.74	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-10 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 โดยประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ ความรอบรู้ คือ ความรู้ลึกในงานที่ทำและความรู้กว้างในสภาวะแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 รองลงมา ได้แก่ การดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปอย่างถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.03 ความรู้ชัด (ปัญญา) คือ การเห็นและเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด ถูกต้องตามเหตุตามผลและตามจริง อยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 และความระลึกรู้ (สติ) คือ การยั้งคิดพิจารณา และรู้ทันสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะกระทำการใด ๆ อยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.03

ตารางที่ 4-11 ผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ด้านคุณธรรม

ด้านคุณธรรม	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ความประพฤติชอบ มีการพูดและการกระทำที่ตรงต่อหน้าที่การงาน	4.28	0.95	มากที่สุด
มีเจตนาบริสุทธิ์ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวงต่อตนเองและต่อผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง	4.46	0.83	มากที่สุด
ไม่เอาเปรียบ	4.39	0.91	มากที่สุด
มีความอดทน	4.37	0.86	มากที่สุด
มีความเพียร	4.51	0.89	มากที่สุด
มีความหนักแน่น ไม่ท้อถอย ทำให้การดำเนินงานรวดเร็วไปจนประสบความสำเร็จ	4.60	0.77	มากที่สุด
ความรอบคอบระมัดระวัง คือ การพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในทุกแง่มุมก่อนที่จะดำเนินงานเพื่อมิให้เกิดความผอและพลังพลาด	4.49	0.85	มากที่สุด
รวมด้านคุณธรรม	4.44	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-11 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านคุณธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 โดยประเด็นย่อยในด้านคุณธรรมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ มีความหนักแน่น ไม่ท้อถอย ทำให้การดำเนินงานรวดเร็วไปจนประสบความสำเร็จมีคะแนนเฉลี่ย 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 รองลงมา ได้แก่ มีความเพียร มีคะแนนเฉลี่ย 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 ความรอบคอบระมัดระวัง คือ การพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในทุกแง่มุมก่อนที่จะดำเนินงานเพื่อมิให้เกิดความผอและพลังพลาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 มีเจตนาบริสุทธิ์ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวงต่อตนเองและต่อผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง มีคะแนนเฉลี่ย 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 ไม่เอาเปรียบ มีคะแนนเฉลี่ย 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 มีความอดทน มีคะแนนเฉลี่ย 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 และความประพฤติชอบ มีการพูดและการกระทำที่ตรงต่อหน้าที่การงาน มีคะแนนเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ การบริโภคแบบเน้นคุณภาพ แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง แบบตามแฟชั่น

แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน แบบตามใจตนเอง แบบเน้นราคา และแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า ผลการศึกษาทั้งแบบโดยรวมและรายด้านนำเสนอด้วยตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ตารางที่ 4-12 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
แบบเน้นคุณภาพ	4.62	0.69	มากที่สุด
แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง	3.62	0.74	มาก
แบบตามแฟชั่น	3.56	0.86	มาก
แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน	3.64	0.75	มาก
แบบตามใจตนเอง	3.44	0.81	มาก
แบบเน้นราคา	3.79	0.69	มาก
แบบสับสน	3.58	0.71	มาก
แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้า	3.68	0.77	มาก

จากตารางที่ 4-12 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงมีพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 รองลงมาเป็นการบริโภคแบบเน้นราคา มีคะแนนเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 การบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้า มีคะแนนเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง มีคะแนนเฉลี่ย 3.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 แบบสับสน มีคะแนนเฉลี่ย 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 แบบตามแฟชั่น มีคะแนนเฉลี่ย 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 และแบบตามใจตนเอง มีคะแนนเฉลี่ย 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81

ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง จำแนกเป็นรายด้าน มีรายละเอียดของผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4-13 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
แบบเน้นคุณภาพ

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึง คุณภาพของสินค้าเป็นหลัก	4.62	0.77	มากที่สุด
ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูง	4.65	0.77	มากที่สุด
นิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionism)	4.65	0.79	มากที่สุด
ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียด ถี่ถ้วน	4.59	0.82	มากที่สุด
มีการเปรียบเทียบสินค้าต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ	4.61	0.77	มากที่สุด
รวมแบบเน้นคุณภาพ	4.62	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 4-13 พบว่า โดยรวมพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบเน้นคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
0.67 โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ ต้องการซื้อสินค้าที่มี
คุณภาพสูง มีคะแนนเฉลี่ย 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 รองลงมา ได้แก่ นิยมความสมบูรณ์แบบ
(Perfectionism) มีคะแนนเฉลี่ย 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 การตัดสินใจของผู้บริโภค
ที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก มีคะแนนเฉลี่ย 4.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 มีการ
เปรียบเทียบสินค้าต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ มีคะแนนเฉลี่ย 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77
และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วน มีคะแนนเฉลี่ย 0.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82

ตารางที่ 4-14 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง
แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ ความสำคัญกับตราสินค้า	3.78	0.80	มาก
ผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจจาก ความมีชื่อเสียงของตราสินค้า และ มักจะนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพง หรือมีชื่อเสียง (Brand name)	3.56	0.90	มาก
มีความเชื่อว่าราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่ บ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้านั้น ๆ	3.59	0.93	มาก
ยิ่งสินค้ามีราคาสูงแสดงว่าสินค้านั้น ยังมีคุณภาพดี นอกจากนี้ผู้บริโภคใน กลุ่มนี้ยังนิยมเลือกซื้อสินค้ายี่ห้อที่ติด อันดับขายดีและมีการโฆษณาอีกด้วย	3.53	0.89	มาก
รวมแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง	3.62	0.74	มาก

จากตารางที่ 4-14 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในภาคตะวันออกเฉียง แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.62
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด
คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้า มีคะแนนเฉลี่ย 3.78 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.80 มีความเชื่อว่าราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้านั้น ๆ มีคะแนน
เฉลี่ย 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 ผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจจากความมีชื่อเสียงของตราสินค้า
และมักจะนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพงหรือมีชื่อเสียง (Brand name) มีคะแนนเฉลี่ย 3.56
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 และยิ่งสินค้ามีราคาสูงแสดงว่าสินค้านั้นยังมีคุณภาพดี นอกจากนี้
ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยังนิยมเลือกซื้อสินค้ายี่ห้อที่ติดอันดับขายดีและมีการโฆษณาอีกด้วย มีคะแนนเฉลี่ย
3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89

ตารางที่ 4-15 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
แบบตามแฟชั่น

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ ความสำคัญกับกระแสความนิยมหรือ แฟชั่น	3.58	0.93	มาก
ผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงของ แฟชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองมี ความทันสมัยตลอดเวลา	3.54	0.91	มาก
รวมแบบตามแฟชั่น	3.56	0.86	มาก

จากตารางที่ 4-15 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบตามแฟชั่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.56 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.86 โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกระแสความนิยมหรือแฟชั่น มีคะแนนเฉลี่ย 3.58
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 ส่วนประเด็นผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และคอยติดตาม
การเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองมีความทันสมัยตลอดเวลา มีคะแนนเฉลี่ย 3.54
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91

ตารางที่ 4-16 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการซื้อ สินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน	3.59	0.88	มาก
รู้สึกมีความสุขเมื่อได้จับจ่ายใช้สอย	3.55	0.93	มาก
มองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำให้ ให้ตนเองมีความสุขและสนุกสนาน	3.64	0.85	มาก
มีความสุขกับการได้เดินดูและเลือกซื้อ สินค้าต่าง ๆ ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก	3.78	0.83	มาก
รวมแบบเน้นความสุขหรือ ความเพลิดเพลิน	3.64	0.75	มาก

จากตารางที่ 4-16 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 โดยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ มีความสุขกับการได้เดินดูและเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 รองลงมา ได้แก่ มองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำให้ตนเองมีความสุขและสนุกสนาน มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน มีคะแนนเฉลี่ย 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 และรู้สึกมีความสุขเมื่อได้จับจ่ายใช้สอย มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93

ตารางที่ 4-17 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบตามใจตนเอง

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักกระทำอย่างรวดเร็วตามใจตนเอง	3.65	0.85	มาก
ไม่คิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วน	3.38	0.97	มาก
ไม่ได้วางแผนการซื้อสินค้าของตนเองมาก่อน	3.38	1.02	มาก
การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่สนใจว่าตนเองจะจ่ายเงินไปมากน้อยเท่าไร	3.38	1.04	มาก
กลับมารู้สึกเสียใจกับการตัดสินใจของตนเองในภายหลัง	3.43	0.99	มาก
รวมแบบตามใจตนเอง	3.44	0.81	มาก

จากตารางที่ 4-17 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบตามใจตนเองโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักกระทำอย่างรวดเร็วตามใจตนเอง มีคะแนนเฉลี่ย 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 รองลงมา ได้แก่ กลับมารู้สึกเสียใจกับการตัดสินใจของตนเองในภายหลัง มีคะแนนเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 ไม่คิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วน มีคะแนนเฉลี่ย 3.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.97 ไม่ได้วางแผนการซื้อสินค้าของตนเองมาก่อน มีคะแนนเฉลี่ย 3.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 และ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่สนใจว่าตนเองจะจ่ายเงินไปมากน้อยเท่าไร มีคะแนนเฉลี่ย 3.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04

ตารางที่ 4-18 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง
แบบเน้นราคา

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก	3.76	0.78	มาก
มักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกหรือเป็นสินค้าที่มีการลดราคา	3.71	0.83	มาก
ผู้บริโภคมีเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปให้ได้มากที่สุด	3.89	0.83	มาก
รวมแบบเน้นราคา	3.79	0.69	มาก

จากตารางที่ 4-18 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบเน้นราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นย่อยที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ ผู้บริโภคมีเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปให้ได้มากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 และมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกหรือเป็นสินค้าที่มีการลดราคา มีคะแนนเฉลี่ย 3.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83

ตารางที่ 4-19 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง
แบบสับสน

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักจะสับสนกับตราสินค้าหรือร้านค้าที่มีให้เลือกมากมาย	3.65	0.80	มาก
ผู้บริโภคไม่ค่อยมีความมั่นใจในตัวเองและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ยาก	3.51	0.85	มาก
ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้าต่าง ๆ เข้ามามากจนเกินไป	3.58	0.85	มาก
รวมแบบสับสน	3.58	0.71	มาก

จากตารางที่ 4-19 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง แบบสับสนอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71

โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักจะสับสนกับตราสินค้าหรือร้านค้าที่มีให้เลือกมากมาย มีคะแนนเฉลี่ย 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 รองลงมา ได้แก่ ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้าต่าง ๆ เข้ามามากจนเกินไป มีคะแนนเฉลี่ย 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 และผู้บริโภคมักไม่ค่อยมีความมั่นใจในตัวเองและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ยาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85

ตารางที่ 4-20 ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบซื้อตามความเคยชินหรือรักดีต่อสินค้า

พฤติกรรมการบริโภค	คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักซื้อสินค้านี้หือเดิมทุกครั้งจนเป็นนิสัย	3.74	0.83	มาก
เจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น	3.70	0.87	มาก
ซื้อเฉพาะตราสินค้าตามวัตถุนิยม	3.59	0.89	มาก
รวมแบบซื้อตามความเคยชินหรือรักดีต่อสินค้า	3.68	0.77	มาก

จากตารางที่ 4-20 พบว่า พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบซื้อตามความเคยชินหรือรักดีต่อสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักซื้อสินค้านี้หือเดิมทุกครั้งจนเป็นนิสัย มีคะแนนเฉลี่ย 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 รองลงมา ได้แก่ เจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น มีคะแนนเฉลี่ย 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 และซื้อเฉพาะตราสินค้าตามวัตถุนิยม มีคะแนนเฉลี่ย 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89

ผลการศึกษาอิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression) มีผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4-21 อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมกรบรีโศคแบบเน้นคุณภาพ
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สัมประสิทธิ์		
	การถดถอย (B)	ค่าสถิติที	ค่าพี
ค่าคงที่	0.326	2.339	0.020
ด้านพอประมาณ	0.206	4.245	0.000*
ด้านมีเหตุผล	0.100	1.968	0.050*
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	0.095	1.753	0.080
ด้านความรู้	-0.040	-0.912	0.363
ด้านคุณธรรม	0.606	11.888	0.000*
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	0.852		
สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2)	0.725		
สถิติเอฟ	208.039		
ค่าพี	0.000*		

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-21 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมกรบรีโศคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.852 และมีค่าเป็นบวกแสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในลักษณะทิศทางเดียวกัน คือ เมื่อนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงมีการปฏิบัติตนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพิ่มขึ้น จะมีพฤติกรรมกรบรีโศคแบบเน้นคุณภาพเพิ่มมากขึ้นด้วย

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.725 แสดงให้เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถอธิบายพฤติกรรมกรบรีโศคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงได้สูงถึงร้อยละ 72.5 ส่วนอีกร้อยละ 27.5 ของพฤติกรรมกรบรีโศคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษาเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น

ค่าสถิติเอฟ เท่ากับ 208.039 และค่าพีเท่ากับ 0.000 แสดงให้เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างน้อย 1 ด้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรบรีโศคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรบรีโศคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.206 และมีค่าพีเท่ากับ 0.000 นั่นคือ เมื่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมกรบรีโศคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเพิ่มขึ้น 0.206 หน่วย

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.100 และมีค่าพีเท่ากับ 0.050 นั่นคือ เมื่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลมีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้น 0.100 หน่วย

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.095 และมีค่าพีเท่ากับ 0.080

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ -0.040 และมีค่าพีเท่ากับ 0.363

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.606 และมีค่าพีเท่ากับ 0.000 นั่นคือ เมื่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมมีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้น 0.606 หน่วย

ตารางที่ 4-22 อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สัมประสิทธิ์การถดถอย (B)	ค่าสถิติที	ค่าพี
ค่าคงที่	3.830	13.729	0.000
ด้านพอประมาณ	-0.268	-2.747	0.006*
ด้านมีเหตุผล	0.353	3.483	0.001*
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	-0.041	-0.377	0.706
ด้านความรู้	0.066	0.754	0.451
ด้านคุณธรรม	-0.155	-1.514	0.131
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	0.196		
สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)	0.039		
สถิติเอฟ	3.156		
ค่าพี	0.008*		

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-22 พบว่า ประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.196

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.039 แสดงให้เห็นว่า ประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้เพียงร้อยละ 3.9 ส่วนอีกร้อยละ 96.1 ของพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษาเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น

ค่าสถิติเอฟ เท่ากับ 3.156 และค่าพีเท่ากับ 0.008 แสดงให้เห็นว่า ประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงอย่างน้อย 1 ด้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.268 และมีค่าพีเท่ากับ 0.006 นั่นคือ เมื่อประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลง 0.268 หน่วย

ประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.353 และมีค่าพีเท่ากับ 0.001 นั่นคือ เมื่อประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลมีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้น 0.353 หน่วย

ประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.041 และมีค่าพีเท่ากับ 0.706

ประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงด้านความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.066 และมีค่าพีเท่ากับ 0.451

ประชาชนเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.155 และมีค่าพีเท่ากับ 0.131

ตารางที่ 4-23 อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สัมประสิทธิ์		
	การถดถอย (B)	ค่าสถิติที	ค่าพี
ค่าคงที่	3.851	11.757	0.000
ด้านพอประมาณ	-0.185	-1.615	0.107
ด้านมีเหตุผล	0.285	2.397	0.017*
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	-0.016	-0.122	0.903
ด้านความรู้	-0.040	-0.394	0.694
ด้านคุณธรรม	-0.109	-0.909	0.364
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	0.143		
สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2)	0.020		
สถิติเอฟ	1.635		
ค่าพี	0.150		

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-23 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.143

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.020 แสดงให้เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถอธิบายพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงได้เพียงร้อยละ 2.0 ส่วนอีกร้อยละ 98.0 ของพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษาเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น

ค่าสถิติเอฟ เท่ากับ 1.635 และค่าพีเท่ากับ 0.150 แสดงให้เห็นว่า โดยรวมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ -0.185 และมีค่าพีเท่ากับ 0.107

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.285 และมีค่าพีเท่ากับ 0.017 นั่นคือ เมื่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลมีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเพิ่มขึ้น 0.285 หน่วย

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.016 และมีค่าพีเท่ากับ 0.903

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.040 และมีค่าพีเท่ากับ 0.694

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามแฟชั่นของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.109 และมีค่าพีเท่ากับ 0.364

ตารางที่ 4-24 อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สัมประสิทธิ์		
	การถดถอย	ค่าสถิติที	ค่าพี
	(B)		
ค่าคงที่	3.455	11.991	0.000
ด้านพอประมาณ	-0.107	-1.061	0.290
ด้านมีเหตุผล	0.184	1.759	0.079
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	-0.003	-0.031	0.976
ด้านความรู้	-0.028	-0.309	0.758
ด้านคุณธรรม	-0.004	-0.041	0.967
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	0.096		
สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2)	0.009		
สถิติเอฟ	0.731		
ค่าพี	0.600		

จากตารางที่ 4-24 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.096

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.009 แสดงให้เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้เพียงร้อยละ 0.9 ส่วนอีกร้อยละ 99.1 ของพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษาเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น

ค่าสถิติเอฟ เท่ากับ 0.731 และค่าพีเท่ากับ 0.600 แสดงให้เห็นว่า โดยรวมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.107 และมีค่าพีเท่ากับ 0.290

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.184 และมีค่าพีเท่ากับ 0.079

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.003 และมีค่าพีเท่ากับ 0.976

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.028 และมีค่าพีเท่ากับ 0.758

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.004 และมีค่าพีเท่ากับ 0.967

ตารางที่ 4-25 อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สัมประสิทธิ์		
	การถดถอย	ค่าสถิติที	ค่าพี
	(B)		
ค่าคงที่	3.565	11.528	0.000
ด้านพอประมาณ	-0.213	-1.971	0.049*
ด้านมีเหตุผล	0.154	1.370	0.172
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	0.150	1.246	0.213
ด้านความรู้	-0.013	-0.139	0.890
ด้านคุณธรรม	-0.104	-0.921	0.357
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	0.126		
สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)	0.016		
สถิติเอฟ	1.247		
ค่าพี	0.274		

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-25 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.126

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.016 แสดงให้เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้เพียงร้อยละ 1.6 ส่วนอีกร้อยละ 98.4 ของพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษาเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น

ค่าสถิติเอฟ เท่ากับ 1.247 และค่าพีเท่ากับ 0.274 แสดงให้เห็นว่า โดยรวมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.213 และมีค่าพีเท่ากับ 0.049 นั่นคือ เมื่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลง 0.213 หน่วย

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.154 และมีค่าพีเท่ากับ 0.172

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.150 และมีค่าพีเท่ากับ 0.213

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.013 และมีค่าพีเท่ากับ 0.890

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบตามใจตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.104 และมีค่าพีเท่ากับ 0.357

ตารางที่ 4-26 อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของ นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สัมประสิทธิ์		
	การถดถอย	ค่าสถิติที	ค่าพี
	(B)		
ค่าคงที่	3.893	14.771	0.000
ด้านพอประมาณ	0.073	0.793	0.428
ด้านมีเหตุผล	0.031	0.328	0.743
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	0.072	0.704	0.482
ด้านความรู้	-0.033	-0.400	0.690
ด้านคุณธรรม	-0.168	-1.736	0.083
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	0.110		
สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2)	0.012		
สถิติเอฟ	0.957		
ค่าพี	0.444		

จากตารางที่ 4-26 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.110

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.012 แสดงให้เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงได้เพียงร้อยละ 1.2 ส่วนอีกร้อยละ 98.8 ของพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษาเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น

ค่าสถิติเอฟ เท่ากับ 0.957 และค่าพีเท่ากับ 0.444 แสดงให้เห็นว่า โดยรวมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.073 และมีค่าพีเท่ากับ 0.428

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.031 และมีค่าพีเท่ากับ 0.743

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.072 และมีค่าพีเท่ากับ 0.482

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.033 และมีค่าพีเท่ากับ 0.690

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นราคาของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.168 และมีค่าพีเท่ากับ 0.083

ตารางที่ 4-27 อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สัมประสิทธิ์		
	การถดถอย	ค่าสถิติที	ค่าพี
	(B)		
ค่าคงที่	3.675	13.391	0.000
ด้านพอประมาณ	-0.200	-2.088	0.037*
ด้านมีเหตุผล	0.121	1.217	0.224
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	0.071	0.665	0.507
ด้านความรู้	-0.013	-0.156	0.876
ด้านคุณธรรม	0.000	0.003	0.998
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	0.110		
สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2)	0.012		
สถิติเอฟ	0.974		
ค่าพี	0.433		

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-27 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.110

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.012 แสดงให้เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้เพียงร้อยละ 1.2 ส่วนอีกร้อยละ 98.8 ของพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของนักศึกษาเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น

ค่าสถิติเอฟ เท่ากับ 0.974 และค่าพีเท่ากับ 0.433 แสดงให้เห็นว่า โดยรวมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบ
 สับสนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.200
 และมีค่าพีเท่ากับ 0.037 นั่นคือ เมื่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีค่าเพิ่มขึ้น
 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลง
 0.200 หน่วย

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของ
 นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.121 และมีค่าพี
 เท่ากับ 0.224

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบ
 สับสนของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.071
 และมีค่าพีเท่ากับ 0.507

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสนของ
 นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.013 และมีค่าพี
 เท่ากับ 0.876

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบสับสน
 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.000
 และมีค่าพีเท่ากับ 0.998

ตารางที่ 4-28 อิทธิพลของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความ
 เคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	สัมประสิทธิ์		
	การถดถอย (B)	ค่าสถิติที	ค่าพี
ค่าคงที่	3.979	13.444	0.000
ด้านพอประมาณ	-0.256	-2.481	0.014*
ด้านมีเหตุผล	0.095	0.887	0.375
ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี	-0.085	-0.736	0.462
ด้านความรู้	0.073	0.794	0.428
ด้านคุณธรรม	0.107	0.983	0.326
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R)	0.139		
สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)	0.019		
สถิติเอฟ	1.558		
ค่าพี	0.171		

หมายเหตุ* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-28 พบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.139

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.019 แสดงให้เห็นว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้เพียงร้อยละ 1.9 ส่วนอีกร้อยละ 98.1 ของพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษาเกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่น

ค่าสถิติเอฟ เท่ากับ 1.558 และค่าพีเท่ากับ 0.171 แสดงให้เห็นว่า โดยรวมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.256 และมีค่าพีเท่ากับ 0.014 นั่นคือ เมื่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณมีค่าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้พฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลง 0.256 หน่วย

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีเหตุผลไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.095 และมีค่าพีเท่ากับ 0.375

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดีไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ - 0.085 และมีค่าพีเท่ากับ 0.462

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.073 และมีค่าพีเท่ากับ 0.428

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านคุณธรรมไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.107 และมีค่าพีเท่ากับ 0.326

ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลการศึกษา ดังนี้

1. ปัญหาในการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงคือค่าครองชีพที่สูงในปัจจุบัน และสภาพแวดล้อมทางสังคม

2. การกระตุ้นให้นักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
จะต้องกระตุ้นทั้งระบบ และผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากรในมหาวิทยาลัยกระทำเป็นตัวอย่าง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ และ 3) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผลการศึกษาและการอภิปรายผลการศึกษามีดังนี้

สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุ 21 – 23 ปี มีสถานภาพสมรสโสด มีรายได้ต่อเดือน 3,000 – 6,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 3

สรุปผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านพอประมาณมีคะแนนสูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณธรรม ด้านมีเหตุผล ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี และด้านความรู้ ตามลำดับ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ด้านพอประมาณโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ การรู้จักประหยัด อดออม รองลงมา ได้แก่ ความพอเหมาะพอควรต่อความจำเป็นในการบริโภค การจะทำอะไรต้องมีความพอดี ไม่ประมาทในชีวิต มี ความเหมาะสมกับฐานะของตนเอง สภาวะสังคม แวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น การใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปในการดำรงชีพ และการไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ตามลำดับ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ด้านมีเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีระดับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสูงที่สุด คือ จะทำให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาดน้อย รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การที่จะวางแผนดำเนินการสิ่งใดอย่างสมเหตุผล ต้องอาศัยความรู้ ขยันหมั่นเพียร อดทนที่จะจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเรียนรู้ในอาชีพ แสวงหาความรู้ที่ถูกต้องอย่าง

สม่ำเสมอ มีความรอบคอบในความคิด พิจารณาตัดสินใจโดยใช้สติ ปัญญา อย่างเฉลียวฉลาดในทางที่ถูกที่ควร และคิดอย่างรอบคอบ ครบวงจรบนพื้นฐานของความถูกต้อง ความเป็นจริง ตามหลักวิชาการ หลักกฎหมาย หลักศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมที่ดีงาม

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านภูมิคุ้มกันที่ดี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ คิดถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ รองลงมา ได้แก่ ไม่ประมาท ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีทำให้สามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทัน่วงที การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในด้านเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เตรียมตนเองเตรียมวิธีการทำงานรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และทำอะไรที่ไม่เสี่ยงเกินไป

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ ความรอบรู้ คือความรู้ลึกในงานที่ทำ และความรู้กว้างในสภาวะแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปอย่างถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ความรู้ชัด (ปัญญา) คือ การเห็นและเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด ถูกต้องตามเหตุตามผลและตามจริง อยู่ในระดับมากที่สุด และความระลึก (สติ) คือ การยังคิดพิจารณาและรู้ทันสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะกระทำการใด ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านคุณธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นย่อยในด้านคุณธรรมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ มีความหนักแน่น ไม่ท้อถอย ทำให้การดำเนินงานรุดหน้าเรื่อยไปจนประสบผลสำเร็จ รองลงมาได้แก่ มีความเพียร ความรอบคอบระมัดระวัง คือ การพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในทุกแง่มุมก่อนที่จะดำเนินงานเพื่อมิให้เกิดความผอเอรและพลังพลาด มีเจตนาบริสุทธิ์ไม่คดโกง ไม่หลอกลวงต่อตนเองและต่อผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง ไม่เอาัดเอาเปรียบ มีความอดทน และความประพฤติชอบ มีการพูดและการกระทำชื่อตรงต่อหน้าที่การงาน

สรุปผลการศึกษาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพมากที่สุด รองลงมาเป็นการบริโภคแบบเน้นราคา การบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้า แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง แบบสับสน แบบตามแฟชั่น และแบบตามใจตนเอง

โดยรวมพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบเน้นคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูง รองลงมา ได้แก่ นิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionism) การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก มีการเปรียบเทียบสินค้าต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วน

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้า มีความเชื่อว่าราคาของสินค้าเป็นสิ่งบ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้านั้น ๆ ผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจจากความมีชื่อเสียงของตราสินค้า และมักจะนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพงหรือมีชื่อเสียง (Brand name) และยิ่งสินค้ามีราคาสูง แสดงว่าสินค้านั้นยังมีคุณภาพดี นอกจากนี้ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยังนิยมเลือกซื้อสินค้ายี่ห้อที่ติดอันดับขายดีและมีการโฆษณาอีกด้วย

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบตามแฟชั่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกระแสความนิยมหรือแฟชั่น ส่วนประเด็นผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองมีความทันสมัยตลอดเวลา

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนสูงสุด คือ มีความสุขกับการได้เดินดูและเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก รองลงมา ได้แก่ มองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำให้ตนเองมีความสุขและสนุกสนาน การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน และรู้สึกมีความสุขเมื่อได้จับจ่ายใช้สอย

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบตามใจตนเอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนสูงสุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักกระทำอย่างรวดเร็วตามใจตนเอง รองลงมา ได้แก่ กลับมารู้สึกเสียใจกับการตัดสินใจของตนเองในภายหลัง ไม่คิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วน ไม่ได้วางแผนการซื้อสินค้าของตนเองมาก่อน และการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่สนใจว่าตนเองจะจ่ายเงินไปมากน้อยเท่าไร

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบเน้นราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นย่อยที่มีคะแนนสูงสุด คือ ผู้บริโภคมีเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปให้ได้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก และมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกหรือเป็นสินค้าที่มีการลดราคา

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบสับสนอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนสูงสุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักจะสับสนกับตราสินค้าหรือร้านค้าที่มีให้เลือกมากมาย รองลงมา ได้แก่ ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้าต่าง ๆ เข้ามามากจนเกินไป และผู้บริโภคมักไม่ค่อยมีความมั่นใจในตัวเองและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ยาก

พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมทุกครั้งจนเป็น

นิสัย รองลงมา ได้แก่ เจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น และซื้อเฉพาะตราสินค้าตามวัตถุประสงค์

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ โดยประเด็นย่อยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และคุณธรรม

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง แบบตามแฟชั่น แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน แบบตามใจตนเอง แบบเน้นราคาแบบสับสน และแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้

ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้มีผลการศึกษา ดังนี้

1. ปัญหาในการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงคือค่าครองชีพที่สูงในปัจจุบัน และสภาพแวดล้อมทางสังคม
2. การกระตุ้นให้นักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะต้องกระตุ้นทั้งระบบ และผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากรในมหาวิทยาลัยกระทำเป็นตัวอย่าง

อภิปรายผลการศึกษา

1. จากผลการศึกษาซึ่งพบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านพอประมาณมีคะแนนสูงที่สุด รองลงมาเป็นด้านคุณธรรม ด้านมีเหตุผล ด้านมีภูมิคุ้มกันที่ดี และด้านความรู้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และได้นำหลักปรัชญาดังกล่าวมาใช้ในชีวิตประจำวัน ผลการศึกษาสอดคล้องกับฐิติยา ชารีรัตน์ ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี และพบว่าพฤติกรรมในการวางแผนการซื้อของนักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการหาข้อมูลของสินค้าทางด้านราคา รองลงมาคือ การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าโดยการสอบถามจากเพื่อน และมีการหาข้อมูลทางด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ ส่วนพฤติกรรมด้านเหตุผลในการซื้อสินค้า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ ซื้อสินค้าเพราะมีความจำเป็นต้องใช้ รองลงมาคือ ซื้อสินค้าเนื่องในโอกาสพิเศษ และซื้อสินค้าตามความนิยมในช่วงนั้น ตามลำดับ และพฤติกรรมด้านเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้า พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพดีตรงตามความต้องการ รองลงมาคือ มีการระบุราคาที่ชัดเจน และราคาเหมาะสมกับคุณภาพตามลำดับ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับกชกร ชำนาญกิตติชัย และคณะ ซึ่งทำการศึกษานำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของ

นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และพบว่านักศึกษาได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ตามลำดับดังนี้ ด้านคุณธรรมในการดำเนินชีวิต ด้านความรู้ในการดำเนินชีวิต ด้านมีเหตุผลในการดำเนินชีวิต ด้านระบบภูมิคุ้มกันในการดำเนินชีวิต และด้านความพอประมาณในการดำเนินชีวิต และผลการศึกษาสอดคล้องกับทรงสิริ วิชิรานนท์ ซึ่งทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครและผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง อันประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดี อยู่ในระดับมาก

จากผลการศึกษาซึ่งพบว่าปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงสุดที่สุด คือ การรู้จักประหยัด อดออม รองลงมา ได้แก่ ความพอเหมาะพอควรต่อความจำเป็นในการบริโภค ซึ่งการประหยัด อดออมนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ง่ายและเห็นผลอย่างชัดเจน รวมทั้งเป็นสิ่งที่นักศึกษาได้รับการปลูกฝังจากครอบครัวมาตั้งแต่เด็กตามวัฒนธรรมการเลี้ยงดูบุตรหลานของไทย ผลการศึกษาสอดคล้องกับฐิติยา ชาริรัตน์ ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี และพบว่าพฤติกรรมด้านเหตุผลในการซื้อสินค้า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ ซื้อสินค้า เพราะมีความจำเป็นต้องใช้ รองลงมาคือ ซื้อสินค้าเนื่องในโอกาสพิเศษ และซื้อสินค้าตามความนิยม ในช่วงนั้น ตามลำดับ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับทรงสิริ วิชิรานนท์ ซึ่งทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และผลการศึกษาพบว่าวิธีการประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในการดำรงชีวิต นักศึกษาคิดว่าควรใช้วิธีการประหยัด-อดออม จำนวนสูงสุด

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีระดับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสูงสุดที่สุด คือ จะทำให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาดน้อย รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง การที่จะวางแผนดำเนินการสิ่งใดอย่างสมเหตุสมผล ต้องอาศัยความรู้ ขยันหมั่นเพียร อดทนที่จะจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบเรียนรู้ในอาชีพ แสวงหาความรู้ที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ ผลการศึกษาสอดคล้องกับฐิติยา ชาริรัตน์ ซึ่งทำการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี และพบว่าโดยภาพรวม นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับปานกลาง พฤติกรรมในการวางแผนการซื้อของของนักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก ได้แก่ มีการหาข้อมูลของสินค้าทางด้านราคา รองลงมาคือ การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าโดยการสอบถามจากเพื่อน และมีการหาข้อมูลทางด้านสถานที่จำหน่าย ตามลำดับ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีเหตุผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงสุดที่สุด คือ คิดถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ รองลงมา ได้แก่

ไม่ประมาท มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีทำให้สามารถปรับตัวและรับมือได้อย่างทันที่ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจมีความตกต่ำในทุกระดับและส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของนักศึกษาทำให้นักศึกษาเกิดการปรับตัวและมีความรอบคอบในการใช้จ่ายมากขึ้น มีการไตร่ตรองก่อนการใช้จ่ายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากเงินที่จ่ายไป สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ซึ่งมีความว่าการที่สมาชิกในครอบครัวมีความเป็นอยู่ในลักษณะที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ สามารถสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น ความต้องการในปัจจุบันของตนเองและครอบครัวได้ มีการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน มีความสามัคคีกลมเกลียว และมีความพอเพียงในการดำเนินชีวิตด้วยการประหยัดและการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น จนสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขทั้งทางกายและใจ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ ความรอบรู้ คือ ความรู้ลึกในงานที่ทำและความรู้กว้างในสภาวะแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ รองลงมา ได้แก่ การดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปอย่างถูกต้อง ความรู้ชัด (ปัญญา) คือ การเห็นและเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด ถูกต้องตามเหตุตามผลและตามจริง ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะในปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสาร นักศึกษาเป็นผู้ที่เกิดมาในยุคที่ข้อมูลข่าวสารสามารถหาได้ง่าย และการตัดสินใจต่าง ๆ จะอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงตามข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับจุดหมายในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชได้ทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยและทรงพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำไปเผยแพร่ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป พบว่า มีอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน ในส่วนที่หนึ่ง ปรากฏอยู่ 2 แห่ง ซึ่งมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ และเพื่อให้พร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี สำหรับในส่วนที่สองคือเพื่อให้สมดุล (ทั้งด้านวัตถุ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม)

จากผลการศึกษาซึ่งพบว่า ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านคุณธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นย่อยในด้านคุณธรรมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ มีความหนักแน่น ไม่ท้อถอย ทำให้การดำเนินงานรวดเร็วไปจนประสบผลสำเร็จ รองลงมา ได้แก่ มีความเพียร ความรอบคอบ ระมัดระวัง คือ การพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในทุกแง่มุมก่อนที่จะดำเนินงานเพื่อมิให้เกิดความผอแผอและพลั้งพลาด มีเจตนาบริสุทธิ์ไม่คดโกง สอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชได้ทรงพระราชทานไว้ คือ การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยคุณธรรมเป็นพื้นฐานกล่าวคือ มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความอดทน มีความพากเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต แนวทางปฏิบัติ/ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี

2. นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพมากที่สุด รองลงมาเป็นการบริโภคแบบเน้นราคา การบริโภคแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้า

แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง แบบสับสน แบบตามแฟชั่น และแบบตามใจตนเอง ทั้งนี้ อาจจะมีสาเหตุมาจากการที่นักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก มีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิตในระดับมาก ทำให้นักศึกษามีพฤติกรรมการบริโภคโดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ในราคาที่เหมาะสมไม่สูงจนเกินไป

โดยรวมพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกแบบเน้นคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุด คือ ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูง รองลงมา ได้แก่ นิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionism) การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก มีการเปรียบเทียบสินค้าต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ และตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วน ผลการวิจัยสอดคล้องกับ แบบจำลองรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Sproles and Kendall ซึ่งกล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูงหรือที่สุด นอกจากนี้ ผู้บริโภคแบบนี้ยังนิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionism) โดยจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วนมากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ และมีการเปรียบเทียบสินค้าต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้า มีความเชื่อว่าราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้านั้น ๆ ผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจจากความมีชื่อเสียงของตราสินค้า และมักจะนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพงหรือมีชื่อเสียง (Brand name) และยิ่งสินค้ามีราคาสูงแสดงว่าสินค้านั้นยังมีคุณภาพดี นอกจากนี้ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยังนิยมเลือกซื้อสินค้ายี่ห้อที่ติดอันดับขายดี และมีการโฆษณาอีกด้วย ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับสุนทร โคมิน ที่ได้กล่าวว่าคนไทยมักจะมองแค่เปลือกนอกมากกว่าเนื้อแท้ของสิ่งนั้น ๆ เพื่อช่วยยกสถานะภาพของตนเองให้ดูดีไว้ก่อน หรือเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับนับถือ มักตกแต่งร่างกายด้วยเครื่องประดับหรือของใช้ราคาแพง ชอบที่จะมียศถาบรรดาศักดิ์นำหน้าชื่อ ประการที่สอง คนไทยมักให้คุณค่าแก่การครอบครองสิ่งของวัตถุ โดยมักแสดงออกโดยการซื้อเสื้อผ้าราคาแพงหรือมียี่ห้อ และประการสุดท้าย คนไทยมักมองว่าการครอบครองสิ่งของเหล่านี้เป็นการแสดงถึงความเจริญและทันสมัย และสอดคล้องกับชูชัย สมितिไกร ซึ่งได้กล่าวไว้ว่าการที่คนไทยให้ความสำคัญแก่ค่านิยมที่เกี่ยวกับตนเอง เช่น การได้รับความยกย่องนับถือ การรักษาเกียรติยศและศักดิ์ศรี ทำให้คนไทยนิยมใช้สินค้าที่มีชื่อเสียงและราคาแพง หรือเป็นสินค้าจากต่างประเทศ เน้นการแต่งกายดีตั้งแต่ศีรษะจรดเท้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ และเพื่อต้องการให้ผู้อื่นยกย่องนับถือ ในขณะที่เดียวกันก็มองว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศเป็นสินค้าที่มีคุณภาพต่ำกว่าสินค้าจากต่างประเทศ ดังนั้นสินค้าที่คนไทยนิยมบริโภคจึงได้แก่สินค้าที่มีแบรนด์เนม ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือสินค้าอื่น ๆ ที่นำเข้าจากต่างประเทศ

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกแบบตามแฟชั่นโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกประเด็นย่อยอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกระแสความนิยมหรือแฟชั่น ส่วนประเด็นผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ตนเอง

มีความทันสมัยตลอดเวลา สอดคล้องกับสุนทรีย โคมิน ซึ่งกล่าวว่าคนไทยมักจะมองแค่เปลือกนอกมากกว่าเนื้อแท้ของสิ่งนั้น ๆ เพื่อช่วยยกสถานะภาพของตนเองให้ดูดีไว้ก่อน หรือเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับนับถือ มักตกแต่งร่างกายด้วยเครื่องประดับหรือของใช้ราคาแพง ชอบที่จะมีสถาปัตยกรรมศักดิ์นำหน้าชื่อประการที่สอง คนไทยมักให้คุณค่าแก่การครอบครองสิ่งของวัตถุ โดยมักแสดงออกโดยการซื้อเสื้อผ้าราคาแพงหรือมีหยั้อ และประการสุดท้าย คนไทยมักมองว่าการครอบครองสิ่งของเหล่านี้เป็นการแสดงถึงความเจริญและทันสมัย

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลินโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ มีความสุขกับการได้เดินดูและเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก รองลงมา ได้แก่ มองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำให้ตนเองมีความสุขและสนุกสนาน การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน และรู้สึกมีความสุขเมื่อได้จับจ่ายใช้สอย สอดคล้องกับสุนทรีย โคมิน ที่ได้จัดกลุ่มค่านิยมวิถีปฏิบัติของคนไทยแบบการเน้นที่ตนเอง (Ego Orientation) คนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับค่านิยมที่เกี่ยวกับตนเองเป็นอันดับแรก โดยจะเน้นความเป็นตัวของตัวเอง การรักษาเกียรติยศและศักดิ์ศรีคนไทยไม่ชอบการถูกดูหมิ่น ดังนั้นจึงมีการสร้างกลไกการหลีกเลี่ยงเพื่อลดความขัดแย้งหรือการเผชิญหน้าระหว่างบุคคล จึงทำให้เกิดค่านิยมหลายประการตามมา เช่น การรักษาหน้า การหลีกเลี่ยงการวิพากษ์การวิจารณ์ การหลีกเลี่ยงการทำให้ผู้อื่นรู้สึกอึดอัด

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้แบบตามใจตนเองโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักกระทำอย่างรวดเร็วตามใจตนเอง รองลงมา ได้แก่ กลับมารู้สึกเสียใจกับการตัดสินใจของตนเองในภายหลัง ไม่คิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วน ไม่ได้วางแผนการซื้อสินค้าของตนเองมาก่อน และการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่สนใจว่าตนเองจะจ่ายเงินไปมากน้อยเท่าไร สอดคล้องกับบอนันด์ซัย คงจันทร์ ได้ศึกษาค่านิยมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เรียกว่า “Generation X” ที่มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 21 - 35 ปี จบปริญญาตรีหรือสูงกว่า และอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ จำนวน 888 คนพบว่า ค่านิยมจุดหมายปลายทางที่คนรุ่นใหม่เลือก 5 ลำดับแรก ได้แก่ (1) ความสำเร็จในชีวิต (2) ความมั่นคงของครอบครัว (3) ความสุข (4) มิตรภาพที่แท้จริง และ (5) ชีวิตที่สะดวกสบาย ส่วนค่านิยมวิถีปฏิบัติ คนรุ่นใหม่เลือกความสามารถ การมีปัญญา การรับผิดชอบต่อหน้าที่ และการมีเหตุผลและควบคุมตนเอง เป็นอันดับต้น ๆ สำหรับค่านิยมที่คนรุ่นใหม่คิดว่าเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตห้าอันดับแรก ได้แก่ (1) ชีวิตแต่งงานที่มีความสุข (2) อาชีพและโอกาสของความก้าวหน้า (3) การใช้เวลากับครอบครัว (4) งานที่มีรายได้ดี และ (5) งานที่สนุกสนานและให้ความพอใจ ส่วนค่านิยมที่ได้รับความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ การได้ทำงานอาสาสมัครเพื่อสังคม ศาสนา และการได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชน ผลการวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่มีแนวคิดและค่านิยมคล้ายกับสังคมตะวันตกมากขึ้น กล่าวคือ การมุ่งแสวงหาความสำเร็จให้แก่ตนเองเป็นเรื่องที่สำคัญกว่าการมีส่วนช่วยเหลือสังคมและชุมชน

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้แบบเน้นราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นย่อยที่มีคะแนนสูงที่สุด

คือ ผู้บริโภคมีเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปให้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก และมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกหรือเป็นสินค้าที่มีการลดราคา ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับชูชัย สมितिไกร ที่กล่าวว่า การที่คนไทยให้ความสำคัญแก่ค่านิยมที่เกี่ยวกับตนเอง เช่น การได้รับความยกย่องนับถือ การรักษาเกียรติยศและศักดิ์ศรี ทำให้คนไทยนิยมใช้สินค้าที่มีชื่อเสียงและราคาแพง หรือเป็นสินค้าจากต่างประเทศ เน้นการแต่งกายดีตั้งแต่ศีรษะจรดเท้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ และเพื่อต้องการให้ผู้อื่นยกย่องนับถือ ในขณะที่เดียวกันก็มองว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศเป็นสินค้าที่มีคุณภาพต่ำกว่าสินค้าจากต่างประเทศ ดังนั้นสินค้าที่คนไทยนิยมบริโภคจึงได้แก่สินค้าที่มีแบรนด์เนม ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้า เครื่องประดับ หรือสินค้าอื่น ๆ ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง จึงยังทำให้ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างที่ตนเองต้องการอย่างแท้จริง การตัดสินใจซื้อสินค้าของนักศึกษาจะอิงรายรับที่นักศึกษาได้รับจากครอบครัวทำให้มีกำลังซื้อน้อย

พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยประเด็นย่อยทุกประเด็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมทุกครั้งจนเป็นนิสัย รองลงมา ได้แก่ เจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น และซื้อเฉพาะตราสินค้าตามวัตถุนิยม สอดคล้องกับ ชูชัย สมितिไกร ที่กล่าวว่า การสร้างตราสินค้าแบบอิงวิถีชีวิต (lifestyle branding) คือ การสร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภคทราบว่า เป็นตราสินค้าสำหรับวิถีชีวิตแบบใดแบบหนึ่ง การที่ผู้บริโภคแต่ละคนต่างมีวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของตน ตราสินค้าที่อิงวิถีชีวิตคือสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคได้แสดงเอกลักษณ์ของตนออกมาโดยผ่านตราสินค้านั้น

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยประเด็นย่อยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นคุณภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และคุณธรรม แต่หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคแบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง แบบตามแฟชั่น แบบเน้นความสุขหรือความเพลิดเพลิน แบบตามใจตนเอง แบบเน้นราคา แบบสับสน และแบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อสินค้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สอดคล้องกับฐิติยา ขาริรัตน์ ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรด้านเพศ และอาชีพของผู้ปกครองนั้นวิเคราะห์ได้ว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษา ส่วนตัวแปรด้านชั้นปีที่ศึกษา และภูมิฐานะเดิมของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สุมาลี ศรีชัยสวัสดิ์ ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ที่มีเพศและเรียนอยู่ในคณะที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดสภาพแวดล้อมในมหาวิทยาลัยให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้นักศึกษาเกิดการซึมซับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและเกิดทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติตนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นที่การใช้ชีวิตประจำวันซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัวของนักศึกษาแทนที่จะเป็นการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเชิงเกษตรกรรมซึ่งเป็นเรื่องที่ไกลตัวนักศึกษามาเผยแพร่
2. มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีการศึกษาดูงานในสถานที่ที่มีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและสามารถนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตประจำวันของตนได้
3. มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมต้นแบบปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเริ่มจากการให้ความรู้เกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในชีวิตประจำวันแก่นักศึกษา ศึกษาพฤติกรรมหลังจากได้รับความรู้ที่นักศึกษาต้นแบบมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร มีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร จากนั้นให้มีการเผยแพร่และชักจูงนักศึกษาคนอื่น ๆ ให้เข้ามาร่วมกิจกรรมเป็นการขยายผลไปสู่เป้าหมายที่กว้างขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาความรู้ ความเข้าใจในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา โดยมุ่งเน้นไปที่การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตประจำวัน
2. ควรศึกษาเชิงลึกถึงความแตกต่างในการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ของนักศึกษา เพื่อให้เห็นความแตกต่างและสามารถหาวิธีการกระตุ้นการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในบางกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

- กชกร ชำนาญกิตติชัย, ธิตติมา ประภากรเกียรติ, อเนก แสงโนรี และจิระเดช สมितिพรพรรณ. (2554). *การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กนกพิชญ์ วิชฌวรนนท์. (2554). *การถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านในการแก้ปัญหาการใช้ชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการทั่วไป ชั้นปีที่ 2 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*. สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2547). *หลักสถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *สถิติสำหรับงานวิจัย ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กานดา เตชะชั้นหมาก. (2556). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการดำเนินชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา*. พระนครศรีอยุธยา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- กุลยา อนุโลก. (2555). *การพัฒนาพฤติกรรมการออมของนักศึกษาด้วยหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2558). *เศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: บริษัท ไฟกัสมิเดีย แอนด์พับลิชชิง จำกัด.
- ชุลีพรรณ ศรีสุนทร. (2555). *การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา สาขาเทววิทยา มหาวิทยาลัยพายัพ*. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการพัฒนาภูมิสังคมอย่างยั่งยืน, สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชูชัย สมितिไกร. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิตียา ชาริรัตน์. (2550). *พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี*. สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ทรงสิริ วิจิรานนท์. (2553). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ธัญญา อ้นคง. (2551). *ความเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของบุคลากรขององค์การบริหารส่วนตำบลพะเนินยอด อำเภอนครชัยศรี จังหวัด*

- นครปฐม. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นฤมล ปัญญาชิโรภาส. (2546). *บทบาทของชุมชนร้านค้าบริเวณสถาบันราชภัฏเลยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักศึกษา*. เลย: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, สถาบันราชภัฏเลย.
- นิติ วรานันตกุล และคณะ. (2550). *พฤติกรรมกรรมการบริโภคเบหมิ์กึ่งสำเร็จรูปของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- พงษ์พัฒน์ หมวกหล้า. (2554). *ความรู้ ความเข้าใจ และการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิตประจำวันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาแม่ต๋ืน อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, แขนงวิชาสหกรณ์, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พรสกุล เขตจ้านันท์. (2553). *การบริหารจัดการสถานศึกษาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษายุทธธานี เขต 4*. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พัชรินทร์ บุญเทียม (2553). *หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เป็รื่อง กิจรัตน์ภร, (ม.ป.ป.). *มุมมองต่อการกำกับดูแลมหาวิทยาลัย*. วันที่ค้นข้อมูล 3 พฤศจิกายน 2558, เข้าถึงได้จาก <http://etcserv.pnu.ac.th/datas/file/pqxwbwznm.pdf>
- พีรสิทธิ์ คำนวนศิลป์ และ ศุภวัฒน์กร วงศ์ธนวุธ. (2551). *สถิติพื้นฐานเพื่องานวิจัยท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- เพ็ญแข ประจันปัจจนิก และอ้อมเดือน สดมณี. (2529). *การยึดหลักทางศาสนาในการดำรงชีวิตของชาวนบไทยและแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลง*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัทนียา พรหมลักษณ์. (2549). *ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคฟาสต์ฟู้ดของวัยรุ่น ในเขตอำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี*. สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- รวมรายชื่อ มหาวิทยาลัยในประเทศไทย. (2559). วันที่ค้นข้อมูล 29 ธันวาคม 2559, เข้าถึงได้จาก <http://campus.campus-star.com/education/6592.html>
- วรรณา โชคบันดาลสุข. (2555). *พฤติกรรมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง*. ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- สุนทรี่ โคมิน และสนิท สมัครการ. (2522). *ค่านิยมและระบบค่านิยมไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- สุภางค์ จันทวานิช. (2556). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมาลี ศรีชัยสวัสดิ์. (2553). *พฤติกรรมการใช้จ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). *การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน*. วันที่ค้นข้อมูล 8 เมษายน 2552, เข้าถึงได้จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/survey/socio_sum50.pdf
- อนันต์ชัย คงจันทร์. (2545). *ค่านิยมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่*. *วารสารจุฬาลงกรณ์*, 14(มกราคม-มีนาคม), 46-70.
- อนันต์ แยมเยื่อน. (2558). *การพัฒนาและประเมินเครื่องมือวัดพฤติกรรมกรดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาปริญญาตรี และความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด*. *อุตรดิตถ์: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์*.
- อุทิศ แห่งทอง. (2556) *การใช้ชีวิตตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- Aaker, J. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356.
- Allport, G. W. (1961). *Pattern and growth in personality*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Brody, R. P. & Cunningham, S. M. (1968). Personality variables and the consumer decision process. *Journal of Marketing Research*, 5, 50.
- Blackwell, R., D'Souza, C., Taghian, M., Miniard, P. & Engel, J. (2007). *Consumer Behavior: An Asia Pacific approach*. Australia: Thomson.
- Dolich, I. J. (1969). Congruence relationships between self image and product brands. *Journal of Marketing Research*, 6, 80-85.
- Engler, B. (2009). *Personality theories* (8th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Epstein, S. (1980). The stability of behavior: Implication for psychological research. *American Psychologist*, 35, 790-806.
- Ericksen, M. K. & Sirgy, M. J. (1989). Achievement motivation and clothing behavior of working women: A self-image congruence analysis. *Journal of Social Behavior and Personality*, 4(4), 307-326.

- Holbrook, M. B. (1985). Why business is bad for consumer research: The three bears revisited. In E. C. Hirschman & M. B. Holbrook (Eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 12. (pp. 145-156). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Jump, N. (1978). *Psychometric Theory* (2 nd. Ed.). New York: McGraw Hill.
- Maslow, A. (1943). *A theory of human motivation*. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- McAdams, D. P. (1990). *The person: An introduction to personality psychology*. San Diego, CA: Harcourt Brace Jovanovich.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Mulyanegara, R. C., Tsarenko, Y. & Anderson, A. (2009). The big five and brand personality: Investigating the impact of consumer personality on preferences towards particular brand personality. *Journal of Brand Management*, 16, 234-247.
- Murphy, K. R. & Davidshofer, C. D. (1994). *Psychological testing: Principles and applications*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Pervin, L. A. (1980). *Personality theory and assessment*. New York: Wiley.
- Rokeach, M. (1968). *Beliefs, attitudes and values*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Rokeach, M. (1969). The role of values in public opinion research. *The Public Opinion Quarterly*, 32, 547-559.
- Shank, M. D. & Langmeyer, L. (1994). Does personality influence brand image. *Journal of Psychology*, 128, 157.
- Solomon, M. (2009). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (8th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Sproles, G. B. & Kendall, E. L. (1986). A methodology for profiling consumers' decisionmaking styles. *Journal of Consumer Affairs*, 20(2), 267-279.
- Walters, G. C. (1978). *Consumer behavior: Theory and practice*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Webb, J. (1992). *Understanding and designing marketing research*. London: Academic Press.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในภาคตะวันออกเฉียง

เรียนทุกท่าน

ด้วยผู้วิจัยได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจ
พอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียง”

ในการนี้ จึงใคร่ขอความกรุณาท่านโปรดตอบแบบสอบถามดังกล่าว เพื่อผู้วิจัยจะได้นำ
ข้อมูลที่ได้รับไปเป็นแนวทางในการปรับใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในกลุ่มนักศึกษาต่อไป
จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ผู้วิจัย

ผศ.ดร.เขมมารี รักษ์ชูชีพ

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

เลขที่แบบสอบถาม () () ()

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในกลุ่มนักศึกษา จึงขอความร่วมมือมายังท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามโดยไม่ต้องกังวลใด ๆ ทั้งสิ้น เพราะผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเหล่านี้ไว้เป็นความลับ และจะไม่มีมีการวิเคราะห์เป็นรายบุคคล แต่จะวิเคราะห์โดยภาพรวม จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ ด้วย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 18 - 20 ปี	<input type="checkbox"/> 21 - 23 ปี
<input type="checkbox"/> 24 - 26 ปี	<input type="checkbox"/> 27 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ).....	
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3,000 บาท	<input type="checkbox"/> 3,001 - 6,000 บาท
<input type="checkbox"/> 6,001 - 9,000 บาท	<input type="checkbox"/> 9,001 บาทขึ้นไป
5. ชั้นปีที่ศึกษา

<input type="checkbox"/> ชั้นปีที่ 1	<input type="checkbox"/> ชั้นปีที่ 2
<input type="checkbox"/> ชั้นปีที่ 3	<input type="checkbox"/> ชั้นปีที่ 4
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (ระบุ).....	

ส่วนที่ 2 ประเมินเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก ในด้านต่าง ๆ จำนวน 5 ด้าน

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับของความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1) ด้านพอประมาณ						
6	ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป ในการดำรงชีพ					
7	ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น					
8	การจะทำอะไรต้องมีความพอดี ไม่ประมาทในชีวิต					
9	พอเหมาะพอควร ต่อความจำเป็น ในการบริโภค					
10	เหมาะสมกับฐานะของตนเอง สภาวะสังคม แวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น					
11	รู้จักประหยัด อดออม					
12	ใช้เวลาให้เกิดประโยชน์					
2) ด้านมีเหตุผล						
13	การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียงนั้น จะต้อง เป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่ เกี่ยวข้อง					
14	คิดอย่างรอบคอบ ครบวงจรบนพื้นฐานของความ ถูกต้อง ความเป็นจริง ตามหลักวิชาการ หลัก กฎหมาย หลักศีลธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมที่ดี งาม					
15	เรียนรู้ในอาชีพ					
16	จะทำให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาดน้อย					

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับของความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
2) ด้านมีเหตุผล (ต่อ)						
17	การที่จะวางแผนดำเนินการสิ่งใดอย่างสมเหตุสมผล ต้องอาศัยความรอบรู้ ชยันหมั่นเพียร อดทนที่จะ จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ					
18	แสวงหาความรู้ที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ					
19	มีความรอบคอบในความคิด พิจารณาตัดสินใจโดย ใช้สติ ปัญญา อย่างเฉลียวฉลาดในทางที่ถูกที่ควร					
3) ด้านมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี						
20	ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีทำให้สามารถปรับตัวและรับมือได้ อย่างทันทั่วทั้งที่					
21	การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลง ด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม					
22	ทำอะไรที่ไม่เสี่ยงเกินไป					
23	ไม่ประมาท					
24	คิดถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้					
25	เตรียมตนเอง เตรียมวิธีการทำงานรองรับการ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ					

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับของความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
4) ด้านความรู้						
26	การดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปอย่างถูกต้อง					
27	ความรู้รอบรู้ คือความรู้ลึกในงานที่ทำและความรู้กว้างในสภาวะแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ					
28	ความระลึกรู้ (สติ) คือ การยั้งคิดพิจารณาและรู้ทันสภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะกระทำการใด ๆ					
29	ความรู้ชัด (ปัญญา) คือ การเห็นและเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด ถูกต้องตามเหตุตามผลและตามจริง					
4) ด้านความรู้						
30	ความประพฤติชอบ มีการพูดและการกระทำที่ตรงต่อหน้าที่การงาน					
31	ต่อตนเองและต่อผู้อื่นที่เกี่ยวข้อง มีเจตนาบริสุทธิ์ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง					
32	ไม่เอาเปรียบ					
33	มีความอดทน					
34	มีความอดทน					
35	มีความหนักแน่น ไม่หือถอย ทำให้การดำเนินงานรุดหน้าเรื่อยไปจนประสบผลสำเร็จ					
36	ความรอบคอบระมัดระวัง คือ การพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในทุกแง่ทุกมุมก่อนที่จะดำเนินงานเพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดและพลั้งพลาด					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก ในด้านต่าง ๆ จำนวน 8 ด้าน

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับของความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
1) แบบเน้นคุณภาพ (Quality consciousness)						
37	การตัดสินใจของผู้บริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก					
38	ต้องการซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูง					
39	นิยมความสมบูรณ์แบบ (Perfectionism)					
40	ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียดถี่ถ้วน					
41	มีการเปรียบเทียบสินค้าต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจซื้อ					
2) แบบเน้นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง (Brand consciousness)						
42	การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับตราสินค้า					
43	ผู้บริโภคจะเลือกตัดสินใจจากควมมีชื่อเสียงของตราสินค้า และมักจะนิยมเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาแพงหรือมีชื่อเสียง (Brand name)					
44	มีความเชื่อว่าราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้านั้น ๆ					
43	ยิ่งสินค้านั้นมีราคาสูงแสดงว่าสินค้านั้นยังมีคุณภาพดี นอกจากนี้ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยังนิยมเลือกซื้อสินค้านี้ที่ที่ติดอันดับขายดีและมีการโฆษณาอีกด้วย					
3) แบบตามแฟชั่น (Fashion consciousness)						
46	การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกระแสความนิยมหรือแฟชั่น					
47	ผู้บริโภคจะชอบแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ และคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงของแฟชั่นอยู่เสมอ เพื่อให้ตนเองมีความทันสมัยตลอดเวลา					

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับของความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
4) แบบเน้นความสุข/ความเพลิดเพลิน (Hedonistic/recreation consciousness)						
48	การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นการซื้อสินค้าเพื่อความเพลิดเพลิน					
49	รู้สึกมีความสุขเมื่อได้จับจ่ายใช้สอย					
50	มองว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่ทำให้ตนเองมีความสุขและสนุกสนาน					
51	มีความสุขกับการได้เดินดูและเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ด้วยตนเองเป็นอย่างมาก					
5) แบบตามใจตนเอง (Impulse consciousness)						
52	การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มีกระทำได้รวดเร็วตามใจตนเอง					
53	ไม่คิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วน					
54	ไม่ได้วางแผนการซื้อสินค้าของตนเองมาก่อน					
55	การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่สนใจว่าตนเองจะจ่ายเงินไปมากน้อยเท่าไร					
56	กลับมา รู้สึกเสียใจกับการตัดสินใจของตนเองในภายหลัง					
6) แบบเน้นราคา (Price consciousness)						
57	การตัดสินใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญและคำนึงถึงราคาของสินค้าเป็นอย่างมาก					
58	มักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกหรือเป็นสินค้าที่มีการลดราคา					
59	ผู้บริโภคมีเป้าหมายที่จะซื้อสินค้าที่มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไปให้ได้มากที่สุด					

ข้อ ที่	ข้อความ	ระดับของความคิดเห็น				
		มาก ที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
7) แบบสับสน (Confusion by overchoice)						
60	การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักจะสับสนกับตราสินค้าหรือร้านค้าที่มีให้เลือกมากมาย					
61	ผู้บริโภคมักไม่ค่อยมีความมั่นใจในตัวเองและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ยาก					
62	ผู้บริโภคได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือร้านค้าต่าง ๆ เข้ามามากจนเกินไป					
8) แบบซื้อตามความเคยชินหรือภักดีต่อตราสินค้า (Habit/brand loyalty)						
63	การตัดสินใจของผู้บริโภคที่มักซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมทุกครั้งจนเป็นนิสัย					
64	เจาะจงซื้อเฉพาะตราสินค้าที่ตนเองชื่นชอบเท่านั้น					
65	ซื้อเฉพาะตราสินค้าตามวัตถุนิยม					

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูล

ภาคผนวก ข
หนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล

ที่ ศธ ๖๒๑๑/๐๒๕๕



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
๑๖๙ ถ.ลพท.บางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๘ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงศักดิ์ จันทร์อุดม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชมมารี รักษ์ชูชีพ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย คณะรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ เรื่อง "พฤติกรรมกรรบกคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก" ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อการวิจัย โดยขอเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตบางพระ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ว่าที่เรือตรี ดร.เอกวิทย์ มณีธร์)
คณบดีคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

หน่วยงานส่งเสริมการวิจัย ผลิตเอกสาร และตำรา

โทรศัพท์ ๐๓๘-๑๐๒๓๖๕ ต่อ ๑๓๐

โทรสาร ๐๓๘-๓๘๓๔๗๕

ผู้ประสานงาน: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชมมารี รักษ์ชูชีพ

โทรศัพท์ ๐๘๑-๙๓๓๐๙๖๑

ที่ ศธ ๒๒๑๑/๐๖๖๕



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
๑๖๙ ถ.สิงหนาทบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๗ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์บุญญ พุทธิสโรทิน
คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมมาวีร์ รัชชชูชีพ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย คณะรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ เรื่อง "พฤติกรรมกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคตะวันออก" ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อการวิจัย โดยขอเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ว่าที่เรือตรี ดร.เอกวิทย์ มณีธร)
คณบดีคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

หน่วยงานส่งเสริมการวิจัย ผลิตเอกสาร และตำรา

โทรศัพท์ ๐๓๘-๑๐๒๓๖๙ ต่อ ๑๓๐

โทรสาร ๐๓๘-๓๙๓๔๗๕

ผู้ประสานงาน: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมมาวีร์ รัชชชูชีพ

โทรศัพท์ ๐๘๑-๙๑๓๐๙๖๑

ที่ ศธ ๖๒๑๑/๐๖๑๖



คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
๑๖๙ ถ.สิงหนาทบางแสน ต.แสนสุข
อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๑๘ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมมารี รัชชชูชีพ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย คณะรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ เรื่อง "พฤติกรรมกรรมการบริโภคตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ" ในกรณีนี้ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อการวิจัย โดยขอเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ว่าที่เรือตรี ดร.เอกวิทย์ มณีธร)
คณบดีคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

หน่วยงานส่งเสริมการวิจัย ผลิตเอกสาร และตำรา

โทรศัพท์ ๐๓๘-๑๐๒๓๖๙ ต่อ ๑๓๐

โทรสาร ๐๓๘-๓๙๓๔๗๕

ผู้ประสานงาน: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมมารี รัชชชูชีพ

โทรศัพท์ ๐๘๑-๙๑๓๐๙๖๑