

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ  
ของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ  
จังหวัดหนองบัวลำภู

นางสาวจิราพา รักษาภักดี



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
วิชาเอกเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2558

**Factors Affecting Credit Selection on Hire-Purchase of Goods and Services of  
Government Officers Provincial Agricultural Extension Office and District  
Agricultural Extension Office in Nong Bua Lam Phu Province**

**Miss Jirapa Ruksaphugdee**

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Economics  
School of Economics  
Sukhothai Thammathirat Open University

2015

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ      ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระ  
สินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และ  
สำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ชื่อและนามสกุล      นางสาวจิราภา รักษาภักดิ์

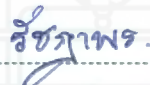
วิชาเอก      เศรษฐศาสตร์

สาขาวิชา      เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา      รองศาสตราจารย์รัชฎาพร เลิศโกถานนท์

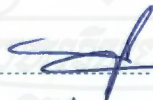
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 18 กันยายน 2558

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



(รองศาสตราจารย์รัชฎาพร เลิศโกถานนท์)

ประธานกรรมการ



(รองศาสตราจารย์ ดร. ณรงค์ศักดิ์ ชนวินุญชัย)

กรรมการ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะศิริ เรืองศรีมัน)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

**ชื่อการศึกษา** คั่นคว้ออิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ  
ของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ  
จังหวัดหนองบัวลำภู

**ผู้ศึกษา** นางสาวจิราพร รักษาภักดี รหัสนักศึกษา 2546000270

**ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต **อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์รัชฎาพร เลิศโกกานนท์

**ปีการศึกษา** 2558

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทั่วไปและสภาพการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ 3) เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการและ 4) ผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากแบบสอบถามที่สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 89 คน ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติอย่างง่าย หาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและร้อยละ แล้วทำการหาค่าอิทธิพล เพื่อคำนวณปัจจัยและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของประชากรสองกลุ่ม

ผลการศึกษาพบว่า 1) ประชากรที่ศึกษาเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการมีอายุมากกว่า 40 ปี ถึงร้อยละ 63 ส่วนมากสมรสแล้ว มีสมาชิกในครัวเรือน 3 ถึง 4 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 24,350 บาท ส่วนใหญ่มียอดเงินกู้ที่ชำระต่อเดือน 10,000 ถึง 20,000 บาท โดยร้อยละ 60 สามารถชำระหนี้ที่ค้างชำระไว้ได้ตามกำหนดบางส่วน และมีแนวโน้มว่าจะใช้บริการนี้ในอนาคตสูงถึงร้อยละ 84 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อฯ คือ รายได้ต่อเดือน อัตราดอกเบี้ย การตลาด และบริการ 3) จากการเปรียบเทียบขนาดอิทธิพลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อฯ พบว่า ปัจจัยด้านอายุ การตลาด การให้บริการและความปลอดภัย รวมทั้งปัจจัยด้านราคาสินค้ามีอิทธิพลต่ำสุด ในขณะที่ปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการมีอิทธิพลระดับปานกลาง 4) ผลกระทบมากที่สุดจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อฯ คือ การเกิดปัญหาด้านความเครียด ต้องหาอาชีพเสริมมาทำเพื่อเพิ่มรายได้ รองลงมาทำให้ไม่มีสมรรถนะในการทำงาน เกิดปัญหาครอบครัว อีกทั้งยังทำให้ต้องขายทรัพย์สินอื่นๆ เช่น รถยนต์ ฯลฯ เพื่อนำมาใช้หนี้หรือนำมาจบบ้างจ่ายใช้สอย

**คำสำคัญ** สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ

**Independent Study title:** Factors Affecting Credit Selection on Hire-Purchase of Goods and Services of Government Officers Provincial Agricultural Extension Office and District Agricultural Extension Office in Nong Bua Lam Phu Province

**Author:** Miss Jirapa Ruksaphugdee; **ID:** 2546000270;

**Degree:** Master of Economics;

**Independent Study advisor:** Rachadaporn Lertphokanont, Associate Professor;

**Academic year:** 2015

### Abstract

The study aimed to analyze 1) generality and condition credit selection on hire-purchase of goods and services 2) factors affecting credit selection on hire-purchase of goods and services 3) compare factors affecting credit selection on hire-purchase of goods and services and 4) impact from factors affecting credit selection on hire-purchase of goods and services of Government Officers Provincial Agricultural Extension Office and District Agricultural Extension Office in Nong Bua Lam Phu Province

The study data collected via questionnaire query factors affecting credit selection on hire-purchase of goods and services population use study of Government Officers Provincial Agricultural Extension Office and District Agricultural Extension Office in Nong Bua Lam Phu Province 89 person the data was analyzed using simple statistics frequency mean and percentage then using the find effect size to calculation factors and compare factors affecting credit selection on hire-purchase of goods and services two populations

The results showed that 1) population use study choose on hire-purchase older 40 years at 63 percent, most married, family members 3 to 4 person, the average income per month 24,350 bath, monthly loan payment 10,000 to 20,000 bath, at 60 percent some settlements and likely future use at 84 percent 2) factors affecting credit selection on hire-purchase is income per month, interest rate, marketing and services 3) compare effect size factors affecting credit selection on hire-purchase found for age, marketing, service and security, the price goods factors minimum influence, factors select services moderate influence 4) effect most choose on hire-purchase is strain must find a part time job increase revenue subordinate can not concentration on work, family issues, then property sales other car etc. to pay odd debt other apply used on a daily basis.

**Keywords:** Hire-Purchase of Goods and Services

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของข้าราชการจังหวัดหนองบัวลำภู เป็นการศึกษาส่วนหนึ่งของหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์รัชฎาพร เลิศโกศานนท์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะ แนวคิด เพื่อนำไปใช้แก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้ศึกษา ผู้ศึกษารู้สึกถึงพระคุณ จึงกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้ศึกษาขอขอบคุณเพื่อนข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล ตอบแบบสอบถามและให้ข้อเสนอแนะ ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และขอขอบคุณตัวแทนข้าราชการที่ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้จนทำให้งานสำเร็จ ลุล่วงได้ด้วยดี

คุณความดีหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษานี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แก่บุพการีผู้มีพระคุณ และครูอาจารย์ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้มาตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงปัจจุบัน

จิราพา รักษาภักดี

กันยายน 2558

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา .....	5
กรอบแนวคิดการศึกษา .....	6
สมมติฐานการศึกษา .....	7
ขอบเขตการศึกษา .....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	9
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	10
แนวคิดและทฤษฎีอุปสงค์ .....	10
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้า .....	22
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเป็นหนี้ .....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา .....	47
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา .....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	50
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	50

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของข้าราชการสำนักงานเกษตร และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู.....	53
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อ สินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู.....	59
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อ สินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู.....	63
ส่วนที่ 4 ผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ของข้าราชการสำนักงานเกษตร และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู.....	69
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	70
สรุปผลการศึกษา.....	70
อภิปรายผล.....	75
ข้อเสนอแนะ.....	77
บรรณานุกรม.....	79
ภาคผนวก.....	82
ประวัติผู้ศึกษา.....	89



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	รายรับ - รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ปี 2556..... 2
ตารางที่ 2.1	ปริมาณเล็กและน้ำผลไม้ที่ซื้อโดยใช้งบประมาณวันละ 100 บาท..... 16
ตารางที่ 2.2	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้ รายภาค พ.ศ. 2556..... 34
ตารางที่ 2.3	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่าย รายภาค ปี 2556..... 35
ตารางที่ 2.4	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่าย พ.ศ. 2556..... 36
ตารางที่ 4.1	จำนวนร้อยละของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย..... 54
ตารางที่ 4.2	จำนวนร้อยละการซื้อสินค้าโดยการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อ สินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมาย..... 55
ตารางที่ 4.3	ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อ สินค้าและบริการของปัจจัยด้านอายุ รายได้ต่อเดือน และราคาสินค้า..... 59
ตารางที่ 4.4	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อ สินค้าและบริการของปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ การตลาด การบริการ และความปลอดภัย..... 60
ตารางที่ 4.5	ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู..... 63
ตารางที่ 4.6	ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู..... 64
ตารางที่ 4.7	ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาสินค้าต่ำสุด และราคาสินค้าสูงสุด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู..... 64

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.8	ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการ สำนักงานเกษตร จังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู.....	64
ตารางที่ 4.9	ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการ สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู.....	66
ตารางที่ 4.10	ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการ สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู.....	67
ตารางที่ 4.11	ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการ สำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู.....	67
ตารางที่ 4.12	ผลการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ.....	69



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา.....	6
ภาพที่ 2.1 อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาต่างๆ.....	11
ภาพที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณสินค้า.....	11
ภาพที่ 2.3 การเปลี่ยนแปลงปริมาณของอุปสงค์ในสินค้า.....	14
ภาพที่ 2.4 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์.....	15
ภาพที่ 2.5 เส้นงบประมาณในการซื้อเค้กและน้ำผลไม้ของนาย ก.....	17
ภาพที่ 2.6 เส้นงบประมาณเลื่อนขึ้นเมื่องบประมาณเพิ่มขึ้น.....	18
ภาพที่ 2.7 เส้นงบประมาณเปลี่ยนเมื่อราคาน้ำผลไม้เปลี่ยน.....	19
ภาพที่ 2.8 เส้นงบประมาณเปลี่ยนเมื่อราคาเค้กเปลี่ยน.....	20
ภาพที่ 2.9 คุณภาพผู้บริโภคในแผนที่เส้นความพอใจเท่ากัน.....	21
ภาพที่ 2.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค.....	24
ภาพที่ 2.11 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior).....	25
ภาพที่ 2.12 เส้นความพอใจเท่ากันแสดงการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้า โดยการเป็นหนี้.....	40



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลกาภิวัตน์ (Globalization) สังคมที่เต็มไปด้วยข้อมูล ข่าวสาร และเป็น โลกของการติดต่อสื่อสารไร้พรมแดน ซึ่งเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้ส่งผลต่อเศรษฐกิจและสังคมของนานาประเทศ ซึ่งจะกระทบต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในทุกๆ ด้าน ทั้งทางด้านการทำงาน การประกอบธุรกิจ การศึกษา การวิจัยพัฒนา รวมทั้งด้านการบันเทิงและด้านอื่นๆ สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่มนุษย์นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ได้ถูกพัฒนามาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างไม่หยุดนิ่ง อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันได้ผลิิตมาจากการประดิษฐ์คิดค้น พัฒนาซึ่งมาจากความรู้ ความสามารถของมนุษย์ และได้ถูกส่งต่อแพร่กระจายไปยังที่ต่างๆ อย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน สิ่งอำนวยความสะดวกที่มนุษย์ได้นำมาใช้ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาโดยผู้ผลิต และผู้ประกอบการได้นำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาสอดแทรกเข้าในตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้สิ่งของเครื่องใช้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค การประชาสัมพันธ์และการตลาดที่เน้นความพึงพอใจและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคยุคปัจจุบันมีความต้องการและทำการหาซื้อสินค้าและบริการดังกล่าวมาใช้

สังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดรับเทคโนโลยีต่างๆ ที่เข้ามาตามกระแสโลกาภิวัตน์มีความต้องการที่จะครอบครองสินค้าและบริการที่ทันสมัยกลายเป็นค่านิยมทางสังคมของไทย ประชาชนบางกลุ่มซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนผู้มีรายได้ประจำรูปแบบเงินเดือน นิยมบริโภคสินค้าและบริการเทคโนโลยีใหม่ๆ และมีการอัปเดตการใช้อยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภท โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โน้ตบุ๊ก กระเป๋าแบรนด์เนม เป็นต้น ทำให้ส่งผลกระทบต่อในด้านความไม่สมดุลระหว่างรายรับกับรายจ่าย ความไม่สมดุลทางการเงินที่เกิดขึ้นทำให้ต้องการกู้ยืมเงินและมีภาระในการผ่อนชำระเงินกู้ระบบการค้ำ วิธีการชำระเงินเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการตัดสินใจในการเลือกการบริโภคของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้าเป็นระบบการซื้อขายด้วยเงินผ่อน ค่างานที่ผ่อนระยะยาว จะเป็นการเพิ่มโอกาสในการบริโภคให้กับผู้บริโภคมากขึ้น โดยผู้บริโภคสามารถบริโภคได้โดยไม่ต้องชำระเงินในครั้งเดียว มีเงินเพียงส่วนหนึ่งในการค่างานก็สามารถซื้อหาสินค้าและบริการมาบริโภคได้

การกู้ยืมและการผ่อนชำระสินค้าและบริการมีทั้งผ่านสถาบันการเงินที่เป็นธนาคาร และไม่ใช่นาคาร โดยผู้กู้สามารถกู้ยืมเงินเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคได้ เพียงแค่มีรายได้ โดยเฉลี่ย 6,000 – 8,000 บาทต่อเดือน (พศุ เศรษฐินทร์ (2557)) อีกทั้งสถาบันการเงินต่างๆ ได้ออกกลยุทธ์ใหม่ๆ มาจูงใจแก่ผู้กู้ยืมอยู่เสมอ การขอสินเชื่อเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคสามารถทำได้ง่ายหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนซื้อผ่านบัตรเครดิต ผ่อนซื้อผ่านบัตรสินเชื่อ หรือผ่อนซื้อผ่านร้านค้าโดยตรง การผ่อนซื้อที่มีสาเหตุมาจากรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัด ไม่สามารถที่จะจ่ายด้วยเงินสดทั้งหมดได้ แต่เพื่อความอยู่รอด ความสะดวกสบาย และเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิต เป็นเหตุผลจำเป็นที่ต้องซื้อสินค้าและบริการ โดยวิธีการผ่อนชำระ ซึ่งในหลายกรณีซื้อสินค้าบางประเภทมีราคาแพง และเกินความจำเป็น เช่น โทรศัพท์มือถือ กระเป๋าแฟชั่น เครื่องสำอาง รถยนต์ใหม่ป้ายแดง เป็นต้น ซึ่งเป็นสาเหตุที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดภาวะไม่สมดุลระหว่างรายรับกับรายจ่าย ก่อให้เกิดหนี้สิน และภาระรายจ่ายต่อเดือนเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะผู้มีรายได้ประจำในรูปแบบเงินเดือน ที่รายได้หลักคือผลตอบแทนจากการทำงานในแต่ละเดือน และมีรายได้ค่อนข้างคงที่เปลี่ยนแปลงไม่มากนัก

ตารางที่ 1.1 รายรับ - รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน ปี 2556

รายรับ-รายจ่าย	ภาคกลาง (บาท)	ภาคเหนือ (บาท)	ภาคตะวันออก เฉลี่ยเหนือ (บาท)	ภาคใต้ (บาท)
รายได้	26,114	19,267	19,181	27,504
1. รายได้ประจำ	25,833	18,873	18,767	27,063
1.1 รายได้ที่เป็นตัวเงิน	22,853	16,276	15,468	24,156
1.1.1 รายได้จากการทำงาน	20,305	13,487	12,162	21,672
- ค่าจ้างและเงินเดือน	11,962	5,537	5,965	8,884
- ค่าไรสุทธิจากการทำธุรกิจ	4,574	3,793	3,181	4,682
- ค่าไรสุทธิจากการทำการเกษตร	3,769	4,157	3,016	8,105
1.1.2 เงินที่ได้รับเป็นการช่วยเหลือ	2,271	2,525	3,129	2,012
1.1.3 รายได้จากทรัพย์สิน	278	264	177	472
1.2 รายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน <sup>1/</sup>	2,979	2,598	3,299	2,907
2. รายได้ไม่ประจำ (ที่เป็นตัวเงิน)	281	394	415	441

## ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

รายรับ-รายจ่าย	ภาคกลาง (บาท)	ภาคเหนือ (บาท)	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (บาท)	ภาคใต้ (บาท)
รายจ่าย	19,728	14,066	15,092	20,372
1. ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค	17,239	12,317	13,536	17,901
1.1 ค่าใช้จ่ายอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ	6,872	4,979	5,882	6,848
- อาหารและเครื่องดื่ม (ไม่มีแอลกอฮอล์)	6,426	4,762	5,639	6,528
- เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	299	156	162	167
- ยาสูบ หมาก ยานัตถุ์และอื่นๆ	148	62	81	153
1.2 ค่าใช้จ่ายสินค้าและบริการ	10,366	7,338	7,655	11,053
- ที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งบ้าน และเครื่องใช้	3,679	2,587	2,619	3,654
- เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	496	372	353	637
- ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	627	430	438	603
- เวชภัณฑ์ และค่าตรวจรักษาพยาบาล	271	215	200	309
- การเดินทางและการสื่อสาร	4,534	3,148	3,349	5,086
- ค่าซื้อ/ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะ	1,793	1,475	1,646	2,265
- การเดินทางปกติ / ท่องเที่ยว	2,104	1,256	1,319	2,186
- การสื่อสาร	637	417	385	636
- การศึกษา	260	183	166	285
- การบันเทิง การอ่านและกิจกรรมทางศาสนา	384	244	266	263
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจัดงานพิธีในโอกาสพิเศษ	115	160	264	217
2. ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค	2,489	1,749	1,556	2,470
ส่วนต่าง	6,386	5,201	4,089	7,132

1/ รวมค่าประเมินค่าเช่าบ้านที่ไม่เสียเงิน (รวมบ้านของตนเอง)

ที่มา: ดัดแปลงจากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2556

ตาราง 1.1 แสดงรายรับ รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน และส่วนต่างระหว่างรายรับ-รายจ่ายของครัวเรือนในปี 2556 ระหว่างภาคต่างๆ ของประเทศ จากตัวเลขในตารางจะเห็นว่าภาคใต้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนสูงที่สุดคือ 27,504 บาท รองลงมาคือภาคกลางมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 26,114 บาท ในขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือใกล้เคียงกัน คือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 19,267 บาท และ 19,181 บาท ตามลำดับ ในส่วนรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือนก็เช่นเดียวกันคือ ภาคใต้มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สุดเท่ากับ 20,372 บาท รองลงมาคือภาคกลางมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 19,728 บาท ในขณะที่รายจ่ายเฉลี่ยต่อ

เดือนของครัวเรือนในภาคเหนือต่ำสุดคือ 14,066 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประกอบด้วย รายได้ประจำที่มาจากการทำงาน ได้แก่ ค่าจ้างและเงินเดือน กำไรสุทธิจากการทำธุรกิจ และกำไรสุทธิจากการทำการเกษตร เงินที่ได้รับเป็นการช่วยเหลือ รายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน รวมค่าประเมินค่าเช่าบ้านที่ไม่เสียเงิน และรายได้ไม่ประจำ (ที่เป็นตัวเงิน) และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคและค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภค ซึ่งส่วนต่างระหว่างรายรับและรายจ่ายถือว่าต่ำมาก โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้ต่อครัวเรือนเดือนละ 19,061 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 15,092 บาท และส่วนต่างระหว่างรายรับ-รายจ่าย 4,089 บาท จะเห็นว่ารายรับและรายจ่ายที่มีความแตกต่างกันค่อนข้างต่ำ เมื่อเกิดความต้องการถึงอำนาจความสะดวก และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้บุคคลเหล่านี้ตัดสินใจซื้อสินค้าแบบเงินผ่อนหรือกู้เงินจากสถาบันการเงินมาใช้ในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งส่งผลทำให้เกิดหนี้สินและปัญหาทางการเงินในท้ายที่สุดทำให้เกิดความเครียด ความวิตกกังวล ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคคล ทำให้ประสิทธิภาพของงานลดลงซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรที่บุคคลนั้นสังกัดทำงานอยู่ สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประสิทธิภาพของงานลดลง เนื่องจากที่บุคคลขาดสมาธิในการทำงาน เพราะมีเรื่องต้องให้คิดและวิตกกังวล ทำให้บุคคลสามารถทำงานได้ลดลง และอาจส่งผลต่อผลิตภาพของแรงงานที่ลดลงตามไปด้วย (พสุ เดชะรินทร์ (2557) เรื่อง สมาธิในการทำงานกับคนยุคใหม่ ค้นคืนวันที่ 10 มกราคม 2557 จาก <http://www.jasminetower.com/904>)

ส่วนราชการสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จังหวัดหนองบัวลำภู เป็นหน่วยงานหนึ่งในหลายๆ หน่วยงาน ที่มีบุคลากรในตำแหน่งงานต่างๆ ตามลักษณะงานที่หลากหลาย มีอำนาจหน้าที่และภารกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ประกอบด้วยบุคลากร 4 ประเภท คือ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และลูกจ้างชั่วคราว โดยบุคลากรทั้ง 4 ประเภท มีความแตกต่างกันทั้งในด้านเงินเดือน สวัสดิการ ความมั่นคงในตำแหน่งหน้าที่การงาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์นับเป็นองค์กรหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ความพร้อมและสมาธิในการทำงานของบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อบุคลากรของหน่วยงานให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่และเต็มความสามารถ จากปัจจัยซึ่งมาจากสิ่งเร้าและกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีซึ่งทำให้มีสินค้าและบริการใหม่ๆ ออกมาเสนอขายให้กับผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก ประกอบกับผลของกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้มีการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆ ไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้บุคคล ซึ่งอยู่ในองค์กรกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ทำการซื้อหาสินค้าและบริการประเภทต่างๆ มาใช้ หากการซื้อหาสินค้าและบริการมาทำการบริโภคอยู่บนฐานของการมีความสามารถที่จะจ่ายได้ ภายใต้งบประมาณ โดยการผ่อนชำระหรือการซื้อโดยวิธีผ่อนส่งโดยไม่ได้ทำการพิจารณา

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล และภาระที่ต้องการรับผิดชอบอย่างเหมาะสม และมีการใช้จ่ายเกินตัวแล้ว จะทำให้เกิดผลเสียที่ตามมาหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงาน อันมีสาเหตุมาจากความวิตกกังวล ความเครียด การขาดสมาธิในการทำงาน ซึ่งเป็นผลจากภาระหนี้สินที่เกิดจากการผ่อนชำระสินค้าต่างๆ มากมาย ผู้วิจัยสนใจทำการศึกษาในเรื่องนี้ โดยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู การศึกษาในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ความเหมือนหรือความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ และทราบถึงผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปวางแผนเพื่อแก้ปัญหา และป้องกันการเป็นหนี้ของข้าราชการ ซึ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการทำงานของข้าราชการ

## 2. วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและสภาพการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

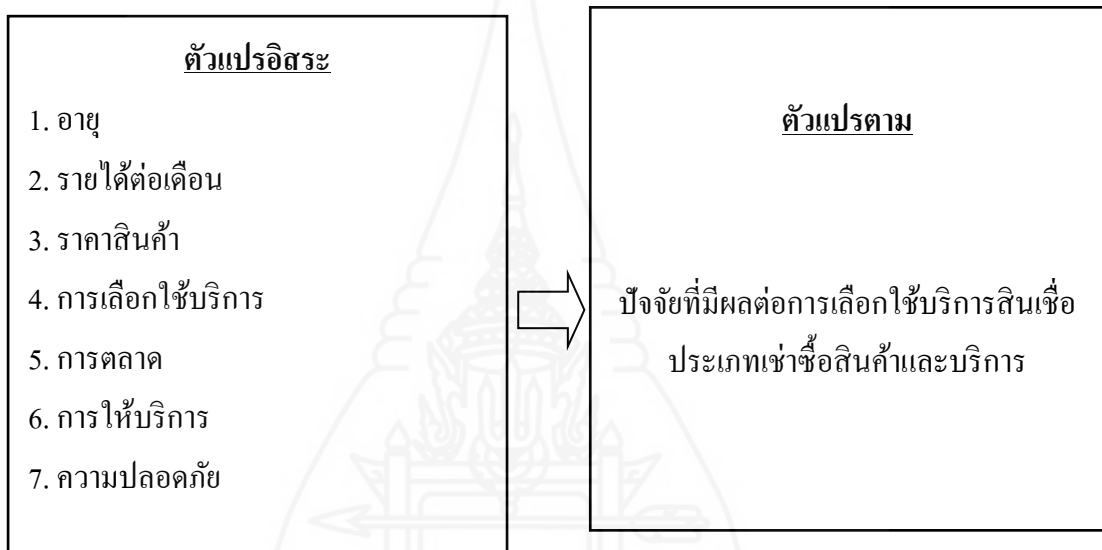
2.3 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

2.4 เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่oprเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู



### 3. กรอบแนวคิดการศึกษา

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้กำหนดมาจากจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ตัวแปรเพื่อนำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู มีกรอบแนวคิดในการศึกษาค้างนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้มาจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ พฤติกรรมการบริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นหนี้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย อายุ รายได้ต่อเดือน ราคาสินค้า การเลือกใช้บริการ การตลาด การให้บริการและความปลอดภัย โดยมีตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ

#### 4. สมมติฐานการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู มีสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

##### สมมติฐานวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

4.1 อายุของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดและข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน

4.2 จำนวนรายได้ต่อเดือนของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน

4.3 ราคาสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกัน

4.4 ปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกัน

4.5 ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกัน

4.6 ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกัน

4.7 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกัน

#### 5. ขอบเขตการศึกษา

5.1 กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จังหวัดหนองบัวลำภู โดยผู้ศึกษาทำการศึกษาเฉพาะข้าราชการที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานเกษตรอำเภอทุกอำเภอของจังหวัดหนองบัวลำภู ในปีพ.ศ. 2558 จำนวน 89 คน

**5.2 ระยะเวลาการศึกษา** การศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากข้าราชการที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู และข้าราชการที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

**6.1 สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ** หมายถึง การซื้อสินค้าและบริการประเภทต่างๆ โดยผู้ขายส่งมอบสินค้าหรือให้บริการแก่ผู้ซื้อ และผู้ขายตกลงยินยอมให้ผู้ซื้อชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการเป็นงวดๆ โดยรับเงินจำนวนหนึ่งครั้งแรกถือเป็นการวางมัดจำก่อน หลังจากนั้นผู้ซื้อจะผ่อนชำระส่วนที่เหลือเป็นงวดๆ ตามระยะเวลาที่ตกลงไว้ โดยอาจจะมีการคิดดอกเบี้ยหรือไม่คิดดอกเบี้ยสำหรับเงินที่ค้างชำระ

**6.2 การผ่อนชำระผ่านร้านค้า** หมายถึง การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคโดยไม่ผ่านสถาบันการเงิน แต่จะซื้อผ่านร้านจัดจำหน่ายสินค้าโดยตรง โดยมีการผ่อนชำระเป็นรายงวด โดยเงื่อนไขของสัญญาการเช่าซื้อทางร้านจัดจำหน่ายสินค้าจะเป็นผู้กำหนด และไม่ขึ้นตรงกับสถาบันการเงิน

**6.3 การผ่อนชำระสินค้าผ่านสถาบันการเงิน** หมายถึง การซื้อสินค้าผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับวงเงินอนุมัติจากสถาบันการเงิน สามารถนำไปซื้อสินค้าได้ภายในวงเงินที่ได้รับ โดยไม่จำเป็นจะต้องมีเงินอยู่ในบัญชี หรือฝากไว้ในบัตร แล้วทำการผ่อนชำระคืนให้กับสถาบันการเงินเจ้าของบัตรในภายหลังตามรอบบัญชีแต่ละเดือนจนครบตามสัญญา

**6.4 ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด** หมายถึง ข้าราชการที่ปฏิบัติงานรับผิดชอบในสำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร องค์กรเกษตรกรและวิสาหกิจเกษตรของชุมชนส่งเสริมและประสานถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิต การจัดการผลผลิตพืช ประมง และปศุสัตว์ กำกับ ดูแล และสนับสนุนการปฏิบัติงานของสำนักงานเกษตรอำเภอ และปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

**6.5 ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ** หมายถึง ข้าราชการที่ปฏิบัติงานรับผิดชอบในสำนักงานเกษตรอำเภอของจังหวัดหนองบัวลำภู ทำหน้าที่วางแผนและส่งเสริมการวางแผนการผลิตการเกษตรในอำเภอ ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร องค์กรเกษตรกร และวิสาหกิจเกษตรของชุมชน ส่งเสริมและประสานถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิต การจัดการผลผลิตพืช ประมง และปศุสัตว์ ให้บริการและส่งเสริมอาชีพการเกษตรทุกสาขาและปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ทำให้ทราบถึงสภาพทั่วไปและสภาพการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

7.2 ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

7.3 ทำให้ทราบถึงความเหมือนหรือความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

7.4 ทำให้ทราบถึงผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อแก้ปัญหา และป้องกันการเป็นหนี้ของข้าราชการ ซึ่งจะส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการทำงาน



## บทที่ 2

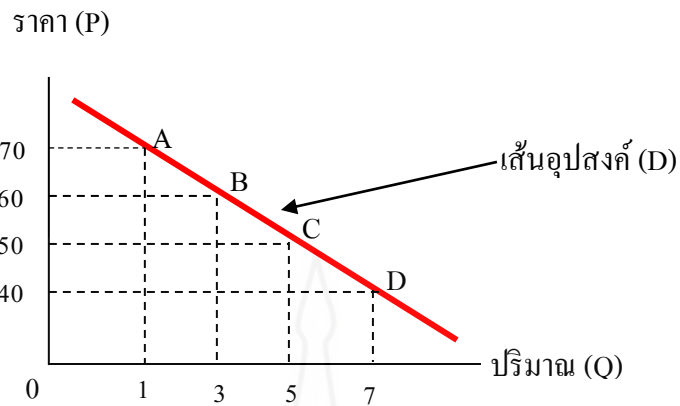
### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู โดยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับกำหนดกรอบแนวคิดในการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีอุปสงค์
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้า
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นหนี้
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีอุปสงค์

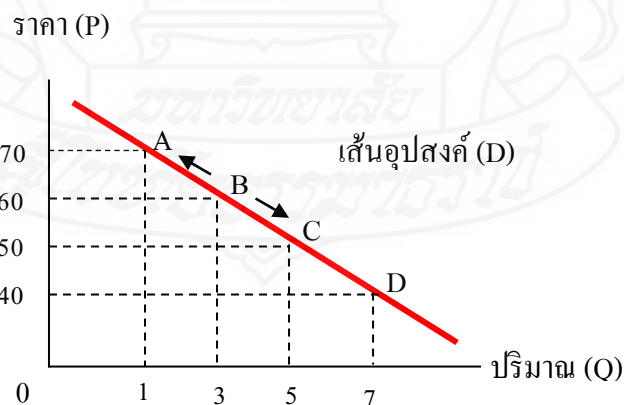
**อุปสงค์ (Demand)** หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ โดยผู้ที่ต้องการซื้อมีความเต็มใจที่จะจ่ายและมีอำนาจซื้อหรือมีเงินเพียงพอที่จะจ่าย โดยทั่วไปอุปสงค์สามารถแบ่งได้สองประเภท คือ อุปสงค์ส่วนบุคคลและอุปสงค์ของตลาด การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการตัดสินใจส่วนบุคคลจึงจะกล่าวถึงเฉพาะ**อุปสงค์ส่วนบุคคล** โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาหนึ่งโดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ อุปสงค์ส่วนบุคคลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภค รายใดรายหนึ่งเต็มใจจะซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้านั้น ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 อุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาต่างๆ

**เส้นอุปสงค์ (Demand Curve)** เป็นเส้นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณอุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่ เส้นอุปสงค์ได้จากการลากเส้นเชื่อมโยงจุดปริมาณความต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ เข้าด้วยกัน

**กฎของอุปสงค์ (Law of demand)** กล่าวว่า “ปริมาณอุปสงค์สินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่” จากกฎอุปสงค์นี้แสดงว่าเมื่อราคาสินค้าลดลง ปริมาณความต้องการสินค้าจะเพิ่มขึ้น และถ้าราคาสินค้าเพิ่มขึ้นปริมาณความต้องการจะลดลง เส้นอุปสงค์จึงมีลักษณะลาดลงจากซ้ายไปขวา คือมีความชันเป็นลบดังแสดงในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณสินค้า

การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าจะส่งผลต่อการบริโภคสินค้าและบริการของผู้บริโภคอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. ผลของการทดแทน (Substitution effect) เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้าชนิดนั้นมีราคาถูกลงเมื่อเทียบกับราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่บริโภค จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดที่ราคาแพงที่ลง แล้วหันมาบริโภคสินค้าชนิดที่ราคาถูกลงเพิ่มขึ้นแทนการบริโภคสินค้าชนิดที่ราคาแพงที่ ในตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้าชนิดนั้นมีราคาแพงเมื่อเทียบกับราคาของสินค้าชนิดอื่นๆ จึงลดการบริโภคสินค้าอีกชนิดที่บริโภค แล้วหันไปบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งแทน ผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในราคาเปรียบเทียบ (Relative price) ของสินค้าเรียกว่า **ผลของการทดแทน (Substitution effect)**

2. ผลของรายได้ (Income effect) เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าเหมือนกับว่าเขามีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะรายได้จำนวนเดิมจะมีอำนาจซื้อมากขึ้น ดังนั้น เขาจึงซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้น ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าเหมือนกับว่าเขามีรายได้น้อยลง ดังนั้น เขาจึงซื้อสินค้าลดลง ผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในอำนาจซื้อเรียกว่า **ผลของรายได้ (Income effect)**

### 1.1 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์และการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์

**1.1.1 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ (Demand Determinants)** ได้แก่ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการจะซื้อ กล่าวคือ ถ้าปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เปลี่ยนแปลงไป จะมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ที่สำคัญ ประกอบด้วย

1) **ระดับราคาสินค้าหรือบริการ** ราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะเป็นตัวกำหนดปริมาณความต้องการซื้อของสินค้าชนิดนั้น กล่าวคือ ปริมาณซื้อสินค้าจะแปรผันในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้านั้น ตัวอย่างเช่น ถ้าราคาผงซักฟอกยี่ห้อหนึ่งลดลง ปริมาณซื้อผงซักฟอกยี่ห้ออื่นก็จะเพิ่มขึ้น

2) **รายได้ของผู้บริโภค** เมื่อระดับรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงจะมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย ในกรณีของสินค้าปกติ (normal goods) ปริมาณซื้อสินค้าจะแปรผันทิศทางเดียวกันกับระดับรายได้ กล่าวคือ ถ้ารายได้เพิ่มขึ้นปริมาณอุปสงค์จะเพิ่มขึ้น ในกรณีของสินค้าด้อย (inferior goods) ปริมาณอุปสงค์จะแปรผันในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับรายได้ กล่าวคือ ถ้ารายได้เพิ่มขึ้นปริมาณซื้อสินค้านี้จะลดลง

3) **รสนิยมของผู้บริโภค** ถ้ารสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจะมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคนี้

อาจจะเป็นผลเนื่องมาจากการเลียนแบบ การโฆษณา หรือความต้องการพื้นฐานในการดำรงชีวิต เช่น แต่เดิมผู้หญิงไทยนิยมนุ่งผ้าโจงกระเบน แต่ปัจจุบันนิยมใส่กางเกงหรือกระโปรง ดังนั้น ปริมาณอุปสงค์ต่อผ้าโจงกระเบนในปัจจุบันย่อมลดลง

4) *ระดับราคาสินค้าหรือบริการชนิดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง* ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงหรือตอบสนองต่อราคาสินค้าหรือบริการชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องได้ ซึ่งพิจารณาได้ 2 กรณีดังกล่าวแล้ว คือกรณีของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันและสินค้าที่ใช้ประกอบกัน

5) *จำนวนและองค์ประกอบของประชากร* ปริมาณอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนประชากร กล่าวคือ ถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ปริมาณ อุปสงค์ต่อสินค้าและบริการก็ย่อมจะเพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องหมายความว่าอำนาจซื้อของประชากรจะต้องเพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้ถ้าองค์ประกอบของประชากรเปลี่ยนแปลงไปก็ย่อมมีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์ของสินค้า เช่น ถ้าองค์ประกอบของประชากรที่เป็นวัยรุ่นเพิ่มขึ้นปริมาณอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการสำหรับวัยรุ่นก็ย่อมจะเพิ่มขึ้น ถ้าองค์ประกอบของประชากรที่เป็นวัยเด็กลดลง ปริมาณอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการสำหรับเด็กก็ย่อมลดลงด้วย

6) *การคาดคะเนในอนาคต* ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งในปัจจุบันจะแปรผันในทิศทางเดียวกับราคาที่คาดคะเนในอนาคตของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันพืชจะสูงขึ้น ในเดือนหน้า จะมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์ของน้ำมันพืชในปัจจุบันเพิ่มขึ้น ถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาน้ำมันพืชจะลดลงในเดือนหน้าก็จะมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์ของน้ำมันพืชในปัจจุบันลดลงโดยผู้บริโภคจะรอไปซื้อในเดือนหน้าหน้า ซึ่งราคาจะถูกกว่า

7) *ฤดูกาล* ปริมาณอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการใดๆ จะเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล เช่น ในฤดูฝนปริมาณอุปสงค์ต่อร่มและเสื้อกันฝนจะเพิ่มสูงขึ้น หรืออุปสงค์ต่อเสื้อกันหนาวในฤดูหนาวจะเพิ่มขึ้นเพราะอากาศเย็น เป็นต้น

8) *เทศกาล* ในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ ผู้บริโภคจะมีความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้ปริมาณอุปสงค์ในช่วงดังกล่าวเพิ่มขึ้น ในขณะที่ช่วงนอกเทศกาล ผู้บริโภคมีความต้องการใช้บริการท่องเที่ยวน้อยลงจะทำให้ปริมาณอุปสงค์ลดลง

นอกจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวแล้วยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการ เช่น ระดับการศึกษา ความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค การโฆษณา การเลียนแบบ เป็นต้น ในการศึกษาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณอุปสงค์ของสินค้า หรือ

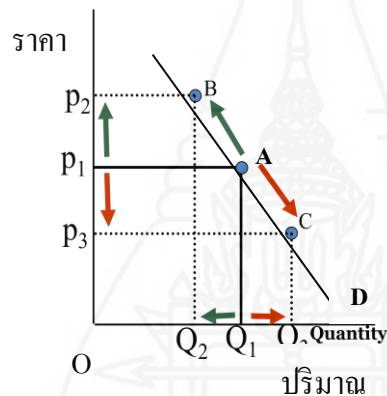


บริการชนิดหนึ่งกับปัจจัยกำหนดอุปสงค์ตัวใดตัวหนึ่งนั้น มักจะสมมติให้ปัจจัยกำหนดอุปสงค์อื่นๆ คงที่ ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการหาความสัมพันธ์ดังกล่าว

### 1.1.2 การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์เปลี่ยนแปลงใน

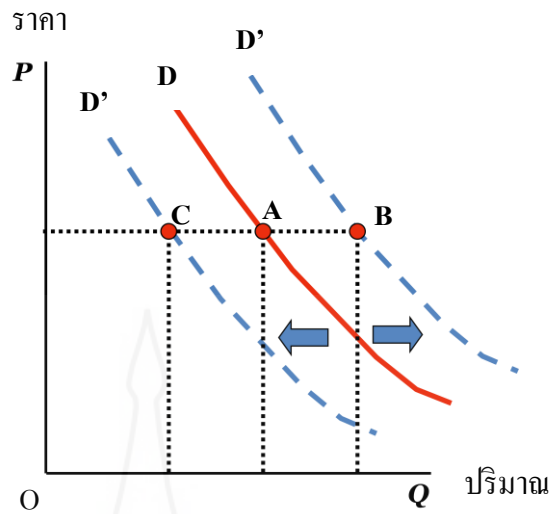
2 ลักษณะคือ

1) การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์บนเส้นอุปสงค์เดียวกัน (*Change in quantity demand*) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าหรือบริการชนิดนั้น โดยที่ปัจจัยอื่นที่เป็นตัวกำหนดความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นคงที่ การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์นี้จะเป็นการเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดิม (move along the demand curve) ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 การเปลี่ยนแปลงปริมาณของอุปสงค์ในสินค้า

2) การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์ (*Shift in demand*) หมายถึง การเคลื่อนย้ายของเส้นอุปสงค์ไปทั้งเส้น กล่าวคือ เป็นการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งในทุกระดับราคา ที่สืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปสงค์ เช่น รายได้ ราคาสินค้าหรือบริการอื่น ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ โดยที่ราคาสินค้าหรือบริการนั้นถูกกำหนดให้คงที่ การเปลี่ยนแปลงปัจจัยดังกล่าวจะทำให้เส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายไปทั้งเส้นจากเส้นเดิมไปสู่เส้นใหม่ โดยถ้าเส้นอุปสงค์เคลื่อนย้ายไปทางขวาของเส้นเดิมแสดงว่าอุปสงค์เพิ่มขึ้นถ้าเคลื่อนย้ายไปทางซ้ายแสดงว่าอุปสงค์ลดลง ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

## 1.2 การเลือกบริโภคเพื่อให้ได้ความพึงพอใจสูงสุด

**1.2.1 การวิเคราะห์ทางเลือกการบริโภคโดยใช้เส้นความพอใจเท่ากัน** เส้นความพอใจเท่ากันเป็นเส้นที่แสดงว่าการตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าและบริการของผู้บริโภคทุกจุดบนเส้นนี้ให้รรถประโยชน์หรือความพอใจแก่ผู้บริโภคเท่ากัน โดยทางเลือกที่อยู่บนเส้นความพอใจเท่ากันที่อยู่ห่างออกไปจากจุดกำเนิดให้รรถประโยชน์รวมสูงกว่าเส้นที่ใกล้จุดกำเนิดเพราะผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น

**1.2.2 งบประมาณ เป็นเส้นที่แสดงรายได้ของผู้บริโภค** ผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าและบริการได้ภายใต้เงินงบประมาณที่มีอยู่ สมมติให้นาย ก มีเงินวันละ 100 บาท นาย ก จะจัดสรรเงินที่มีอยู่ไปซื้อสินค้าและบริการอย่างไร สมมติ นาย ก นำเงินที่มีอยู่ไปซื้อสินค้าและบริการคือ แอปเปิ้ลและน้ำผลไม้ โดยราคาแอปเปิ้ลขึ้นละ 20 บาท ราคาแอปเปิ้ลน้ำผลไม้แก้วละ 10 บาท นาย ก. จะซื้อสินค้าได้ดังตารางที่ 2.1

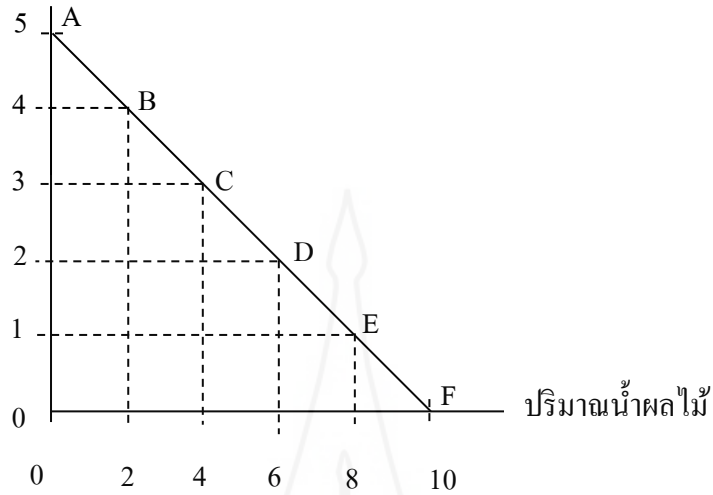
ตารางที่ 2.1 ปริมาณเค้กและน้ำผลไม้ที่ซื้อโดยใช้งบประมาณวันละ 100 บาท

ปริมาณ เค้ก (ชิ้น)	จำนวนเงิน ซื้อเค้ก (บาท)	ปริมาณ น้ำผลไม้ (แก้ว)	จำนวนเงิน ซื้อน้ำผลไม้ (บาท)
0	0	10	100
1	20	8	80
2	40	6	60
3	60	4	40
4	80	2	20
5	100	0	0

นำข้อมูลในตารางมาเขียนภาพที่ 2.5 โดยแกนตั้งคือปริมาณเค้กและแกนนอนคือปริมาณน้ำผลไม้ จากนั้นก็จะระบุจุดที่แสดงทางเลือกของการบริโภคที่เป็นการผสมปริมาณเค้กและปริมาณน้ำผลไม้ให้ได้พอดีกับจำนวนเงิน 100 บาท เช่น จุด A คือจุดที่บริโภคเค้ก 5 ชิ้น โดยไม่ได้บริโภคน้ำผลไม้ จุด B คือจุดที่บริโภคเค้ก 4 ชิ้น น้ำผลไม้ 2 แก้ว เรื่อยไปจนถึงจุด F ซึ่งบริโภคน้ำผลไม้ 10 แก้วโดยไม่มีเค้ก จากนั้นลากเส้นเชื่อมต่อด้านบนนี้ก็จะได้เส้นที่ลากระหว่างปริมาณเค้ก 5 ชิ้น และปริมาณน้ำผลไม้ 10 แก้ว เส้นนี้คือ เส้นงบประมาณ (budget line) ซึ่งบอกให้ทราบทางเลือกในการบริโภคสินค้า 2 อย่างในปริมาณต่างๆ กัน จนพอดีกับเงินงบประมาณที่ตั้งไว้ ดังนั้น จุดใดๆ ที่อยู่เหนือเส้นงบประมาณเป็นจุดที่ผู้บริโภคไปไม่ถึง เพราะเป็นจุดที่การใช้จ่ายเงินมีจำนวนสูงกว่างบประมาณที่มีอยู่และจุดใดๆ ที่อยู่ใต้เส้นงบประมาณ (คือภายใต้สามเหลี่ยม AOF) ก็เป็นจุดที่ใช้งบประมาณไม่หมด

ถ้านาย ก บริโภคอยู่ที่จุด B แต่ต่อมาต้องการเปลี่ยนทางเลือกมาที่ D สิ่งที่นาย ก ต้องทำคือการลดปริมาณเค้กลง 2 ชิ้น ซึ่งทำให้เงินเหลือ 40 บาท แล้วนำเงิน 40 บาท ไปชื้อน้ำผลไม้ปริมาณ 4 แก้ว ก็จะทำให้นาย ก มาอยู่ที่จุด D ได้ ที่น่าสังเกตอีกข้อก็คือค่าความชันของเส้นงบประมาณ ตามหลักการ ค่าความชันของเส้นงบประมาณ คือ OA/OF หรือ  $5/10$  ซึ่งเท่ากับ  $\frac{1}{2}$  หรือ 0.5 เนื่องจากเป็นเส้นตรง ค่าความชันจะคงที่ตลอดเส้น และในกรณีนี้จะเท่ากับสัดส่วนของราคาน้ำผลไม้ต่อราคาเค้ก หรือ  $5/10 = 0.5$

ปริมาณเค้ก

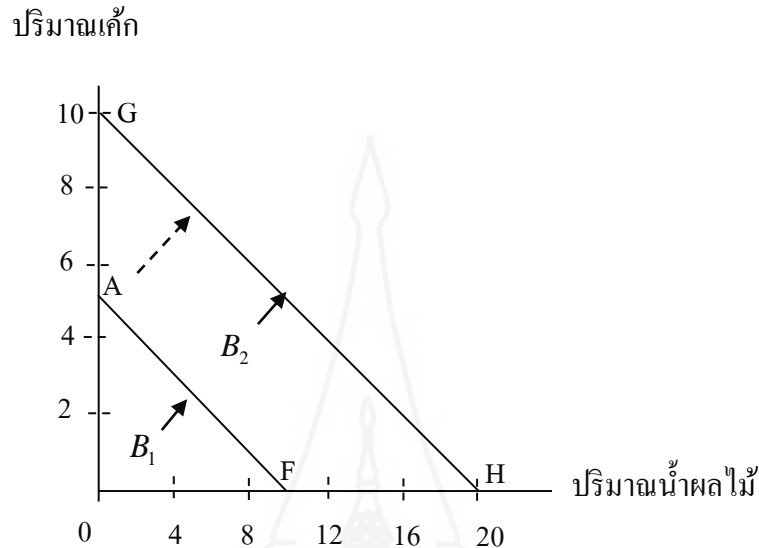


ภาพที่ 2.5 เส้นงบประมาณในการซื้อเค้กและน้ำผลไม้ของนาย ก

เส้นงบประมาณเป็นปัจจัยสะท้อนรายได้ของผู้บริโภค ถ้าผู้บริโภคมีรายได้สูง งบประมาณที่จะจัดมาบริโภคสินค้าก็จะสูงตามไปด้วย และในทำนองเดียวกันถ้ารายได้ลดลง งบประมาณเพื่อซื้อสินค้าก็จะลดลงในสัดส่วนเดียวกัน นอกจากนี้ แม้รายได้ยังคงเดิมแต่ งบประมาณอาจสูงขึ้นได้ทางอ้อมอันเนื่องมาจากการลดลงของราคาสินค้า เมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคก็สามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้นในจำนวนเงินเท่าเดิม เมื่องบประมาณเปลี่ยนไป เส้นงบประมาณก็เปลี่ยนแปลง โดยเคลื่อนที่ไปด้วยแต่จะคงเป็นเส้นตรง การเคลื่อนที่ของเส้นงบประมาณเกิดขึ้นใน 2 กรณีหลัก คือ

1. เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลง งบประมาณเปลี่ยนแปลง เส้นงบประมาณก็จะเลื่อนออกจากที่เดิม ถ้างบประมาณสูงขึ้นแต่ราคาสินค้าคงเดิม เส้นงบประมาณจะเลื่อนออกไปทางขวานานกับเส้นงบประมาณเดิม ถ้างบประมาณลดลงเส้นงบประมาณก็จะเลื่อนไปทางซ้ายเข้าหาจุดกำเนิดขนานกับเส้นเดิม ยกตัวอย่างในกรณีที่งบประมาณสูงขึ้นจาก 100 บาท เป็น 200 บาท ในภาพที่ 2.6 ซึ่งนำมาจากภาพที่ 2.5 จะเห็นว่าเส้นงบประมาณเดิมคือเส้น  $B_1$  เลื่อนไปทางขวาเป็นเส้น  $B_2$  ขนานกับเส้น  $B_1$  ทั้งนี้เพราะเมื่องบประมาณเพิ่มเป็น 200 บาท หากนาย ก นำเงินทั้งหมดมาซื้อเค้กก็จะได้เค้ก 10 ชิ้น จุดบนแกนตั้งซึ่งแสดงปริมาณเค้กจึงเป็นจุด G และหากนำไปชื้อน้ำผลไม้เพียงอย่างเดียวก็จะได้น้ำผลไม้ 20 แก้ว จุดบนแกนนอนซึ่งแสดงปริมาณน้ำผลไม้จึงเป็นจุด H หากเส้น GH ก็จะได้เส้นงบประมาณใหม่คือ  $B_2$

ในทำนองเดียวกัน ถ้างบประมาณลดลงจาก 200 บาทเหลือ 100 บาท ก็จะได้  
เส้นงบประมาณเลื่อนเข้าหาจุดกำเนิด



ภาพที่ 2.6 เส้นงบประมาณเลื่อนขึ้นเมื่องบประมาณเพิ่มขึ้น

2. เมื่อราคาเปลี่ยนแปลงไปแม้งบประมาณเท่าเดิม แต่ปริมาณสินค้าที่ซื้อได้  
เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เส้นงบประมาณย้ายที่ ในกรณีนี้มีกรณีย่อย 3 กรณี ได้แก่

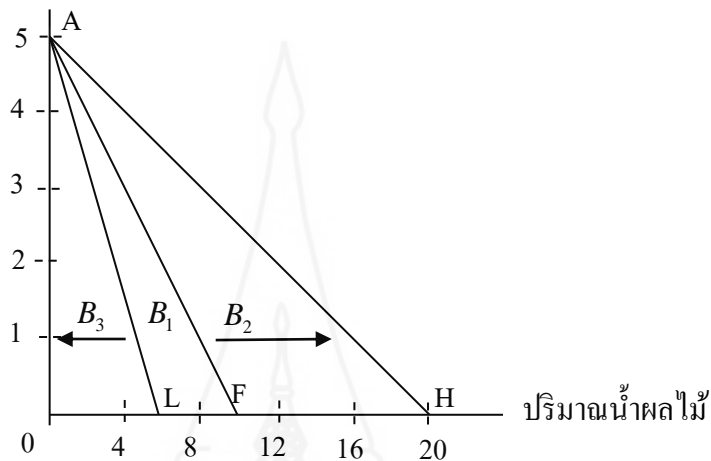
2.1 ถ้าราคาสินค้าที่แสดงปริมาณบนแกนนอนเปลี่ยนแปลงไปเพียงอย่างเดียว  
ส่วนราคาของสินค้าที่แสดงปริมาณบนแกนตั้งคงที่และเงินงบประมาณคงที่ การเปลี่ยนแปลงของ  
ราคาสินค้าบนแกนนอนอาจเป็นการเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ได้

ในกรณีนี้สมมติว่าราคาน้ำผลไม้ลดลงจาก 10 บาทต่อแก้ว เหลือ 5 บาทต่อ  
แก้ว ส่วนราคาเค้กยังคง 20 บาทต่อชิ้น และงบประมาณเท่าเดิมคือ 100 บาท ในภาพที่ 2.7 เส้น  
งบประมาณเดิมคือ  $B_1$  สิ่งแรกที่ต้องคำนวณคือหาว่าหากไม่ซื้อเค้กเลย เงิน 100 บาทก็จะซื้อน้ำ  
ผลไม้ได้ 20 แก้ว ดังนั้น จึงกำหนดจุด H บนแกนนอนที่ 20 แก้ว แล้วลากเส้นจากจุด A มาที่จุด H  
ก็จะได้เส้นงบประมาณเส้นใหม่ AH หรือตั้งชื่อว่า  $B_2$  แสดงว่าหากราคาสินค้าใดลดลงโดยที่ราคา  
อื่นคงที่ เส้นงบประมาณเลื่อนออกห่างจากจุดกำเนิดโดยเลื่อนเฉพาะบนแกนที่แสดงจำนวนสินค้า  
ที่ราคาลดลง เพราะสามารถซื้อสินค้านั้นได้มากขึ้น

แต่ถ้าหากราคาน้ำผลไม้เพิ่มจาก 10 บาทต่อแก้วเป็น 20 บาทต่อแก้ว อย่าง  
อื่นคงเดิม ในกรณีนี้หากไม่ซื้อเค้กเลยจะซื้อน้ำผลไม้ได้เพียง 5 แก้ว กำหนดจุดใหม่ที่ L ลากเส้น AL  
ก็จะได้เส้นงบประมาณ  $B_3$  แสดงว่า หากราคาสินค้าใดเพิ่มขึ้นโดยราคาอื่นคงที่ เส้นงบประมาณ

เลื่อนเข้าหาจุดกำเนิด โดยเลื่อนเฉพาะบนแกนที่แสดงปริมาณสินค้าที่ราคาเพิ่มขึ้น เพราะสามารถซื้อสินค้านั้นได้น้อยลง

ปริมาณเค้ก



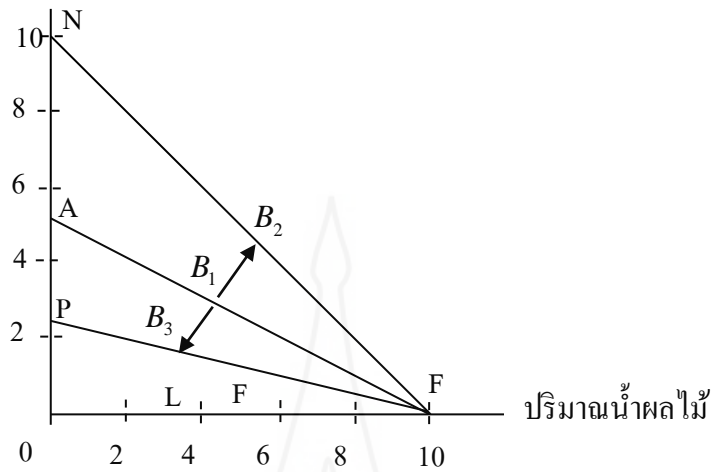
ภาพที่ 2.7 เส้นงบประมาณเปลี่ยนเมื่อราคาน้ำผลไม้เปลี่ยน

2.2 ถ้าราคาสินค้าที่แสดงปริมาณบนแกนตั้งเปลี่ยนแปลงไปเพียงอย่างเดียว ส่วนราคา สินค้าที่แสดงปริมาณบนแกนนอนคงที่และเงินงบประมาณคงที่ การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าบนแกนตั้งอาจเป็นการเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ได้

ในกรณีนี้สมมติว่าราคาเค้กลดลงจาก 20 บาทต่อชิ้นเหลือ 10 บาทต่อชิ้น ส่วนราคาน้ำผลไม้ 10 บาทต่อชิ้นและงบประมาณยังคง 100 บาทเท่าเดิม ในภาพที่ 2.8 เส้นงบประมาณเดิมคือ  $B_1$  สิ่งแรกที่ต้องคำนวณคือว่าหากไม่ซื้อน้ำผลไม้เลย เงิน 100 บาทจะซื้อเค้กได้ 10 ชิ้น ดังนั้นจึงไปกำหนดจุด N บนแกนตั้งที่จุด 10 ชิ้น แล้วลากเส้นจากจุด F มาที่จุด N ก็จะได้เส้นงบประมาณเส้นใหม่ FN เรียกว่า  $B_2$  เส้นงบประมาณเลื่อนออกห่างจากจุดกำเนิดเพราะสามารถซื้อเค้กได้มากขึ้น

ถ้าราคาเค้กเพิ่มจาก 20 บาทต่อชิ้นเป็น 40 บาทต่อชิ้น อย่างอื่นคงเดิม ในกรณีนี้หากไม่ซื้อน้ำผลไม้เลยจะซื้อเค้กได้ 2.5 ชิ้น กำหนดจุดใหม่ที่ P บนแกนตั้งที่จุด 2.5 ชิ้น ลากเส้น PF ก็จะได้เส้นงบประมาณ  $B_3$  เส้นงบประมาณเลื่อนเข้าหาจุดกำเนิดเพราะสามารถซื้อเค้กได้น้อยลง

ปริมาณเค็ก



ภาพที่ 2.8 เส้นงบประมาณเปลี่ยนเมื่อราคาเค็กเปลี่ยน

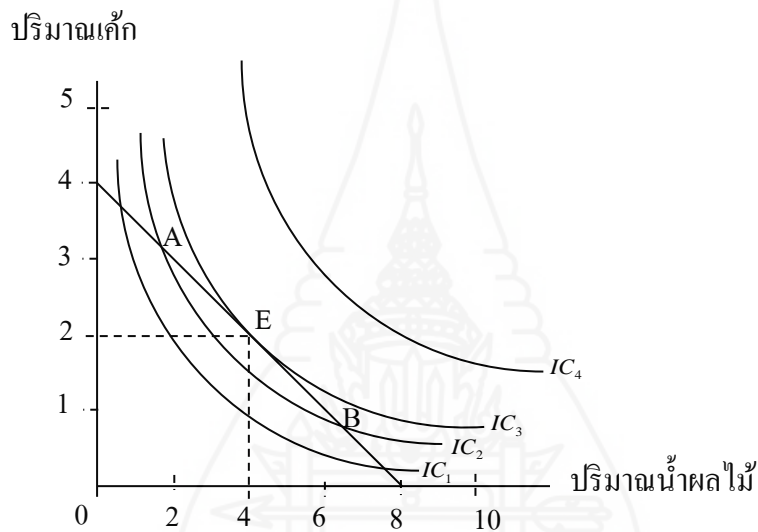
2.3 ถ้าราคาสินค้าทั้งสองอย่างเปลี่ยนแปลงพร้อมกัน แม้เงินงบประมาณจะยังคงเดิม เส้นงบประมาณจะเลื่อนออกจากจุดเดิมไปตำแหน่งใหม่ การสร้างเส้นงบประมาณใหม่ใช้วิธีเดียวกับที่กล่าวข้างต้น

**1.3** คุณภาพผู้บริโภคกำหนดโดยเส้นความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณ เมื่อมีข้อมูล 2 ด้านของผู้บริโภค อันได้แก่ แผนที่ความพอใจเท่ากันและเส้นงบประมาณก็จะสามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคที่ทางเลือกใด โดยเงื่อนไขในการเลือกก็คือต้องได้รับความพอใจสูงสุด และใช้งบประมาณที่มีอยู่ทั้งหมด ดังภาพที่ 2.9

ภาพที่ 2.9 แสดงหลักการวิเคราะห์ทางเลือกโดยผู้บริโภคมีแผนเส้นความพอใจเท่ากันซึ่งประกอบด้วยเส้นความพอใจเท่ากันหลายเส้น แต่ยกตัวอย่างมาเฉพาะเส้นที่เกี่ยวข้องคือเส้น  $IC_1$ ,  $IC_2$ ,  $IC_3$  และ  $IC_4$  ขึ้นต่อไปก็คือการสร้างเส้นงบประมาณ สมมติว่าเงินงบประมาณคือ 80 บาท ถ้าราคาของเค็กเท่ากับ 20 บาทต่อชิ้นและราคาน้ำผลไม้ 10 บาทต่อแก้ว เส้นงบประมาณก็จะเชื่อมต่อระหว่างจุด 4 ชิ้นบนแกนตั้งที่แสดงปริมาณของเค็ก และจุด 8 แก้วบนแกนนอนที่แสดงปริมาณน้ำผลไม้ และพบว่าเส้นงบประมาณตัดกับเส้น  $IC_2$  ที่จุด A และจุด B และสัมผัสเส้นความพอใจเท่ากัน  $IC_3$  ที่จุด E ดังนั้นที่จุด A, B และ E จะมีการใช้งบประมาณหมดพอดี ประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์มีดังนี้

1. ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคที่จุด A หรือไม่ คำตอบคือไม่เลือกจุด A เหตุผลก็คือจุด A อยู่บนเส้น  $IC_2$  ซึ่งอยู่ต่ำกว่า  $IC_3$  ดังนั้นทุกจุดบนเส้นความพอใจเท่ากัน  $IC_2$  จึงให้ความพอใจแก่ผู้บริโภคน้อยกว่าทุกจุดบนเส้น  $IC_3$  ผู้บริโภคที่มีเหตุผลย่อมจะเลือกทางเลือกที่ให้ความพอใจ

มากกว่า ถ้าวิเคราะห์เพิ่มเติมจะพบว่าจุด A อยู่บนเส้นงบประมาณและบนเส้น  $IC_2$  ด้วย ถ้าลากเส้นสัมผัสเส้น  $IC_2$  ที่จุด A จะพบว่าค่าความชันของเส้นสัมผัสที่จุดนี้มีค่าประมาณ 1.25 ดังนั้นอัตราการทดแทนกันหน่วยสุดท้ายหรือ MRS จึงเท่ากับ 1.25 ซึ่งหมายความว่าผู้บริโภคยินดีที่จะลดเค้กลง 1.25 ชิ้นเพื่อให้ได้น้ำผลไม้เพิ่ม 1 แก้ว แต่พิจารณาจุด A ทางด้านเส้นงบประมาณซึ่งความชันของเส้นงบประมาณแสดงสัดส่วนราคาน้ำผลไม้ต่อราคาเค้ก คือ 0.5 แสดงว่าตลาดบอกว่าถ้าเอาเค้กมาครึ่งชิ้นก็จะได้น้ำผลไม้ 1 แก้ว แสดงว่าในสายตาผู้บริโภค จุด A ไม่ใช่จุดที่ได้ประโยชน์มากที่สุดเพราะเขาสามารถได้น้ำผลไม้เพิ่มอีกมากหากลดเค้กลง ผู้บริโภคจึงเคลื่อนจากจุด A ไปทางจุด E



ภาพที่ 2.9 คุณภาพผู้บริโภคในแผนที่เส้นความพอใจเท่ากัน

2. ผู้บริโภคจะเลือกที่จุด B หรือไม่ คำตอบคือ ไม่ เพราะจุด B อยู่บนเส้น  $IC_2$  ซึ่งอยู่ต่ำกว่า  $IC_3$  ดังนั้นทุกจุดบนเส้นความพอใจเท่ากัน  $IC_3$  จึงให้ความพึงพอใจแก่ผู้น้อยกว่าทุกจุดบนเส้น  $IC_2$  นอกจากนี้ที่จุด B ค่า MRS ประมาณ 0.2 ซึ่งน้อยกว่าค่าความชันของเส้นงบประมาณ ซึ่งแสดงสัดส่วนราคาน้ำผลไม้ต่อราคาเค้ก คือ 0.5 แสดงว่าที่จุดนี้ผู้บริโภคยินดีแลกเค้ก 0.2 ชิ้นต่อน้ำผลไม้ 1 แก้ว หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่าผู้บริโภคยินดีลดน้ำผลไม้ลง 5 แก้วเพื่อให้ได้เค้ก 1 ชิ้น แต่ราคาตลาดบอกว่าหากลดน้ำผลไม้ลง 2 แก้ว ดังนั้นผู้บริโภคยินดีลดน้ำผลไม้แน่ เพราะจะได้เค้กเพิ่มในอัตราการแลกเปลี่ยนที่ดีกว่าที่ผู้บริโภคคิด ผู้บริโภคจึงเคลื่อนจาก B ไปทาง E



3. ผลสุดท้ายผู้บริโภคตัดสินใจเลือกที่จุด E เพราะที่จุด E เส้นงบประมาณสัมผัสเส้น  $IC_3$  ซึ่งเป็นเส้นความพอใจเท่ากันที่อยู่สูงที่สุดและผู้บริโภคมีเงินพอใจ ที่จุด E เช่นกัน ค่า MRS เท่ากับ (4/8) หรือเท่ากับ 0.5 และความชันของเส้นงบประมาณซึ่งแสดงสัดส่วนราคาน้ำผลไม้ต่อราคาเค้ก คือ 0.5 หรือ

$$MRS = \frac{P_x}{P_y} = 0.5$$

โดยที่  $P_x$  คือราคาน้ำผลไม้ เท่ากับ 10 บาทต่อแก้ว  
 $P_y$  คือราคาเค้ก เท่ากับ 20 บาทต่อชิ้น

ดุลยภาพผู้บริโภค คือ จุดที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงสุดซึ่งก็คือจุดที่เส้นงบประมาณสัมผัสกับเส้นความพอใจเท่ากัน

## 2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้า

### 2.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

มีคำอยู่ 2 คำ ที่อธิบายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค คือ คำว่า พฤติกรรมการบริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งมีผู้ให้ความหมาย ดังต่อไปนี้

ชิฟแมน และกานุก (Schiffman and Kanuk, 1994 อ้างถึงใน เสาวนีย์ ณ นคร, 2557: 8) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา

ชิฟแมน และกานุก (Schiffman and Kanuk, 1987 อ้างถึงใน เสาวนีย์ ณ นคร, 2557: 8) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลัง เพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไม่จึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

แอสแซล (Assael, 1998 อ้างถึงใน เสาวนีย์ ณ นคร, 2557: 8) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการบริโภคไว้ว่า เป็นกระบวนการในการซื้อการใช้สินค้าเพื่อสนองความต้องการหรือ

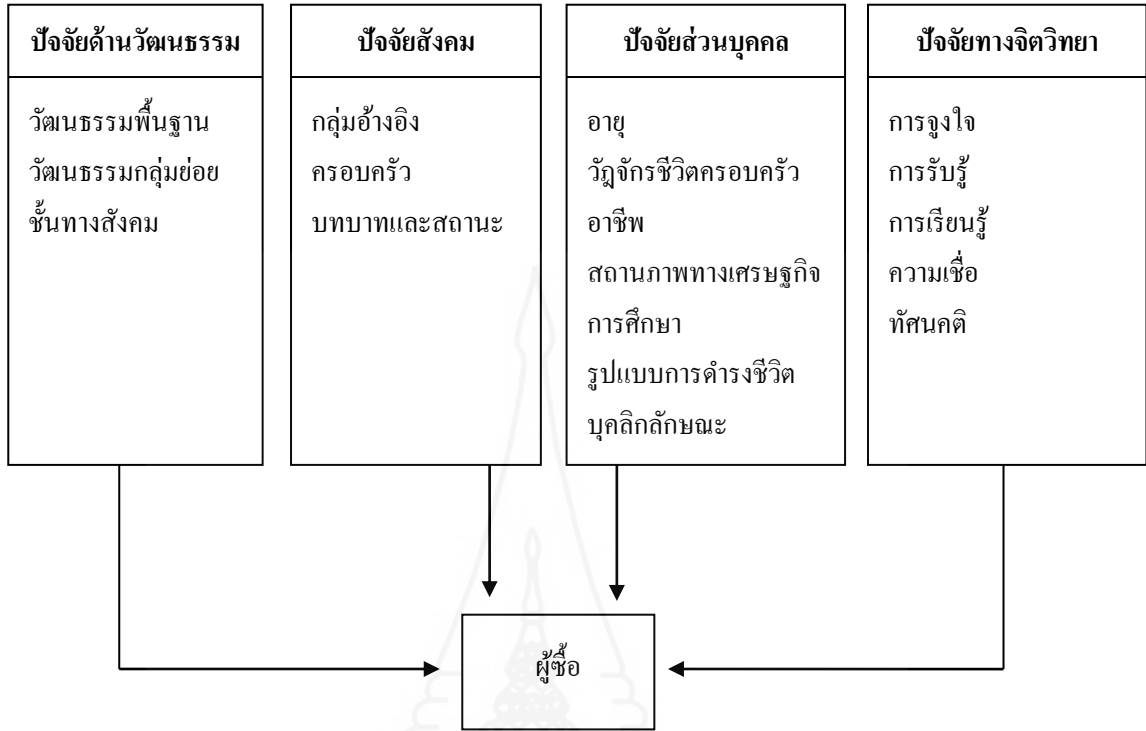
สร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภคเอง โดยผู้บริโภคจะมีการใช้กระบวนการในการตัดสินใจ ซึ่งก็คือ การประมวลผลข้อมูลที่ได้รับมาเกี่ยวกับสินค้าต่างๆ จากนั้นก็จะทำการพิจารณาตราสินค้าที่เป็น ตัวเลือก แล้วจึงทำการประเมินผลก่อนที่จะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

แอลเจิล และคณะ (Engel and others, 1995 อ้างถึงใน เสาวนีย์ ณ นคร, 2557: 8) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภค คือ กิจกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับการบริโภค และการกำจัดทิ้งของสินค้าและบริการ นอกจากนี้ยังรวมถึงกระบวนการตัดสินใจในการกระทำดังกล่าวด้วย

เสาวนีย์ ณ นคร (เสาวนีย์ ณ นคร, 2557: 10) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้า หรือบริการตามความต้องการของตนเอง ทั้งนี้ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภค อาจพิจารณาจากประเภทของสินค้า ความถี่ในการบริโภคสินค้าแต่ละประเภท และการใช้จ่ายซื้อสินค้า ทั้งที่จำเป็นหรือฟุ่มเฟือย ซึ่งอาจแตกต่างกันได้ระหว่างประชากรกลุ่มต่างๆ

จากความหมายของพฤติกรรมการบริโภคดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมินผลหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการและแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการตามความต้องการของตนเอง ทั้งนี้ในการศึกษาพฤติกรรมการบริโภค อาจพิจารณาจากประเภทสินค้า ความถี่ในการบริโภคสินค้าแต่ละประเภทและการใช้จ่ายสินค้า ทั้งที่จำเป็นหรือฟุ่มเฟือย ซึ่งอาจแตกต่างกันได้ระหว่างประชากรกลุ่มต่างๆ

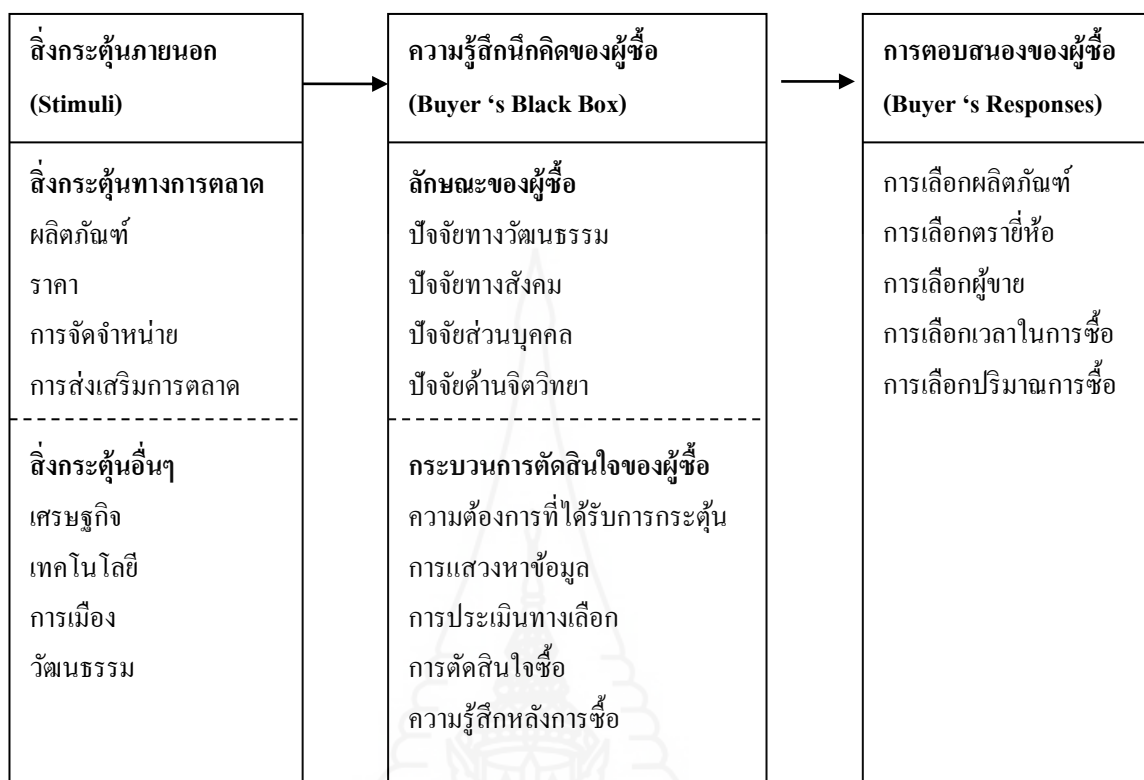
การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้ทราบถึง ลักษณะความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ภายในกล่องคำของผู้บริโภค เพื่อที่จะได้ส่วน ประสมทางการตลาดต่างๆ ให้สามารถกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมาย ได้อย่างถูกต้องต่อไป ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristic) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยทางด้าน วัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา มีรายละเอียดดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค

### 2.2 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจสาเหตุหรือเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคถึงตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดใดตัวหนึ่งนั้น Phillip Kotler ได้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยใช้ S-R Theory ในรูปแบบของแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior) ดังแสดงไว้ในภาพที่ 2.11



ภาพที่ 2.11 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (A Model of Consumer Behavior)

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) แสดงให้เห็นถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ผ่านเข้ามาในความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buyer's Black Box) ที่เปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนได้เมื่อผู้บริโภครับรู้ต่อสิ่งกระตุ้น และเกิดความต้องการแล้วจึงเกิดการซื้อหรือตอบสนอง (Response) ขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Philip Kotler and Gary Armstrong, Market an Introduction (New Jersey : Prentice-Hall, Inc, Second edition, 1990) p.143

**2.2.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นที่ไม่ได้เกิดจากตัวของผู้ซื้อแต่เป็นสิ่งที่มาจากปัจจัยภายนอกที่มากระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้า ได้แก่

1) **สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus)** เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับราคาผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากลูกค้าเป้าหมาย สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวก

แก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอสิ่งกระตุ้นต่างๆ จะกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการบริโภคได้ ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรม การซื้อในที่สุด

2) *สิ่งกระตุ้นด้านอื่นๆ (Other stimulus)* เป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์การ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีที่ทันสมัย และทำให้ผู้บริโภคต้องการโทรศัพท์มือถือกันมากขึ้น สิ่งกระตุ้นทางกฎหมาย และการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

**2.2.2 ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)** กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เป็นปัจจัยที่มาจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่ได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's decision process) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหาการค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อพฤติกรรมภายหลังการซื้อและ

**2.2.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response)** หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การตอบสนองของผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice) ที่จะมาตอบสนองความต้องการ เช่น ประเภทสินค้า ตราหรือยี่ห้อสินค้า (Brand) ปริมาณสินค้าที่ต้อง เป็นต้น

### 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคมีหลายปัจจัย เช่น วัฒนธรรม ครอบครัว จำนวนสมาชิกของครัวเรือน สถานะทางสังคม สถานะในครอบครัว อาชีพ การศึกษารูปแบบการดำรงชีวิต สถานะทางเศรษฐกิจ ความน่าเชื่อถือ ทักษะคิด รวมทั้งปัจจัยทางการตลาด การเมือง ฯลฯ

**2.3.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor)** วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ ของพฤติกรรมของบุคคลในแต่ละวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วย วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือขนบ-ธรรมเนียมประเพณีที่เป็นที่ยึดถือปฏิบัติกันในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และยังเกี่ยวข้องไปถึงชั้นทางสังคมภายในสังคมนั้นๆ โดยวัฒนธรรมพื้นฐานเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล บุคคลจะได้รับการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมจากสังคมนั้นๆ ตั้งแต่ยังเป็นเด็ก และจะมีส่วนทำให้เกิดค่านิยมต่างๆ ตลอดจนความต้องการในสินค้าต่างๆ แตกต่างกันไปในแต่ละวัฒนธรรม สำหรับวัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งมีรากฐานจากเชื้อชาติ ศาสนา ก็จะมีวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อข้อปลีกย่อยในวัฒนธรรมนั้น ฐานที่ทำให้พฤติกรรม

ของคนในกลุ่มต่างกันออกไปจะทำให้บุคคลมีพฤติกรรม การซื้อและการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นชั้นทางสังคม (Social Class) ที่มีการจัดลำดับของบุคคลต่างๆ ในสังคมออกเป็นกลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ต่างๆ เช่น อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูลหรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่และการศึกษา เป็นต้น บุคคลที่ถูกจัดให้อยู่ในชั้นต่างๆ ในสังคมจะมีลักษณะ พฤติกรรมและการบริโภคที่คล้ายคลึงกัน และจะมีการเปลี่ยนแปลงชั้นทางสังคมขึ้นหรือลงได้ แต่ละชั้นทางสังคมจะมีความแตกต่างกันในด้านความต้องการ การตัดสินใจซื้อ และการบริโภคผลิตภัณฑ์

**2.3.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factor)** เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับ การบริโภคของผู้บริโภค และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยด้านสังคมในที่นี้ ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

1) **กลุ่มอ้างอิง (Reference group)** เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นในการซื้อสินค้ามาบริโภค กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน อีกกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มทุติยภูมิ จะเป็นกลุ่มที่ผู้บริโภคไม่มีส่วนร่วมหรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม แต่อยากเข้าไปเป็นสมาชิกหรืออยากจะทำเลียนแบบ ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม กลุ่มดารา นักร้อง นักกีฬา นักวิชาการ ผู้มีชื่อเสียงกลุ่มอ้างอิงเหล่านี้ มักจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากน้อยต่างกัน เช่น ชนิดของสินค้า และตราสินค้าจำพวก รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ และเสื้อผ้า ซึ่งสะท้อนถึงการมีรสนิยมชั้นนำในสังคม

2) **ครอบครัว (Family)** บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ค่านิยมและความคิดเห็นของบุคคลถึงเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว และจะเป็นตัวกำหนดบทบาทการซื้อของบุคคลต่างๆ ในครอบครัว

3) **บทบาทและสถานะ (Roles and Statuses)** การที่ผู้บริโภคจะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวหรือในที่ทำงาน จะก่อให้เกิด “บทบาท” ขึ้น คนแต่ละคนจะมีบทบาทต่างๆ มากมาย เช่น นางสาวสุดสวย มีบทบาทเป็นลูกสาวของนายสมชาย และในขณะเดียวกันนางสาวสุดสวยก็มีบทบาทเป็นผู้จัดการฝ่ายตลาดที่ทำงาน ดังนั้น บทบาทจึงหมายถึง กิจกรรมที่จะต้องทำ ความคาดหวังของบุคคลใกล้ชิด ในขณะเดียวกันบทบาทจะนำมาซึ่งสถานะภาพทางสังคมของบุคคลนั้นๆ จะเห็นได้ว่ากรณีของนางสาวสุดสวย สถานการณ์เป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาดจะมีสถานะทางสังคมที่ดีกว่าการเป็นลูกสาวของนายสมชาย ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นถึงสถานะของตนเองในสังคม เช่น ผู้บริหารระดับสูงพอใจที่จะใช้บริการของสายการบินที่มีชั้นนักธุรกิจ ถึงแม้จะต้องจ่ายเงินแพงขึ้นก็ตาม

**2.3.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factor)** การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต

1) อายุ (Age) คนที่อายุแตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคมักจะแบ่งตามช่วงอายุซึ่งบ่งบอกถึงความแตกต่างในทัศนคติ และค่านิยมของคนในระหว่างช่วงอายุต่างๆ ที่มีพัฒนาการในทางจิตวิทยาต่างกัน คือ ช่วงอายุต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 12 – 19 ปีชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าแฟชั่น เป็นต้น

2) วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว ซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธพลต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน เช่น ครอบครัวที่เพิ่งแต่งงานใหม่จะใช้จ่ายส่วนใหญ่กับเรื่องบ้านรถและเฟอร์นิเจอร์ ในขณะที่ครอบครัวที่มีลูกเป็นเด็กเล็กการใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับเครื่องอำนวยความสะดวกเครื่องซักผ้า และสินค้าประเภทอาหารเด็ก ของใช้เด็ก ของเล่น เป็นต้น

3) อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็น นักธุรกิจจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูงหรือตัวเครื่องบิน เป็นต้น

4) สภาวะทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income) สภาวะทางเศรษฐกิจของบุคคลที่สำคัญ คือ รายได้ของบุคคล โดยระดับของรายได้มีผลต่ออำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงิน

5) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

6) ค่านิยมหรือคุณค่า (Values) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยมหรือคุณค่าหมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิตหมายถึง รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ โดยมักจะแสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น

### 2.3.4 ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Factors)

การเลือกซื้อของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา 5 ประการ ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ รายละเอียดดังนี้

1) การจูงใจ (Motivation) ในทางจิตวิทยาเชื่อกันว่าการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์ต้องมีสิ่งจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการและเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ดังนั้นการตลาดจึงพยายามที่จูงใจผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ของตน โดยอาศัยสิ่งจูงใจทางการตลาด แต่การที่จะจัดสิ่งกระตุ้นอย่างไรนั้น จำเป็นต้องศึกษาถึงความต้องการของมนุษย์ให้เข้าใจก่อน นักจิตวิทยาได้เสนอทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์ไว้มากมาย แต่ทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ และทฤษฎีการจูงใจของอัลเดอร์เฟอร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) ทฤษฎีลำดับความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of need) ของมาสโลว์ (Abraham Maslow)

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ หรือเรียกว่า ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ เป็นทฤษฎีแรงจูงใจที่ได้รับการยอมรับและอ้างอิงกันอย่างกว้างขวางทุกวงการ ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การตอบสนองความต้องการจะจูงใจให้คนตั้งใจทำงานหรืออาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากการได้รับตอบสนองความต้องการของมนุษย์ นั่นคือ ใช้ความต้องการของมนุษย์เป็นเครื่องจูงใจให้ขยันทำงาน ความต้องการของมนุษย์มี 5 ขั้นดังนี้

1. ความต้องการทางร่างกาย (physiological need) เป็นความต้องการด้านพื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ความต้องการด้านนี้คนเราต้องการได้รับการตอบสนองก่อนความต้องการอื่นๆ

2. ความต้องการความมั่นคง (security need) เป็นความต้องการเกี่ยวกับความมั่นคงและความปลอดภัยของชีวิต อาทิ ไม่มีโจรผู้ร้ายมารบกวน มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

3. ความต้องการความรัก (love need) หรือการติดต่อสัมพันธ์ (affiliation need) ได้แก่ ความอยากมีเพื่อน อยากเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม อยากเป็นสมาชิกของกลุ่ม เป็นต้น

4. ความต้องการยกย่องนับถือ (esteem need) เป็นความต้องการที่เป็นความรู้สึกภายใน เช่น อยากเรียนเก่ง อยากเล่นกีฬาเก่ง อยากได้รับการเลื่อนขั้นตำแหน่งที่สูงขึ้น เพื่อจะได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น

5. ความต้องการความสมหวังในชีวิต (self-actualization) คือ ความต้องการบรรลุถึงสิ่งที่ตนสามารถจะเป็น คือประสบความสำเร็จสมบูรณ์ในชีวิต เป็นความต้องการที่เกิดจากความตระหนักในตนเอง ความต้องการระดับนี้ไม่เกี่ยวกับความสูงต่ำของตำแหน่งหน้าที่การงาน ความต้องการในขั้นนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการใน 4 ขั้นแรกได้รับการตอบสนองแล้วเท่านั้น



ความรุนแรงของความต้อการมีดังนี้

1. ความต้อการของคนที่ลำดับขั้นของความต้อการรุนแรงที่สุดไปจนถึงต่ำสุด ความต้อการทางร่างกายเป็นลำดับที่ 1 เพราะความต้อการนี้มีพลังสูงสุด เป็นความต้อการพื้นฐานของมนุษย์ (basic human need) ความต้อการที่มีความต้อการรุนแรงตามมาก็คือ ความต้อการมั่นคงและปลอดภัย การติดต่อกัมพันธ์ การยกย่องในสังคม เกียรติยศ ชื่อเสียง และความสมหวังในชีวิตตาม ตามลำดับ

2. ความต้อการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่ใช่เป็นสิ่งที่งุใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้อการที่อยู่สูงขึ้นไปยังมีได้รับการตอบสนองจะเป็นสิ่งที่งุใจแทนที่

3. ความต้อการของคนจะมีลักษณะซ้ำซ้อน ความต้อการอย่างหนึ่งอาจจะยังไม่หมดไป ความต้อการอย่างอื่นก็อาจเกิดขึ้นมาได้

สรุปว่าทฤษฎีลำดับความต้อการของมาสโลว์ (Maslow) ทั้ง 5 ขั้นมีความสำคัญต่อชีวิตของมนุษย์ซึ่งจะแสวงหาการตอบสนองความต้อการของคนไม่มีที่สิ้นสุดเพื่อให้ชีวิตดำรงอยู่ในสังคมต่อไปได้อย่างมีความสุข

#### (2) ทฤษฎีการงุใจ ERG ของอัลเดอร์เฟอร์ (Clayton Alderfer)

เป็นทฤษฎีความต้อการซึ่งกำหนดลำดับขั้นตอนของความต้อการ แอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) ได้ชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างความต้อการในระดับต่ำและความต้อการในระดับสูงซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow) 5 ประการ โดยเขาได้ทำการจัดกลุ่มของความต้อการให้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. ความต้อการอยู่รอด (Existence Needs) เป็นความต้อการในระดับต่ำสุด และมีลักษณะเป็นรูปธรรม (Concrete) ประกอบด้วยความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow) คือ ความต้อการพื้นฐานทางร่างกาย (Physiological Needs) และความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Security Needs)

2. ความต้อการความสัมพันธ์ (Related Needs) เป็นความต้อการที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลง ประกอบด้วยความต้องการด้านสังคมตามทฤษฎีของมาสโลว์ และรวมไปถึงความต้องการความปลอดภัย และความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ

3. ความต้อการความเจริญก้าวหน้า (Growth Needs) เป็นความต้อการในระดับสูงสุดในระดับความต้อการของแอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) และมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุด ประกอบด้วยความต้องการการยกย่องและความต้อการประสบความสำเร็จตามทฤษฎีความต้อการของมาสโลว์ (Esteem Needs and Self-actualization Needs)

แอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) ไม่เชื่อว่า บุคคลต้องสนองความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ในระดับของความต้อการก่อนที่จะก้าวหน้าไปสู่ระดับอื่น เขาพบว่าบุคคลจะได้รับการกระตุ้น โดยความต้อการมากกว่าระดับหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ความต้อการที่จะได้รับเงินเดือนที่เพียงพอ ในขณะที่เดียวกันอาจเกิดความต้องการยอมรับความพึงพอใจและเกิดความต้องการสร้างสรรค์ ต้องการความก้าวหน้า ยิ่งกว่านั้น แอลเดอร์เฟอร์ค้นพบว่า ลำดับของชนิดจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะแสวงหาการยอมรับนับถือ และความรู้สึกสร้างสรรค์ เป็นความต้องการความเจริญเติบโตก่อนที่จะคำนึงถึงความต้องการด้านรูปธรรม เช่น ความหิวและความกระหาย แอลเดอร์เฟอร์ยังขยายทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow) โดยพิจารณาถึงวิธีการที่บุคคลมีปฏิกิริยาเมื่อเขาสามารถและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตน โดยพัฒนาหลักความก้าวหน้ากับลำดับขั้น ความต้อการเพื่อตอบสนองความต้องการในระดับต่ำกว่าได้และในทางตรงกันข้าม หลักของการถดถอย-ความต้อการ (Frustration Regression Principle) ซึ่งอธิบายว่าเมื่อบุคคลที่ยังมีความต้อการในการพยายามที่จะตอบสนองความต้องการในระดับสูงขึ้น เขาจะเลิกพยายามตอบสนองความต้องการและเปลี่ยนไปใช้ความพยายามที่จะตอบสนองความต้องการในระดับต่ำกว่า ทฤษฎี ERG ระบุว่าความต้องการของบุคคลสามารถเปลี่ยนไปในระดับสูงขึ้นหรือต่ำลงได้ ขึ้นอยู่กับว่าเขาสามารถตอบสนองความต้องการในระดับต่ำลงหรือความต้องการในระดับสูงขึ้นได้หรือไม่

2) การรับรู้ (Perception) การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกจัดประเภทตีความ และรับรู้ข้อมูลหรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่ได้พบเห็นหรือได้รับ เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่ว่าจะเป็นการได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น การสัมผัส หรือได้ลิ้มรส

3) การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือประพฤติกรรมซ้ำในพฤติกรรมของผู้บริโภค และมีผลเป็นอย่างมากต่อทัศนคติและความเชื่อของบุคคลนั้น ผู้บริโภคอาจเกิดการเรียนรู้จากพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ด้วยตนเอง

4) ความเชื่อ (Beliefs) ความเชื่อเป็นความคิดของผู้บริโภคที่ยึดถือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งความเชื่อเรื่องนี้อาจไม่มีเหตุผลก็ได้ เช่น การที่คนเชื่อว่า หากจะออกจากบ้านแล้วมีจิ้งจกร้องทักจะพบโชคร้ายจึงไม่ควรออกจากบ้านในวันนั้น หรือเป็นความเชื่อที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้สินค้าของตนโดยตรง เช่น เคยเชื่อมั่นว่าใช้มะกรูดสระผมแล้วดี และมีแชมพูยี่ห้อหนึ่งโฆษณาว่าผสมมะกรูดก็เลยลองซื้อมาใช้ (เพราะตรงกับความเชื่อเดิม) และปรากฏว่าใช้แล้วผมนุ่มและดกดำขึ้น ผู้บริโภครายนี้ก็จะเกิดความเชื่อถือนในแชมพูยี่ห้อนี้ และอาจจะเชื่อ ไปถึงผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มาจากผู้ผลิตรายเดียวกันนี้ด้วย

5) *ทัศนคติ (Attitude)* ทัศนคติเป็นการประเมินที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในด้านบวกและลบ เช่น ผู้บริโภคอาจมีทัศนคติต่อการใช้น้ำตาลทรายชงกาแฟว่าทำให้มีแคลอรีสูง เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เพราะฉะนั้นน้ำตาลทรายไม่ดีจึงเลิกใช้น้ำตาลทราย เป็นต้น (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์ (2557) เรื่อง หน่วยที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภค ค้นคืนวันที่ 4 เมษายน 2558 จาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/MENUUNIT3.html>)

## 2.4 การบริโภคของครัวเรือน

การบริโภคเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคลทุกคน การที่กิจกรรมนี้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับรายได้เป็นสำคัญ พฤติกรรมการบริโภคจะเกิดขึ้นได้ต้องมีค่าใช้จ่ายดังที่ได้อ้างถึงสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ทำการสำรวจค่าใช้จ่ายของครัวเรือนว่าได้แบ่งประเภทค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคออกเป็น 2 หมวดใหญ่ๆ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค และค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค โดยในแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 2.4.1 ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค

ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค หมายถึง รายจ่ายของครอบครัวในด้านต่างๆ โดยแยกเป็น 11 รายการย่อย ประกอบด้วย หมวดอาหารและเครื่องดื่ม ได้แก่ อาหารที่ปรุงที่บ้าน เครื่องดื่ม ที่ไม่มีแอลกอฮอล์รวมถึงอาหารสำเร็จรูปและการรับประทานอาหารนอกบ้าน หมวดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ทั้งที่ดื่มที่บ้านและนอกบ้าน หมวดยาสูบเป็นค่าใช้จ่ายในการซื้อบุหรี่ ซิกาแรต ไซนัตต์ หมวดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งบ้านและเครื่องใช้ต่างๆ ได้แก่ ค่าบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้าน เครื่องแต่งบ้านและบริภัณฑ์อื่นๆ สิ่งทอสำหรับใช้ในบ้าน เครื่องใช้เบ็ดเตล็ดในบ้าน ค่าใช้จ่ายในการทำความสะดวก ตลอดจนค่าเชื้อเพลิงและแสงสว่าง หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ได้แก่ เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย รองเท้า หมวดค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล ได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำหรับชื่อของใช้ส่วนบุคคล เช่น แปรงสีฟัน ยาสีฟัน เครื่องสำอาง ฯลฯ บริการส่วนบุคคล ได้แก่ ค่าตัดผม ฯลฯ หมวดเวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล ได้แก่ ยาเวชภัณฑ์ ค่ารักษาพยาบาล หมวดการเดินทางและการสื่อสาร ได้แก่ ค่าชื้อยานพาหนะ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะ ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ค่าใช้จ่ายการเดินทางตามปกติ ค่าใช้จ่ายการเดินทางในโอกาสพิเศษและท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารต่างๆ หมวดการศึกษา ได้แก่ ค่าเล่าเรียน ค่าบำรุงการศึกษา ค่าหนังสือและอุปกรณ์ในการเรียน และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการศึกษา หมวดการบันเทิงการอ่านและกิจกรรมทางศาสนา ได้แก่ ค่าอุปกรณ์การบันเทิงและกีฬา ค่าเครื่องเล่นสัตว์เลี้ยง ไม่ประดับเพื่อการบันเทิง ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการอ่าน การศาสนาและลัทธิความเชื่อ และหมวดการจัดงานพิธีในโอกาสพิเศษ เช่น ค่าใช้จ่ายในการจัดงานบุญในวาระต่างๆ ฯลฯ

#### 2.4.2 ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค

ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคเป็นค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการซื้อสินค้าและบริการประเภทอุปโภคบริโภคได้แก่ ภาษีของขวัญและเงินบริจาค ฯลฯ สำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดทำการศึกษาภาวะเศรษฐกิจและสังคมครัวเรือน พ.ศ. 2556 พบว่า ครัวเรือนทั่วประเทศมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 25,194 บาท ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการทำงานร้อยละ 78.8 ซึ่งได้แก่ ค่าจ้างหรือเงินเดือนร้อยละ 32.3 จากการทำธุรกิจร้อยละ 17.0 และจากการทำเกษตรร้อยละ 29.5 เมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายภาคพบว่ากรุงเทพฯและเขตปริมณฑล 3 จังหวัด (นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ) มีรายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือ 43,058 บาทต่อครัวเรือน รองลงมาคือภาคใต้มีรายได้ต่อเดือน 27,504 บาท ภาคกลางมีรายได้ต่อเดือน 26,114 บาท ภาคเหนือมีรายได้ 19,267 บาท และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้ต่อเดือนต่อเดือนต่ำที่สุด 19,181 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายของครัวเรือนทั่วประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 19,061 บาทต่อครัวเรือน เมื่อจำแนกเป็นรายภาคพบว่า กรุงเทพฯและปริมณฑล 3 จังหวัด (นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุดคือ 32,425 บาทต่อครัวเรือน รองลงมาคือภาคใต้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,372 บาท ภาคกลางมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 19,728 บาท ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 15,092 บาท และภาคเหนือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 14,066 บาท โดยที่ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ของครัวเรือนทั่วประเทศร้อยละ 32.7 เป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ซึ่งในจำนวนนี้มีค่าเครื่องดื่มที่เป็นแอลกอฮอล์ร้อยละ 1.1) รองลงมาเป็นค่าที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ภายในบ้านร้อยละ 20.8 ที่อยู่อาศัยเครื่องแต่งบ้านและเครื่องใช้ร้อยละ 19.2 ค่าใช้จ่ายการเดินทางปกติหรือท่องเที่ยว ร้อยละ 10.2 ค่าซื้อหรือค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะร้อยละ 9.8 ค่าใช้จ่ายในการสื่อสารร้อยละ 3.1 และค่าใช้จ่ายในการบันเทิงและการจัดงานพิธี ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและค่าเวชภัณฑ์ หรือค่ารักษาพยาบาลประมาณร้อยละ 1.0-2.0 ส่วนค่าใช้จ่ายในกิจกรรมทางศาสนามีเพียงร้อยละ 1.7 เท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค เช่น ค่าภาษี ของขวัญ เบี้ยประกันภัย ซื้อมรดกเงินแบ่ง หรือหวย และดอกเบี้ยมีสูงถึงร้อยละ 11.9 (ตารางที่ 2.2)

ตารางที่ 2.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้ รายภาค พ.ศ. 2556

แหล่งที่มาของรายได้	ทั่วราชอาณาจักร		กรุงเทพมหานคร และ 3 จังหวัด <sup>1/</sup>		กลาง		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้	
	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ
รายได้ทั้งสิ้นต่อเดือน.....	25,194	100.0	43,058	100.0	26,114	100.0	19,267	100.0	19,181	100.0	27,504	100.0
รายได้ประจำ.....	24,845	98.6	42,908	99.7	25,833	98.9	18,873	98.0	18,767	97.8	27,063	98.4
รายได้ที่เป็นตัวเงิน.....	21,562	85.6	37,978	88.2	22,853	87.5	16,276	84.5	15,468	80.6	24,156	87.8
รายได้จากการทำงาน.....	18,589	73.8	34,465	80.0	20,305	77.7	13,487	70.0	12,162	63.4	21,672	78.8
- ค่าจ้างและเงินเดือน.....	10,276	40.8	25,200	58.5	11,962	45.8	5,537	28.7	5,965	31.1	8,884	32.3
- ค่าวัสดุจากการทำธุรกิจ.....	4,648	18.5	9,112	21.2	4,574	17.5	3,793	19.7	3,181	16.6	4,682	17.0
- ค่าวัสดุจากการทำการเกษตร.....	3,665	14.5	154	0.3	3,769	14.4	4,157	21.6	3,016	15.7	8,105	29.5
เงินที่ได้รับเป็นการช่วยเหลือ.....	2,644	10.5	2,823	6.6	2,271	8.7	2,525	13.1	3,129	16.3	2,012	7.3
รายได้จากทรัพย์สิน.....	329	1.3	690	1.6	278	1.1	264	1.4	177	0.9	472	1.7
รายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน <sup>2/</sup> .....	3,283	13.0	4,930	11.5	2,979	11.4	2,598	13.5	3,299	17.2	2,907	10.6
รายได้ไม่ประจำ (ที่เป็นตัวเงิน).....	349	1.4	149	0.3	281	1.1	394	2.0	415	2.2	441	1.6

หมายเหตุ 1/ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

2/ รวมค่าประเมินค่าเช่าบ้านที่ไม่เสียเงิน (รวมบ้านของตนเอง)

ที่มา : สรุปรสาระสำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2556 : 16

ตารางที่ 2.3 ค่าใช้จ่าย<sup>1/</sup> เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่าย รายภาค ปี 2556

แหล่งที่มาของรายได้	กรุงเทพมหานครและ 3 จังหวัด											
	ทั่วราชอาณาจักร		2/		กลาง		เหนือ		ตะวันออกเฉียงเหนือ		ใต้	
	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ	บาท	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นต่อเดือน.....	19,061	100.0	32,425	100.0	19,728	100.0	14,066	100.0	15,092	100.0	20,372	100.0
ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค.....	16,787	88.1	28,326	87.4	17,239	87.4	12,317	87.6	13,536	89.7	17,901	87.9
ค่าใช้จ่ายอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ.....	6,554	34.4	9,447	29.2	6,872	34.8	4,979	35.4	5,882	39.0	6,848	33.6
- อาหารและเครื่องดื่ม (ไม่มีแอลกอฮอล์).....	6,238	32.7	9,019	27.8	6,426	32.6	4,762	33.9	5,639	37.4	6,528	32.0
- เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์.....	205	1.1	273	0.9	299	1.5	156	1.1	162	1.1	167	0.8
- ยาสูบ หมาก ขานัตถ์และอื่นๆ.....	111	0.6	155	0.5	148	0.7	62	0.4	81	0.5	153	0.8
ค่าใช้จ่ายสินค้าและบริการ.....	10,233	53.7	18,879	58.2	10,366	52.6	7,338	52.2	7,655	50.7	11,053	54.3
- ที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งบ้าน และเครื่องใช้.....	3,652	19.2	7,330	22.6	3,679	18.7	2,587	18.4	2,619	17.4	3,654	17.9
- เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า.....	483	2.5	760	2.3	496	2.5	372	2.7	353	2.3	637	3.1
- ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล.....	572	3.0	958	3.0	627	3.2	430	3.1	438	2.9	603	3.0
- เวชภัณฑ์ และค่าตรวจรักษาพยาบาล.....	287	1.5	579	1.8	271	1.4	215	1.5	200	1.3	309	1.5
- การเดินทางและการสื่อสาร.....	4,410	23.1	7,654	23.6	4,534	23.0	3,148	22.4	3,349	22.2	5,086	25.0
- ค่าซื้อ/ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะ.....	1,868	9.8	2,620	8.1	1,793	9.1	1,475	10.5	1,646	10.9	2,265	11.1
- การเดินทางปกติ / ท่องเที่ยว.....	1,951	10.2	3,855	11.9	2,104	10.7	1,256	8.9	1,319	8.7	2,186	10.8
- การสื่อสาร.....	591	3.1	1,178	3.6	637	3.2	417	3.0	385	2.6	636	3.1
- การศึกษา.....	318	1.7	941	2.9	260	1.3	183	1.3	166	1.1	285	1.4
- การบันเทิง การอ่านและกิจกรรมทางศาสนา.....	328	1.7	565	1.7	384	1.9	244	1.7	266	1.8	263	1.3
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจัดงานพิธีในโอกาสพิเศษ.....	183	1.0	93	0.3	115	0.6	160	1.1	264	1.7	217	1.1
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค.....	2,275	11.9	4,099	12.6	2,489	12.6	1,749	12.4	1,556	10.3	2,470	12.1

หมายเหตุ 1/ ไม่รวมรายจ่ายเพื่อการออมและสะสมทุน เช่น ซื้อ/เช่าซื้อบ้าน ที่ดินและของมีค่าต่างๆ การประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ เป็นต้น, 2/ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

3/ รวมค่าภาษี ของขวัญ และเงินบริจาค เบี้ยประกันภัย เงินซื้อสลากกินแบ่ง ดอกเบี้ยเงินกู้ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค

ที่มา : สรุปรสาระสำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2556 : 17

จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของเดือนต่อครัวเรือน ซึ่งจำแนกตามประเภทค่าใช้จ่ายในปี พ.ศ. 2556 เฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการ สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ค่าใช้จ่ายรวมต่อเดือน 15,092 บาทต่อครัวเรือน โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคมีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 13,536 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายในส่วนของอาหารเครื่องดื่มน้ำและยาสูบจำนวน 5,882 บาท และในส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการจำนวน 7,655 บาท (ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายการเดินทาง และการสื่อสาร ที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งบ้านและเครื่องใช้ต่างๆ เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล เวชภัณฑ์และค่าตรวจรักษาพยาบาล การศึกษา การบันเทิง การอ่าน กิจกรรมทางศาสนา ค่าใช้จ่ายจัดงานพิธีโอกาสพิเศษ) ค่าใช้จ่ายส่วนที่เหลือเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคจำนวน 1,156 บาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556: 17) ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามประเภทของค่าใช้จ่าย พ.ศ. 2556

ประเภทค่าใช้จ่าย	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (บาท)
<b>ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค</b>	<b>13,536</b>
<b>ค่าใช้จ่ายอาหารเครื่องดื่มและยาสูบ</b>	<b>5,882</b>
- อาหารและเครื่องดื่ม (ไม่มีแอลกอฮอล์)	5,639
- เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์	162
- ยาสูบ หมาก ขานัตถ์และอื่นๆ	81
<b>ค่าใช้จ่ายสินค้าและบริการ</b>	<b>7,655</b>
- ที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งบ้านและเครื่องใช้ต่างๆ	2,619
- เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	353
- ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล	438
- เวชภัณฑ์/ค่าตรวจรักษาพยาบาล	200
- การเดินทางและการสื่อสาร	3,349
- การศึกษา	166
- การบันเทิง การอ่านและกิจกรรมทางศาสนา	266
- ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการจัดงานพิธีในโอกาสพิเศษ	264
<b>ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค</b>	<b>1,556</b>
<b>รวม</b>	<b>15,092</b>

แหล่งที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, (2556: 17).

### 3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเป็นหนี้

#### 3.1 ความหมายของการเป็นหนี้

รัตนภรณ์ เชาวลิตตระกูล (2551) อ้างถึงในเสาวนีย์ ณ นคร, 2557: 29 กล่าวว่า หนี้สิน หมายถึง ภาระผูกพันตามกฎหมายที่มีต่อบุคคลอื่นซึ่งอาจเกิดจากการประกอบธุรกิจ การกู้ยืมเงินหรือการใช้บริการเป็นเงินเชื่อตั้งแต่ในอดีตหรือในปัจจุบัน และกิจการนั้นๆ จะต้องชำระหนี้คืนให้หมดไปในอนาคตด้วยเงินสดสินทรัพย์อื่น หรือการให้บริการภายในเวลาที่ตกลงกัน

ลักษณะสำคัญของหนี้สินมีดังนี้ เป็นภาระผูกพันในปัจจุบันที่เกิดจากเหตุการณ์ในอดีตของกิจการเนื่องจากประกอบธุรกิจเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบ ที่เจ้าของกิจการต้องชดใช้ด้วยเงินสดสินทรัพย์อื่นหรือบริการตามที่ได้ตกลงกันได้ สามารถกำหนดมูลค่าของหนี้สินและวันที่ครบกำหนดชำระหนี้ได้และสามารถระบุผู้รับเงินได้

#### 3.2 สาเหตุการเกิดหนี้ สรุปได้ดังนี้

1) ระบบวัฒนธรรมของสังคม มีผลต่อภาวะหนี้สินคือค่านิยมที่เกี่ยวกับการทำงาน คือ ผู้ที่ร่ำรวยได้โดยไม่ต้องทำงานหนัก เช่นนี้คนไทยจำนวนมากจึงไม่ชอบทำงานหนักและมีค่านิยมเกี่ยวกับการละเล่นคนไทยในอดีตมักจะทำงานเท่าที่จำเป็น เมื่อต่อมาสภาพสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมเข้าสู่ภาวะสังคมสมัยใหม่ปรากฏว่าชาวไร่ชาวนาเริ่มมีหนี้สินมากขึ้น อาจสืบเนื่องมาจากเหตุปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือ มีความอยากเพิ่มมากขึ้นและความไม่แน่นอนของรายได้จากภาคการเกษตร เนื่องจากชาวนาชาวไร่จำนวนไม่น้อยพึ่งพาธรรมชาติในการประกอบอาชีพ ผลผลิตที่ได้แต่ละฤดูจึงไม่แน่นอน ไม่สามารถกำหนดราคาพืชผลทางเกษตรที่ต้องขายให้แก่พ่อค้าได้ นอกจากนี้การผลิตในระบบเศรษฐกิจแบบตลาด มีไม่น้อยที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงและต้องตกเป็นหนี้สิน สูญเสียที่ดินที่ทำกินของตนเพราะเอาไปจำนองเงินกู้เมื่อไม่สามารถชำระหนี้คืนได้ก็ถูกเจ้าหนี้ยึดนับว่าเป็นปัญหาสังคมที่สำคัญปัญหาหนึ่งของไทยในปัจจุบัน (สุพรรณิไชยอำพร และสนธิ สมัครการ, 2534: 63-65 อ้างถึงในเสาวนีย์ ณ นคร, 2557: 29)

2) ค่านิยมเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนไทย เช่น ในปัจจุบันคนไทยมีพฤติกรรมและค่านิยมใช้ของต่างประเทศชอบเลียนแบบชาวต่างประเทศด้วย การรับเอาวัฒนธรรมของต่างประเทศเข้ามา โดยลืมความเสียหายที่จะเกิดขึ้นตามมา อาทิ ค่านิยมความร่ำรวยและนิยมใช้ของที่ผลิตจากต่างประเทศ ส่วนพฤติกรรมกรรมการบริโภคคือชอบใช้ของแพงๆ ทำให้คนอื่นมองว่าตนเป็นผู้ร่ำรวย ต้องการให้คนยกย่องนับถือ สินค้าบริโภคที่นิยม ได้แก่ บ้านหรูหราราคาแพงเฟอร์นิเจอร์รถแต่งบ้านราคาแพง รถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ เสื้อผ้ายี่ห้อดังจากต่างประเทศ



บัตรเครดิตหลายใบ ทานอาหารนอกบ้านในภัตตาคารหรู ฯลฯ (พินพา หิรัญกิตติ, 2548: 76 อ้างถึงใน เสาวนีย์ ฌ นคร, 2557: 30)

### 3.3 ความสามารถในการชำระหนี้

หลักการวิเคราะห์ที่ความสามารถในการชำระหนี้ที่ใช้กันทั่วไปนิยมใช้หลักนโยบาย C's Policy และ P's Policy โดย C's Policy ประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ประการดังต่อไปนี้

1) คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อ (Characteristic) เป็นการวิเคราะห์ลักษณะภายในของบุคคลทั้งทางด้านพฤติกรรมและบุคลิกลักษณะรวมถึงอุปนิสัยของผู้ขอสินเชื่อการวิเคราะห์คุณสมบัติของผู้ขอสินเชื่อด้านต่างๆประกอบด้วยความรับผิดชอบความมั่นคงทางด้านที่อยู่อาศัยและการทำงานความซื่อสัตย์สุจริตและความเสมอต้นเสมอปลายซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวจะสะท้อนถึงแนวโน้มการชำระหนี้ในอนาคต

2) ความสามารถในการชำระหนี้ (Capacity) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบของความสามารถในการชำระหนี้ โดยเฉพาะการขอสินเชื่อส่วนบุคคลประกอบด้วยความสามารถในการหารายได้ (ค่าจ้างเงินเดือนและรายได้อื่นๆ) แบบแผนการใช้จ่าย จำนวนสมาชิกในครอบครัว สถิติสภาพการจ้างงาน การศึกษา ความชำนาญในอาชีพ และจำนวนหนี้สินที่มีอยู่

3) เงินทุน (Capital) จะแสดงถึงความมั่นคงทางการเงินของผู้กู้ซึ่งถ้าเป็นการกู้ยืมเงินจำนวนมากเงินทุนจะเป็นปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการอนุมัติสินเชื่อ โดยส่วนประกอบในการวิเคราะห์เงินทุนได้แก่การถือครองสินทรัพย์และเงินออมเป็นต้น

4) สถานการณ์แวดล้อมทั่วไป (Condition) โดยเฉพาะภาวะเศรษฐกิจทั้งระยะสั้นและยาวอาจจะมีผลกระทบต่อความเสี่ยงในการให้สินเชื่อนอกจากนี้การพิจารณาสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปประกอบด้วยสถานการณ์ทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงสภาพเศรษฐกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย การเปลี่ยนแปลงดุลการชำระเงิน ภาวะเงินเฟ้อ และการว่างงาน เป็นต้นการเปลี่ยนแปลงปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ความสามารถในการชำระหนี้แตกต่างกัน

5) หลักประกัน (Collateral) จะช่วยลดความเสี่ยงของหนี้สูญได้อีกส่วนหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผันผวนของความสามารถในการชำระหนี้ที่อาจจะเกิดขึ้น อย่างน้อยที่สุดผู้ให้กู้ยังมีหลักประกันอื่นๆแทนการชำระหนี้ ซึ่งหลักประกันหรือหลักทรัพย์ค้ำประกัน ได้แก่ ที่ดินอาคาร บุคคลที่เชื่อถือได้ รถยนต์ เป็นต้น

6) ถิ่นฐานที่อยู่อาศัย (Country) หมายถึง ถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของผู้เข้าซื้อและผู้ค้ำประกัน หรือทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่ลูกค้าประกอบธุรกิจ

นอกจากหลัก C's Policy ที่ใช้วิเคราะห์การกำหนดวงเงินสินเชื่อเพื่อป้องกันหนี้ค้างชำระแล้วยังมีหลักเกณฑ์ P's Policy ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับ C's Policy แต่มีรายละเอียดบางส่วนที่แตกต่างออกไปดังนี้

1) ปัจจัยตัวบุคคล (People) เป็นปัจจัยที่ต้องพิจารณาทางด้านความรับผิดชอบของผู้กู้ยืมซึ่งประกอบด้วย มูลค่าความสำเร็จในการทำงาน แนวโน้มการปฏิบัติงาน และความสามารถในการชำระหนี้ โดยจะใช้ข้อมูลของสถาบันเกี่ยวกับประวัติการชำระหนี้มาประกอบการพิจารณา

2) ความมุ่งหมายในการกู้ยืม (Purpose) เป็นการพิจารณาวัตถุประสงค์ของการกู้ยืมเงินว่าจะนำไปใช้ในด้านใด และการใช้นั้นจะเกิดประสิทธิภาพหรือไม่ ซึ่งโดยปกติจะจำแนกวัตถุประสงค์ของการกู้ยืมออกเป็น 2 ลักษณะ คือ สินเชื่อเพื่อการบริโภค และสินเชื่อเพื่อการผลิต

3) การชำระหนี้ (Payment) เป็นการพิจารณาความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ โดยจะพิจารณาว่าผู้กู้มีความสามารถชำระหนี้เป็นจำนวนเท่าใดต่องวดภายในวงเงินเท่าใดและระยะเวลายาวนานเพียงใด เป็นไป ตามเงื่อนไขของการกู้ยืมที่ระบุไว้หรือไม่ปัญหาของการพิจารณาการชำระหนี้ คือการประมาณความสามารถในการชำระหนี้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมักจะใช้ข้อมูลในอดีต และปัจจัยประกอบการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ แต่การใช้ข้อมูลดังกล่าวอาจจะทำให้เกิดการประเมินคลาดเคลื่อนได้หากเกิดความผันผวนอย่างรุนแรงในอนาคต

4) หลักการป้องกัน (Protection) เป็นการพิจารณาการป้องกันความเสี่ยงเพื่อเลือกทางออกที่สามารถป้องกันความเสี่ยงได้ การป้องกันความเสี่ยงโดยทั่วไปจะประกอบด้วย หลักประกันในส่วนของผู้กู้ ซึ่งจะพิจารณาจากหลักทรัพย์สินหรือเงินออมที่มีอยู่ และหลักประกันในส่วนของผู้ค้ำประกัน ผู้รับผิดชอบร่วมในหนี้สิน ซึ่งประกอบด้วยหลักประกันของผู้ค้ำประกันหรือผู้กู้ร่วม และความน่าเชื่อถือของผู้ค้ำประกัน หรือผู้กู้ร่วม เป็นต้น

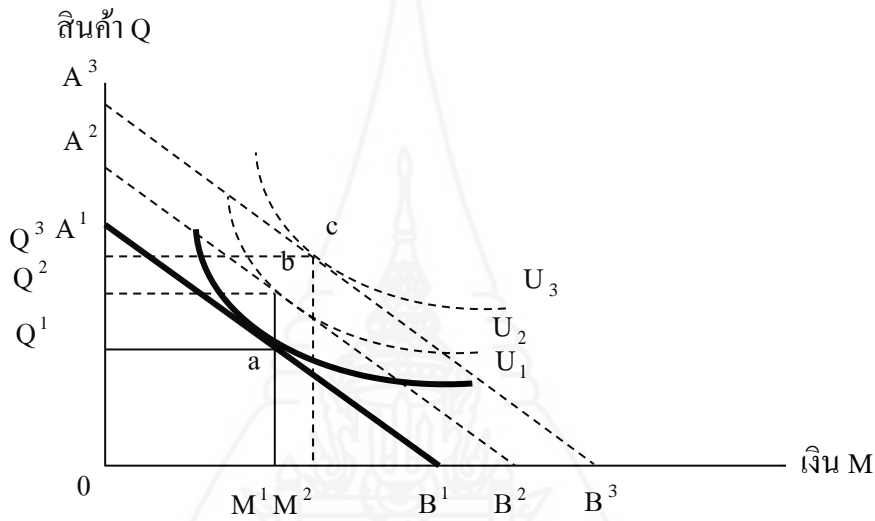
5) องค์กรประกอบรวม (Perspective) เป็นการพิจารณาลักษณะโดยรวมของผู้กู้ ซึ่งจะพิจารณาจากอัตราความเสี่ยงของหนี้ที่สงสัยจะสูญ ความยุ่งยากในการเรียกเก็บต้นทุนในการฟ้องร้องเพื่อบังคับให้ชำระหนี้ และค่าใช้จ่ายในการประมวลทรัพย์สินขายทอดตลาด นอกจากนี้ในส่วนของผู้กู้ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรายได้ที่เกิดจากการกู้ยืมเงินตลอดจนการรักษาความสัมพันธ์ของผู้กู้ชั้นดีเอาไว้ (ปิยะธิดา ดวงแก้ว, 2552: 8-9 อ้างถึงในเสาวนีย์ ฅ นคร, 2557: 32-34)

**3.4 ทฤษฎีการก่อหนี้เพื่อบริโภคให้ทันใจ ผศ.ดร.บุญเสริม บุญเจริญผล (2541) อ้างถึงใน จตุพล โชติตติยา (2551) ศึกษาการก่อหนี้เพื่อบริโภคให้ทันใจพบว่า การซื้อที่ผู้ซื้อยอมเป็นหนี้ก็เพราะเขามีความพอใจสุดท้ายในการบริโภคสินค้าในปัจจุบัน มากกว่า ความพอใจสุดท้ายที่เขาจะได้รับจากการบริโภคสินค้าอย่างเดียวกันจำนวนเดียวกันในอนาคต คือ**

$$MU_n > MU_f$$

โดยที่  $MU_n$  คือ ความพอใจสุดท้าย ที่ได้จากการบริโภคสินค้าอย่างหนึ่ง ในปริมาณหนึ่งในปัจจุบัน

$MU_f$  คือ ความพอใจสุดท้าย ที่ได้จากการบริโภคสินค้าอย่าง เดียวกันปริมาณเดียวกันในอนาคต



ภาพที่ 2.12 เส้นความพอใจเท่ากันแสดงการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าโดยการเป็นหนี้

สามารถอธิบายการตัดสินใจของผู้บริโภคด้วยการเป็นหนี้ใช้เส้นแห่งความพอใจเท่ากัน โดยวิธีนี้ ทำให้เราทราบถึงกลไกของการตัดสินใจของผู้บริโภคและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงแก่เขาและผลที่เกิดขึ้นก่อนที่จะเป็นหนี้ ผู้บริโภคมีเงิน  $OB^1$  เขาตัดสินใจบริโภคที่จุด  $a$  ให้รับสินค้าปริมาณ  $OQ^1$  และเหลือเงิน  $OM^1$  สิ่งที่เขาจับคู่ได้คือ สินค้า  $OQ^1$  และเงิน  $OM^1$  เงินที่จ่ายไปหมดคือ  $M^1B^1$  ต่อมาเขาอยากได้บริโภคสินค้าเพิ่มขึ้นอีก โดยยังคงรักษาเงินที่มีอยู่  $OM^1$  ไว้เพราะถ้าใช้เงินจำนวนนี้ไป เขาจะเสียดายความพอใจไปอีกและไม่ได้รับความพอใจถึงระดับ  $U_1$  ซึ่งเป็นระดับสูงสุดที่เขาได้รับอยู่ เขาจึงกู้เงินมา  $B^1B^2$  บาท ตัดสินใจบริโภคที่จุด  $b$  ได้สินค้าเพิ่มขึ้น  $Q^1Q^2$  ได้รับความพอใจอยู่ระดับ  $U_2$  ซึ่งสูงกว่า  $U_1$  ผู้บริโภคผู้นี้ ได้รับสินค้าเพิ่มขึ้น ได้รับความพอใจสูงขึ้น และมีหนี้เกิดขึ้นเนื่องจากการกู้หนี้ยืมสินที่มีดอกเบี้ยที่เป็นภาระเกิดขึ้น สมมุติภาระดอกเบี้ยเท่ากับ  $B^2B^3$  รวมภาระทั้งหมดในการเป็นหนี้เท่ากับ  $B^1B^3$  ฉะนั้นถ้าเขาไม่กู้เงิน เงินจำนวน  $B^1B^3$  ทำให้เขาบริโภคได้ถึงจุด  $c$  ได้รับความพอใจระดับ  $U_3$  ซึ่งเป็นความพอใจสูงกว่าจุด  $b$

ที่เขาได้รับอยู่ เขายังมีเงินเหลือ  $M^1M^2$  (เพิ่มจากตอนแรก) ซึ่งถ้าเขากู้เงินจะไม่มีเงินจำนวนนี้อยู่เลยและยังได้บริโภคสินค้ามากกว่าที่เขากู้เงินมาซื้ออีกเท่ากับ  $Q^2Q^3$  นั่นก็คือ ภาระดอกเบี้ยที่แท้จริงคือ สินค้าปริมาณ  $Q^2Q^3$  และเงินอีก  $M^1M^2$  ฉะนั้นผู้ที่กู้เงินเพื่อบริโภคแม้จะตั้งใจที่ได้ความพอใจเพิ่มขึ้นในตอนแรก แต่แท้จริงแล้วเขาต้องสูญเสียดอกเบี้ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ การสูญเสียเงินที่เขาควรเหลือจำนวนหนึ่ง บวกด้วยการสูญเสียสินค้าที่เขาควรจะได้บริโภคมากกว่านี้อีกโดยรวมก็คือ เขาต้องสูญเสียความพอใจระดับสูง (คือ  $U_3$ ) แลกเอาความพอใจเฉพาะหน้าที่ต่ำกว่า (คือ  $U_2$ ) เพื่อสนองความอยากได้สินค้ามาบริโภคทันที

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักเอบแคโพลด์ มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ชัวร์ (2547) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าเงินผ่อนของประชาชนในกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) พฤติกรรมการซื้อสินค้าด้วยเงินผ่อนของประชาชน (2) สำรวจแนวโน้มในการซื้อสินค้าด้วยเงินผ่อนของประชาชน และ (3) เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาคของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต่อไป กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือประชาชนที่มีอายุระหว่าง 21 – 60 ปี ที่มีการผ่อนชำระสินค้าอยู่ ณ ปัจจุบันและพักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑลและหัวเมืองใหญ่ได้แก่ จังหวัดชุมพร นครศรีธรรมราช ระนอง สุราษฎร์ธานี อุดรดิตถ์ สุโขทัย พิษณุโลก นครสวรรค์ เชียงใหม่ อุบลราชธานี อุดรธานี สุรินทร์ สกลนคร บุรีรัมย์ นครราชสีมา เพชรบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก ราชบุรี และสระบุรี ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 2,942 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ logistic Regression

ผลการศึกษาพบว่าสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างกำลังผ่อนชำระอยู่นั้น คือ สินค้าที่จัดในกลุ่มประเภทสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น โทรศัพท์มือถือ ชุดเครื่องเสียง/โฮมเธียเตอร์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าประเภทอสังหาริมทรัพย์และสินค้าประเภทยานยนต์ โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 49.9 กำลังผ่อนบ้าน ร้อยละ 21.0 กำลังผ่อนรถยนต์ ร้อยละ 12.5 กำลังผ่อนรถจักรยานยนต์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อยอดผ่อนชำระสินค้าโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ได้แก่ อายุ รายได้ และเพศ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าด้วยเงินผ่อนอีกในอนาคต

จิรัฐติกาล พรหมสิทธิ์ (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองลำปาง มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงิน

ที่ไม่ใช่ธนาคาร กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง (2) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร และ (3) ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ไคสแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาโดยการทดสอบไคสแควร์พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระ ของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างได้แก่ อายุ สถานะภาพสมรรถนะการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทการสมัครสินเชื่อ ประเภทสินค้า ราคาสินค้า อัตราดอกเบี้ย จำนวนงวด และสาเหตุในการเลือกใช้บริการ พบว่ารายได้เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับอุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ขณะที่การวิเคราะห์โดยวิธีการถดถอยแบบพหุคูณพบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีผลต่ออุปสงค์สำหรับสินเชื่อผ่อนชำระของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง คือ รายได้ และราคาสินค้า ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และราคาที่มีอิทธิพลมากที่สุดคืออัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ โปรโมชันพิเศษจากผู้ผลิต ปัจจัยด้านสถานที่ บุคลากร และกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความสุภาพของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการสินเชื่อ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความเชื่อมั่นในสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร และผลการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระ เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับดังนี้ อัตราดอกเบี้ยในการผ่อนชำระที่สูง เป็นปัญหาอันดับหนึ่ง รองลงมาคือปัญหาความยุ่งยากทางด้านเอกสารประกอบการพิจารณา ปัญหาหลักเกณฑ์ในการอนุมัติสินเชื่อเข้มงวดและปัญหาเกี่ยวกับระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อตามลำดับ

อัจฉรา สิทธิราช (2549) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (2) วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ และ (3) วิเคราะห์ปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติพรรณนาและการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้สถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานะภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา/อาชีวศึกษา มีอาชีพพนักงานองค์กรเอกชน

รายได้เฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์และตู้เย็น มูลค่าของสินค้าอยู่ในช่วง 5,001 – 10,000 บาท ระยะเวลาผ่อนชำระ 10 – 12 เดือน จำนวนเงินที่ต้องชำระต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อมากที่สุดคือ ด้านเงื่อนไขและสิทธิประโยชน์จากการใช้บริการ รองลงมาคือ ด้านธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ย และด้านการให้บริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ตามลำดับ

จตุพร ธรรมทิตา (2550) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของสถาบันการเงินและที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ (2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรค ในการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ Logistic Regression

ผลการศึกษาพบว่า ผู้เลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 62.22 อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 63.70 มีสถานะโสด ร้อยละ 75.19 ไม่มีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องเลี้ยงดู ร้อยละ 52.96 มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 68.89 มีอาชีพที่มีรายได้มั่นคง ร้อยละ 88.89 และมีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท/เดือน ร้อยละ 52.59 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่าเคยใช้บริการสินเชื่อผ่อนชำระผ่อนมากที่สุด มีความถี่ในการใช้บริการ 1ครั้ง/6เดือน มูลค่าที่ใช้จ่ายเฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท/ครั้ง ประเภทสินค้าที่นิยมมากที่สุด คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยมีปัญหากการค้างชำระหนี้ โดยมีเหตุผลมาจาก ค่าใช้จ่ายมากกว่ารายได้ที่ได้รับ และการแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค คือการเจรจาประนอมหนี้กับสถาบันการเงิน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ระดับการศึกษา ราคาสินค้าที่ต้องการผ่อนชำระ อัตราดอกเบี้ย และความปลอดภัยในการใช้บริการสินเชื่อ ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ด้านอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมที่ได้รับจากการผ่อนที่สูงเกินไป

ธนากร ชลวร (2550) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกถือบัตรเพื่อซื้อสินค้าเงินผ่อนของผู้บริโภคในอ.เมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกถือบัตรเพื่อซื้อสินค้าเงินผ่อนของผู้บริโภคในอ.เมืองจังหวัดเชียงใหม่ (2) ปัญหาของผู้บริโภคที่ใช้เงินผ่อนในการชำระสินค้า และ (3) เป็นแนวทางในการศึกษาหนทางในการผ่อนที่

สามารถชำระหนี้ได้ โดยกลุ่มประชากรที่สนใจศึกษา คือผู้ที่ถือบัตรของสถาบันสินเชื่อเพื่อซื้อสินค้าเงินผ่อนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม แบบสังเกต และแบบสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาอนุปริญญา และปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัทรายได้อยู่ที่ประมาณ 15,001-20,000 บาท/ปีและ 10,000-15,000 บาท/ปี ส่วนพฤติกรรมการผ่อนสินค้า พบว่า ผู้ถือบัตรส่วนใหญ่จะเลือกถือบัตรของ AEON และ First Choice เพราะมีความสะดวกรวดเร็วในการชำระเงินมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าสถาบันการเงินอื่นๆ และรู้ผลอนุมัติค่อนข้างรวดเร็วส่วนใหญ่ผู้ถือบัตรจะถือบัตรจำนวน 1 ใบและผ่อนสินค้าประมาณสองชิ้นความถี่ในการผ่อนชำระประมาณ 1-2 ครั้งต่อปีสินค้าจำพวกเครื่องใช้ไฟฟ้า และโทรศัพท์มือถือจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่อเดือน 2,000 – 3,000 บาทและผู้ถือบัตรเกือบทั้งหมดเลือกที่จะจ่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าเพราะมีความหลากหลายในชนิดของสินค้ามากแต่เมื่อผ่อนชำระเสร็จสิ้นแล้วผู้ถือบัตรตอบในเชิงที่ไม่ต้องการที่จะซื้อสินค้าเงินผ่อนในอนาคตอีก

จตุพล โชติตติยา (2551) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการอุปโภคสินค้าแบบผ่อนของพนักงานที่ทำงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา (1) โครงสร้างรายจ่ายของกลุ่มแรงงานไร้ฝีมือรายได้ต่ำโดยเฉพาะรายจ่ายที่เกิดจากการผ่อนชำระสินค้า (2) เหตุผลที่ทำให้ซื้อสินค้าเงินผ่อน (3) เสนอแนวทางแก้ปัญหาเพื่อให้การอุปโภคสินค้าแบบผ่อนน้อยลง กลุ่มประชากร คือ ผู้ที่ปฏิบัติงานในนิคมอุตสาหกรรมบางปู ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 54 คน โดยวิธีแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า (1) รายได้รวมเฉลี่ยของครอบครัวกลุ่มตัวอย่างที่กำลังผ่อนซื้อสินค้าเท่ากับ 12,000 บาท/เดือน รายจ่ายรวมเฉลี่ยเท่ากับ 8,186 บาท/เดือน รายจ่ายเฉลี่ยจากการผ่อนสินค้าเท่ากับ 1,662 บาท/เดือน (2) เหตุผลของการซื้อสินค้าแบบผ่อนเพราะไม่ต้องการใช้เงินก่อนซื้อสินค้า รองลงมาเป็นการได้สินค้ามาใช้ก่อนซึ่งบัตรหรือร้านค้าจัดโปรโมชั่นดอกเบี้ย 0% รวมทั้งสถาบันพยายามที่จะขยายบริการโดยลดเงื่อนไขต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ใช้บริการ สำหรับผลการศึกษาโดยใช้ Binary Logistic Regression พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเงินผ่อนและใช้สินเชื่อเงินสดคือ ความมั่นคงทางรายได้ และข้อเสนอแนะการลดปัญหาการบริโภคสินค้าเงินผ่อนภาครัฐต้องออกกฎหมายเข้มงวดกับการปล่อยกู้ของสถาบันการเงิน และให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาระอัตราดอกเบี้ยที่เกิดจากการผ่อน สถาบันการเงินต้องเพิ่มการตรวจสอบประวัติทางการเงินของลูกค้า รัฐควรมีการควบคุมธุรกิจเกี่ยวกับการปล่อยสินเชื่อเพราะอาจนำไปสู่การใช้จ่ายที่ไม่สัมพันธ์กับรายได้

นฤมล อินทโณม (2554) ศึกษาเรื่องผลกระทบต่อภาระหนี้สินของทหารชั้นประทวน สังกัดกรมสนับสนุนกองพลทหารราบที่ 9 มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ (1) ศึกษาผลกระทบต่อภาระหนี้สินของทหารชั้นประทวน สังกัด กรมสนับสนุนกองพลทหารราบที่ 9 ในด้านสภาพส่วนบุคคล และภาระหนี้สินที่ส่งผลกระทบต่อทหารชั้นประทวน (2) ความแตกต่างของผลกระทบต่อภาระหนี้สินไปตามสถานภาพส่วนบุคคลและภาระหนี้สิน ของทหารชั้นประทวน สังกัด กรมสนับสนุนกองพลทหารราบที่ 9 กลุ่มประชากร คือ ทหารชั้นประทวน สังกัด กรมสนับสนุนกองพลทหารราบที่ 9 ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่า F-Test ใช้ในการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (Analysis of Variance, ANOVA) และตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นตรงพหุคูณ (Multiple Linear Regressions) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาพบว่า (1) ทหารชั้นประทวน สังกัด กรมสนับสนุนกองพลทหารราบที่ 9 มีผลกระทบต่อภาระหนี้สินในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามด้านผลกระทบต่อภาระหนี้สิน คือ ด้านจิตใจ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ และ (2) การทดสอบสมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ผลกระทบต่อภาระหนี้สินของทหารชั้นประทวน สังกัด กรมสนับสนุนกองพลทหารราบที่ 9 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติไปตาม ความต้องการสวัสดิภาพ พฤติกรรมการบริโภคอาหาร พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับอบายมุข และพฤติกรรมการเที่ยว

เสาวนีย์ ณ นคร (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภค การเป็นหนี้ และคุณภาพชีวิตของชาวประมงทะเลในตำบลลิซล อำเภอชิล จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและการเป็นหนี้ของชาวประมงทะเล 2) ศึกษาคุณภาพชีวิตของชาวประมงทะเล และ 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและการเป็นหนี้กับคุณภาพชีวิตของชาวประมงทะเล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสุ่มตัวอย่างครัวเรือนชาวประมงทะเลที่อาศัยอยู่ใน 3 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านนาลึก บ้านท้องโหนด และบ้านคอเขา ตำบลลิซล อำเภอชิล จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 300 ครัวเรือน ด้วยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และสถิติอนุมาน โดยใช้สถิติ Chi-Square

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริโภคของชาวประมงทะเลที่สำคัญได้แก่ (1) ชาวประมงทะเลยึดเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าที่ย่อมเยามากที่สุด (2) สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือ ความต้องการของตนเอง และ (3) ประเภทและค่าใช้จ่ายในการบริโภค



รายเดือนที่พบมากที่สุด คือ หอมวอาหารและเครื่องดื่มทั่วไป ซึ่งมีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วง 4,001 – 8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.33 กว่าครึ่งหนึ่งของชาวประมงทะเลไม่เคยกู้เงิน และไม่มีหนี้สินของครัวเรือนในช่วงที่ศึกษา ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพชีวิตของชาวประมงทะเล แบ่งออกเป็น 3 ระดับ พบว่า ส่วนใหญ่ชาวประมงทะเลในตำบลชิลล มีคุณภาพชีวิตปานกลาง ร้อยละ 69.33 รองลงมามีคุณภาพชีวิตที่ดี ร้อยละ 29.33 ส่วนที่มีคุณภาพชีวิตในระดับที่ไม่ดีมีเพียง ร้อยละ 1.33 และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตโดยรวมของชาวประมงทะเล มีดังนี้ 1) ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ อายุ 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม ได้แก่ การศึกษา การประกอบอาชีพอื่นนอกจากการประมง รายได้ และระยะเวลาในการประกอบอาชีพประมง 3) พฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในหอมวอาหารและเครื่องดื่มทั่วไป หอมวเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย หอมวเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า หอมวเวชภัณฑ์และคำรักษาพยาบาล หอมวการเดินทางและการสื่อสาร หอมวการศึกษา หอมวการบันเทิงและนันทนาการ หอมวการจัดงานพิธีในโอกาสพิเศษ หอมวค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค หอมวค่าใช้จ่ายเพื่อผลตอบแทนในอนาคต หอมวค่าใช้จ่ายในการประกอบอาชีพ และ 4) การเป็นหนี้ ได้แก่ ภาระหนี้สินในปัจจุบัน และความสามารถในการชำระหนี้

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีอุปสงค์ พฤติกรรมการบริโภคสินค้า ทฤษฎีเกี่ยวกับการเป็นหนี้ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของบุคคลแตกต่างกัน รวมถึงผลกระทบที่เกิดจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่ได้ทำการพิจารณาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล และภาระที่ต้องรับผิดชอบอย่างเหมาะสม และมีการใช้จ่ายเกินตัวแล้วจะทำให้เกิดผลเสียที่ตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งประสิทธิภาพการทำงานอันมีสาเหตุมาจากความวิตกกังวล ความเครียด การขาดสมาธิในการทำงาน ซึ่งเป็นผลจากภาระหนี้สินที่เกิดจากการผ่อนชำระสินค้าต่างๆ ปัจจัยที่ผลกับการนำมาศึกษาหลักได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน ราคาสินค้า ผลการศึกษาที่ได้ก็มีความแตกต่างกัน ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลเท่านั้น ยังมีตัวแปรด้านการเลือกใช้บริการ ด้านการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านความปลอดภัย เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู มีรายละเอียดดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ข้าราชการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในจังหวัดหนองบัวลำภู โดยผู้ศึกษาทำการคัดเลือกศึกษาเฉพาะข้าราชการที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู และข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานเกษตรอำเภอทุกอำเภอของจังหวัดหนองบัวลำภู ในปี 2558 จำนวน คน 89 ประกอบด้วยข้าราชการ 2 กลุ่มคือ

กลุ่ม 1 ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู	จำนวน	34	คน
กลุ่ม 2 ข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานเกษตรอำเภอ	จำนวน	55	คน
แยกออกเป็น			
1) ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองหนองบัวลำภู	จำนวน	13	คน
2) ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอโนนสัง	จำนวน	8	คน
3) ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอนากลาง	จำนวน	8	คน
4) ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอศรีบุญเรือง	จำนวน	12	คน
5) ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอสวรรคคูหา	จำนวน	6	คน
6) ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอนาวัง	จำนวน	8	คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้กำหนดคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา และทำการตั้งประเด็นคำถามตามกรอบแนวคิดในการศึกษา แบ่งข้อคำถามในแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของข้าราชการสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ในส่วนนี้เป็นข้อมูลทั่วไปชนิดตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ต่อเดือน และประเภทข้าราชการ ใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน โดยนำเสนอในรูปค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

**ส่วนที่ 2** การสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ โดยข้อคำถามเกี่ยวกับการเคยใช้บริการ การมีหนี้สินจากการใช้บริการ ราคาสินค้าต่ำสุดที่ตัดสินใจใช้บริการ ราคาสินค้าสูงสุดที่ตัดสินใจใช้บริการ ยอดเงินที่ชำระต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน สินค้าที่นิยมผ่อนชำระ ปัญหาเกี่ยวกับการค้างชำระหนี้ งดการค้างชำระต่อครั้ง เหตุผลที่ค้างชำระ วิธีแก้ไขปัญหาการค้างชำระ ความสามารถชำระหนี้ที่ค้างชำระ และแนวโน้มการใช้บริการในอนาคต ข้อมูลที่ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน โดยนำเสนอในรูปค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ อายุ รายได้ต่อเดือน ราคาสินค้า การเลือกใช้บริการ การตลาด การให้บริการ และความปลอดภัย

**ส่วนที่ 3** การสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ (2) ปัจจัยด้านการตลาด (3) ปัจจัยด้านการบริการ และ (4) ปัจจัยด้านความปลอดภัย โดยลักษณะของคำถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า) Rating Scale 5 (ระดับ ดังนี้

ระดับการตัดสินใจ	คะแนน
มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	5
มีผลต่อการตัดสินใจมาก	4
มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	3
มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	2
มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	1

คะแนนข้างต้นนำไปใช้ในการอธิบายระดับการตัดสินใจการเลือกใช้บริการ  
สินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ อันตรภาคชั้นในแต่ละช่วงหาได้โดยวิธีการ ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1) / 5 = .80\end{aligned}$$

นำข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยในข้อคำถามเดียวกัน หรือ  
ตัวแปรเดียวกัน เพื่อใช้ในการแปลความหมายข้อมูล ในการแบ่งช่วงของการแปลความหมายใช้  
เกณฑ์การแบ่งช่วงแต่ละช่วง ดังนี้ (วิเศษฐ์ แซ่ว่อง 2551 : 45)

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
2.61 – 3.40	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
1.81 – 2.60	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1.00 – 1.80	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

**ส่วนที่ 4** การสอบถามผลกระทบจากการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและ  
บริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

### 2.1 การสร้างแบบสอบถาม

การสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจ  
เลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ พฤติกรรมการซื้อสินค้า แล้วสรุป  
ประเด็นกรอบแนวคิด
2. สร้างข้อคำถามโดยนำกรอบแนวคิดที่ได้จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและ  
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อแก้ไข  
แล้วปรับปรุงให้สมบูรณ์
4. ทำการปรับปรุง แก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา  
จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาต่อไป

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดหนองบัวลำภู และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู มีขั้นตอนดังนี้

1. จัดทำหนังสือถึงเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภูเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอในการตอบแบบสอบถาม

2. นำหนังสือบรรจุใส่ซองพร้อมแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แล้วเข้าพบเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภูเพื่อแจ้งถึงวัตถุประสงค์การเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งแจ้งกำหนดการเดินทางไปชี้แจงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สำนักงานเกษตรอำเภอทุกอำเภอในจังหวัดหนองบัวลำภู แยกออกเป็น

- วันแรก เดินทางไปชี้แจงและเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู และสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองหนองบัวลำภู

- วันที่สอง เดินทางไปชี้แจงและเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สำนักงานเกษตรอำเภอสวรรคภูหา อำเภอนากลาง และอำเภอนาวัง

- วันที่สาม เดินทางไปชี้แจงและเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สำนักงานเกษตรอำเภอศรีบุญเรือง และอำเภอโนนสัง

3. ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภูแล้วตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำไปบันทึกลงในโปรแกรมการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้แยกการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน โดยนำเสนอในรูปค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน การนำเสนอข้อมูลใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ อายุ รายได้ต่อเดือน ราคาสินค้า การเลือกใช้บริการ การตลาด การให้บริการ และความปลอดภัย

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู เนื่องจากกลุ่มประชากรที่ศึกษามีสมมติฐานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงไม่สามารถใช้สถิติอ้างอิง เช่น t-test หรือ ANOVA ได้ จึงใช้วิธีการคำนวณหาขนาดอิทธิพล (effect size) เป็นสถิติใช้บอกขนาดความต่างเมื่อผลการทดสอบสมมติฐานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ) เพื่อดูผลที่เกิดขึ้น การพิจารณา ขนาดอิทธิพล (Effect size) ใช้เกณฑ์ของ Cohen (1988) ในกรณีเปรียบเทียบ 2 กลุ่ม คือ

Effect size= 0.0-0.2 ถือว่ามี Effect size น้อย

Effect size= 0.3-0.7 ถือว่ามี Effect size ปานกลาง

Effect size= 0.8-1.00 ถือว่ามี Effect size มาก

การคำนวณหาขนาดอิทธิพล (Effect size) ประกอบไปด้วย

3.1 กลุ่มที่ต้องการเปรียบเทียบคือ ข้าราชการ 2 กลุ่ม ได้แก่ ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ

3.2 ตัวแปรที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ คือ อายุ รายได้ต่อเดือน ราคาสินค้า การเลือกใช้บริการ การตลาด การให้บริการ และความปลอดภัย

ส่วนที่ 4 ทำการสรุปผลกระทบบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการที่พบมากที่สุด โดยวิเคราะห์ในรูปของความถี่

#### 4.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) ค่าเฉลี่ย (Mean) กรณีข้อมูลไม่แจกแจงความถี่และใช้ข้อมูลจากจำนวนประชากร ทั้งหมด (สมบัติ ท้ายเรือคำ. 2551 : 124)

$$\mu = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ	$\mu$	แทน	ค่าเฉลี่ยข้อมูลของประชากร
	X	แทน	ข้อมูลของประชากร
	N	แทน	จำนวนประชากร

2) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S หรือ S.D) กรณีใช้ข้อมูลจากกลุ่มประชากรทั้งหมด (สุนทรพจน์ คำรงค์พานิช. 2554 : 62)

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(X - \mu)^2}{N}}$$

เมื่อ  $\sigma$  แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร  
 $X$  แทน ข้อมูลของประชากร  
 $N$  แทน จำนวนประชากร

3) การวิเคราะห์หาขนาดอิทธิพล (Effect size) ( Glass, 1976 อ้างถึงใน บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2547, หน้า 210-213)

$$ES = \frac{\bar{Y}_1 - \bar{Y}_2}{S_{pooled}} \quad ; \quad S_{pooled} = \sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}}$$

โดยที่  $\bar{Y}_1$  คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1  
 $\bar{Y}_2$  คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 2  
 $S_{pooled}$  คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานร่วมของทั้ง 2 กลุ่ม  
 $n_1$  คือ จำนวนสมาชิกกลุ่ม 1  
 $n_2$  คือ จำนวนสมาชิกกลุ่ม 2

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มเป้าหมายได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน แล้วทำการแยกผลการศึกษาดูตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล และข้อมูลพื้นฐานในการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อ สินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ส่วนที่ 4 ผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ที่พบมากที่สุดของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ซึ่งทั้ง 4 ส่วน มีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### **ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของข้าราชการสำนักงานเกษตร และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู**

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ทำการแยกผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกเป็นข้อมูลพื้นฐานของลักษณะส่วนบุคคล และส่วนที่สองเป็นข้อมูลพื้นฐานในการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้



ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	55	61.80
	หญิง	34	38.30
รวม		89	100.00
อายุ	20 – 29 ปี	11	12.40
	30 – 39 ปี	22	24.70
	40 – 49 ปี	29	32.60
	50 ปีขึ้นไป	27	30.60
รวม		89	100.00
ประเภทบุคลากร	ข้าราชการ สำนักงานเกษตรจังหวัด	34	38.20
	ข้าราชการ สำนักงานเกษตรอำเภอ	55	61.80
รวม		89	100.00
สถานภาพสมรส	โสด	21	23.60
	สมรส	63	70.80
	หย่าร้าง	4	4.50
	แยกกันอยู่	1	1.10
รวม		89	100.00
จำนวนสมาชิก ในครอบครัว	1 - 2 คน	11	12.40
	3 - 4 คน	50	56.20
	5 - 6 คน	28	31.50
	7 คนขึ้นไป	0	0
รวม		89	100.00
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	0	0
	10,001 – 15,000 บาท	2	2.20
	15,001 – 20,000 บาท	30	33.70
	20,001 – 25,000 บาท	19	21.30
	25,001 – 30,000 บาท	20	22.50
	มากกว่า 30,000 บาท	18	20.20
รวม		89	100.00

ส่วนแรกเป็นข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล ตารางที่ 4.1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดมีจำนวน 89 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 กลุ่มเป้าหมายมากที่สุดมีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.60 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.60 ส่วนอายุระหว่าง 30 – 39 คิดเป็นร้อยละ 24.70 โดยกลุ่มอายุ 20-29 ปี มีสัดส่วนร้อยละต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 12.40 กลุ่มเป้าหมายแยกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และกลุ่มข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ ในกลุ่มแรกมีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 กลุ่มที่สองมีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 70.80 รองลงมาคือสถานภาพโสดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 23.60 สถานภาพหย่าร้างจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ส่วนสถานภาพแยกกันอยู่มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 รองลงมามีจำนวนสมาชิก 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 โดยจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน มีสัดส่วนร้อยละต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 12.40 รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.70 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.50 ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.30 ส่วนผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.20 โดยกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีสัดส่วนร้อยละต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละการซื้อสินค้าโดยการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	เคย	89	100.00
	ไม่เคย	0	0
	รวม	89	100.00
หนี้สินจากการใช้บริการ	มี	89	100.00
	ไม่มี	0	0
	รวม	89	100.00
ราคาต่ำสุดที่ใช้บริการ	ไม่เกิน 5,000 บาท	86	96.60
	5,000 – 10,000 บาท	1	1.10
	10,001 – 20,000 บาท	2	2.20
	รวม	89	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ราคาสูงสุดที่ใช้บริการ	ไม่เกิน 100,000 บาท	2	2.20
	300,000 – 500,000 บาท	30	33.70
	1,100,001 บาทขึ้นไป	57	64.00
	รวม	89	100.00
ยอดเงินที่ชำระ/เดือน	ไม่เกิน 5,000 บาท	1	1.10
	5,000 – 10,000 บาท	12	13.50
	10,001 – 20,000 บาท	50	56.20
	20,001 – 30,000 บาท	18	20.20
	30,001 – 40,000 บาท	8	9.00
	รวม	89	100.00
ความถี่ในการ ใช้บริการ/เดือน	1 – 2 ครั้ง	12	13.50
	3 – 4 ครั้ง	32	36.00
	5 – 6 ครั้ง	28	31.50
	7 – 8 ครั้ง	17	19.10
	รวม	89	100.00
*สินค้าที่นิยมเข้าซื้อ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	11	2.36
	เครื่องประดับร่างกาย	21	4.50
	เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	65	13.92
	เครื่องสำอาง และอาหารเสริม	14	3.00
	อุปกรณ์สื่อสาร	76	16.27
	เติมน้ำมันรถ	75	16.06
	อาหารและเครื่องดื่ม	53	11.35
	การท่องเที่ยว	17	3.64
	ที่ดินและบ้าน	59	12.63
	รถยนต์	76	16.27
	รวม	476	100
มีปัญหาการค้างชำระหนี้	มี	25	28.10
	ไม่มี	64	71.90
	รวม	89	100.00

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
งวดการค้างชำระ/ครั้ง	1 – 2 งวด/ครั้ง	2	8.00
	3 – 4 งวด/ครั้ง	8	32.00
	5 – 6 งวด/ครั้ง	1	4.00
	7 – 8 งวด/ครั้ง	1	4.00
	ไม่ให้ข้อมูล	13	52.00
	รวม	25	100.00
*เหตุผลที่ค้างชำระ	รายจ่ายมากกว่ารายรับ	21	24.70
	ลืมชำระ	24	28.24
	มีภาระหนี้สินอื่นๆ	14	16.47
	มีค่าใช้จ่ายฉุกเฉินโดยไม่คาดคิด	17	20.00
	ไม่มีข้อมูล	9	10.59
	รวม	85	100.00
การแก้ไขปัญหาการค้างชำระ	รีบชำระค่างวดทันที	10	40.00
	เจรจาประนอมหนี้	0	0
	หลบเลี่ยงการชำระหนี้	0	0
	กู้เงินจากแหล่งอื่นมาชำระ	15	60.00
	รวม	25	100.00
ความสามารถชำระหนี้ที่ค้างชำระ	ชำระได้หมดตามกำหนดแน่นอน	9	36.00
	ชำระได้ตามกำหนดบางส่วน	15	60.00
	ไม่ให้ข้อมูล	1	4.00
	รวม	25	100.00
แนวโน้มการใช้บริการในอนาคต	ไม่ใช้บริการ	0	0
	ไม่แน่ใจ	0	0
	ใช้บริการ	1	4.00
	ใช้ถ้าสถาบันการเงินอนุมัติ	21	84.00
	ไม่ให้ข้อมูล	3	12.00
	รวม	25	100.00

หมายเหตุ \* คือ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานในการซื้อสินค้าโดยใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ ตารางที่ 4.2 จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการซื้อสินค้าโดยใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มเป้าหมายพบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 89 คน เคยใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ และทุกคนมีหนี้สินจากการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อและบริการ ราคาสินค้าต่ำสุดของผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดคือไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 96.60 ราคาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดคือ 1,100,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา 300,000 – 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.70 ยอดที่ต้องชำระต่อเดือนมากที่สุด 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.20 รองลงมาต้องชำระต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.20 ส่วนยอดชำระต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท มีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.50 ความถี่ในการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาใช้บริการ 5-6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.50 ส่วนการให้บริการ 1-2 ครั้ง มีสัดส่วนน้อยที่สุด มีเพียงร้อยละ 13.50

เมื่อพิจารณาประเภทสินค้าที่นิยมเช่าซื้อ โดยให้กลุ่มเป้าหมายสามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 คำตอบ พบว่าสินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสารและรถยนต์เป็นสินค้าที่นิยมเช่าซื้อมากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 16.27 รองลงมาคือเติมน้ำมันรถจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 16.06 เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้าจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 13.92 และที่ดินและบ้านจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 12.63 ส่วนสินค้าที่มีจำนวนการเช่าซื้อน้อยที่สุด คือ เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.36 ผลการจากเป็นหนี้ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีปัญหาการค้างชำระจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 และจำนวน 64 คน ไม่มีปัญหาการค้างชำระ คิดเป็นร้อยละ 71.90 เมื่อสอบถามจำนวนงวดที่ค้างชำระ กลุ่มเป้าหมายมากที่สุดไม่ขอตอบคำถาม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 และมีคนที่ให้คำตอบจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 48 กลุ่มเป้าหมายมากที่สุดค้างชำระจำนวน 3-4 งวดต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.00 เหตุผลที่ค้างชำระมากที่สุดเนื่องจากลืมชำระจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 28.24 รองลงมามีรายจ่ายมากกว่ารายรับจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 24.70 มีค่าใช้จ่ายฉุกเฉินโดยไม่คาดคิดจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีภาระหนี้สินอื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 16.47 และมีผู้ไม่ให้ข้อมูลจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 10.59 เมื่อเกิดปัญหาการค้างชำระกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เลือกวิธีกู้เงินจากแหล่งอื่นมาชำระจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือรีบชำระค้างงวดทันทีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเมื่อถามเฉพาะคนที่ปัญหาค้างชำระจำนวน 25 คน ถึงการชำระหนี้สินที่มีอยู่ในปัจจุบันร้อยละ 36.00 ตอบว่าชำระได้หมดตามกำหนดแน่นอน ส่วนอีกร้อยละ 60.00 ตอบว่านี่ก็ไม้ออกว่าจะสามารถชำระหมด

ได้ และอีกจำนวน 1 คน ไม่ให้ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 4.00 นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายที่มีปัญหาค้างชำระ ยังให้ข้อมูลอีกว่า ในอนาคตมีแนวโน้มที่จะใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการอีกอย่างแน่นอนถ้าสถาบันการเงินอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมาคือใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 4.00 และมีผู้ไม่ให้ข้อมูลจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

การวิเคราะห์ในส่วนนี้แยกออกเป็น 2 ส่วนตามลักษณะของตัวแปร ส่วนแรกเป็นการนำเสนอข้อมูลปัจจัยทางด้านอายุ รายได้ต่อเดือน และราคาสินค้าต่ำสุด-สูงสุดที่ตัดสินใจเช่าซื้อ ในส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนอข้อมูลปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ การตลาด การบริการ และความปลอดภัย ซึ่งข้อมูลอยู่ในรูปของมาตราประมาณค่า 5 ระดับ มีรายละเอียดการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.3 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของปัจจัยด้านอายุ รายได้ต่อเดือน และราคาสินค้า

ปัจจัย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	SD
อายุ	25	59	43.38	9.43
รายได้/เดือน	13,460	45,960	24,350.22	7366.68
ราคาสินค้าต่ำสุด	500	15,000	1,216.85	2340.52
ราคาสินค้าสูงสุด	40,000	3,000,000	1,921,235.96	893677.06

ส่วนที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านอายุ รายได้ต่อเดือน และราคาสินค้าต่ำสุด-สูงสุดที่ตัดสินใจเช่าซื้อ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ได้ผลสรุปดังตารางที่ 4.3

ปัจจัยด้านอายุ กลุ่มเป้าหมายที่ซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อที่อายุน้อยที่สุด มีอายุ 25 ปี อายุมากที่สุด มีอายุ 59 ปี เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยพบว่า กลุ่มเป้าหมายที่ซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อ มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 43.38 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 9.43 ข้อมูลห่างจากค่าเฉลี่ยค่อนข้างมาก

ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน กลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อมีรายได้ต่ำสุด 13,460 บาทต่อเดือน รายได้สูงสุด 45,960 บาทต่อเดือน เมื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 24,350.22 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 7366.68 ข้อมูลห่างจากค่าเฉลี่ยค่อนข้างมาก หรือมีความแปรปรวนค่อนข้างสูง

ปัจจัยด้านราคาสินค้า ราคาสินค้าต่ำสุดที่กลุ่มเป้าหมายทำการเช่าซื้อ คือสินค้าที่อยู่ในช่วงราคา 500 – 15,000 บาท คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,216.85 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2340.52 และราคาสินค้าสูงสุดที่กลุ่มเป้าหมายทำการเช่าซื้อ คือสินค้าที่มีราคาอยู่ในช่วง 40,000 – 3,000,000 บาท คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,921,235.96 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 893677.06 เมื่อพิจารณาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า ข้อมูลมีความแปรปรวนสูงมาก สืบเนื่องจากส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของราคาสินค้าต่ำสุดที่เช่าซื้อ มีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ย ( $2340.52 > 1,216.85$ )

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ การตลาด การบริการ และความปลอดภัย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
<b>ด้านการเลือกใช้บริการ</b>			
1. อัตราดอกเบี้ยไม่สูง	4.92	.38	มีผลมากที่สุด
2. ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสินเชื่อไม่สูงเกินไป	4.91	.42	มีผลมากที่สุด
3. สามารถเลือกจำนวนงวดที่เช่าซื้อได้	4.90	.48	มีผลมากที่สุด
4. มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเก็บข้อมูล	3.69	1.53	มีผลมาก
5. มีบริการที่รวดเร็ว	4.33	1.24	มีผลมากที่สุด
6. มีขั้นตอนการสมัครสมาชิกง่ายต่อความเข้าใจ	4.49	.94	มีผลมากที่สุด
รวม	4.54	1.037	มีผลมากที่สุด
<b>ด้านการตลาด</b>			
1. ของแถมและของสมนาคุณ	4.35	1.21	มีผลมากที่สุด
2. มีการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล	3.80	1.28	มีผลมาก
3. มีโปรโมชั่นส่วนลดในการซื้อสินค้า	4.51	.92	มีผลมากที่สุด
รวม	4.22	1.179	มีผลมากที่สุด

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
<b>ด้านการบริการ</b>			
1. ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ	4.34	1.23	มีผลมากที่สุด
2. จำนวนร้านค้าที่ร่วมให้บริการสินเชื่อมีมาก (ประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ)	3.83	1.27	มีผลมาก
3. การให้บริการของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ เช่น คำแนะนำ, ช่วยแก้ปัญหา	3.79	1.29	มีผลมาก
4. จำนวนจุดที่รับชำระงวดมีกระจายอย่างทั่วถึง	3.79	1.29	มีผลมาก
รวม	3.94	1.286	มีผลมาก
<b>ด้านความปลอดภัย</b>			
1. ความปลอดภัยในการใช้บริการสินเชื่อแทนการใช้เงินสด	3.60	1.55	มีผลมาก
2. ความเชื่อมั่นในสถาบันการเงินที่ให้บริการสินเชื่อ	3.61	1.58	มีผลมาก
3. ความเชื่อมั่นในร้านค้าที่ให้บริการสินเชื่อ	3.63	1.56	มีผลมาก
รวม	3.61	1.55	มีผลมาก

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ การตลาด การบริการ และความปลอดภัย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ได้ผลสรุปดังตารางที่ 4.4

ด้านการเลือกใช้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอัตราดอกเบี้ยไม่สูง มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .38 เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่ามีย่าน้อยมากเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ย หรือข้อมูลมีความแปรปรวนน้อยมาก รองลงมาคือค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสินเชื่อไม่สูงเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .42 สามารถเลือกจำนวนงวดที่เช่าซื้อได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .48 มีขั้นตอนการสมัครสมาชิกง่ายต่อความเข้าใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .94 และมีบริการที่รวดเร็ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.24 เมื่อนำข้อคำถามทุกข้อในปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการมารวมกันเพื่อหาค่าเฉลี่ยพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.037 สามารถแปลผลได้ว่า ปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อในระดับมากที่สุด



ด้านการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าโปรโมชันส่วนลดในการซื้อสินค้า มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .92 รองลงมาคือของแถมและของสมนาคุณ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.21 และมีการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.28 เมื่อนำข้อคำถามทุกข้อในปัจจัยด้านการตลาดมารวมกันเพื่อหาค่าเฉลี่ยพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.179 สามารถแปลผลได้ว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อในระดับมากที่สุด

ด้านการบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.23 รองลงมาคือจำนวนร้านค้าที่ร่วมให้บริการสินเชื่อมีมาก (ประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ) คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.27 การให้บริการของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ เช่น คำแนะนำ, ช่วยแก้ปัญหา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.29 และจำนวนจุดที่รับชำระงวดมีกระจายอย่างทั่วถึง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.29 เมื่อนำข้อคำถามทุกข้อในปัจจัยด้านการบริการมารวมกันเพื่อหาค่าเฉลี่ยพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.286 สามารถแปลผลได้ว่า ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อในระดับมาก

ด้านความปลอดภัย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความเชื่อมั่นในร้านค้าที่ใช้บริการสินเชื่อมีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.55 รองลงมาคือความเชื่อมั่นในสถาบันการเงินที่ใช้บริการสินเชื่อ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.58 และความปลอดภัยในการใช้บริการสินเชื่อแทนการใช้เงินสด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.55 เมื่อนำข้อคำถามทุกข้อในปัจจัยด้านความปลอดภัยมารวมกันเพื่อหาค่าเฉลี่ยพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.55 สามารถแปลผลได้ว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อในระดับมาก

### ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ในการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลกลุ่มประชากรมาใช้ในการเปรียบเทียบ ส่วนตัวแปรที่นำมาเปรียบเทียบ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ กรณีเป็นข้อมูลจากประชากรสถิติอ้างอิงจะใช้ไม่ได้ จึงทำการคำนวณหาขนาดอิทธิพลเพื่อดูว่า ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดและข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอที่นำมาเปรียบเทียบมีคุณลักษณะแตกต่างกันหรือไม่ โดยนำไปเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานซึ่งการศึกษานี้เลือกใช้เกณฑ์ของ Cohen (1988) ซึ่งผลการวิเคราะห์และการแปลผลจะนำเสนอรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.5 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านอายุที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ปัจจัย	หน่วยงานที่สังกัด	N	ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ )	ความแปรปรวน ( $\sigma^2$ )	ขนาดอิทธิพล (Effect size)
อายุ	ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด	34	42.62	90.71	0.13
	ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ	55	43.85	85.54	

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านอายุ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด มีอายุเฉลี่ย 42.62 ปี ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ มีอายุเฉลี่ย 43.85 ปี เมื่อคำนวณหาขนาดอิทธิพลพบว่า มีขนาดเท่ากับ 0.13 จากนั้นนำขนาดอิทธิพลไปเทียบกับเกณฑ์พบว่า เป็นขนาดอิทธิพลในระดับต่ำ หมายความว่า อายุของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดและข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกันน้อยมาก หรือไม่มี ความแตกต่าง หรืออายุของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ ที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.6 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ปัจจัย	หน่วยงานที่สังกัด	N	ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ )	ความแปรปรวน ( $\sigma^2$ )	ขนาดอิทธิพล (Effect size)
รายได้ต่อเดือน	ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด	34	24897.06	73151091.35	0.12
	ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ	55	24012.18	41308897.06	

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 24,897.06 บาท ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 24,012.18 บาท เมื่อคำนวณหาขนาดอิทธิพลพบว่า มีขนาดเท่ากับ 0.12 จากนั้นนำขนาดอิทธิพลไปเทียบกับเกณฑ์พบว่า เป็นขนาดอิทธิพลในระดับต่ำ หมายความว่า รายได้ ต่อเดือนของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอ แตกต่างกันอย่างน้อยมากหรือไม่มีความแตกต่าง หรือข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดและสำนักงานเกษตรอำเภอที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการมีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.7 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาสินค้าต่ำสุด และราคาสินค้าสูงสุดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ปัจจัย	หน่วยงานที่สังกัด	N	ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ )	ความแปรปรวน ( $\sigma^2$ )	ขนาดอิทธิพล (Effect size)
ราคาสินค้าต่ำสุด	ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด	34	2126.47	12753122.84	0.67
	ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ	55	654.55	53388.43	
ราคาสินค้าสูงสุด	ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด	34	1835000	$1.06 \times 10^{12}$	0.16
	ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ	55	1974545	$6.17 \times 10^{11}$	

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาสินค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ราคาสินค้าต่ำสุดที่ตัดสินใจใช้บริการเช่าซื้อพบว่า ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดตัดสินใจเช่าซื้อที่ราคาต่ำสุด 2,126.47 บาท ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ ตัดสินใจเช่าซื้อที่ราคาต่ำสุด 654.55 บาท เมื่อคำนวณหาขนาดอิทธิพลพบว่า มีขนาดเท่ากับ 0.67 จากนั้นนำขนาดอิทธิพลไปเทียบกับเกณฑ์พบว่า เป็นขนาดอิทธิพลในระดับปานกลาง หมายความว่า ราคาสินค้าต่ำสุดที่ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ ตัดสินใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันในระดับปานกลาง หรือข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอที่เลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการที่ราคาต่ำสุดแตกต่างกันในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาราคาสินค้าสูงสุดที่เลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการพบว่า ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดตัดสินใจเช่าซื้อที่ราคาสูงสุด 1,835,000 บาท ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ เลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการที่ราคาสูงสุด 1,974,545 บาท เมื่อคำนวณหาขนาดอิทธิพลพบว่า มีขนาดเท่ากับ 0.16 จากนั้นนำขนาดอิทธิพลไปเทียบกับเกณฑ์พบว่า เป็นขนาดอิทธิพลในระดับต่ำ หมายความว่า ราคาสินค้าสูงสุดที่ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันในระดับต่ำ หรือข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอที่เลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการที่ราคาสูงสุดแตกต่างกันในระดับต่ำหรือไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ปัจจัย	หน่วยงานที่สังกัด	N	ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ )	ความแปรปรวน ( $\sigma^2$ )	ขนาดอิทธิพล (Effect size)
การเลือก	ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด	34	4.33	0.65	0.50
ใช้บริการ	ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ	55	4.67	0.31	

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และ

สำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ข้าราชการสำนักงาน เกษตรจังหวัดมีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเท่ากับ 4.33 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าความแปรปรวน เท่ากับ .65 ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ มีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเท่ากับ 4.67 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ .31 เมื่อคำนวณหาขนาดอิทธิพลพบว่า มีขนาดเท่ากับ 0.50 จากนั้นนำขนาดอิทธิพลไปเทียบกับเกณฑ์พบว่า เป็นขนาดอิทธิพลในระดับปานกลาง หมายความว่า ระดับการตัดสินใจด้านการเลือกใช้บริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกันในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.9 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ปัจจัย	หน่วยงานที่สังกัด	N	ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ )	ความแปรปรวน ( $\sigma^2$ )	ขนาดอิทธิพล (Effect size)
การตลาด	ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด	34	4.05	1.29	0.26
	ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ	55	4.32	0.96	

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดมีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเท่ากับ 4.05 ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 1.29 ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ มีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเท่ากับ 4.32 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ .96 เมื่อคำนวณหาขนาดอิทธิพลพบว่า มีขนาดเท่ากับ 0.26 จากนั้นนำขนาดอิทธิพลไปเทียบกับเกณฑ์พบว่า เป็นขนาดอิทธิพลในระดับต่ำ หมายความว่า ระดับการตัดสินใจด้านการตลาดของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกันในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.10 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ปัจจัย	หน่วยงานที่สังกัด	N	ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ )	ความแปรปรวน ( $\sigma^2$ )	ขนาดอิทธิพล (Effect size)
การให้บริการ	ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด	34	3.80	1.58	0.18
	ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ	55	4.02	1.33	

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดมีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเท่ากับ 3.80 ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 1.58 ส่วนข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ มีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเท่ากับ 4.02 ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 1.33 เมื่อกำหนดหาขนาดอิทธิพลพบว่า มีขนาดเท่ากับ 0.18 จากนั้นนำขนาดอิทธิพลไปเทียบกับเกณฑ์พบว่า เป็นขนาดอิทธิพลในระดับต่ำ หมายความว่า ระดับการตัดสินใจด้านการให้บริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกันในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.11 ผลวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ปัจจัย	หน่วยงานที่สังกัด	N	ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ )	ความแปรปรวน ( $\sigma^2$ )	ขนาดอิทธิพล (Effect size)
ความปลอดภัย	ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด	34	3.48	2.33	0.14
	ข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ	55	3.69	2.36	

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านความปลอดภัย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และ

สำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดมีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเท่ากับ 3.48 ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 2.33 ส่วนข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ มีค่าเฉลี่ยของระดับการตัดสินใจเท่ากับ 3.69 ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 2.36 เมื่อคำนวณหาขนาดอิทธิพลพบว่ามีขนาดเท่ากับ 0.14 จากนั้นนำขนาดอิทธิพลไปเทียบกับเกณฑ์พบว่า เป็นขนาดอิทธิพลในระดับต่ำ หมายความว่า ระดับการตัดสินใจด้านความปลอดภัยของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกันในระดับต่ำ

สรุปผลในภาพรวมพบว่า เมื่อนำข้อมูลของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอเปรียบเทียบกันพบว่า ปัจจัยที่มีความแตกต่างกันในระดับปานกลาง ประกอบด้วย ราคาสินค้าต่ำสุดที่ตัดสินใจเช่าซื้อ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .67 และการเลือกใช้บริการมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .50 ส่วนปัจจัยที่มีความแตกต่างกันในระดับต่ำ ประกอบด้วย อายุมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .13 รายได้ต่อเดือน มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .12 ราคาสินค้าสูงสุดที่ตัดสินใจเช่าซื้อ มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .16 การตลาด มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .26 ด้านการให้บริการมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .18 และด้านความปลอดภัยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .14



**ส่วนที่ 4 ผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ  
ของข้าราชการสำนักงานเกษตร และสำนักงานเกษตรอำเภอ  
จังหวัดหนองบัวลำภู**

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้า  
และบริการ

*ผลกระทบจากการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องขายอสังหาริมทรัพย์ เช่น ที่ดิน บ้าน ฯลฯ เพื่อนำมาใช้หนี้ หรือนำมาจับจ่ายใช้สอย	0	0.00
ต้องขายทรัพย์สินอื่น ๆ เช่น รถยนต์ เครื่องประดับ เครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้หนี้หรือนำมาจับจ่ายใช้สอย	3	3.06
ต้องทำอาชีพเสริม	8	8.16
เกิดปัญหาครอบครัว	7	7.14
หยุดงานบ่อย	0	0.00
ไม่มีสมาธิในการทำงาน	24	24.49
เกิดความเครียด	56	57.14
รวม	98	100.00

หมายเหตุ \* คือ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู เกิดปัญหาด้านความเครียดมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือไม่มีสมาธิในการทำงาน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.49 ซึ่งในสองส่วนนี้จะส่งผลให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานลดลง ต้องทำอาชีพเสริม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.16 การประกอบอาชีพเสริมของกลุ่ม เป้าหมายที่ตอบแบบสอบถาม มีในรูปแบบการประกอบอาชีพเสริมเพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในครอบครัวรวมถึงการชำระหนี้สินของครอบครัวด้วย ส่วนเกิดปัญหาครอบครัว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 และต้องขายทรัพย์สินอื่น ๆ เช่น รถยนต์ เครื่องประดับ เครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้หนี้หรือนำมาจับจ่ายใช้สอย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.06 ส่วนปัญหาที่ต้องขายอสังหาริมทรัพย์ เช่น ที่ดิน บ้าน ฯลฯ เพื่อนำมาใช้หนี้ หรือนำมาจับจ่ายใช้สอย และหยุดงานบ่อยยังไม่พบในกลุ่มเป้าหมาย



## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภูในครั้งนี้ สรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

#### 1. สรุปผลการศึกษา

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1.1.1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและสภาพการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

1.1.2 เพื่อศึกษานโยบายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

1.1.3 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

1.1.4 เพื่อศึกษาผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

##### 1.2 วิธีดำเนินการศึกษา

###### 1.2.1 ประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาทำการคัดเลือกศึกษาเฉพาะข้าราชการที่ปฏิบัติงานในสำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู และข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานเกษตรอำเภอทุกอำเภอของจังหวัดหนองบัวลำภู ในปีพ.ศ. 2557 จำนวน 89 คน ประกอบด้วยข้าราชการ 2 กลุ่มคือ

กลุ่ม 1 ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 34 คน

กลุ่ม 2 ข้าราชการที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานเกษตรอำเภอ จำนวน 55 คน

### 1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามซึ่งสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของข้าราชการสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ในส่วนนี้เป็นข้อมูลทั่วไปชนิดตรวจสอบรายการ (Check list) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ต่อเดือน และประเภทข้าราชการ

**ส่วนที่ 2** การสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ

**ส่วนที่ 3** การสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ (2) ปัจจัยด้านการตลาด (3) ปัจจัยด้านการบริการ และ (4) ปัจจัยด้านความปลอดภัย

**ส่วนที่ 4** การสอบถามผลกระทบจากการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

### 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

1) จัดทำหนังสือถึงเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภูเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภู และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอในการตอบแบบสอบถาม

2) นำหนังสือบรรจุใส่ซองพร้อมแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แล้วเข้าพบเกษตรจังหวัดหนองบัวลำภูเพื่อแจ้งถึงวัตถุประสงค์การเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งแจ้งกำหนดการเดินทางไปชี้แจงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ณ สำนักงานเกษตรอำเภอทุกอำเภอในจังหวัดหนองบัวลำภู

3) ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภูแล้วตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำไปบันทึกลงในโปรแกรมการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

#### 1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้แยกการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน โดยนำเสนอในรูปแบบค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน โดยนำเสนอข้อมูลใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ อายุ รายได้ต่อเดือน ราคาสินค้า การเลือกใช้บริการ การตลาด การให้บริการ และความปลอดภัย

**ส่วนที่ 3** การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ใช้วิธีการคำนวณหาขนาดอิทธิพล ((effect size) เป็นสถิติใช้บอกขนาดความต่างเมื่อผลการทดสอบสมมติฐานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ) เพื่อดูผลที่เกิดขึ้น

การคำนวณหาขนาดอิทธิพล (Effect size) ประกอบไปด้วย

3.1 กลุ่มที่ต้องการเปรียบเทียบคือ ข้าราชการ 2 กลุ่ม ได้แก่ ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ

3.2 ตัวแปรที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ คือ อายุ รายได้ต่อเดือน ราคาสินค้า การเลือกใช้บริการ การตลาด การให้บริการ และความปลอดภัย

**ส่วนที่ 4** ทำการสรุปผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการที่พบมากที่สุด โดยวิเคราะห์ในรูปแบบของความถี่

#### 1.5 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาแบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ การศึกษาสภาพทั่วไปและสภาพการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ และการศึกษาผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อ

ประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

### **1.5.1 การศึกษาสภาพทั่วไปและสภาพการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู**

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 61.80 และเพศหญิงร้อยละ 38.30 ซึ่งจากเป้าหมายทั้งหมดมากที่สุดมีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.60 รองลงมามีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.60

ในด้านสถานภาพสมรส พบว่ากลุ่มเป้าหมายร้อยละ 70.80 มีสถานภาพสมรสแล้ว รองลงมา มีสถานภาพโสดร้อยละ 23.60 สถานภาพหย่าร้อยละ 4.50 และสถานภาพแยกกันอยู่ร้อยละ 1.10 สำหรับด้านสมาชิกในครอบครัว กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 56.20 รองลงมา มีจำนวนสมาชิก 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 โดยจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน มีสัดส่วนร้อยละต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 12.40

ในด้านรายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มเป้าหมาย ร้อยละ 33.70 มีรายได้ 15,001 – 20,000 บาท รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.50 ในขณะที่ผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.30 ส่วนผู้มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.20 โดยกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีสัดส่วนร้อยละต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 2.2

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สภาพการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ พบว่า กลุ่มเป้าหมายทั้งหมดเคยใช้บริการและทุกคนมีหนี้สินจากการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อและบริการ

ในด้านราคาสินค้าต่ำสุดของผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดคือไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 96.60 ราคาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจใช้บริการเช่าซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดคือ 1,100,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 64.00 ยอดที่ต้องชำระต่อเดือนมากที่สุด 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.20 ความถี่ในการใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการมากที่สุดใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.00

ในด้านประเภทสินค้าที่นิยมเช่าซื้อพบว่า สินค้าประเภทอุปกรณ์สื่อสารและรถยนต์เป็นสินค้าที่นิยมเช่าซื้อคิดเป็นร้อยละ 16.27 ผลการจากเป็นหนี้ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีปัญหาการค้างชำระคิดเป็นร้อยละ 28.10 เมื่อสอบถามจำนวนงวดที่ค้างชำระ กลุ่มเป้าหมายมากที่สุดไม่ขอตอบคำถาม คิดเป็นร้อยละ 52.00 และมีคนที่ให้คำตอบคิดเป็นร้อยละ 48 กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ค้ำชำระจำนวน 3-4 งวดต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.00 เหตุผลที่ค้ำชำระมากที่สุดเนื่องจากลืมชำระ คิดเป็นร้อยละ 31.58 เมื่อเกิดปัญหาการค้ำชำระกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เลือกวิธีกู้เงินจากแหล่งอื่น มาชำระ คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเมื่อถามเฉพาะคนที่มียุทธศาสตร์ค้ำชำระถึงการชำระหนี้สินที่มีอยู่ใน ปัจจุบันร้อยละ 36.00 ตอบว่าชำระได้หมดตามกำหนดแน่นอน ส่วนอีกร้อยละ 60.00 ตอบว่านี่ก็ไม่ได้ ออกว่าจะสามารถชำระหมดได้ นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายที่มีปัญหาการค้ำชำระยังให้ข้อมูลอีกว่า ในอนาคตมีแนวโน้มที่จะใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการอีกอย่างแน่นอนถ้าสถาบันการเงินอนุมัติ คิดเป็นร้อยละ 84

### **1.5.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู**

ปัจจัยด้านอายุ พบว่ากลุ่มเป้าหมายที่ซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อที่อายุน้อยที่สุด มีอายุ 25 ปี อายุมากที่สุด มีอายุ 59 ปี

ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อที่มีรายได้ต่ำสุด 13,460 บาทต่อเดือน รายได้สูงสุด 45,960 บาทต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคาสินค้า พบว่าราคาสินค้าต่ำสุดที่กลุ่มเป้าหมายจะเช่าซื้อ คือสินค้าที่อยู่ในช่วงราคา 500 – 15,000 บาท และราคาสินค้าสูงสุดที่กลุ่มเป้าหมายจะเช่าซื้อ คือสินค้าที่มีราคาอยู่ในช่วง 40,000 – 3,000,000 บาท

ปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ ปัจจัยด้านการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านความปลอดภัย มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อในระดับมาก

### **1.5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู**

พบว่า ปัจจัยที่มีความแตกต่างกันในระดับปานกลาง ประกอบด้วย ราคาสินค้าต่ำสุดที่ตัดสินใจเช่าซื้อ และการเลือกใช้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีความแตกต่างกันในระดับต่ำ ประกอบด้วย อายุ รายได้ต่อเดือน ราคาสินค้าสูงสุดที่ตัดสินใจเช่าซื้อการตลาด ด้านการให้บริการ และด้านความปลอดภัย

### **5.1.4 การศึกษาผลกระทบที่เกิดจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู**

พบว่า เกิดปัญหาด้านความเครียดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ ไม่มีสมาธิในการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 24.49 ต้องทำอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 8.16 เกิดปัญหาครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 7.14 ต้องขายทรัพย์สินอื่น ๆ เช่น รถยนต์ เครื่องประดับ เครื่องใช้ต่างๆ เพื่อนำมาใช้หนี้หรือนำมาจับจ่ายใช้สอย คิดเป็นร้อยละ 3.06

## 2. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ครั้งนี้อภิปรายผลได้ ดังนี้

### 2.1 ผลการศึกษาสภาพทั่วไปและสภาพการให้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ในภาพรวมของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 30-39 ปี สถานภาพสมรสมีจำนวน สมาชิกในครอบครัว 3-4 คน และมีรายได้ 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน จากข้อมูลดังกล่าวพบว่ากลุ่ม เป้าหมายมีรายได้ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายได้ของประชากรในสังคมไทย แต่เมื่อดูพฤติกรรมการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อ พบว่า สินค้าที่นิยมคือรถยนต์และอุปกรณ์สื่อสาร ซึ่งมียอดชำระต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท หรือบางกลุ่มมียอดชำระต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เนื่องจาก สินค้าที่นิยมซื้อแบบเช่าซื้อ มีราคาสูง ทำให้มียอดชำระต่อเดือนค่อนข้างสูง หรือมากกว่าครึ่งของจำนวนเงินเดือน ประกอบกับ กลุ่มเป้าหมายจำเป็นต้องใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคหรือเลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัว จึงทำให้เกิดภาระหนี้สินตามมา ซึ่งสอดคล้องกับข้อคำถามการมีปัญหาเรื่องการชำระหนี้ ซึ่งจำนวน 1 ใน 4 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาเรื่องการชำระหนี้ โดยมียอดค้างชำระ 3-4 งวดติดต่อกัน เหตุผลคือ ลืมชำระ รายจ่ายมากกว่ารายรับ มีค่าใช้จ่ายฉุกเฉินไม่คาดคิด และมีภาระหนี้อื่นๆ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดแก้ปัญหาโดยกู้เงินจากแหล่งอื่นมาชำระ ซึ่งการแก้ปัญหาดังกล่าวก่อให้เกิดเป็นภาระหนี้แบบไม่มีที่สิ้นสุด ส่งผลให้มาตรฐานการครองชีพต่ำลง เกิดปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงิน ผลที่ตามมาคือ ความเครียด ปัญหาครอบครัว เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาหนี้สินจำนวนมากในอนาคต บุคคลต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายโดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง สร้างวินัยทางการเงิน ลดซื้อสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2558 : ออนไลน์)

### 2.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ในภาพรวมของกลุ่มเป้าหมายมีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 43.38 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 24,350.22 บาท ราคาสินค้าต่ำสุดเฉลี่ยที่เลือกใช้บริการเท่ากับ 1,216.85 บาท และราคาสินค้าสูงสุดเฉลี่ยที่เลือกใช้บริการเท่ากับ 1,921,235.96 บาท เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทั้ง 3 ด้าน พบว่า มีความแปรปรวนของข้อมูลสูงมาก หรือกล่าวได้ว่าข้อมูลมีความหลากหลาย เช่น อายุเฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายเท่ากับ 43.38 ปี ซึ่งทำให้เข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมายค่อนข้างอายุมาก แต่เมื่อพิจารณาความแปรปรวนพบว่า อายุของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วง  $43.38 \pm 9.43$  ปี ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงพยายามอภิปรายผลด้วยความระมัดระวัง จากข้อมูลที่ว่ากลุ่มเป้าหมายทุกคนเลือกใช้บริการสินค้าประเภทเช่าซื้อ แสดงว่าไม่ว่าจะอายุ และรายได้เท่าไรก็ซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อแสดงว่า ปัจจัยด้านอายุ และรายได้ไม่มีผลต่อการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อ เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านราคาสินค้า พบว่า กลุ่มเป้าหมายจะไม่ผ่อนสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 500 บาท และไม่เกินกว่า 3,000,000 บาท แสดงว่าเป็นปัจจัยด้านราคาสินค้ามีผลต่อการเช่าซื้อสินค้า ในด้านปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการและปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อในระดับมากที่สุด ปัจจัยด้านการบริการและปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อในระดับมาก

### 2.3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินค้าประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ในภาพรวมของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ปัจจัยด้านราคาสินค้าต่ำสุดที่ตัดสินใจเช่าซื้อ และปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการมีความแตกต่างกันในระดับปานกลางกล่าวคือ ราคาสินค้าต่ำสุดที่ทำให้ข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอตัดสินใจใช้บริการสินค้าแบบเช่าซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน โดยกลุ่มข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัดจะเช่าซื้อสินค้าที่ราคาต่ำสุด 2,126.47 บาท และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอจะเช่าซื้อสินค้าที่ราคาต่ำสุด 654.55 บาท ซึ่งแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด สาเหตุไม่ได้มาจากรายได้ต่อเดือน เพราะข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอมีรายได้ใกล้เคียงกัน แต่อาจเป็นเพราะการเลือกใช้บริการ เพราะพบความแตกต่างของปัจจัยการเลือกใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายทั้งข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ ซึ่งกลุ่มข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอมีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจสูงกว่ากลุ่มข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด ในส่วนของปัจจัยด้านอายุ ราคาสินค้าสูงสุดที่ตัดสินใจเช่าซื้อ การตลาด การให้บริการ และความปลอดภัยของทั้งข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย เพราะมีขนาดอิทธิพลในระดับต่ำ

### 2.4 ผลการศึกษาผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินค้าประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

ในภาพรวมของกลุ่มเป้าหมายเกิดปัญหาด้านความเครียดมากที่สุด รองลงมาคือไม่มีสมาธิในการทำงาน ต้องทำอาชีพเสริม เกิดปัญหาครอบครัว ต้องขายทรัพย์สินอื่น ๆ เช่น รถยนต์ เครื่องประดับ เครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้หนี้หรือนำมาจับจ่ายใช้สอย ซึ่งปัญหาทางด้านความเครียด ไม่มีสมาธิในการทำงานเป็นเรื่องสภาวะทางจิตใจซึ่งส่งผลกระทบต่อบุคคลมากที่สุด เมื่อบุคคลเกิดปัญหาด้านสภาพจิตใจ คือ มีความเครียด ขาดสมาธิ ย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงาน ทำให้เกิดความเสียหายในองค์กร ขาดประสิทธิภาพในการทำงาน

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

3.1.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มประชากรโดยตรง เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี ดังนั้นผลการศึกษาก็ใช้ได้กับกลุ่มประชากรในการศึกษานี้เท่านั้น แต่ผู้สนใจสามารถที่จะศึกษาระเบียบวิธีวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นพื้นฐานในการทำวิจัยในลักษณะ

ที่คล้ายกัน แต่ศึกษาประชากรต่างกลุ่มกัน

3.1.2 จากการศึกษาพบว่า การใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าส่งผลกระทบต่อการทำงานของบุคคล ดังนั้น ผู้นำองค์กรควรตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และมาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดจากภาระหนี้สินของบุคคลากรในองค์กร

#### 3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 การศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาว่าบุคลากรในองค์กรมีการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อหรือไม่ มีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อ และสุดท้ายก็ดูผลกระทบที่เกิดจากการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อ ซึ่งเป็นการศึกษาแบบคร่าวๆ ไม่ลงรายละเอียดถึงปัจจัยอะไรที่ส่งผลต่อการเป็นหนี้จำนวนมากหรือน้อย ซึ่งจะเห็นรายละเอียดเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ทำให้เจาะจงกลุ่มเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาได้ ตลอดจนการนำไปสู่การแก้ปัญหาจากภาวะการเป็นหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.2.2 การศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแค่ผลกระทบที่เกิดจากการซื้อสินค้าแบบเช่าซื้อ เพื่อให้เห็นถึงผลกระทบและข้อเสีย ตลอดจนปัญหาต่างๆ ที่ตามมา แต่ไม่ได้ศึกษาวิธีแก้ปัญหา ผู้สนใจสามารถที่จะนำ



ประเด็นนี้ไปทำการศึกษาได้เพราะเป็นประเด็นที่น่าสนใจ ผลการศึกษาจะมีคุณค่าอย่างมากในการแก้ปัญหาการเป็นหนี้ของบุคลากรในองค์กร

3.3.3 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และข้าราชการสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ในครั้งนี้ เป็นการศึกษากลุ่มเป้าหมายเป็นข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งเป็นองค์กรของรัฐบาล ผู้สนใจสามารถที่จะนำวิธีการในการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้กับองค์กรของเอกชน แล้วเปรียบเทียบผลการศึกษาว่าทั้งสององค์กรมีข้อค้นพบที่แตกต่างกันหรือไม่



บรรณานุกรม



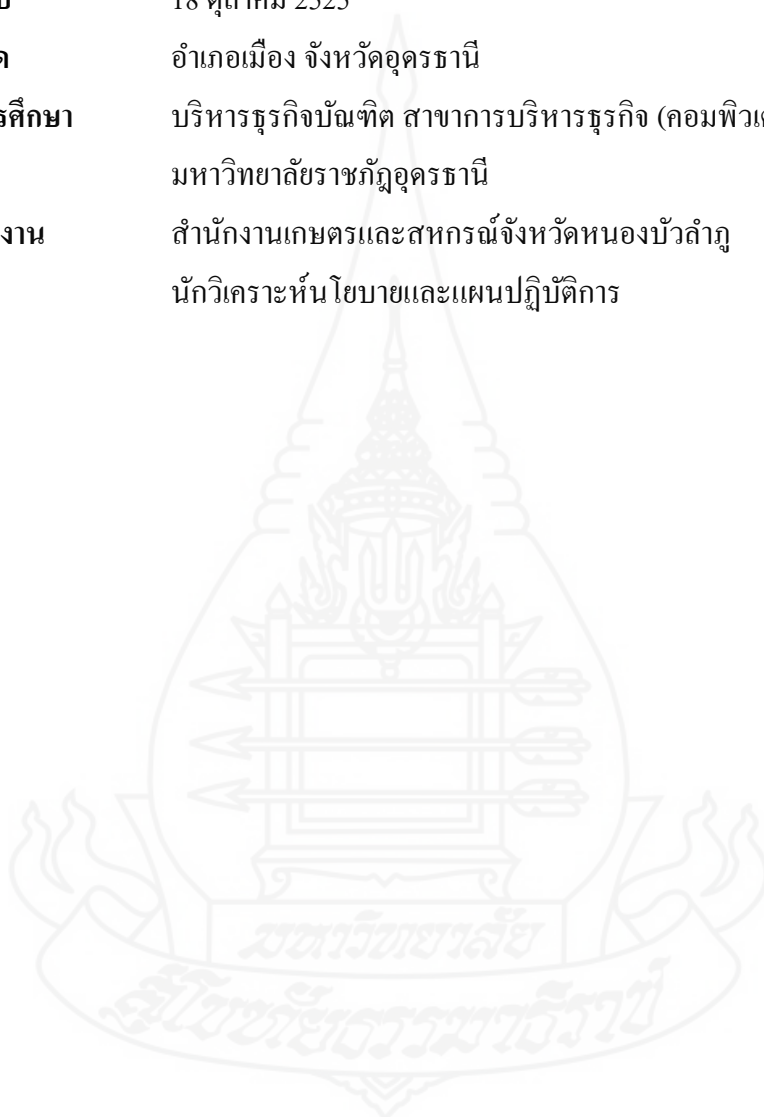
## บรรณานุกรม

- จตุพล โชติคตติยา.(2551). พฤติกรรมการอุปโภคสินค้าแบบผ่อนของพนักงานที่ทำงานในเขต  
อุตสาหกรรมบางปู.ลำปาง. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- จตุพร ธรรมทิลา.(2550). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและ  
บริการของสถาบันการเงินและที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.  
(การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,  
เชียงใหม่.
- จิรัฐติกาล พรหมสิทธิ์.(2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์สำหรับเงินเชื่อผ่อนชำระจากสถาบัน  
การเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองลำปาง. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ  
ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ธนากร ชลวร.(2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกถือบัตรเพื่อซื้อสินค้าเงินผ่อนของผู้บริโภคใน  
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- นฤมล อินทโณม.(2554). ผลกระทบต่อภาระหนี้สินของทหารชั้นประทวน สังกัด กรมสนับสนุน  
กองพลทหารราบที่ 9. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).  
มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ
- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร.(2550). “ระเบียบวิธีการวิจัย : แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ.”  
กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไอ อินเตอร์ มีเดีย.
- ปิยะศิริ เรื่องศรีมัน, บัณฑิต ผังนิรันดร์, สมจินต์ สันถาวรภัย, ปรัชญ์ ปราบปรบภัย และ สุชาดา  
ตั้งทางธรรม.(2556). หลักเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น (Principles of economics)  
(พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พสุ เฉชะรินทร์.(2557). *สมาธิในการทำงานกับยุคใหม่*. สืบค้นจาก  
<http://www.jasminetower.com/904>
- เสนีย์ ณ นคร.(2557). พฤติกรรมการบริโภค การเป็นหนี้ และคุณภาพชีวิตของชาวประมงทะเลใน  
ตำบลสิชล อำเภอชะลูด จังหวัดนครศรีธรรมราช. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
ไม่ได้ตีพิมพ์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ.(2551). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กอสินธุ์ :  
ประสานการพิมพ์.

- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2547). การวิจัยทางการศึกษาเบื้องต้น. มหาสารคาม : ภาควิชาวิจัยและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2547.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). *หนี้สินครัวเรือน : ผลกระทบระดับประเทศ*. สืบค้นจาก [http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news\\_58.jsp](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news_58.jsp).
- \_\_\_\_\_. (2557). *สรุปผลที่สำคัญการสำรวจสถานะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน*. สืบค้นจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/socioSum56-1.pdf>
- สำนักเอบแคโพลล์. (2547). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าเงินผ่อนของประชาชนในกรุงเทพฯ และหัวเมืองใหญ่*. สืบค้นจาก <http://www.ryt9.com/s/abcp/133838>
- อรชร มณีสงฆ์. (2557). หน่วยที่ 3 พฤติกรรมผู้บริโภค. สืบค้นจาก <http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/MENUUNIT3.html>
- อัจฉรา สิทธิราช. (2549). *พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนซื้อสินค้าจากสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท) ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavior sciences*. 2<sup>nd</sup> ED. Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum.
- Philip Kotler and Gary Amstrong. (1990). *Market an Introduction*. 2<sup>nd</sup> ED. New Jersey: Prince-Hall, Inc.

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวจิราภา รักษาภักดี
วัน เดือน ปี	18 ตุลาคม 2525
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
สถานที่ทำงาน	สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดหนองบัวลำภู
ตำแหน่ง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ฉบับที่ .....

## แบบสอบถาม

การศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการของข้าราชการสำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเกษตรอำเภอ จังหวัดหนองบัวลำภู

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประโยชน์ในการทำโครงการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชเท่านั้น มิได้นำไปเผยแพร่เพื่อประโยชน์อื่นใดทั้งสิ้น

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลง  หน้าข้อที่ตรงกับความจริงและกรอกข้อมูลในช่องว่างให้สมบูรณ์

### ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

1. 20 – 29 ปี

2. 30 – 39 ปี

3. 40 – 49 ปี

4. 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

1. โสด

2. สมรส

3. หย่าร้าง

4. แยกกันอยู่

5. อื่นๆ .....

4. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

1. 1 – 2 คน

2. 3 – 4 คน

3. 5 – 6 คน

4. 7 คน ขึ้นไป

5. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. 10,001 – 15,000 บาท

3. 15,001 – 20,000 บาท

4. 20,001 – 25,000 บาท

5. 25,001 – 30,000 บาท

6. มากกว่า 30,000 บาท

## 6. หน่วยงานที่สังกัด

1. ข้าราชการ สำนักงานเกษตรจังหวัด
2. ข้าราชการ สำนักงานเกษตรอำเภอ
3. อื่นๆ .....

**ส่วนที่ 2 การเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ**

กรุณาทำเครื่องหมาย  หรือเติมลงในช่องว่างที่ตรงกับความจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมของท่านมากที่สุด

- ท่านเคยใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการหรือไม่ (ถ้าตอบไม่เคย จบบการตอบแบบสอบถาม)
 

เคย                       ไม่เคย
- ปัจจุบันในครัวเรือนของท่านมีหนี้สินจากการใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการหรือไม่
 

มี                               ไม่มี
- ราคาสินค้าต่ำสุดที่ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ
 

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 5,001 – 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 10,001 – 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 20,001 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 30,001 – 40,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. 40,001 – 50,000 บาท
<input type="checkbox"/> 7. 50,001 บาทขึ้นไป	
- ราคาสินค้าสูงสุดที่ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ
 

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 100,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 100,001 – 300,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 300,001 – 500,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 500,001 – 700,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 700,001 – 900,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. 900,001 – 1,100,000 บาท
<input type="checkbox"/> 7. 1,100,001 บาทขึ้นไป	<input type="checkbox"/>
- ยอดเงินที่ต้องชำระต่อเดือนจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ
 

<input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2. 5,001 – 10,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 10,001 – 20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4. 20,001 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 5. 30,001 – 40,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. 40,001 – 50,000 บาท
<input type="checkbox"/> 7. 50,001 บาทขึ้นไป	



6. ความถี่ในการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการในรอบ 1 เดือน
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 – 2 ครั้ง        | <input type="checkbox"/> 2. 3 – 4 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3. 5 – 6 ครั้ง        | <input type="checkbox"/> 4. 7 – 8 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 5. 9 ครั้งหรือมากกว่า |   |
7. การเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการในครั้งล่าสุดเป็นการใช้บริการครั้งที่เท่าไรของท่านในรอบ 1 ปี
- |  |   |  |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 10 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2. 11 – 20 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 3. 21 – 30 ครั้ง    |
| <input type="checkbox"/> 4. 31 – 40 ครั้ง    | <input type="checkbox"/> 5. 41 – 50 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 51 ครั้ง |
8. ประเภทสินค้าที่นิยมผ่อนชำระ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย        | <input type="checkbox"/> 2. เครื่องประดับร่างกาย         |
| <input type="checkbox"/> 3. เฟอร์นิเจอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า | <input type="checkbox"/> 4. เครื่องสำอาง และอาหารเสริม   |
| <input type="checkbox"/> 5. อุปกรณ์สื่อสาร                 | <input type="checkbox"/> 6. เติมน้ำมันรถ                 |
| <input type="checkbox"/> 7. อาหารและเครื่องดื่ม            | <input type="checkbox"/> 8. การท่องเที่ยว เช่น ค่าโรงแรม |
| <input type="checkbox"/> 9. ที่ดิน บ้าน                    | <input type="checkbox"/> 10. รถยนต์                      |
| <input type="checkbox"/> 11. อื่นๆ โปรดระบุ .....          |  |
9. ท่านเคยมีปัญหากับการค้างชำระหนี้หรือไม่ (ถ้าตอบไม่เคย ให้ข้ามไปตอบคำถามตอนที่ 3)
- |                              |                                 |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เคย | <input type="checkbox"/> ไม่เคย |
|------------------------------|---------------------------------|
10. ท่านเคยผิดชำระหนี้จำนวนกี่งวด/ครั้ง ภายในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (จำนวนครั้งที่ผิดชำระหนี้ภายในรอบ 1 ปี)
- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 1 - 2 งวด/ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2. 3 - 4 งวด/ครั้ง  | <input type="checkbox"/> 3. 5 - 6 งวด/ครั้ง      |
| <input type="checkbox"/> 4. 7 - 8 งวด/ครั้ง | <input type="checkbox"/> 5. 9 - 10 งวด/ครั้ง | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 10 งวด/ครั้ง |
11. เหตุผลที่ท่านค้างชำระคืออะไร
- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. รายจ่ายมากกว่ารายรับ   | <input type="checkbox"/> 2. ลืมชำระ                         |
| <input type="checkbox"/> 3. มีภาระหนี้สินอื่น ๆ    | <input type="checkbox"/> 4. มีค่าใช้จ่ายฉุกเฉินโดยไม่คาดคิด |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |   |
12. ท่านแก้ไขปัญหาการค้างชำระหนี้อย่างไร
- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รีบชำระค่างวดทันที     | <input type="checkbox"/> 2. เกรงใจประนอมหนี้กับสถาบันการเงิน |
| <input type="checkbox"/> 3. หลบเลี่ยงการชำระหนี้   | <input type="checkbox"/> 4. กู้เงินจากแหล่งอื่นมาชำระ        |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |  |

13. จำนวนหนี้สินที่มีอยู่ในปัจจุบันท่านคาดว่าจะสามารถชำระหนี้ได้หรือไม่
1. ชำระได้หมดตามกำหนดแน่นอน
2. ชำระได้ตามกำหนดบางส่วน
3. นึกไม่ออกว่าจะสามารถชำระหมดได้อย่างไร
4. อื่นๆ (ระบุ).....
14. ในอนาคตท่านมีแนวโน้มใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการอีกหรือไม่
1. ไม่ใช้บริการ       2. ไม่แน่ใจ       3. ใช้บริการ
4. อยากใช้บริการแต่สถาบันทางการเงินจะให้หรือไม่
5. อื่นๆ (ระบุ).....

**ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ**  
(แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย (Rating Scale) 5 ระดับ)

ระดับการตัดสินใจ	(คะแนน)
มีผลต่อข้อความปัจจัยการตัดสินใจมากที่สุด	5
มีผลต่อข้อความปัจจัยการตัดสินใจมาก	4
มีผลต่อข้อความปัจจัยการตัดสินใจปานกลาง	3
มีผลต่อข้อความปัจจัยการตัดสินใจน้อย	2
มีผลต่อข้อความปัจจัยการตัดสินใจน้อยที่สุด	1

ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของตัวท่านเองมากที่สุด

ข้อความปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านการเลือกใช้บริการ					
1. อัตราดอกเบี้ยไม่สูง					
2. ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสินเชื่อไม่สูงเกินไป					
3. สามารถเลือกจำนวนงวดที่ผ่อนชำระได้					

ข้อคำถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4. มีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเก็บข้อมูล					
5. มีบริการที่รวดเร็ว					
6. มีขั้นตอนการสมัครสมาชิกง่ายต่อความเข้าใจ					
ปัจจัยด้านการตลาด					
1. ของแถมและของสมนาคุณ (เมื่อใช้บริการสินเชื่อประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ)					
2. มีการสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล					
3. มีโปรโมชั่นส่วนลดในการซื้อสินค้า					
ปัจจัยด้านการบริการ					
1. ความรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ					
2. จำนวนร้านค้าที่ร่วมให้บริการสินเชื่อมีมาก (ประเภทเช่าซื้อสินค้าและบริการ)					
3. การให้บริการของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ เช่น คำแนะนำ, ช่วยแก้ปัญหา					
4. จำนวนจุดที่รับชำระงวดมีกระจายอย่างทั่วถึง					
ปัจจัยด้านความปลอดภัย					
1. ความปลอดภัยในการใช้บริการสินเชื่อแทนการใช้เงินสด					
2. ความเชื่อมั่นในสถาบันการเงินที่ใช้บริการสินเชื่อ					
3. ความเชื่อมั่นในร้านค้าที่ใช้บริการสินเชื่อ					

**ตอนที่ 4 ผลกระทบจากการเลือกใช้บริการสินเชื่อประเภทผ่อนชำระสินค้าและบริการ**

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ต้องขายอสังหาริมทรัพย์ เช่น ที่ดิน บ้าน ฯลฯ เพื่อนำมาใช้หนี้ หรือนำมาจับจ่ายใช้สอย
2. ต้องขายทรัพย์สินอื่นๆ เช่น รถยนต์ เครื่องประดับ เครื่องใช้ต่างๆ เพื่อนำมาใช้หนี้ หรือนำมาจับจ่ายใช้สอย
3. ต้องทำอาชีพเสริม
4. เกิดปัญหาครอบครัว
5. หยุดงานบ่อย
6. ไม่มีสมาธิในการทำงาน
7. เกิดความเครียด
8. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

