

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายสำหรับการบริโภคสื่อต่าง ๆ ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี 2541

นางสาว ดวงดาว เทียนสุวรรณ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2541

ISBN 974-332-079-2

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AN ANALYSIS ON EXPENDITURE IN MEDIA CONSUMPTION OF
CHULALONGKORN UNIVERSITY STUDENTS IN 1998

Miss Duangdao Thiensuwan

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1998

ISBN 974-332-079-2

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

ดวงดาว เทียนสุวรรณ : การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายสำหรับการบริโภคสื่อต่าง ๆ ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี 2541 (AN ANALYSIS ON EXPENDITURE IN MEDIA CONSUMPTION OF CHULALONGKORN UNIVERSITY STUDENTS IN 1998) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. ศิวชัย ศิริกาเยะ , 137 หน้า. ISBN 974-332-079-2.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงค่าใช้จ่ายสำหรับการบริโภคสื่อต่าง ๆ ของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปี 2541 โดยได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบนิสิตทั้ง 4 สาขาวิชา และเปรียบเทียบแยกระหว่างนิสิตชายและนิสิตหญิง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+

ผลการวิจัยพบว่า

สื่อที่นิสิตเสียค่าใช้จ่ายในการบริโภคมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่และพบว่าการใช้เวลาส่วนใหญ่ของนิสิตจะหมดไปกับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

การวิจัยนี้ได้ตั้งสมมุติฐานไว้ 5 ข้อ ผลปรากฏว่า

1. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้สำหรับการบริโภคสื่อใน 1 สัปดาห์ ระหว่างนิสิตทั้ง 4 สาขาวิชา พบว่ามีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันในสื่ออินเทอร์เน็ต
2. การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้สำหรับการบริโภคสื่อใน 1 สัปดาห์ ระหว่างนิสิตชายและนิสิตหญิง พบว่ามีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันในสื่อโทรทัศน์เคลื่อนที่
3. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของเวลาที่ใช้ในการบริโภคสื่อใน 1 สัปดาห์ ระหว่างนิสิตทั้ง 4 สาขาวิชา พบว่ามีค่าเฉลี่ยของเวลาในการบริโภคสื่อโทรทัศน์และวิทยุที่แตกต่างกัน
4. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของเวลาที่ใช้ในการบริโภคสื่อต่างๆใน 1 สัปดาห์ ระหว่างนิสิตชายและหญิง พบว่ามีค่าเฉลี่ยของเวลาที่แตกต่างกันในสื่อโทรทัศน์
5. จุดสัมผัสของเส้นงบประมาณกับเส้นแห่งความพอใจ สามารถบ่งบอกถึงมูลค่าส่วนเกินที่ไม่เท่ากันของสื่อแต่ละชนิด

และผลของการวิจัยทำให้พบว่า การบริโภคสื่อต่างๆของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นการบริโภคเพื่อสัพัญญะเป็นความต้องการที่จำเป็น ซึ่งตรงกับแนวความคิดของ ซ็อง โบคยียาร็ค

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิสิต ดวงดาว เทียนสุวรรณ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ศิวชัย ศิริกาเยะ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

The purpose of this research is to study the cost of Chulalongkorn students' consumption of media in 1998. The analysis covers subjects in 4 fields. It also separates male and female subjects. The sample size is 400 students. This research employs the complete package of computer which is SPSS+

The result show that mobile phone is the most costly in media consumption of Chulalongkorn students. The most of their time is spent with television.

The comparison of students in 4 fields and on gender difference yields of 5 Hypothesis as following:

1. A one week comparison of students in 4 fields indicates that the use Internet differ in expenses.
2. A one week comparison of students' comparison divided gender factor also yields differences in result. It has been discovered that students also spend money mostly on mobile phone call.
3. The comparison of time spending within a week of students in 4 fields indicates that most students spend their time watching television and listening to radio.
4. A one week comparison of time being spent on media by male and female students found the difference in spending time for watching television.
5. An indifference curve is a line showing various combinations of two media that yields a constant level of satisfaction.

In addition, the result of the study reveals that: In consumer society of Chulalongkorn students what is consumed is not the object itself, but the system itself. They consumed by signifying system of which the commodity is one kind of differential term. It is a condition of semiosis engendered by the students of commodity relation as they consume the code.

So it is obvious that consumer society of Chulalongkorn students surrounds itself with sign of abundance.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน.....
 สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน.....
 ปีการศึกษา..... 2541.....

ลายมือชื่อนิสิต..... ดารณว พิชัยวิจิตรวาท.....
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... สิทธิโชค สิทธิโชค.....
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งของ
รองศาสตราจารย์ดร. ศิริชัย ศิริกายะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ที่มีพระคุณอย่างยิ่ง ซึ่งท่าน
ได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ รวมทั้งเอาใจใส่และให้เวลาแก่ลูกศิษย์ตลอดเวลา และกราบ
ขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ดร. พุทธกาล รัชทร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรอง
ศาสตราจารย์ วิภา อุดมจันทร์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

งานวิจัยชิ้นนี้ ได้รับความช่วยเหลือจากผู้ช่วยวิจัยคือ คนในครอบครัว ขอขอบ
คุณ คุณ พัลพงศ์ สุวรรณวาทีน น้องชายที่ให้กำลังใจที่มามาก คุณเนตรนภิส เพื่อนรัก และ
เพื่อนๆที่เรียนด้วยกันที่ให้กำลังใจและช่วยเหลือกันมาตลอดเวลา ที่สำคัญที่สุดผู้วิจัยขอกราบขอบ
พระคุณ บิดา มารดา ที่ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจลูกมาโดยตลอด ประโยชน์ที่บังเกิดจาก
วิทยานิพนธ์นี้ ขอผ่านไปยังพ่อและแม่ด้วยรักและกตัญญู

ดวงดาว เทียนสุวรรณ

พฤษภาคม 2542

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญกราฟ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.3 สมมุติฐานของการวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	7
1.5 นิยามศัพท์.....	7
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 ทฤษฎีการบริโภคเชิงตรรกวิทยา.....	11
2.2 ทฤษฎีอรรถประโยชน์.....	21
2.3 ทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค.....	23
2.4 ฟังก์ชันอรรถประโยชน์.....	24
2.5 เส้นความพอใจเท่ากัน.....	26
2.6 เส้นงบประมาณ.....	28
2.7 คุณภาพของผู้บริโภค.....	29
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	31
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	31
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
3.4 การสรุปผลการวิเคราะห์.....	37

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
	4.1 วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.....	38
	4.2 วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2.....	54
	4.3 วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3.....	59
	4.4 วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4.....	72
	4.5 วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคโดยใช้ทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์.....	87
5	การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการบริโภคสี่อย่างของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เชิงตรรกวิทยาของโบคิริยาร์ด.....	106
6	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	117
	6.1 สรุปผลการวิจัย.....	117
	6.2 อภิปรายผล.....	123
	6.3 ข้อเสนอแนะ.....	125
	รายการอ้างอิง.....	126
	ภาคผนวก.....	130
	ประวัติผู้วิจัย.....	138

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงการบริโภคสื่อต่างๆของเมืองในภูมิภาคเอเชีย.....	2
ตารางที่ 2 แสดงอรรถประโยชน์รวมและอรรถประโยชน์สุดท้ายในการบริโภค นำสัมแต่ละแก้ว.....	22
ตารางที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคสื่อต่างๆต่อสัปดาห์.....	39
ตารางที่ 4 แสดงการทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนของนิสิต ทั้ง 4 สาขาในการใช้จ่ายสำหรับการบริโภคสื่อต่างๆ.....	43
ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อหาสาขาที่เสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่แตกต่างกัน....	45
ตารางที่ 6 แสดงการทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนของนิสิต ทั้ง 4 สาขาในการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสื่อต่างๆ.....	49
ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อหาคู่ที่แตกต่างกันเป็นคู่ๆ.....	50
ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อเปรียบเทียบคู่ที่แตกต่างเป็นคู่ๆ.....	52
ตารางที่ 9 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยระหว่างนิสิตชายและนิสิตหญิง.....	54
ตารางที่ 10 แสดงการทดสอบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยระหว่างนิสิตชายและนิสิตหญิง.....	56
ตารางที่ 11 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยระหว่างนิสิตชายและนิสิตหญิงในการบริโภค นิตยสารประเภทต่างๆ.....	57
ตารางที่ 12 แสดงการทดสอบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยระหว่างนิสิตชายและนิสิตหญิง ในการบริโภคนิตยสารต่างๆต่อเดือน.....	58
ตารางที่ 13 แสดงการใช้เวลาับสื่อต่างๆใน 1 สัปดาห์ของนิสิตทั้ง 4 สาขา.....	59
ตารางที่ 14 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของนิสิตทั้ง 4 สาขาของเวลา ที่ใช้ในการบริโภคสื่อต่างๆใน 1 สัปดาห์.....	62
ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบเชิงซ้อนเพื่อหาสาขาที่ใช้เวลาเฉลี่ยในการบริโภค สื่อที่แตกต่างกันใน 1 สัปดาห์.....	64
ตารางที่ 16 แสดงการทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนของนิสิตทั้ง 4 สาขา ในการใช้เวลาเพื่อการบริโภครายการต่างๆทางโทรทัศน์.....	69
ตารางที่ 17 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของนิสิตทั้ง 4 สาขา ในการใช้เวลา เพื่อบริโภครายการต่างๆทางวิทยุ.....	70
ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อเปรียบเทียบคู่ที่แตกต่างเป็นคู่ๆ.....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 19 แสดงการใช้เวลาในการบริโภคสื่อต่างๆโดยแยกระหว่างนิสิตชายและหญิง.....	73
ตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของเวลาที่ใช้ในการบริโภคสื่อต่างๆ.....	74
ตารางที่ 21 แสดงการใช้เวลาเฉลี่ยระหว่างนิสิตชายและหญิงในการชมรายการประเภท ต่างๆทางโทรทัศน์ใน 1 วัน.....	75
ตารางที่ 22 แสดงการทดสอบเวลาเฉลี่ยระหว่างนิสิตชายและหญิงที่ชมรายการประเภท ต่างๆทางโทรทัศน์ใน 1 วัน.....	76
ตารางที่ 23 แสดงการใช้เวลาเฉลี่ยระหว่างนิสิตชายและหญิงในการรับฟังรายการ ประเภทต่างๆทางสื่อวิทยุใน 1 วัน.....	76
ตารางที่ 24 แสดงการทดสอบเวลาเฉลี่ย ระหว่างนิสิตชายและหญิง ในการรับฟัง รายการต่างๆทางวิทยุใน 1 วัน	
ตารางที่ 25 การใช้เวลาเฉลี่ยกับสื่อต่างๆในการบริโภครายการประเภทข่าว ใน 1 สัปดาห์...	78
ตารางที่ 26 การใช้เวลาเฉลี่ยกับสื่อประเภทต่างๆในการบริโภครายการประเภทบันเทิง.....	79
ตารางที่ 27 การใช้เวลาเฉลี่ยกับสื่อประเภทต่างๆในการบริโภครายการประเภทสารคดี.....	80
ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (TV) กับตัวแปรอิสระ.....	82
ตารางที่ 29 แสดงการทดสอบสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย	
ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (RADIO) กับตัวแปรอิสระ.....	85
ตารางที่ 31 แสดงการทดสอบสัมประสิทธิ์ของสมการความถดถอย.....	86
ตารางที่ 32 แสดงปริมาณการบริโภคเทปเพลงกับซีดีเพลงโดยที่ให้ความพอใจ แก่ผู้บริโภคเท่ากัน.....	90
ตารางที่ 33 แสดงการลดลงของอัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันระหว่างสื่อสองชนิด.....	91
ตารางที่ 34 แสดงปริมาณการบริโภคสื่อวิดีโอเทปกับซีดีภาพยนตร์ที่ให้ความพอใจ แก่ผู้บริโภคเท่ากัน.....	93
ตารางที่ 35 การลดลงของอัตราสุดท้ายของการใช้แทนกันระหว่างสื่อวิดีโอเทป กับซีดีภาพยนตร์.....	94

สารบัญกราฟ

	หน้า
กราฟที่ 1 แสดงกราฟของสมการถดถอยของตัวแปร TV กับ V1223(รายการสารคดี).....	84
กราฟที่ 2 แสดงเส้นความพอใจเท่ากัน.....	88
กราฟที่ 3 แสดงเส้นความพอใจเปรียบเทียบระหว่างสินค้าที่ทดแทนกันได้สมบูรณ์ กับสินค้าที่ทดแทนกันไม่ได้.....	89
กราฟที่ 4 แสดงเส้นความพอใจเท่ากันที่นิสิตได้รับการบริโภคเทพเพลงกับซีดีเพลง.....	92
กราฟที่ 5 แสดงเส้นความพอใจเท่ากันที่นิสิตได้รับการบริโภควิดีโอเทพภาพยนตร์ กับซีดีภาพยนตร์.....	94
กราฟที่ 6 แสดงเส้นงบประมาณของนิสิตจุฬาลงกรณ์ในการบริโภคเทพเพลงกับซีดีเพลง.....	95
กราฟที่ 7 แสดงเส้นงบประมาณของนิสิตในการบริโภควิดีโอเทพภาพยนตร์กับซีดีภาพยนตร์..	96
กราฟที่ 8 แสดงดุลยภาพที่เกิดจากขอบเขตอำนาจซื้อของนิสิตในสื่อเทพเพลงกับซีดีเพลง ที่ทำให้นิสิตได้รับความพอใจสูงสุด.....	98
กราฟที่ 10 แสดงดุลยภาพที่เกิดจากขอบเขตอำนาจซื้อของนิสิตในสื่อวิดีโอเทพภาพยนตร์ กับซีดีภาพยนตร์ที่ทำให้นิสิตได้รับความพอใจสูงสุด.....	99
กราฟที่ 11 แสดงเส้นความพอใจที่ขนานกัน.....	101
กราฟที่ 12 แสดงวิธีการหาค่าส่วนเกินผู้บริโภค.....	102
กราฟที่ 13 แสดงการเปรียบเทียบมูลค่าส่วนเกินที่ได้รับระหว่างการบริโภค สื่อเทพเพลง-ซีดีเพลง กับ สื่อวิดีโอเทพ-ซีดีภาพยนตร์.....	104