



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวและการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปริมาณการใช้สินค้าของเด็กวัยรุ่น

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการอยู่อาศัยของครอบครัว สถานะการทำงานของบิดามารดากับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้สินค้าของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	189	47.3
หญิง	211	52.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 52.8) เป็นเพศหญิง และเป็นเพศชายจำนวน ร้อยละ 47.3

ตารางที่ 1.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
13 ปี	74	18.5
14 ปี	69	17.3
15 ปี	68	17.0
16 ปี	73	18.3
17 ปี	66	16.5
18 ปี	50	12.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 13-17 ปี มีจำนวนไม่ต่างกันมาก โดยเด็กวัยรุ่นอายุ 13 ปี มีจำนวนร้อยละ 18.5 อายุ 16 ปี มีจำนวนร้อยละ 18.3 อายุ 14 ปี มีจำนวนร้อยละ 17.3 อายุ 15 ปี มีจำนวนร้อยละ 17 อายุ 17 ปี มีจำนวนร้อยละ 16.5 ส่วนเด็กวัยรุ่นอายุ 18 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวนร้อยละ 12.5

ตารางที่ 1.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับชั้น	จำนวน	ร้อยละ
ม.1	66	16.5
ม.2	66	16.5
ม.3	67	16.8
ม.4	66	16.5
ม.5	67	16.8
ม.6	68	17.0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.3 จากการที่ผู้วิจัยได้กำหนดการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ชั้น ม.1-ม.6 ไว้จำนวนชั้นละเท่าๆกัน ข้อมูลในตารางจึงแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในชั้น ม.1-ม.6 มีจำนวนไม่ต่างกันมาก ซึ่งโดยเด็กวัยรุ่นที่เรียนอยู่ชั้น ม.6 มีจำนวนร้อยละ 17 ชั้น ม.5 และชั้น ม.3 มีจำนวนเท่ากันคือ จำนวนร้อยละ 16.8 ส่วนชั้น ม.4 ,ม.2 และ ม.1 มีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 16.5

ตารางที่ 1.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
3 คน	66	16.5
4 คน	151	37.8
5 คน	111	27.8
มากกว่า 5 คน	72	18.0
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.4 แสดงให้เห็นว่า ครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างมีสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วมกัน 4 คน มีจำนวนร้อยละ 37.8 สมาชิก 5 คน มีจำนวนร้อยละ 27.8 สมาชิกมากกว่า 5 คน มีจำนวนร้อยละ 18 และสมาชิก 3 คน มีจำนวนร้อยละ 16.5

ตารางที่ 1.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนพี่น้อง

จำนวนพี่น้อง	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	63	15.8
2 คน	197	49.3
3 คน	83	20.8
4 คน	34	8.5
มากกว่า 4 คน	23	5.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.5 แสดงให้เห็นว่าจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีพี่น้อง 2 คน (รวมตัวเอง) (ร้อยละ 49.3) รองลงมาเป็นเด็กวัยรุ่นที่มีพี่น้อง 3 คน มีจำนวนร้อยละ 20.8 ส่วนที่เป็นลูกคนเดียว มีจำนวนร้อยละ 15.8 เด็กวัยรุ่นที่มีพี่น้อง 4 คน มีจำนวนร้อยละ 8.5 และที่มีพี่น้องมากกว่า 4 คน มีจำนวนร้อยละ 5.8

ตารางที่ 1.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลำดับการเกิด

ลำดับการเกิด	จำนวน	ร้อยละ
ลูกคนเดียว	63	16
คนที่ 1	149	37
คนที่ 2	121	30
คนที่ 3	39	9.8
คนที่ 4	17	4.3
คนที่ 5	9	2.3
คนที่ 6	1	.3
คนที่ 8	1	.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.6 แสดงให้เห็นว่า จำนวนมากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกคนที่ 1 (ร้อยละ 37) รองลงมาเป็นลูกคนที่ 2 มีจำนวนร้อยละ 30 ลูกคนเดียว มีจำนวนร้อยละ 16 ลูกคนที่ 3 มีจำนวนร้อยละ 9.8 ลูกคนที่ 4 มีจำนวนร้อยละ 4.3 ลูกคนที่ 5 มีจำนวนร้อยละ 2.3 ลูกคนที่ 6 มีจำนวนร้อยละ 0.3 และลูกคนที่ 8 มีจำนวนร้อยละ 0.3

ตารางที่ 1.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ปกครองของเด็กวัยรุ่น

ผู้ปกครอง	จำนวน	ร้อยละ
พ่อแม่	298	74.5
พ่อหรือแม่คนเดียวคนหนึ่ง	53	13.3
ญาติ	47	11.8
อื่นๆ	2	.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.7 แสดงให้เห็นว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับพ่อและแม่ (ร้อยละ 74.5) ส่วนเด็กวัยรุ่นที่อาศัยอยู่กับพ่อหรือแม่คนเดียวคนหนึ่งนั้น มีจำนวนร้อยละ 13.3 อาศัยอยู่กับญาติ มีจำนวนร้อยละ 11.8 และนอกนั้นอาศัยอยู่กับบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ญาติ เช่น พ่อบุญธรรม มีจำนวนร้อยละ 0.5

ตารางที่ 1.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของพ่อแม่

สถานภาพของพ่อแม่	จำนวน	ร้อยละ
อยู่ด้วยกัน	315	78.8
แยกกันอยู่/หย่า	59	14.8
คนเดียวคนหนึ่งเสียชีวิต	24	6.0
เสียชีวิตทั้งคู่	2	.5
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.8 แสดงให้เห็นว่า บิดาและมารดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 78.8) แยกกันอยู่หรือหย่าร้าง มีจำนวนร้อยละ 14.8 คนใดคนหนึ่งเสียชีวิตมีจำนวนร้อยละ 6.0 และเสียชีวิตทั้งคู่ มีจำนวนร้อยละ 0.5

ตารางที่ 1.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพของบิดา

อาชีพของบิดา	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/ทำงานรัฐวิสาหกิจ	92	23.0
ทำงานบริษัทเอกชน	42	10.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	142	35.5
ช่างฝีมือ/รับจ้างทั่วไป	74	18.5
กำลังหางานอยู่	3	.8
พ่อบ้าน	6	1.5
อื่นๆ	41	10.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.9 แสดงให้เห็นว่า บิดาของกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพค้าขายมากที่สุด (ร้อยละ 35.5) รองลงมาได้แก่ ทำงานรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนร้อยละ 23.3 ช่างฝีมือหรือรับจ้างทั่วไป มีจำนวนร้อยละ 18.5 ทำงานบริษัทเอกชน มีจำนวนร้อยละ 10.5 พ่อบ้าน มีจำนวนร้อยละ 1.5 และกำลังหางานอยู่ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 0.8

ตารางที่ 1.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพของมารดา

อาชีพของมารดา	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/ทำงานรัฐวิสาหกิจ	68	17.0
ทำงานบริษัทเอกชน	25	6.3
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	146	36.5
ช่างฝีมือ/รับจ้างทั่วไป	33	8.3
กำลังหางานอยู่	1	.3
แม่บ้าน	110	27.5
อื่นๆ	17	4.3
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.10 แสดงให้เห็นว่า มารดาของกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพค้าขายมากที่สุด (ร้อยละ 36.5) รองลงมาได้แก่ แม่บ้าน มีจำนวนร้อยละ 27.5 ทำงานรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ

มีจำนวน ร้อยละ 17 ช่วงฝีมือหรือรับจ้างทั่วไป มีจำนวนร้อยละ 8.3 ทำงานบริษัทเอกชน มีจำนวน ร้อยละ 6.3 และกำลังหางานอยู่ มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 0.3

ตารางที่ 1.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้ของครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	19.2
10,001 - 30,000 บาท	283	45.8
30,001 - 50,000 บาท	78	19.5
50,001 - 70,000 บาท	35	8.7
มากกว่า 70,000 บาท	27	6.8
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.11 แสดงให้เห็นว่า จำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของครอบครัวกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 10,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 45.8) ครอบครัวที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 มีจำนวน ร้อยละ 19.5 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 19.2 บาท รายได้มากกว่า 70,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 6.8 และรายได้ 50,001 - 70,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 8.7

ตารางที่ 1.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายรับของเด็กวัยรุ่นต่อเดือน

รายรับของเด็กวัยรุ่น	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000 บาท	86	21.5
1,000 - 5,000 บาท	280	70
5,000 - 10,000 บาท	21	5.25
มากกว่า 10,000 บาท	13	3.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1.12 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายรับ 1,000 - 5,000 บาท (ร้อยละ 70) รายรับต่ำกว่า 1,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 21.5 รายรับ 5,000 - 10,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 5.25 และรายรับมากกว่า 10,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 3.25

ตารางที่ 1.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสินค้าที่ใช้ในครอบครัว

สินค้าในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	400	100.0
เครื่องเสียง/วิทยุ	392	98.0
คอมพิวเตอร์	248	62.0
เฟอร์นิเจอร์	387	96.75
โทรศัพท์	384	96.0
กล้องถ่ายรูป	318	79.5
รถยนต์	261	65.25
จักรยานยนต์	234	58.5
สบู่	400	100.0
แชมพู	400	100.0
ยาสีฟัน	400	100.0
การใช้บริการร้านอาหาร	367	91.75
การท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	366	91.5

จากตารางที่ 1.13 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีสินค้าที่ใช้ในครอบครัวประเภทโทรทัศน์ สบู่ แชมพู ยาสีฟัน (ร้อยละ 100) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสินค้าที่ใช้ในครอบครัวประเภทต่างๆ ได้แก่ วิทยุ มีจำนวนร้อยละ 98 เฟอร์นิเจอร์ มีจำนวนร้อยละ 96.75 โทรศัพท์ มีจำนวนร้อยละ 96 การใช้บริการร้านอาหาร มีจำนวนร้อยละ 91.75 การท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีจำนวนร้อยละ 91.5 กล้องถ่ายรูป มีจำนวนร้อยละ 79.5 รถยนต์ มีจำนวนร้อยละ 65.2 คอมพิวเตอร์ มีจำนวนร้อยละ 62 จักรยานยนต์มีจำนวนร้อยละ 58.5



ตารางที่ 1.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสินค้าที่เด็กวัยรุ่น  
มีใช้ส่วนตัว

สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	206	51.5
เครื่องเสียง/วิทยุ	270	67.5
คอมพิวเตอร์	84	21.0
เฟอร์นิเจอร์	251	62.75
โทรศัพท์	157	39.25
กล้องถ่ายรูป	98	24.5
จักรยาน	190	47.5
สบู่	274	68.5
แชมพู	278	69.5
ยาสีฟัน	253	63.25

จากตารางที่ 1.14 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นส่วนใหญ่มีสินค้าที่มีใช้ส่วนตัว  
ประเภทต่างๆ ได้แก่ แชมพู มีจำนวนร้อยละ 69.5 สบู่ มีจำนวนร้อยละ 68.5 วิทยุ มีจำนวนร้อยละ  
67.5 ยาสีฟัน มีจำนวนร้อยละ 63.25 เฟอร์นิเจอร์ มีจำนวนร้อยละ 62.75 โทรทัศน์ มีจำนวน  
ร้อยละ 51.5 ส่วนสินค้าประเภทจักรยาน มีจำนวนร้อยละ 47.5 โทรศัพท์ มีจำนวนร้อยละ 39.25  
กล้องถ่ายรูป มีจำนวนร้อยละ 24.5 และคอมพิวเตอร์ มีจำนวนร้อยละ 21

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปริมาณการใช้สินค้าของเด็กวัยรุ่น

### ตารางที่ 2.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณการใช้สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัว

สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
คอมพิวเตอร์	3.73	1.22
เครื่องเสียง/วิทยุ	3.71	1.10
โทรทัศน์	3.63	.94
โทรศัพท์	3.63	1.15
แชมพู	3.56	.81
สบู่	3.52	.79
ยาสีฟัน	3.50	.79
เฟอร์นิเจอร์	3.24	.82
การใช้บริการร้านอาหาร	3.04	.87
การท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	3.03	1.00
กล้องถ่ายรูป	2.58	1.09
จักรยานยนต์	2.52	1.28
รถยนต์	2.12	1.16
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>3.22</b>	<b>.52</b>

(เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนปริมาณการใช้สินค้าแต่ละประเภทประกอบด้วย ใช้มากกว่าคนอื่น = 5 คะแนน / ใช้มาก = 4 คะแนน / ใช้เท่ากับคนอื่น = 3 คะแนน / ใช้น้อยกว่าคนอื่น = 2 คะแนน / ไม่ได้ใช้เลย = 1 คะแนน)

จากตารางที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ คอมพิวเตอร์ (มีค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมาได้แก่ วิทยุ (มีค่าเฉลี่ย 3.71) โทรทัศน์ และโทรศัพท์ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.63) แชมพู (มีค่าเฉลี่ย 3.56) สบู่ (มีค่าเฉลี่ย 3.52) ยาสีฟัน (มีค่าเฉลี่ย 3.50) เฟอร์นิเจอร์ (มีค่าเฉลี่ย 3.24) การใช้บริการร้านอาหาร (มีค่าเฉลี่ย 3.04) การท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ย 3.03) กล้องถ่ายรูป (มีค่าเฉลี่ย 2.58) จักรยานยนต์ (มีค่าเฉลี่ย 2.52) และรถยนต์ (มีค่าเฉลี่ย 2.12) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปริมาณการใช้สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว

สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
คอมพิวเตอร์	4.15	1.05
เครื่องเสียง/วิทยุ	3.98	1.00
โทรศัพท์	3.92	1.01
แชมพู	3.89	.93
สบู่	3.88	.94
ยาสีฟัน	3.88	.96
โทรทัศน์	3.75	1.06
เฟอร์นิเจอร์	3.68	.99
จักรยาน	3.60	1.12
กล้องถ่ายรูป	3.46	1.18
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>3.82</b>	<b>.20</b>

(เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนปริมาณการใช้สินค้าแต่ละประเภทประกอบด้วย ใช้มากกว่าคนอื่น = 5 คะแนน / ใช้มาก = 4 คะแนน / ใช้เท่ากับคนอื่น = 3 คะแนน / ใช้น้อยกว่าคนอื่น = 2 คะแนน / ไม่ได้ใช้เลย = 1 คะแนน)

จากตารางที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ คอมพิวเตอร์ (มีค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาได้แก่ วิทยุ (มีค่าเฉลี่ย 3.98) โทรศัพท์ (มีค่าเฉลี่ย 3.92) แชมพู (มีค่าเฉลี่ย 3.89) สบู่และยาสีฟัน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.88) โทรทัศน์ (มีค่าเฉลี่ย 3.75) เฟอร์นิเจอร์ (มีค่าเฉลี่ย 3.68) จักรยาน (มีค่าเฉลี่ย 3.60) และกล้องถ่ายรูป (มีค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 2.3 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปริมาณการใช้สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวและสินค้า  
ที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว

ประเภทสินค้า	สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัว	สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว
โทรทัศน์	3.63	3.75
เครื่องเสียง/วิทยุ	3.71	3.98
คอมพิวเตอร์	3.73	4.15
เฟอร์นิเจอร์	3.24	3.68
โทรศัพท์	3.63	3.92
กล้องถ่ายรูป	2.58	3.46
รถยนต์	2.12	-
จักรยานยนต์	2.52	-
จักรยาน	-	3.60
สบู่	3.52	3.88
แชมพู	3.56	3.89
ยาสีฟัน	3.50	3.88
ร้านอาหาร	3.04	-
การท่องเที่ยว	3.03	-
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>3.22</b>	<b>3.82</b>

จากตารางที่ 2.3 แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการใช้สินค้าในกลุ่มสินค้าที่มีใช้ส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยรวมสูงกว่า กลุ่มสินค้าที่ใช้ร่วมกัน (3.82 และ 3.22) โดยค่าเฉลี่ยของปริมาณการใช้คอมพิวเตอร์และวิทยุ มีค่ามากที่สุด ทั้งในการใช้ร่วมกันและการใช้ส่วนตัว คือ คอมพิวเตอร์และวิทยุ ที่ใช้ร่วมกันมีค่าเฉลี่ย 3.73 และ 3.71 ตามลำดับ คอมพิวเตอร์และวิทยุ ที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวมีค่าเฉลี่ย 4.15 และ 3.98 ตามลำดับ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในสินค้าที่ใช้ร่วมกัน คือ รถยนต์ มีค่าเฉลี่ย 2.12 ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในสินค้าที่มีใช้ส่วนตัว คือ กล้องถ่ายรูป มีค่าเฉลี่ย 3.46

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตารางที่ 3.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. พ่อแม่สอนคุณว่าการแสดงความคิดเห็นเป็นสิ่งสำคัญ ถึงแม้ว่าคนอื่นจะไม่เห็นด้วยกับความคิดเห็นนั้นก็ตาม (+)	3.46	.94
2. พ่อแม่สอนคุณเกี่ยวกับเรื่องที่ไม่ควรนำมาวิจารณ์ (-)	3.69	.97
3. พ่อแม่สอนคุณว่าไม่ควรแสดงความ โกรธหรือไม่พอใจต่อหน้าคนอื่น (-)	3.93	1.03
4. พ่อแม่สอนคุณว่าความคิดของพ่อแม่หรือผู้ใหญ่เป็นสิ่งที่ถูกต้องเสมอและเด็ก ๆ ไม่ควรโต้เถียง (-)	3.28	1.22
5. พ่อแม่สอนคุณว่าการรักใคร่สามัคคีกันระหว่างสมาชิกในครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญ (-)	4.23	.95
6. พ่อแม่สอนคุณว่าวิธีการแก้ไขปัญหาคือวิธีที่ดีที่สุดที่ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนก็คือ การหลีกเลี่ยงปัญหานั้นๆ (-)	3.20	1.42
7. พ่อแม่เปิดโอกาสและสนับสนุนให้คุณโต้แย้งความคิดเห็นหรือความเชื่อของพ่อแม่ได้ (+)	3.30	1.17
8. พ่อแม่สอนให้คุณเป็นฝ่ายยอม เมื่อคุณต้องต้องถกเถียงกับผู้อื่น เพื่อจะได้ไม่ทำให้เขาโกรธ (-)	2.88	1.23
9. พ่อแม่สอนคุณให้มีความคิดเห็นแตกต่างจากคนอื่นเพื่อจะได้มีเรื่องพูดคุย (+)	2.56	1.24
10. พ่อแม่สอนให้คุณแก้ปัญหาโดยใช้ความคิดไตร่ตรองทั้งแง่บวกและแง่ลบ (+)	3.94	1.07
11. พ่อแม่เปิดโอกาสให้คุณแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ในการสนทนาประเด็นปัญหาต่างๆของบ้านเมือง (+)	3.48	1.19
12. พ่อแม่สนับสนุนให้คุณได้พบปะ พูดคุยและมีกิจกรรมร่วมกับคนอื่น ๆ แม้ว่าเขาเหล่านั้นจะมีความคิดเห็นหรือความเชื่อไม่ตรงกัน (+)	3.75	.95
13. คุณต้องขออนุญาตจากพ่อแม่ก่อนจะออกไปเที่ยวนอกบ้าน (-)	4.14	1.03
14. เมื่อมีเพื่อนมาเยี่ยมคุณต้องได้รับอนุญาตจากพ่อแม่ก่อน (-)	3.08	1.36
15. พ่อแม่สั่งว่าคุณต้องกลับบ้านตรงต่อเวลา (-)	3.66	1.17
16. การทำกิจกรรมพักผ่อนในยามว่างหรืองานอดิเรกของคุณต้องได้รับคำแนะนำและควบคุมจากพ่อแม่ (-)	2.79	1.23
17. พ่อแม่เป็นผู้กำหนดหัวข้อที่จะสนทนากันระหว่างสมาชิกในครอบครัว (-)	2.44	1.17
18. มีการให้รางวัลแก่คุณที่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของครอบครัว (-)	2.61	1.33

เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนประกอบด้วย บ่อย = 5 คะแนน / ค่อนข้างบ่อย = 4 คะแนน ปานกลาง = 3 คะแนน / น้อย = 2 คะแนน . ไม่เคยเลย = 1 คะแนน

หมายเหตุ (+) หมายถึง คำถามเชิงบวก / (-) หมายถึงคำถามเชิงลบ

ตารางที่ 3.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น (ต่อ)

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
19. หากคุณมีพฤติกรรมฝ่าฝืนกฎเกณฑ์ของครอบครัวจะได้รับการลงโทษ (-)	3.10	1.25
20. พ่อแม่สอนว่าครอบครัวจะมีความสุขถ้าทุกคนเชื่อฟังและเคารพกฎเกณฑ์ของครอบครัว (-)	3.60	1.19
21. พ่อแม่ให้สิทธิคุณกำหนดเวลาในการตื่นนอน หรือเข้านอน ของตนเอง (+)	3.65	1.25
22. คุณสามารถติดต่อกับบุคคลภายนอกครอบครัวได้อย่างเสรี (+)	3.83	1.10
23. พ่อแม่เปิดโอกาสให้แขกมาเยี่ยมเยียนสมาชิกในครอบครัวได้บ่อยครั้งตามที่ต้องการ (+)	3.71	1.09
24. คุณสามารถฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ได้โดยที่ พ่อแม่ไม่มาควบคุม (+)	4.23	.99
25. กฎเกณฑ์ในครอบครัวตั้งขึ้นจากการพูดคุยกันและเป็นเสียงส่วนใหญ่จากคนในครอบครัว ไม่ใช่พ่อแม่เป็นผู้กำหนด (+)	3.61	1.16
26. คุณสามารถแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหัวข้อต่างๆในการสนทนาระหว่างคุณกับพ่อแม่ได้ (+)	3.88	1.03
27. การกระทำสิ่งต่างๆในครอบครัว เป็นไปตามหลักที่ว่า ผู้อาวุโสมากจะมีอำนาจมากกว่าผู้อาวุโสน้อย (-)	3.40	1.06
28. คุณมีอิสระในการตัดสินใจเลือกที่จะเรียนตามความสนใจของตนเอง (+)	4.19	.99
29. ภายในครอบครัวของคุณมีการกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ น้อยและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย (-)	3.22	1.09
30. สมาชิกในครอบครัวรับประทานอาหารร่วมกัน (+)	3.88	1.11
31. ลูก สามารถเรียกชื่อพ่อแม่เฉยๆ โดยไม่มีคำนำหน้า หรือสามารถหยอกล้อกับพ่อแม่ได้ (-)	2.79	1.45
32. เพื่อนของคุณมาค้างคืนที่บ้านได้อย่างเสรี (+)	2.52	1.37
33. เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น สมาชิกในครอบครัวสามารถปรึกษา ขอให้พ่อแม่ช่วยแก้ไขปัญหาได้ ด้วยความเต็มใจของพ่อแม่ (+)	3.90	1.02
34. พ่อแม่ทักทายหรือไต่ถามทุกข์สุขพร้อมกับสัมผัสตัวคุณ เช่น ลูบศีรษะ ตะโหลง หรือโอบกอด เป็นต้น (+)	3.56	1.25
35. พ่อแม่พูดคุยกับคุณด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส (+)	3.89	.99
36. คุณถูกดูหรือตำหนิเมื่อแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับพ่อแม่ (-)	2.98	1.25
37. พ่อแม่จะไม่ยอมรับฟังเหตุผลที่คุณชี้แจง เมื่อเกิดเรื่องเข้าใจผิดกัน (-)	2.84	1.28
38. พ่อแม่จะใช้อารมณ์ในการดูดำหรือทำโทษเมื่อคุณทำผิด (-)	2.80	1.26

ตารางที่ 3.1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น (ต่อ)

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
39. พ่อแม่ทำโทษคุณทันทีโดยไม่ถามเหตุผลในการกระทำผิดของคุณ (-)	2.25	1.28
40. เวลาสมาชิกในบ้านมีเรื่องทะเลาะเบาะแว้งกันพ่อแม่จะรับฟังคำบอกเล่าเรื่องราวจากทุกฝ่าย (+)	3.68	1.10
41. เมื่อพ่อแม่โกรธจะแสดงอาการรุนแรงโดยการตะคอกหรือตวาด (-)	2.84	1.20
42. พ่อแม่จะคอยให้กำลังใจและคำแนะนำเมื่อคุณทำสิ่งต่างๆ (+)	3.80	1.02
43. พ่อแม่บอกคุณว่าพ่อแม่พร้อมจะช่วยเหลือคุณเสมอ (+)	3.95	1.02
44. เมื่อคุณทำผิด พ่อแม่มักจะพูดถึงความผิดในครั้งก่อนๆของคุณด้วย (-)	3.26	1.27
45. เมื่อคุณนำปัญหาไปปรึกษาพ่อแม่จะให้คำแนะนำเป็นอย่างดี (+)	3.75	1.05
46. เมื่อคุณผิดหวังพ่อแม่จะคอยปลอบใจและให้กำลังใจ (+)	3.87	2.49
47. พ่อแม่รับฟังเรื่องกลุ่มใจทุกเรื่องของคุณ (+)	3.69	1.14
48. เมื่อคุณทำผิดพ่อแม่จะดุคำด้วยคำพูดหยาบคาย (-)	2.22	1.25
49. พ่อแม่มีสีหน้าบึ้งตึงกับคุณอยู่เสมอ (-)	2.21	1.12
50. เมื่อคุณไม่สบายพ่อแม่จะคอยดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด (+)	3.92	1.14
51. เมื่อคุณทำอะไรผิดพลาดพ่อแม่จะช่วยให้คำแนะนำแก้ไข (+)	3.79	1.06
52. หลังจากมีความขัดแย้งเกิดขึ้นพ่อแม่จะแสดงอาการเมินเฉยไม่สนใจคุณ (-)	2.55	1.20
53. พ่อแม่มักจะถามถึงเหตุผลเมื่อคุณไม่ทำตามคำแนะนำของพ่อแม่ (+)	3.37	1.08
54. ก่อนการลงโทษ พ่อแม่จะชี้แจงความผิดจนคุณเข้าใจและยอมรับเสียก่อน (+)	3.51	1.17
55. ถ้าความคิดเห็นไม่ตรงกันพ่อแม่จะตำหนิความคิดเห็นของคุณอย่างรุนแรง (-)	2.31	1.16
56. เมื่อไม่พอใจ พ่อแม่จะดูว่าคุณด้วยน้ำเสียงที่ตึง (-)	2.88	1.19
57. พ่อแม่มักพูดเปรียบเทียบคุณกับคนอื่นที่มีความสามารถมากกว่า (-)	3.26	1.27
58. เมื่อคุณทำงานผิดพลาดพ่อแม่มักจะตำหนิและดุคำ (-)	2.84	1.15
59. พ่อแม่อธิบายชี้แจงให้เห็นข้อดีข้อเสียว่าสิ่งใดควรทำหรือไม่ควรทำ (+)	3.86	1.02
60. พ่อแม่จะรับฟังความคิดเห็นของคุณเสมอ (+)	3.75	1.12
61. พ่อแม่พูดคุยกับคุณด้วยน้ำเสียงที่ไม่นุ่มนวล (-)	2.70	1.16
62. ขณะที่คุณเล่าความทุกข์ใจพ่อแม่จะปลอบใจคุณด้วยการสัมผัสตัว เช่น กอด จับมือ ลูบศีรษะ เป็นต้น (+)	3.09	1.30
63. พ่อแม่มักพูดตัดบทก่อนที่คุณจะพูดหรือเล่าเรื่องต่างๆ (-)	2.65	1.17
64. เมื่อคุณทำความดี พ่อแม่มักจะเฉยๆ (-)	2.83	1.21
65. พ่อแม่มักเล่าเรื่องสนุกๆให้คุณฟัง (+)	3.45	1.22

ตารางที่ 3.2 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

การสื่อสารในครอบครัวแบบคำนิยาม	ปัจจัยที่ 1	Mean
56. เมื่อไม่พอใจ พ่อแม่จะดูว่าคุณด้วยน้ำเสียงที่ดัง	.760	2.88
41. เมื่อพ่อแม่โกรธคุณ พ่อแม่จะแสดงอาการรุนแรง โดยการตะคอกหรือตวาด	.745	2.84
38. พ่อแม่จะใช้อารมณ์ในการดูดำหรือทำโทษเมื่อคุณทำผิด	.719	2.80
58. เมื่อคุณทำงานผิดพลาดพ่อแม่ก็จะตำหนิและดูดำ	.713	2.84
48. เมื่อคุณทำผิดพ่อแม่จะดูดำด้วยคำพูดหยาบคาย	.703	2.22
55. เมื่อความคิดเห็นไม่ตรงกัน พ่อแม่จะตำหนิความคิดเห็นของคุณอย่างรุนแรง	.683	2.31
49. พ่อแม่มีสีหน้าบึ้งตึงกับคุณอยู่เสมอ	.683	2.21
39. พ่อแม่ทำโทษคุณทันทีโดยไม่ถามเหตุผลในการกระทำผิดของคุณ	.653	2.25
52. หลังจากมีความขัดแย้งเกิดขึ้นระหว่างกัน พ่อแม่จะแสดงอาการเมินเฉยไม่สนใจคุณ	.645	2.55
36. คุณถูกดูหรือตำหนิเมื่อแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับพ่อแม่	.628	2.98
37. พ่อแม่จะไม่ยอมรับฟังเหตุผลที่คุณชี้แจง เมื่อเกิดเรื่องเข้าใจผิดกัน	.625	2.84
57. พ่อแม่มักพูดเปรียบเทียบกับคุณกับคนอื่นที่มีความสามารถมากกว่า	.606	3.26
63. พ่อแม่มักพูดตบตบก่อนที่คุณจะพูดหรือเล่าเรื่องต่างๆ	.578	2.65
64. เมื่อคุณทำความดี พ่อแม่ก็จะเฉยๆ	.557	2.83
44. เมื่อคุณทำผิด พ่อแม่ก็จะพูดถึงความผิดในครั้งก่อนๆของคุณด้วย	.531	1.27

การสื่อสารในครอบครัวแบบสนับสนุน	ปัจจัยที่ 2	Mean
43. พ่อแม่บอกคุณว่าพ่อแม่พร้อมจะช่วยเหลือคุณเสมอ	.773	3.95
47. พ่อแม่รับฟังเรื่องกลุ่มใจทุกเรื่องของคุณ	.767	3.69
42. พ่อแม่จะคอยให้กำลังใจและคำแนะนำเมื่อคุณทำสิ่งต่างๆ	.762	3.80
51. เมื่อคุณทำอะไรผิดพลาดพ่อแม่จะช่วยให้คำแนะนำแก้ไข	.732	3.79
45. เมื่อคุณนำปัญหาไปปรึกษาพ่อแม่จะให้คำแนะนำเป็นอย่างดี	.726	3.75
33. เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น สมาชิกในครอบครัวสามารถปรึกษา ขอให้พ่อแม่ช่วยแก้ไขปัญหาได้ ด้วยความเต็มใจของพ่อแม่	.631	3.90
60. พ่อแม่จะรับฟังความคิดเห็นของคุณเสมอ	.598	3.75
50. เมื่อคุณไม่สบายพ่อแม่จะคอยดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด	.592	3.92
59. พ่อแม่จะอธิบายชี้แจงให้เห็นข้อดีข้อเสียในการสอนว่าสิ่งใดควรทำหรือไม่ควรทำ	.590	3.86
54. ก่อนการลงโทษ พ่อแม่จะชี้แจงความผิดจนคุณเข้าใจและยอมรับเสียก่อน	.544	3.51



ตารางที่ 3.2 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น (ต่อ)

รูปแบบการสื่อสารแบบสนับสนุน(ต่อ)	ปัจจัยที่ 2	Mean
40. เวลาสมาชิกในบ้านมีเรื่องทะเลาะเบาะแว้งกันพ่อแม่จะรับฟังคำบอกเล่าเรื่องราวจากทุกฝ่าย	.449	3.68
65. พ่อแม่มักเล่าเรื่องสนุกๆให้คุณฟัง	.380	3.45

การสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม	ปัจจัยที่ 3	Mean
8. พ่อแม่สอนให้คุณเป็นฝ่ายยอม เมื่อคุณต้องต้องถกเถียงกับผู้อื่น เพื่อจะได้ไม่ทำให้เขาโกรธ	.701	2.88
6. พ่อแม่สอนคุณว่าวิธีการแก้ไขปัญหาคือวิธีที่ดีที่สุดที่ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนก็คือ การหลีกเลี่ยงปัญหานั้นๆ	.610	3.20
18. มีการให้รางวัลแก่คุณที่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของครอบครัว	.595	2.61
17. พ่อแม่เป็นผู้กำหนดหัวข้อในการพูดคุย	.535	2.44
9. พ่อแม่สอนคุณให้มีความคิดเห็นแตกต่างจากคนอื่นเพื่อจะได้มีเรื่องพูดคุย	.518	2.56
1. พ่อแม่สอนคุณว่าการแสดงความคิดเห็นเป็นสิ่งสำคัญ ถึงแม้ว่าคนอื่นจะไม่เห็นด้วยกับความคิดเห็นนั้นก็ตาม	.421	3.46
12. พ่อแม่สนับสนุนให้คุณได้พบปะ พูดคุยและมีกิจกรรมร่วมกับคนอื่นๆ แม้ว่าเขาเหล่านั้นจะมีความคิดเห็นหรือความเชื่อไม่ตรงกัน	.334	3.75

การสื่อสารในครอบครัวแบบประชาธิปไตย	ปัจจัยที่ 4	Mean
11. พ่อแม่เปิดโอกาสให้คุณแสดงความคิดเห็นที่ต่างกันได้ในการสนทนาประเด็นปัญหาต่างๆของบ้านเมือง	.692	3.48
6. พ่อแม่เปิดโอกาสและสนับสนุนให้คุณโต้แย้งความคิดเห็นหรือความเชื่อของพ่อแม่ได้	.634	3.30
26. คุณสามารถแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหัวข้อต่างๆในการสนทนาระหว่างคุณกับพ่อแม่ได้	.629	3.88
25. กฎเกณฑ์ในครอบครัวตั้งขึ้นจากการพูดคุยกันและเป็นเสียงส่วนใหญ่จากคนในครอบครัว ไม่ใช่พ่อแม่เป็นผู้กำหนด	.503	3.61

ตารางที่ 3.2 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น (ต่อ)

การสื่อสารในครอบครัวแบบอิสระ	ปัจจัยที่ 5	Mean
23.พ่อแม่เปิดโอกาสให้แขกมาเยี่ยมเยียนสมาชิกในครอบครัวได้บ่อยครั้งตามที่ต้องการ	.783	3.71
22.คุณสามารถติดต่อกับบุคคลภายนอกครอบครัวได้อย่างเสรี	.692	3.83
24.คุณสามารถฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ได้โดยที่พ่อแม่ไม่มาควบคุม	.681	4.23
21.พ่อแม่ให้สิทธิคุณที่จะกำหนดเวลาในการตื่นนอน หรือเข้านอน ของตนเอง	.526	3.65

การสื่อสารในครอบครัวแบบเน้นให้เป็นตัวของตัวเอง	ปัจจัยที่ 6	Mean
5. พ่อแม่สอนคุณว่าการรักใคร่สามัคคีกันระหว่างสมาชิกในครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญ	.710	4.23
20. พ่อแม่สอนว่าครอบครัวจะมีความสุขถ้าทุกคนเชื่อฟังและเคารพกฎเกณฑ์ของครอบครัว	.620	3.60
10. พ่อแม่สอนให้คุณแก้ปัญหาโดยใช้ความคิดไตร่ตรองทั้งแง่บวกและแง่ลบ	.453	3.94
19. หากคุณมีพฤติกรรมฝ่าฝืนกฎเกณฑ์ของครอบครัวจะได้รับการลงโทษ	.429	3.10
28. คุณมีอิสระในการตัดสินใจเลือกที่จะเรียนตามความสนใจของตนเอง	.357	4.19

การสื่อสารในครอบครัวแบบควบคุม	ปัจจัยที่ 7	Mean
15. พ่อแม่สั่งว่าคุณต้องกลับบ้านตรงต่อเวลา	.711	3.66
13. คุณต้องขออนุญาตจากพ่อแม่ก่อนจะออกไปเที่ยวนอกบ้าน	.663	4.14
14. เมื่อมีเพื่อนมาเยี่ยมคุณต้องได้รับอนุญาตจากพ่อแม่ก่อน	.548	3.08
16. การทำกิจกรรมพักผ่อนในยามว่างหรืองานอดิเรกของคุณต้องได้รับคำแนะนำและควบคุมจากพ่อแม่	.411	2.79

การสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้อง	ปัจจัยที่ 8	Mean
2. พ่อแม่สอนคุณเกี่ยวกับเรื่องที่ไม่ควรนำมาวิพากษ์วิจารณ์	.647	3.69
3. พ่อแม่สอนคุณว่าไม่ควรแสดงความโกรธหรือไม่พอใจต่อหน้าคนอื่น	.596	3.93
30. สมาชิกในครอบครัวรับประทานอาหารร่วมกัน	.354	3.88

ตารางที่ 3.2 ค่าวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น (ต่อ)

การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อย	ปัจจัยที่ 9	Mean
31. ลูก สามารถเรียกชื่อพ่อแม่ใดๆ โดยไม่มีคำนำหน้า หรือสามารถหยอกล้อกับพ่อแม่ได้	.800	2.79
29. ภายในครอบครัวของคุณมีการกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ น้อยและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย	.542	3.22
32. เพื่อนของคุณมาค้างคืนที่บ้านได้อย่างเสรี	.409	2.52

การสื่อสารในครอบครัวแบบแสดงความรัก	ปัจจัยที่ 10	Mean
34. พ่อแม่ทักทายหรือไต่ถามทุกข์สุขพร้อมกับสัมผัสตัวคุณ เช่น ลูบศีรษะ แตะไหล่ หรือโอบกอด เป็นต้น	.585	3.56
62. ขณะที่คุณเล่าความทุกข์ใจพ่อแม่จะปลอบใจคุณด้วยการสัมผัสตัว เช่น กอดจับมือ ลูบศีรษะ เป็นต้น	.451	3.09
35. พ่อแม่พูดคุยกับคุณด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส	.419	3.89

การสื่อสารในครอบครัวแบบเผด็จการ	ปัจจัยที่ 11	Mean
4. พ่อแม่สอนคุณว่าความคิดของพ่อแม่หรือผู้ใหญ่เป็นสิ่งที่ถูกต้องเสมอและเด็ก ๆ ไม่ควรโต้เถียง	.637	3.28

การสื่อสารในครอบครัวแบบมีเหตุมีผล	ปัจจัยที่ 12	Mean
53. พ่อแม่มักจะถามถึงเหตุผลเมื่อคุณไม่ทำตามคำแนะนำของพ่อแม่	.602	3.37

การสื่อสารในครอบครัวแบบห่างเหิน	ปัจจัยที่ 13	Mean
61. พ่อแม่พูดคุยกับคุณด้วยน้ำเสียงที่ไม่นุ่มนวล	.576	2.70

ตารางที่ 3.2 คำวิเคราะห์ปัจจัยรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น (ต่อ)

การสื่อสารในครอบครัวแบบยึดหลักอาวุโส	ปัจจัยที่ 14	Mean
27.การกระทำสิ่งต่างๆในครอบครัว เป็นไปตามหลักที่ว่า ผู้อาวุโสมากจะมีอำนาจมากกว่าผู้อาวุโสน้อย	.461	3.40

การสื่อสารในครอบครัวแบบให้กำลังใจ	ปัจจัยที่ 15	Mean
46.เมื่อคุณผิดหวังพ่อแม่จะคอยปลอบใจและให้กำลังใจ	.747	3.87

จากตารางที่ 3.2 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัว สามารถจัดแบ่งได้เป็น 15 ปัจจัย คือ

ปัจจัยที่ 1 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบตำหนิติเตียน เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่ใช้อารมณ์ พ่อแม่มักไม่รับฟังความคิดเห็นต่างๆจากลูก และแสดงความรัก ความชื่นชม น้อยประกอบด้วย คำถามดังนี้ เมื่อไม่พอใจ พ่อแม่จะดูว่าลูกด้วยน้ำเสียงที่ดิ่ง เมื่อพ่อแม่โกรธพ่อแม่จะแสดงอาการรุนแรงโดยการตะคอกหรือตวาด พ่อแม่จะใช้อารมณ์ในการดุด่าหรือทำโทษ เมื่อลูกทำผิด เมื่อลูกทำงานผิดพลาดพ่อแม่มักจะตำหนิและดุด่า เมื่อลูกทำผิดพ่อแม่จะดุด่าด้วยคำพูดหยาบคาย เมื่อความคิดเห็นไม่ตรงกัน พ่อแม่จะตำหนิความคิดเห็นของลูกอย่างรุนแรง พ่อแม่มีสีหน้าบึ้งตึงกับลูกอยู่เสมอ พ่อแม่ทำโทษลูกทันทีโดยไม่ถามเหตุผลในการกระทำผิดของลูก หลังจากมีความขัดแย้งเกิดขึ้นระหว่างกัน พ่อแม่จะแสดงอาการเมินเฉยไม่สนใจลูก ลูกถูกดูหรือตำหนิเมื่อแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับพ่อแม่ พ่อแม่จะไม่ยอมรับฟังเหตุผลที่ลูกชี้แจง เมื่อเกิดเรื่องเข้าใจผิดกัน พ่อแม่มักพูดเปรียบเทียบลูกกับคนอื่นที่มีความสามารถมากกว่า พ่อแม่มักพูดตบตบก่อนที่ลูกจะพูดหรือเล่าเรื่องต่างๆจบ เมื่อลูกทำความดี พ่อแม่มักจะเฉยๆ

ปัจจัยที่ 2 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบสนับสนุน เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่มีความสามัคคีกัน พ่อแม่คอยช่วยเหลือและสนับสนุนลูกในทุกด้านและรับฟังความคิดเห็นและใส่ใจความรู้สึกของลูกเป็นอย่างดี ประกอบด้วย คำถามดังนี้ พ่อแม่บอกลูกว่าพ่อแม่พร้อมจะช่วยเหลือเสมอ พ่อแม่รับฟังเรื่องกลุ่มใจทุกเรื่องของลูก เมื่อนำปัญหาไปปรึกษาพ่อแม่จะให้คำแนะนำเป็นอย่างดี เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นสมาชิกในครอบครัวสามารถปรึกษา ขอให้พ่อแม่ช่วยแก้ไขปัญหา

ได้ด้วยความเต็มใจของพ่อแม่ พ่อแม่จะรับฟังความคิดเห็นของลูกเสมอ เมื่อลูกไม่สบายพ่อแม่จะคอยดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด พ่อแม่จะอธิบายชี้แจงให้เห็นข้อดีข้อเสียในการสอนว่าสิ่งใดควรทำหรือไม่ควรทำ ก่อนการลงโทษ พ่อแม่จะชี้แจงความผิดจนลูกเข้าใจและยอมรับ เวลาสมาชิกในบ้านมีเรื่องทะเลาะเบาะแว้งกันพ่อแม่จะรับฟังคำบอกเล่าเรื่องราวจากทุกฝ่าย พ่อแม่มักเล่าเรื่องสนุกๆ ให้ลูกฟัง

ปัจจัยที่ 3 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่มีลักษณะผสมผสานระหว่างการสอนลูกให้แสดงออกอย่างอ่อนน้อมต่อมตน ไม่สร้างความขัดแย้งกับผู้อื่น ในขณะที่เดียวกันก็ส่งเสริมให้รู้จักแสดงความคิดเห็นได้ถ้าไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อน และไม่ปิดกั้นการเข้าถึงของลูก ประกอบด้วย คำถามดังนี้ พ่อแม่สอนให้ลูกเป็นฝ่ายยอมเมื่อคุณต้องต้องถกเถียงกับผู้อื่นเพื่อจะได้ไม่ทำให้เขาโกรธ พ่อแม่สอนลูกว่าวิธีการแก้ไขปัญหาคือวิธีที่ดีที่สุดที่ไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนก็คือ การหลีกเลี่ยงปัญหานั้นๆ มีการให้รางวัลแก่ลูกที่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของครอบครัว พ่อแม่เป็นผู้กำหนดหัวข้อในการพูดคุย พ่อแม่สอนลูกให้มีความคิดเห็นแตกต่างจากคนอื่นเพื่อจะได้มีเรื่องพูดคุย พ่อแม่สอนลูกว่าการแสดงความคิดเห็นเป็นสิ่งสำคัญ ถึงแม้ว่าคนอื่นจะไม่เห็นด้วยกับความคิดเห็นนั้นก็ตาม พ่อแม่สนับสนุนให้ลูกได้พบปะ พูดคุยและมีกิจกรรมร่วมกับคนอื่น ๆ แม้ว่าเขาเหล่านั้นจะมีความคิดเห็นหรือความเชื่อไม่ตรงกัน

ปัจจัยที่ 4 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบประชาธิปไตย เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่มีการเปิดโอกาสให้ลูกได้คิด แสดงความคิดเห็นและให้ลูกมีบทบาทในครอบครัวมากกว่ารูปแบบอื่น ประกอบด้วยคำถามดังนี้ พ่อแม่เปิดโอกาสให้ลูกแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ในการสนทนาประเด็นปัญหาต่างๆ ของบ้านเมือง พ่อแม่เปิดโอกาสและสนับสนุนให้ลูกได้แสดงความคิดเห็นหรือความเชื่อของพ่อแม่ได้ ลูกสามารถแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหัวข้อต่างๆ ในการสนทนาระหว่างกันกับพ่อแม่ได้ กฎเกณฑ์ในครอบครัวตั้งขึ้นจากการพูดคุยกันและเป็นเสียงส่วนใหญ่จากคนในครอบครัว ไม่ใช่พ่อแม่เป็นผู้กำหนด

ปัจจัยที่ 5 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบอิสระ เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่ให้อิสระแก่ลูกในการดูแลตัวเอง คบหาเพื่อนฝูง โดยพ่อแม่ไม่กำหนดข้อห้ามใดๆ ประกอบด้วยคำถามดังนี้ พ่อแม่เปิดโอกาสให้แขกมาเยี่ยมเยียนสมาชิกในครอบครัวได้บ่อยครั้งตามที่ต้องการ ลูกสามารถติดต่อกับบุคคลภายนอกครอบครัวได้อย่างเสรี ลูกสามารถฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์ได้

โดยที่พ่อแม่ไม่มาควบคุม พ่อแม่ให้สิทธิลูกที่จะกำหนดเวลาในการตื่นนอน หรือเข้านอนของตัวเอง

ปัจจัยที่ 6 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเน้นให้เป็นตัวของตัวเอง เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่มีการอบรมลูกให้อยู่ในกฎระเบียบที่ตั้งตามแบบฉบับของครอบครัว ไม่ใช่วิธีการบังคับใดๆแต่จะให้ลูกได้วิเคราะห์และแก้ปัญหาต่างๆด้วยตัวเอง ประกอบด้วยคำถามดังนี้ พ่อแม่สอนลูกว่าการรักใคร่สามัคคีกันระหว่างสมาชิกในครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญ พ่อแม่สอนว่าครอบครัวจะมีความสุขถ้าทุกคนเชื่อฟังและเคารพกฎเกณฑ์ของครอบครัว พ่อแม่สอนให้ลูกแก้ปัญหาโดยใช้ความคิดไตร่ตรองทั้งแง่บวกและแง่ลบ หากลูกมีพฤติกรรมฝ่าฝืนกฎเกณฑ์ของครอบครัวจะได้รับการลงโทษ ลูกก็มีอิสระในการตัดสินใจเลือกที่จะเรียนตามความสนใจของตนเอง

ปัจจัยที่ 7 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบควบคุม เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่มีลักษณะเข้มงวด การกระทำของลูกต้องอยู่ในสายตาของพ่อแม่เสมอไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการคบเพื่อน การทำกิจกรรม การไปไหนมาไหน ประกอบด้วยคำถามดังนี้ พ่อแม่สั่งลูกว่าต้องกลับบ้านตรงต่อเวลา ลูกต้องขออนุญาตจากพ่อแม่ก่อนจะออกไปเที่ยวนอกบ้าน เมื่อมีเพื่อนมาเยี่ยมลูกต้องได้รับอนุญาตจากพ่อแม่ก่อน การทำกิจกรรมพักผ่อนในยามว่างหรืองานอดิเรกของลูกต้องได้รับคำแนะนำและควบคุมจากพ่อแม่

ปัจจัยที่ 8 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้อง เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่พ่อแม่จะมีความเป็นห่วงเป็นใยลูกมากเป็นพิเศษ จะไม่ให้ลูกทำในสิ่งที่พ่อแม่เห็นว่าไม่สมควร ทั้งนี้ก็ด้วยความเป็นห่วงลูกมากกว่าอย่างอื่น ประกอบด้วยคำถามดังนี้ พ่อแม่สอนลูกเกี่ยวกับเรื่องที่ไม่ควรนำมาวิพากษ์วิจารณ์ พ่อแม่สอนลูกว่าไม่ควรแสดงความโกรธหรือไม่พอใจต่อหน้าคนอื่น สมาชิกในครอบครัวรับประทานอาหารร่วมกัน

ปัจจัยที่ 9 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อย เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่พ่อแม่ไม่ค่อยใส่ใจกับลูกเท่าที่ควร ลูกจึงต้องดูแลตัวเองเป็นส่วนใหญ่ ประกอบด้วยคำถามดังนี้ ลูกสามารถเรียกชื่อพ่อแม่เฉยๆ โดยไม่มีคำนำหน้าหรือสามารถหยอกล้อกับพ่อแม่ได้ ภายในครอบครัวมีการกำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ น้อยและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เพื่อนของลูกมาค้างคืนที่บ้านได้อย่างเสรี

ปัจจัยที่ 10 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบแสดงความรัก รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่แสดงความรักด้วยการสัมผัสทางร่างกาย แสดงความสนใจต่อลูก ครอบครัวเต็มไปด้วยความอบอุ่น ประกอบด้วย คำถามดังนี้ พ่อแม่ทักทายหรือไต่ถามทุกข์สุขพร้อมกับสัมผัสตัวลูก เช่น ลูบศีรษะ แตะไหล่ หรือโอบกอด ขณะที่ลูกเล่าความทุกข์ใจพ่อแม่จะปลอบใจด้วยการสัมผัสตัว เช่น กอด จับมือ ลูบศีรษะ พ่อแม่พูดคุยกับลูกด้วยสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

ปัจจัยที่ 11 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเผด็จการ เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่ลูกไม่มีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นต่อพ่อแม่ ประกอบด้วยคำถามว่า พ่อแม่สอนลูกว่าความคิดของพ่อแม่หรือผู้ใหญ่เป็นสิ่งที่ถูกต้องเสมอและเด็กๆไม่ควรโต้เถียง

ปัจจัยที่ 12 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบมีเหตุมีผล เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่มีลักษณะของการพูดคุยกันอย่างมีเหตุผล ประกอบด้วยคำถามว่า พ่อแม่มักจะถามถึงเหตุผลเมื่อลูกไม่ทำตามคำแนะนำของพ่อแม่

ปัจจัยที่ 13 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบห่างเหิน เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่พ่อแม่พูดคุยใกล้ชิดกับลูกน้อย ประกอบด้วยคำถามว่า พ่อแม่พูดคุยกับลูกด้วยน้ำเสียงที่ไม่นุ่มนวล

ปัจจัยที่ 14 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบยึดหลักอาวุโส เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบไทยแท้ที่ผู้ใหญ่ในบ้านมีสิทธิมากกว่าเด็กๆ ประกอบด้วยคำถามว่า การกระทำสิ่งต่างๆในครอบครัวเป็นไปตามหลักที่ว่าผู้อาวุโสมากจะมีอำนาจมากกว่าผู้อาวุโสน้อย

ปัจจัยที่ 15 รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบให้กำลังใจ เป็นรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่มีพ่อแม่เป็นผู้ให้กำลังใจและให้เกียรติรวมถึงการให้โอกาสในการกระทำสิ่งต่างๆของลูก ประกอบด้วยคำถามว่า เมื่อลูกผิดหวังพ่อแม่จะคอยปลอบใจและให้กำลังใจ

#### ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวแต่ละประเภท

สินค้าที่ใช้ในครอบครัว (จำนวน)	ขั้นริเริ่มการใช้ สินค้า		ขั้นแสวงหาข้อมูล		ขั้นเปรียบเทียบ/ เลือก		ขั้นการซื้อ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์ (400)	100	25	72	18	88	22	191	47.75
เครื่องเสียง/วิทยุ (392)	148	37.75	112	28.57	97	24.74	161	41.07
คอมพิวเตอร์ (248)	142	57.25	111	44.75	91	36.69	110	44.35
เฟอร์นิเจอร์ (387)	65	16.79	34	8.78	50	12.91	147	37.98
โทรศัพท์ (384)	151	39.32	137	35.67	108	28.12	153	39.84
กล้องถ่ายรูป (318)	49	15.40	46	14.46	37	11.63	84	26.41
รถยนต์ (261)	33	12.64	28	10.72	42	16.09	89	34.09
จักรยานยนต์ (234)	45	19.23	31	13.24	37	15.81	66	28.20
สบู่ (400)	145	36.25	127	31.75	171	42.75	194	48.5
แชมพู (400)	146	36.5	136	34.0	182	45.5	198	49.5
ยาสีฟัน (400)	134	33.5	120	30.0	164	41.0	188	47
การใช้บริการร้านอาหาร (367)	113	30.79	99	26.97	109	29.70	193	52.58
การท่องเที่ยว (366)	132	36.06	87	23.77	77	21.03	200	54.64

จากตารางที่ 4.1 คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวแต่ละประเภทผลวิจัยพบว่า เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในขั้นการริเริ่มใช้สินค้าประเภทคอมพิวเตอร์มากที่สุด (ร้อยละ 57.25) และ รถยนต์น้อยที่สุด (ร้อยละ 12.64)

เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในขั้นการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ มากที่สุด (ร้อยละ 44.75) และเฟอร์นิเจอร์น้อยที่สุด (ร้อยละ 8.78)

เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในขั้นการเลือกสินค้าประเภทแชมพู (ร้อยละ 45.5) สบู่ (ร้อยละ 42.75) ยาสีฟัน (ร้อยละ 41) มากที่สุด และกล้องถ่ายรูปน้อยที่สุด (ร้อยละ 11.63)

ในขั้นของการซื้อ เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจไปท่องเที่ยว (ร้อยละ 54.64) การใช้บริการร้านอาหาร (ร้อยละ 52.58) มากที่สุด ส่วนกล้องถ่ายรูปน้อยที่สุด (ร้อยละ 26.41)



ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
แชมพู	1.66	1.33
สบู่	1.59	1.33
ยาสีฟัน	1.51	1.29
โทรศัพท์	1.36	1.27
เครื่องเสียง/วิทยุ	1.28	1.18
การใช้บริการร้านอาหาร	1.28	1.24
การท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	1.25	1.23
คอมพิวเตอร์	1.23	1.42
โทรทัศน์	1.14	1.12
เฟอร์นิเจอร์	.74	.92
กล้องถ่ายรูป	.54	.88
รถยนต์	.51	.87
จักรยานยนต์	.39	.91
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>1.11</b>	<b>.43</b>

(เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าของเด็กวัยรุ่นคือ ให้คะแนนตามจำนวนข้อที่ตอบข้อละ 1 คะแนน ซึ่งประกอบด้วย 1. เป็นผู้ริเริ่มความคิดที่จะใช้สินค้าหรือบริการ / 2. เป็นผู้แสวงหาข้อมูลการใช้สินค้าหรือบริการ / 3. เป็นผู้เปรียบเทียบ เลือกสินค้าหรือตราสินค้าที่จะซื้อหรือเลือกร้านค้าที่จะใช้บริการ / 4. มีส่วนร่วมในการซื้อหรือใช้บริการ คะแนนมีตั้งแต่ 0 คะแนน = ไม่ตอบข้อใดเลย / 1 คะแนน = ตอบ 1 ข้อ / 2 คะแนน = ตอบ 2 ข้อ / 3 คะแนน = ตอบ 3 ข้อ / 4 คะแนน = ตอบทั้ง 4 ข้อ)

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า สินค้าที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ แชมพู (มีค่าเฉลี่ย 1.66) รองลงมาได้แก่ สบู่ (มีค่าเฉลี่ย 1.59) ยาสีฟัน (มีค่าเฉลี่ย 1.51) โทรศัพท์ (มีค่าเฉลี่ย 1.36) วิทยุ (มีค่าเฉลี่ย 1.28) การใช้บริการร้านอาหาร (มีค่าเฉลี่ย 1.28) การท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ย 1.25) คอมพิวเตอร์ (มีค่าเฉลี่ย 1.23) โทรทัศน์ (มีค่าเฉลี่ย 1.14) เฟอร์นิเจอร์ (มีค่าเฉลี่ย .74) กล้องถ่ายรูป (มีค่าเฉลี่ย .54) รถยนต์ (มีค่าเฉลี่ย .51) และจักรยานยนต์ (มีค่าเฉลี่ย .39) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัย  
รุ่นมีใช้ส่วนตัวแต่ละประเภท

สินค้าที่ในครอบครัวที่มี ใช้ส่วนตัว (จำนวน)	ขั้นริเริ่มการใช้ สินค้า		ขั้นแสวงหาข้อมูล		ขั้นเปรียบเทียบ/ เลือก		ขั้นการซื้อ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์ (206)	114	55.33	56	27.18	56	27.18	99	48.05
เครื่องเสียง/วิทยุ (270)	161	59.62	116	42.96	101	37.40	126	46.66
คอมพิวเตอร์ (84)	76	90.47	39	46.42	47	55.95	46	54.76
เฟอร์นิเจอร์ (251)	93	37.05	50	19.92	56	22.31	112	44.62
โทรศัพท์ (157)	83	52.86	65	41.40	67	42.67	76	48.40
กล้องถ่ายรูป (98)	44	44.89	32	32.65	44	44.89	43	43.87
จักรยาน (190)	102	53.68	74	38.94	66	34.73	96	50.52
สบู่ (274)	167	60.94	138	50.36	143	52.18	149	54.37
แชมพู (278)	155	55.75	143	51.43	149	53.59	156	56.11
ยาสีฟัน (253)	148	58.49	125	49.40	124	49.01	144	56.91

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าใน  
ครอบครัวที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวแต่ละประเภท ผลวิจัยพบว่า เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อ  
ในขั้นการริเริ่มใช้สินค้าประเภทคอมพิวเตอร์มากที่สุด (ร้อยละ 90.47) ส่วนสินค้าที่จำนวนมากกว่า  
ครึ่งหนึ่งมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทสบู่ (ร้อยละ 60.94) เครื่องเสียง/วิทยุ (ร้อยละ 59.62)  
ยาสีฟัน (ร้อยละ 58.49) แชมพู (ร้อยละ 55.75) โทรทัศน์ (ร้อยละ 55.33) จักรยาน (ร้อยละ  
53.68) และโทรศัพท์ (ร้อยละ 52.86) ส่วนที่น้อยที่สุดคือ เฟอร์นิเจอร์ (ร้อยละ 37.05)

เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในขั้นการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าประเภทแชมพู  
(ร้อยละ 51.43) สบู่ (ร้อยละ 50.36) ยาสีฟัน (ร้อยละ 49.40) มากที่สุด และน้อยที่สุดคือ  
เฟอร์นิเจอร์ (ร้อยละ 19.92)

เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในขั้นการเลือกสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 55.95)  
แชมพู (ร้อยละ 53.59) สบู่ (ร้อยละ 52.18) มากที่สุด ส่วนที่น้อยที่สุดคือ เฟอร์นิเจอร์ (ร้อยละ  
22.31)

เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในขั้นการซื้อสินค้าประเภท ยาสีฟัน (ร้อยละ 56.91)  
แชมพู (ร้อยละ 56.11) คอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 54.76) สบู่ (ร้อยละ 54.37) มากที่สุด ส่วนสินค้านอก  
จากนี้มีส่วนร่วมลดหลั่นกันไปตามลำดับได้แก่ จักรยาน (ร้อยละ 50.52) โทรศัพท์ (ร้อยละ 48.40)

โทรทัศน์ (ร้อยละ 48.05) เครื่องเสียง/วิทยุ (ร้อยละ 46.66) เฟอร์นิเจอร์ (ร้อยละ 44.62) กล้องถ่ายรูป (ร้อยละ 43.87)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วม

สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
สบู่	1.47	1.56
แชมพู	1.44	1.51
ยาสีฟัน	1.35	1.52
เครื่องเสียง/วิทยุ	1.29	1.45
จักรยาน	.87	1.30
โทรทัศน์	.84	1.23
เฟอร์นิเจอร์	.78	1.12
โทรศัพท์	.66	1.10
กล้องถ่ายรูป	.47	1.10
คอมพิวเตอร์	.40	.98
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	.96	.40

(เกณฑ์ที่ใช้ในการให้คะแนนการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าของเด็กวัยรุ่นคือ ให้คะแนนตามจำนวนข้อที่ตอบข้อละ 1 คะแนน ซึ่งประกอบด้วย 1. เป็นผู้ริเริ่มความคิดที่จะใช้สินค้าหรือบริการ / 2. เป็นผู้แสวงหาข้อมูลการใช้สินค้าหรือบริการ / 3. เป็นผู้เปรียบเทียบ เลือกสินค้าหรือตราสินค้าที่จะซื้อหรือเลือกร้านค้าที่จะใช้บริการ / 4. มีส่วนร่วมในการซื้อหรือใช้บริการ คะแนนมีตั้งแต่ 0 คะแนน = ไม่ตอบข้อใดเลย / 1 คะแนน = ตอบ 1 ข้อ / 2 คะแนน = ตอบ 2 ข้อ / 3 คะแนน = ตอบ 3 ข้อ / 4 คะแนน = ตอบทั้ง 4 ข้อ)

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า สินค้าที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ สบู่ (มีค่าเฉลี่ย 1.47) รองลงมาได้แก่ แชมพู (มีค่าเฉลี่ย 1.44) ยาสีฟัน (มีค่าเฉลี่ย 1.35) วิทยุ (มีค่าเฉลี่ย 1.29) จักรยาน (มีค่าเฉลี่ย .87) โทรทัศน์ (มีค่าเฉลี่ย .84) เฟอร์นิเจอร์ (มีค่าเฉลี่ย .78) โทรศัพท์ (มีค่าเฉลี่ย .66) กล้องถ่ายรูป (มีค่าเฉลี่ย .47) และคอมพิวเตอร์ (มีค่าเฉลี่ย .40) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อระหว่างสินค้าที่ใช้ในครอบครัวกับสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว

ประเภทสินค้า	สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัว	สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว
โทรทัศน์	1.14	.84
เครื่องเสียง/วิทยุ	1.28	1.29
คอมพิวเตอร์	1.23	.40
เฟอร์นิเจอร์	.74	.78
โทรศัพท์	1.36	.66
กล้องถ่ายรูป	.54	.47
รถยนต์	.51	-
จักรยานยนต์	.39	-
จักรยาน	-	.87
สบู่	1.59	1.47
แชมพู	1.66	1.44
ยาสีฟัน	1.51	1.35
ร้านอาหาร	1.28	-
การท่องเที่ยว	1.25	-
<b>ค่าเฉลี่ยโดยรวม</b>	<b>1.11</b>	<b>.96</b>

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ค่าเฉลี่ยรวมการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าในทั้งสองกลุ่มไม่แตกต่างกันมาก (1.11 และ .96) โดยค่าเฉลี่ยของสินค้าประเภทสบู่ แชมพู ยาสีฟัน มากที่สุดทั้งในการใช้ร่วมกันและการใช้ส่วนตัว คือ แชมพู สบู่ ยาสีฟัน ที่ใช้ร่วมกันมีค่าเฉลี่ย 1.66 , 1.59 1.51 ตามลำดับ ส่วนสบู่ แชมพู ยาสีฟันที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวมีค่าเฉลี่ย 1.47, 1.44 , 1.35 ตามลำดับ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในสินค้าที่ใช้ร่วมกัน คือ กล้องถ่ายรูป รถยนต์ จักรยานยนต์ มีค่าเฉลี่ย 0.54 , 0.51 , 0.39 ตามลำดับ ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในสินค้าที่มีใช้ส่วนตัว คือ กล้องถ่ายรูป และคอมพิวเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 0.47 , 0.4 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างลักษณะการอยู่อาศัยของครอบครัว และสถานะการทำงานของบิดามารดากับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตารางที่ 5.1 แสดงความแตกต่างของการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น จำแนกตามสภาพการอยู่อาศัยของครอบครัว

การอยู่อาศัยกับครอบครัว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	คูที่แตกต่าง
1. พ่อแม่	298	1.0803	.6879	1.664	-
2. พ่อหรือแม่คนใดคนหนึ่ง	53	1.2656	.6640		-
3. ญาติ	47	1.1440	.5760		-
4. อื่นๆ	2	.5385	.2176		-

จากตารางที่ 5.1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ร่วมกับครอบครัวที่มีลักษณะต่างกัน มีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.2 แสดงความแตกต่างของการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว จำแนกตามสภาพการอยู่อาศัยของครอบครัว

การอยู่อาศัยกับครอบครัว	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	คูที่แตกต่าง
1. พ่อแม่	298	.9309	.7643	1.504	-
2. พ่อหรือแม่คนใดคนหนึ่ง	53	1.1717	.8639		-
3. ญาติ	47	.9894	.6528		-
4. อื่นๆ	2	1.0500	.2121		-

จากตารางที่ 5.2 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ร่วมกับครอบครัวที่มีลักษณะต่างกัน มีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.3 แสดงความแตกต่างของการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น จำแนกตามสถานะการทำงานของบิดามารดา

สถานะการทำงานของ บิดามารดา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	คู่ที่ แตกต่าง
1.ทำงานทั้งคู่	241	1.1258	.6900	.175	-
2.ทำงานคนเดียว	140	1.0863	.6688		-
3.ไม่ทำงานทั้งคู่	19	1.0769	.4959		-

จากตารางที่ 5.3 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่บิดามารดามีสถานะการทำงานต่างกัน มีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.4 แสดงความแตกต่างของการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัว จำแนกตามสถานะการทำงานของบิดามารดา

สถานะการทำงานของ บิดามารดา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	คู่ที่ แตกต่าง
1.ทำงานทั้งคู่	241	1.0394	.7660	2.507	-
2.ทำงานคนเดียว	140	.8607	.7572		-
3.ไม่ทำงานทั้งคู่	19	.9000	.6438		-

จากตารางที่ 5.4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่บิดามารดามีสถานะการทำงานต่างกัน มีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีส่วนร่วมตัวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้สินค้าของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตารางที่ 6.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น
ปริมาณการใช้สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัว	.295*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6.1 แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการใช้สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้สินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวแต่ละประเภทของเด็กวัยรุ่น

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อโทรทัศน์
ปริมาณการดูโทรทัศน์	.069

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเครื่องเสียง
ปริมาณการใช้เครื่องเสียง/วิทยุ	.185*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
ปริมาณการใช้คอมพิวเตอร์	.373*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์
ปริมาณการใช้เฟอร์นิเจอร์	.164*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อโทรศัพท์
ปริมาณการใช้โทรศัพท์	.245*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายรูป
ปริมาณการใช้กล้องถ่ายรูป	.259*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อรถยนต์
ปริมาณการใช้รถยนต์	.202*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์
ปริมาณการใช้จักรยานยนต์	.346*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสบู่
ปริมาณการใช้สบู่	.025

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อแชมพู
ปริมาณการใช้แชมพู	.021

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อยาสีฟัน
ปริมาณการใช้ยาสีฟัน	.059

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร
ปริมาณการใช้บริการร้านอาหาร	.228*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจไปท่องเที่ยว
ปริมาณการท่องเที่ยง	.290*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6.2 แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการดูโทรทัศน์นี้ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อโทรทัศน์ของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นแต่อย่างใด

ปริมาณการใช้เครื่องเสียง/วิทยุ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเครื่องเสียง/วิทยุของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ปริมาณการใช้คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้เฟอรินเจอร์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเฟอรินเจอร์ของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้โทรศัพท์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้กล้องถ่ายรูป มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายรูปของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้รถยนต์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อรถยนต์ของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้จักรยานยนต์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์ของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้สบู ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสบูของครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ปริมาณการใช้แชมพู ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อแชมพูของครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ปริมาณการใช้ยาสีฟัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อยาสีฟันของครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ปริมาณการใช้บริการร้านอาหาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจไปท่องเที่ยวของครอบครัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว
ปริมาณการใช้สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว	.564*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6.3 แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการใช้สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการใช้สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวแต่ละประเภท

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อโทรทัศน์
ปริมาณการใช้โทรทัศน์	.008

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเครื่องเสียง
ปริมาณการใช้เครื่องเสียง/วิทยุ	.156*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์
ปริมาณการใช้คอมพิวเตอร์	.324*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์
ปริมาณการใช้เฟอร์นิเจอร์	.100

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อโทรศัพท์
ปริมาณการใช้โทรศัพท์	.140

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายรูป
ปริมาณการใช้กล้องถ่ายรูป	.394*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อจักรยาน
ปริมาณการใช้จักรยาน	.186*

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสบู
ปริมาณการใช้สบู	.112

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อแชมพู
ปริมาณการใช้แชมพู	.104

	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อยาสีฟัน
ปริมาณการใช้ยาสีฟัน	.105

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6.3 แสดงให้เห็นว่า ปริมาณการใช้โทรทัศน์ส่วนตัวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อโทรทัศน์ส่วนตัวของเด็กวัยรุ่นแต่อย่างใด

ปริมาณการใช้เครื่องเสียง/วิทยุส่วนตัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเครื่องเสียง/วิทยุส่วนตัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนตัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้เฟอร์นิเจอร์ในห้องส่วนตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ในห้องส่วนตัวของเด็กวัยรุ่น

ปริมาณการใช้โทรศัพท์ส่วนตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อโทรศัพท์ส่วนตัวของเด็กวัยรุ่น

ปริมาณการใช้กล้องถ่ายรูปส่วนตัว มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อกล้องถ่ายรูปส่วนตัวของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้จักรยาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อจักรยานของเด็กวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปริมาณการใช้สบู่ส่วนตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสบู่ส่วนตัวของเด็กวัยรุ่น

ปริมาณการใช้แชมพูส่วนตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อแชมพูส่วนตัวของเด็กวัยรุ่น

ปริมาณการใช้ยาสีฟันส่วนตัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อยาสีฟันส่วนตัวของเด็กวัยรุ่น

ตอนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

ตารางที่ 7.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่น

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัว	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัว
การสื่อสารแบบตำหนิติเตียน	.026
การสื่อสารแบบสนับสนุน	-.001
การสื่อสารแบบประนีประนอม	.041
การสื่อสารแบบประชาธิปไตย	.022
การสื่อสารแบบอิสระ	.087
การสื่อสารแบบเน้นให้เป็นตัวของตัวเอง	.047
การสื่อสารแบบควบคุม	.054
การสื่อสารแบบปกป้อง	.047
การสื่อสารแบบปล่อย	.055
การสื่อสารแบบแสดงความรัก	.072
การสื่อสารแบบเผด็จการ	-.014
การสื่อสารแบบมีเหตุมีผล	-.013
การสื่อสารแบบห่างเหิน	.007
การสื่อสารแบบยึดหลักอาวุโส	.015
การสื่อสารแบบให้กำลังใจ	-.034

จากตารางที่ 7.1 แสดงให้เห็นว่าทุกรูปแบบการสื่อสารในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นแต่อย่างใด

ตารางที่ 7.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้ร่วมกันในครอบครัวแต่ละประเภท

ของเด็กวัยรุ่น

	โทรทัศน์	วิทยุ	คอมพิวเตอร์	เฟอริเจอร์	โทรศัพท์	กล้องถ่ายรูป	รถยนต์	จักรยานยนต์	สบู	แชมพู	ยาสีฟัน	ร้านอาหาร	การท่องเที่ยว
1. การสื่อสารแบบตำหนิติเตียน	.005	.009	.032	-.015	-.020	.049	-.041	-.012	-.020	-.041	-.022	-.042	-.028
2. การสื่อสารแบบสนับสนุน	-.020	-.030	-.062	-.092	-.058	-.039	-.154*	.011	-.019	-.027	-.070	-.066	-.107*
3. การสื่อสารแบบประนีประนอม	-.132*	-.113*	.005	-.081	.023	-.001	-.108	.011	-.076	-.079	-.084	-.097	-.130*
4. การสื่อสารแบบประชาธิปไตย	-.068	-.056	.085	-.103	.075	.045	-.124	-.011	-.006	.005	-.023	.006	-.018
5. การสื่อสารแบบอิสระ	-.006	.033	.007	-.009	.098	.074	-.026	-.039	-.003	.020	-.002	.032	.059
6. การสื่อสารแบบเน้นให้เป็นตัวของตัวเอง	-.022	.016	-.002	-.124*	-.061	-.087	-.148*	.008	-.100	-.109*	-.098	-.123*	-.068
7. การสื่อสารแบบควบคุม	-.123*	-.038	-.007	-.029	-.049	-.018	.005	.054	-.066	-.083	-.068	-.075	-.043
8. การสื่อสารแบบปกป้อง	-.009	-.008	-.004	-.050	-.108*	-.010	-.121	.063	-.085	-.092	-.091	-.006	.003
9. การสื่อสารแบบปล่อย	.042	-.016	.082	.054	.066	.043	.084	.121	.004	.020	.009	.049	.098
10. การสื่อสารแบบแสดงความรัก	.065	.015	-.106	.020	-.035	.062	-.092	.089	-.019	-.048	-.051	.039	-.058
11. การสื่อสารแบบเผด็จการ	-.047	-.070	.170*	-.061	-.012	.073	-.023	-.090	-.049	-.053	-.044	-.166*	-.112*
12. การสื่อสารแบบมีเหตุมีผล	-.007	.037	-.013	.014	.055	.112	-.022	-.027	-.015	-.033	-.040	.030	.029
13. การสื่อสารแบบห่างเหิน	-.024	-.008	.016	-.016	-.047	-.028	-.037	-.130	-.070	-.084	-.088	-.014	-.020
14. การสื่อสารแบบยึดหลักอาวุโส	.023	.033	.076	-.018	-.015	.007	.086	.013	-.059	-.039	-.043	-.117*	.003
15. การสื่อสารแบบให้กำลังใจ	.065	.020	-.093	.029	-.088	-.061	-.095	-.028	.051	.046	.033	-.048	-.034

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7.2 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบสนับสนุนมีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท รถยนต์ และการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม มีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทโทรทัศน์ เครื่องเสียง/วิทยุ และการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเน้นให้เป็นตัวของตัวเอง มีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ รถยนต์ แชมพู และการใช้บริการร้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบควบคุม มีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทโทรทัศน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบปกป้อง มีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทโทรศัพท์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเผด็จการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารและการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบยึดหลักอาวุโส มีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจใช้บริการร้านอาหาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบตำหนิติเตียน แบบประชาธิปไตย แบบอิสระ แบบปล่อย แบบแสดงความรัก แบบมีเหตุมีผล แบบห่างเหิน และแบบให้กำลังใจไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าแต่อย่างใด

นอกจากนี้ยังพบว่าทุกรูปแบบการสื่อสารในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทกล้องถ่ายรูป จักรยานยนต์ สบู่ ยาสีฟัน แต่อย่างใด

ตารางที่ 7.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัย  
รุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัว	ค่าสหสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อ สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัว
การสื่อสารแบบตำหนิติเตียน	.037
การสื่อสารแบบสนับสนุน	.048
การสื่อสารแบบประนีประนอม	.148*
การสื่อสารแบบประชาธิปไตย	.086
การสื่อสารแบบอิสระ	.108*
การสื่อสารแบบเน้นให้เป็นตัวของตัวเอง	.064
การสื่อสารแบบควบคุม	.060
การสื่อสารแบบปกป้อง	.022
การสื่อสารแบบปล่อย	.127*
การสื่อสารแบบแสดงความรัก	.107*
การสื่อสารแบบเผด็จการ	.041
การสื่อสารแบบมีเหตุมีผล	-.015
การสื่อสารแบบห่างเหิน	.008
การสื่อสารแบบยึดหลักอาวุโส	.013
การสื่อสารแบบให้กำลังใจ	-.001

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7.3 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบประนีประนอม  
แบบอิสระ แบบปล่อย แบบแสดงความรัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อ  
สินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีใช้ส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 7.4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวของเด็กวัยรุ่นกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าที่เด็กวัยรุ่นมีส่วนตัวแต่ละประเภท

	โทรทัศน์	วิทยุ	คอมพิวเตอร์	เฟอ์นิจเจอร์	โทรศัพท์	กล้องถ่ายรูป	จักรยาน	สบู	แชมพู	ยาสีฟัน
1. การสื่อสารแบบตำหนิติเตียน	-.064	-.053	.041	-.091	.018	-.022	<b>-.164*</b>	.055	-.017	.040
2. การสื่อสารแบบสนับสนุน	.110	.082	-.092	-.078	-.033	.135	-.032	-.047	-.017	-.087
3. การสื่อสารแบบประนีประนอม	.035	-.012	-.063	-.025	-.048	.096	-.114	.031	-.003	.049
4. การสื่อสารแบบประชาธิปไตย	.019	.028	-.112	-.020	.019	.026	-.006	.018	.022	.000
5. การสื่อสารแบบอิสระ	.015	.024	-.053	.046	-.040	.072	-.007	-.003	.047	.025
6. การสื่อสารแบบเน้นให้เป็นตัว ของตัวเอง	.114	.026	-.206	<b>-.174*</b>	-.136	.129	-.079	-.068	-.094	-.066
7. การสื่อสารแบบควบคุม	.030	.068	.086	-.053	.031	.069	-.114	-.001	-.054	-.033
8. การสื่อสารแบบปกป้อง	.117	.052	-.130	-.027	-.121	.179	-.011	.001	-.001	.000
9. การสื่อสารแบบปล้ำย	.021	.004	.101	.014	.098	<b>.218*</b>	-.005	-.022	-.047	-.024
10. การสื่อสารแบบแสดงความรัก	<b>.145*</b>	.121	-.124	.028	-.156	.148	.003	-.058	-.051	-.089
11. การสื่อสารแบบเผด็จการ	-.077	-.041	.049	.006	-.023	.119	-.124	.048	.023	.045
12. การสื่อสารแบบมีเหตุมีผล	.065	<b>.180*</b>	-.059	.013	-.033	.131	-.072	.068	.029	.063
13. การสื่อสารแบบห่างเหิน	-.059	-.060	.031	.013	.023	-.037	.057	-.114	-.116	-.009
14. การสื่อสารแบบยึดหลักอาวุโส	.079	-.101	<b>-.248*</b>	-.115	-.059	-.027	-.094	.009	-.021	.069
15. การสื่อสารแบบให้กำลังใจ	.044	.039	-.121	-.074	.002	-.020	.141	.063	.066	.061

\* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7.4 แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบตำหนิติเตียนมีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภท จักรยาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเน้นให้เป็นตัวของตัวเอง มีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทกล้องถ่ายรูป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบแสดงความรัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทโทรทัศน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบมีเหตุมีผล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเครื่องเสียง/วิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบยึดหลักอาวุโส มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบสนับสนุน แบบประนีประนอม แบบประชาธิปไตย แบบอิสระ แบบควบคุม แบบปกป้อง แบบเผด็จการ แบบห่างเหิน และแบบให้กำลังใจไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าแต่อย่างใด

นอกจากนี้ยังพบว่าทุกรูปแบบการสื่อสารในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทโทรศัพท์ สมูท แชมพู ยาสีฟัน แต่อย่างใด