

พฤติกรรมการณ์บริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

นายนิพัทธ์ เพชรสุวรรณ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2552

**Consumption Behavior of Civil Servants in Mueang District,
Phatthalung Province**

Mr. Nipat Petsuwon

**An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Economics**

School of Economics

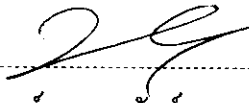
Sukhothai Thammathirat Open University

2009

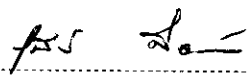
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ พหุติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง
ชื่อและนามสกุล นายนิพัทธ์ เพชรสุวรรณ
แขนงวิชา เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พอฟันธุ์ อูทยานนท์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2553

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พอฟันธุ์ อูทยานนท์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สมบัติ พันธวิศิษฏ์)


.....
(รองศาสตราจารย์สุนีย์ ศิลพิพัฒน์)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ พฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง
ผู้ศึกษา นายนิพัทธ์ เพชรสุวรรณ **รหัสนักศึกษา** 250600328 **ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. พอพันธ์ อูยานนท์ **ปีการศึกษา** 2552

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของข้าราชการในท้องที่อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง 2) พฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งจะเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า 3) ทดสอบเชิงประจักษ์ทฤษฎีการบริโภคตามแนวคิดของเคนส์

วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกลุ่มตัวอย่างจำนวน 177 ตัวอย่างเป็นกลุ่มข้าราชการอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ประมาณค่าสมการถดถอยอย่างง่าย

ผลการศึกษาพบว่า 1) การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการพบว่า พฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุงแบ่งออกได้ 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับต้นทุนในการซื้อสินค้า กลุ่มที่ 2 พอใจกับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้ามากกว่าที่จะคำนึงต้นทุนในการซื้อสินค้า พฤติกรรมของข้าราชการพบว่าเริ่มมีภาระหนี้ตั้งแต่เริ่มเข้าทำงานจนถึงช่วงปลายของการทำงาน โดยในช่วงเริ่มต้นของการทำงานภาระหนี้ยังมีน้อย แต่เมื่อเริ่มช่วงอายุ 26-35 ปี ถึงช่วงอายุ 36-45 ปี เป็นช่วงที่เริ่มสร้างฐานะ เป็นช่วงที่ข้าราชการมีจำนวนภาระหนี้มากที่สุด แต่เมื่อถึงช่วงปลายของการทำงาน ช่วงอายุ 46-60 ปี ปริมาณหนี้ลดลง 2) โดยภาพรวมแล้วข้าราชการจะเป็นสมาชิกบัตรเครดิตน้อยกว่าไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต การใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าของข้าราชการก็ไม่ได้ใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าทุกครั้ง โดยส่วนมากจะจ่ายเงินสดซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่ใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าในแต่ละเดือนของข้าราชการโดยเฉลี่ยใช้บัตรซื้อสินค้า 1 - 3 ครั้ง วงเงินที่ซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท 3) ค่าความโน้มเอียงในการบริโภค ของข้าราชการมีค่าเท่ากับ 0.876 ค่าตัวกำหนด (R-squared) มีค่าเท่ากับ 0.551 อย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ พฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการ อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้สามารถสำเร็จลุล่วงด้วยดีเนื่องจากความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.พอพันธ์ อุทยานนท์ ประธานกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระและรองศาสตราจารย์ สมบัติ พันธุ์วิศิษฎ์ อาจารย์ที่ให้คำแนะนำปรึกษาค้นคว้าอิสระร่วม ที่กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ ตลอดจนตรวจสอบ แก้ไข ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสมบูรณ์ จนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จ สมบูรณ์ได้ในที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา วนเศรษฐ และคณาจารย์ในคณะ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชทุกท่านที่สั่งสอนวิชาความรู้ คำแนะนำ ในการ ทำการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจกรรมนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในเรื่องการประสานงานตรวจสอบการ แก้ไขข้อบกพร่องและคำแนะนำต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำการศึกษาอิสระในครั้งนี้ ตลอดจนพระคุณบิดา มารดา และขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่ให้ความช่วยเหลือทั้งร่างกายและแรงใจ และเสียสละเวลา จนการค้นคว้านี้เสร็จสมบูรณ์

ท้ายสุดนี้ หากมีสิ่งขาดตกบกพร่องหรือมีข้อผิดพลาดประการใดผู้เขียนขออภัยเป็น อย่างสูงในข้อบกพร่องและความผิดพลาดนั้น และผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าอิสระนี้ คงมี ประโยชน์ไม่มากนักน้อยสำหรับผู้ที่มีความสนใจต่องานค้นคว้าอิสระนี้

นิพัทธ์ เพชรสุวรรณ

กันยายน 2553

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| กิตติกรรมประกาศ | จ |
| สารบัญตาราง | ช |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความสำคัญของปัญหา | 1 |
| วัตถุประสงค์ | 2 |
| สมมติฐานในการวิจัย | 2 |
| ประโยชน์ที่ได้รับ | 2 |
| ขอบเขตในการวิจัย | 3 |
| บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง | 4 |
| ความหมายของพฤติกรรมการบริโภค | 4 |
| ทฤษฎีการบริโภค | 5 |
| ทฤษฎีการบริโภคที่สัมพันธ์กับรายได้สัมบูรณ์ | 5 |
| ทฤษฎีการบริโภคที่สัมพันธ์กับรายได้เปรียบเทียบ | 8 |
| ทฤษฎีการบริโภคในวัฏจักรชีวิต | 11 |
| ทฤษฎีการบริโภคการบริโภคที่สัมพันธ์กับรายได้ถาวร | 12 |
| กฎของอุปสงค์ | 13 |
| ฟังก์ชันการบริโภค | 15 |
| งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง | 15 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 17 |
| ขอบเขตของการศึกษา | 17 |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ | 19 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 ผลการศึกษา..... | 20 |
| รายละเอียดการศึกษา | 21 |
| ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค | 21 |
| พฤติกรรมของผู้บริโภค | 27 |
| บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ..... | 44 |
| ข้อมูลทั่วไป..... | 44 |
| ข้อเสนอแนะ | 49 |
| บรรณานุกรม | 51 |
| ภาคผนวก | 52 |
| แบบสอบถาม..... | 52 |
| ผลที่ได้จากการประมวลผลของสมการเส้นถดถอย | 57 |
| ประวัติผู้ศึกษา | 58 |

สารบัญตาราง

| | | หน้า |
|---------------|---|------|
| ตารางที่ 1.1 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามเพศ..... | 21 |
| ตารางที่ 1.2 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามอายุ..... | 21 |
| ตารางที่ 1.3 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา..... | 22 |
| ตารางที่ 1.4 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส..... | 23 |
| ตารางที่ 1.5 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพจำนวนบุตร (กรณีสมรส หย่าร้าง อื่นๆ)..... | 23 |
| ตารางที่ 1.6 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ ระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่เริ่มเข้าทำงาน..... | 24 |
| ตารางที่ 1.7 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ รายได้ต่อเดือน..... | 24 |
| ตารางที่ 1.8 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพรายได้อื่น นอกจากเงินเดือนประจำ..... | 25 |
| ตารางที่ 1.9 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ กรณีมีรายได้อื่นนอกจากเงินเดือน..... | 25 |
| ตารางที่ 1.10 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม การกำหนดประเภทรายจ่ายในแต่ละเดือน..... | 26 |
| ตารางที่ 2.1 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามการกำหนดรายจ่าย ในแต่ละเดือนคิดเป็นร้อยละของรายได้..... | 27 |
| ตารางที่ 2.2 | รายได้ที่เหลือหลังจากหักรายจ่าย | |
| ตารางที่ 2.3 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามภาระหนี้สิน ที่ต้องผ่อนชำระ..... | 28 |
| ตารางที่ 2.4 | กรณีมีภาระหนี้สินที่ต้องผ่อนชำระ..... | 29 |
| ตารางที่ 2.5 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม การเป็นสมาชิกบัตรเครดิต..... | 30 |
| ตารางที่ 2.6 | เหตุผลที่เป็นหรือไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต..... | 30 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า | |
|---------------|---|----|
| ตารางที่ 2.7 | ถ้าเป็นสมาชิกบัตรเครดิต การใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง | 31 |
| ตารางที่ 2.8 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้า ที่ตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกเมื่อเข้าไปในที่มีสินค้าขาย | 31 |
| ตารางที่ 2.9 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามการโฆษณาสินค้า ตามสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า | 32 |
| ตารางที่ 2.10 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ หรือร้านค้าที่เข้าไปซื้อสินค้ามากที่สุด | 33 |
| ตารางที่ 2.11 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม การตัดสินใจซื้อสินค้า ในร้านค้าปลีกทั่วไปกับศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ ในกรณีที่ชนิดสินค้านั้นราคาสินค้า และคุณภาพเหมือนกัน | 33 |
| ตารางที่ 2.12 | เหตุผลที่เลือกจะไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกทั่วไป | 34 |
| ตารางที่ 2.13 | เหตุผลที่เลือกจะไปซื้อสินค้าที่ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ | 34 |
| ตารางที่ 2.14 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผล ที่ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็น | 35 |
| ตารางที่ 2.15 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผล ที่เปลี่ยนไปใช้สินค้านั้นใหม่หรือแบบใหม่มากที่สุด | 35 |
| ตารางที่ 2.16 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่าย ในการซื้อสินค้าที่มีผลต่อรายได้ | 36 |
| ตารางที่ 2.17 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่าย ในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน | 37 |
| ตารางที่ 2.18 | จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม การบริโภคอาหารนอกบ้าน(ไม่นับงานเลี้ยงตามประเพณี) | 37 |
| ตารางที่ 2.19 | ถ้าบริโภค จำนวนกี่ครั้งต่อเดือน ค่าอาหารที่บริโภคอาหารโดยเฉลี่ย | 38 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 2.20 จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายต่อการซื้อแต่ละครั้ง | 38 |
| ตารางที่ 2.21 จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามมีเครื่องประดับทองคำ .. | 39 |
| ตารางที่ 2.22 จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม เข้าดูภาพยนตร์ ตามสถานที่บันเทิง(ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา) | 39 |
| ตารางที่ 2.23 จำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม การใช้โทรศัพท์มือถือ .. | 40 |
| ตารางที่ 2.24 ใช้ค่าบริการต่อเดือน โทรศัพท์มือถือ | 40 |
| ตารางที่ 2.25 การใช้โทรศัพท์มือถือในกิจกรรม | 40 |

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค ผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของข้าราชการ โดยเลือกกลุ่มประชากรที่เป็นข้าราชการ เนื่องจากมีเหตุผลหลายอย่างที่สนับสนุนให้มีการศึกษา เช่น

เป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้ประจำและเป็นรายได้ที่แน่นอนในขณะที่ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การศึกษาพฤติกรรม ในประเด็นนี้จะทำให้เราทราบว่าเมื่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปใน ขณะที่รายได้ของผู้บริโภคไม่ได้เปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจะทำให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคอย่างไรเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง

เป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้ที่แตกต่างกันตามช่วงอายุการทำงาน คือมีรายได้ต่ำในช่วงเริ่มต้นของการทำงาน รายได้จะเพิ่มสูงขึ้นเมื่ออายุการทำงานเพิ่ม จนถึงรายได้สูงสุดเมื่อถึงก่อนเกษียณอายุการทำงาน การศึกษาพฤติกรรมในประเด็นของรายได้และช่วงการทำงานจะทำให้เราทราบว่าเมื่อมีรายได้ที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ในแต่ละระดับของรายได้ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคอย่างไรเพื่อจะให้มีความพึงพอใจสูงสุดภายใต้รายได้จำกัดของผู้บริโภคในขณะนั้น อย่างไร

เป็นกลุ่มประชากรมีวัยที่แตกต่างกัน ตั้งแต่วัยรุ่นหนุ่มสาว วัยกลางคน จนถึงวัยผู้ใหญ่ที่ใกล้เกษียณการทำงาน การศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคในประเด็นนี้ทำให้เราทราบว่าประชากรในวัยที่แตกต่างกัน พฤติกรรมกรรมการบริโภคของแต่ละวัยจะเป็นอย่างไร

เป็นกลุ่มประชากรที่มีช่วงอายุการทำงาน เริ่มตั้งแต่ช่วงอายุเริ่มต้นทำงาน ช่วงวัยกลางคนหรือช่วงกลางของการทำงาน จนถึงช่วงใกล้เกษียณอายุการทำงาน ซึ่งแต่ละช่วงอายุการทำงาน ความรับผิดชอบของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ในขณะที่เดียวกันความรับผิดชอบของแต่ละคนในช่วงอายุการทำงานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนเหล่านั้น ดังนั้นการศึกษานี้จะทำให้เราทราบว่าในแต่ละช่วงอายุการทำงานซึ่งมีความรับผิดชอบที่แตกต่างกันนั้น จะมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคเป็นอย่างไร

เป็นกลุ่มประชากรที่มาจากครอบครัว วิถีชีวิต การศึกษา วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เมื่อพื้นฐานของชีวิตต่างกันพฤติกรรมกรรมการบริโภคก็ย่อมมีความหลากหลายตามไปด้วย

1.วัตถุประสงค์ของการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค

- 1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง
- 1.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภค และลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง
- 1.3 เพื่อทดสอบเชิงประจักษ์ (Empirical Test) ในทฤษฎีการบริโภคตามแนวคิดของ John Maynard Keynes

2.สมมติฐานในการศึกษา

- 2.1 ช่วงอายุการทำงานของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง มีพฤติกรรมการบริโภค การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าไม่เหมือนกันในแต่ละช่วงอายุการทำงาน
- 2.3 การบริโภคแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับรายจ่ายในการบริโภคสินค้า โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือถ้ารายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้มีการใช้จ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้น และในทิศทางตรงข้ามถ้ารายได้ลดลงก็จะทำให้การใช้จ่ายในการบริโภคลดลง

3.ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 3.1 เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ เพื่อให้ได้รับความพอใจสูงสุดจากรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัดในแต่ละช่วงอายุการทำงาน
- 3.2 ผลของการวิจัย ธุรกิจสามารถใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์ของตลาดสินค้าให้เหมาะสมกับช่วงวัยทำงาน เพื่อให้บริการตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจสูงสุด
- 3.4 ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านประชากร จะศึกษาเฉพาะของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง โดยจะศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหาจะศึกษาว่า เพศ อายุ รายได้ สมาชิกในครอบครัว และสิ่งเร้าภายนอก จะมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุงในแต่ละช่วงวัย ทำงานอย่างไร

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ระบบการค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต เพื่อเข้าไปศึกษาค้นคว้า ตำรา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทความต่างๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลทางด้านวิชาการสำหรับงานวิจัย เรื่องพฤติกรรมกรรมการบริโภคของของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง โดยขอนำเสนอแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นลำดับ ดังนี้

1. ความหมายของพฤติกรรมกรรมการบริโภค
2. ทฤษฎีการบริโภค
3. กฎของอุปสงค์
4. ฟังก์ชันการบริโภค
5. งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายของพฤติกรรมกรรมการบริโภค (Consumer Behavior)

Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมของผู้บริโภค ว่าเป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ และมีส่วนในการกำหนดจากการกระทำดังกล่าว

Schiffman and Kanuk (1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการ เสาะหา ชื่อ ใช้ ประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษา การตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบไปด้วย ชื่ออะไร ทำไมจึงซื้อ ชื่อเมื่อไร อย่างไรที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

อดุลย์ จตุรงค์กุล (2519) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมกรรมการบริโภคว่า เป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการได้รับและการได้ใช้สินค้า และบริการทางเศรษฐกิจรวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆ เหล่านี้

สมจิต จันทร์ฉาย (2533) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมกรรมการบริโภคว่า หมายถึงการแสดงออกซึ่งความสามารถในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการบริโภคได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า และเลือกใช้ บริการ การจัดการด้านการเงินและทรัพยากรต่างๆ การคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของตนเอง และ

สังคม การแสดงออกซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจะต้องอาศัยความรู้ ทักษะ ตลอดจนทัศนคติ ที่มีต่อการบริโภค ผู้ที่มีพฤติกรรมบริโภคที่ดี คือผู้ที่แสดงพฤติกรรมอันพึงประสงค์

2. ทฤษฎีการบริโภค (Theory of Consumption)

ทฤษฎีที่สำคัญและมีชื่อเสียงจนกลายเป็นทฤษฎีหลักๆ มีอยู่ด้วยกัน 4 ทฤษฎี คือ

2.1 ทฤษฎีการบริโภคที่สัมพันธ์กับรายได้สัมบูรณ์ (Absolute Income Theory of Consumption)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีการบริโภคตามแนวคิดของ John Maynard Keynes ซึ่งเชื่อว่าในระบบเศรษฐกิจที่ผู้บริโภคมีเสรีภาพในการเลือกบริโภคสินค้าและบริการ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคที่ตั้งใจไว้ของครัวเรือนในงวดเวลาหนึ่งจะถูกกำหนดโดยระดับรายได้สัมบูรณ์ในงวดเวลานั้น โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้รายได้ดังกล่าวควรเป็น รายได้ประชาชาติที่สุทธิหลังหักภาษีแล้ว (เป็นรายได้ที่สามารถนำไปใช้จ่ายใช้สอยได้จริง) อย่างไรก็ตาม ในที่นี้ จะขอตัดเรื่องของภาษีออกจากการพิจารณาไปก่อน เพื่อให้ไม่ซับซ้อนมากเกินไป ดังนั้น จึงอาจเขียนในรูปของสมการ แสดงความสัมพันธ์แบบง่ายๆ ของการบริโภคได้ ดังนี้

$$C = a + bY ; a > 0 ; 0 < b < 1 \quad (1)$$

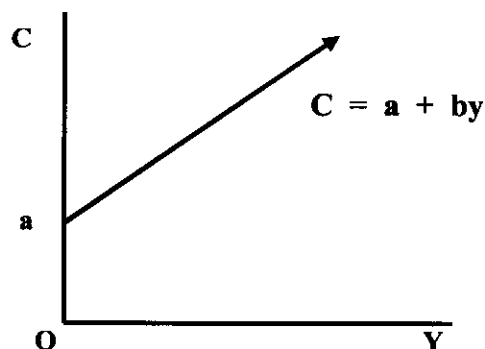
C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

a คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในขณะที่ยังไม่มีรายได้ (autonomous consumption expenditure : แม้ว่าบุคคลจะยังไม่มีรายได้ ($Y=0$) แต่เพื่อความอยู่รอดก็ยังคงต้องกินต้องใช้)

b คือ ค่า coefficient ซึ่งแสดงถึงความลาด (slope) ของเส้นการบริโภค นั่นเอง

Y คือ ระดับรายได้ที่สามารถนำไปใช้จ่ายใช้สอยได้จริง

สามารถนำสมการ (1) มาแสดงโดยรูปภาพได้ ดังนี้



จากสมการ (1) นำมาหารด้วย Y ตลอด จะได้ว่า

$$\frac{C}{Y} = a/Y + b \quad (2)$$

ในที่นี้ C/Y คือ ค่า APC (average propensity to consume : ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการบริโภค) นั่นเอง บอกให้ทราบว่า รายได้ที่สามารถนำไปใช้จ่ายใช้สอยได้จริง 1 หน่วย จะถูกจัดสรรไปเพื่อการบริโภค เท่ากับ C/Y หน่วย

และจากสมการ (1) หากพิจารณาเฉพาะส่วนที่เพิ่มขึ้น (change in = Δ) สามารถกล่าวได้ว่าถ้าระดับรายได้ที่สามารถนำไปใช้จ่ายใช้สอยได้จริงเปลี่ยนแปลงไปเท่ากับ $Y\Delta$ จะทำให้ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วยเท่ากับ $C\Delta$ ดังนั้น จะได้ว่า

$$\begin{aligned} \Delta C &= b \Delta Y \\ \frac{\Delta C}{\Delta Y} &= b \end{aligned} \quad (3)$$

ในที่นี้ $\frac{\Delta C}{\Delta Y}$ คือ ค่า MPC (marginal propensity to consume : ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการบริโภค) เป็นค่าความลาดในสมการ (1) นั่นเอง ดังนั้น ค่าของ MPC จึงเท่ากับ $0 < MPC < 1$

เป็นที่น่าสังเกตว่าความสัมพันธ์ระหว่าง C และ Y ตามแนวคิดนี้ เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ได้สัดส่วนกัน (nonproportional relationship) กล่าวคือเมื่อระดับรายได้สูงขึ้น ค่า APC จะลดลง ในขณะที่ค่า APC จะมากกว่า MPC ด้วย พิจารณาจากการแทนที่สมการ (3) ในสมการที่ (2) จะได้

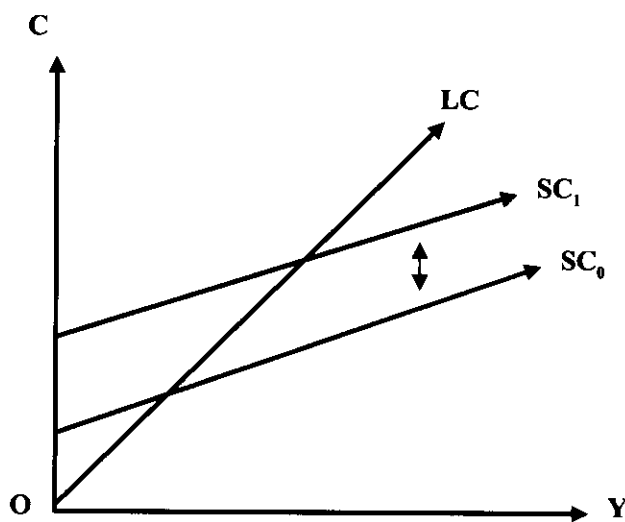
$$APC = a/Y + MPC \quad (4)$$

จากการที่ a และ MPC เป็นค่าคงที่ที่มากกว่า 0 เมื่อ Y เพิ่มขึ้น ค่า a/Y จะลดลง แต่จะไม่ลดลงน้อยกว่า 0 เป็นผลให้ APC ลดลง ในขณะที่ค่า APC จะมากกว่า MPC

ทฤษฎีการบริโภคตามแนวคิดของ Keynes ได้รับการยอมรับจากนักเศรษฐศาสตร์มหภาคในสมัยนั้นอย่างมาก อย่างไรก็ตามมันยังคงถูกใช้ในการศึกษา ณ ระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง (cross-section studies) เท่านั้น ต่อมา Simon Kutznets นักเศรษฐศาสตร์ชาวรัสเซีย แต่พำนักอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง C และ Y ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ช่วงเวลาของข้อมูลในการศึกษาที่ยาวนานขึ้น พบว่าในระยะยาวความสัมพันธ์ระหว่าง C และ Y เป็น

ความสัมพันธ์ที่ได้สัดส่วนกัน (proportional relationship) โดยค่า APC ไน้มเอียงที่จะมีค่าคงที่ นอกจากนี้ ค่า APC ก็ไนมเอียงที่จะเท่ากับ MPC ด้วย

จากการที่ผลการศึกษาของ Kutznets ขัดแย้งกับแนวความคิดของ Keynes ทำให้นักเศรษฐศาสตร์คนอื่นๆ หันกลับไปพัฒนาทฤษฎีการบริโภคขึ้นใหม่ เพื่อให้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง C และ Y ได้ดียิ่งขึ้น ในจำนวนนี้นักเศรษฐศาสตร์ที่นิยมตามแนวคิดของ Keynes ก็ได้พยายามหาเหตุผลมาสนับสนุนให้ทฤษฎีตามแนวคิดของ Keynes ยังคงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kutznets อยู่ โดยเห็นว่าเส้นการบริโภคของ Keynes เป็นเส้นการบริโภคระยะสั้น ในขณะที่การศึกษาของ Kutznets เป็นเส้นการบริโภคระยะยาวที่ลากออกจากจุดกำเนิด ซึ่งในระยะยาวนั้น เส้นการบริโภคระยะสั้นจะเคลื่อนตัวสูงขึ้นไปจากตำแหน่งเดิมทั้งเส้น (shift) ทั้งนี้อาจเนื่องจากสาเหตุอื่นๆ เช่น การขยายตัวของชุมชนเมือง การพัฒนาทางด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าใหม่ๆ การสูงขึ้นของจำนวนและอายุของประชากร การเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศที่สูงขึ้น ฯลฯ การเลื่อนสูงขึ้นของเส้นการบริโภคระยะสั้นนี้เองที่ทำให้ค่า APC ไม่ลดลงแม้ว่าระดับรายได้จะสูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันความสัมพันธ์ระหว่าง C และ Y ตามเส้นการบริโภคระยะยาวจะทำให้ค่า APC เท่ากับ MPC ด้วย เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นสามารถแสดงโดยรูปภาพได้ ดังนี้



LC คือ เส้นการบริโภคระยะยาว

SC คือ เส้นการบริโภคระยะสั้น

2.2 ทฤษฎีการบริโภคที่สัมพันธ์กับรายได้เปรียบเทียบ (Relative Income Theory of Consumption)

ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาขึ้นโดย James S. Duesenberry ในราวปี ค.ศ. 1949 ความเชื่อตามแนวคิดของทฤษฎีสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 สมมติฐานหลัก คือ

1. Duesenberry เชื่อว่าค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับรายได้สัมบูรณ์ตามแนวคิดของ John Maynard Keynes เท่านั้น แต่จากการที่มนุษย์มีพฤติกรรม การเลียนแบบในการบริโภคของสังคม (demonstration effect) จึงทำให้ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคควรจะขึ้นอยู่กับระดับรายได้เปรียบเทียบกับระดับรายได้โดยเฉลี่ยของคนในสังคมด้วย กล่าวคือครัวเรือนที่มีระดับรายได้ซึ่งเปรียบเทียบแล้วต่ำกว่าระดับรายได้โดยเฉลี่ยของคนในสังคม มีแนวโน้มที่ครัวเรือนเหล่านี้จะมีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคต่อรายได้ค่อนข้างสูง นั่นคือค่า APC (average propensity to consume : ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการบริโภค) สูง ทั้งนี้เพราะพฤติกรรมของครัวเรือนจะพยายามรักษาระดับของการบริโภคให้ใกล้เคียงกับระดับการบริโภคโดยเฉลี่ยของคนในสังคม ส่วนครัวเรือนที่มีระดับรายได้ซึ่งเปรียบเทียบแล้วสูงกว่าระดับรายได้เฉลี่ยของคนในสังคม มีแนวโน้มที่ครัวเรือนเหล่านี้จะมีค่า APC ต่ำ

ทั้งนี้เพราะครัวเรือนในกลุ่มนี้จะมีระดับของการบริโภคสูงอยู่แล้ว ดังนั้นจึงสามารถที่จะทำการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคโดยจัดสรรเงินจากรายได้เพียงส่วนน้อยก็พอเพียงสำหรับการบริโภคสินค้าและบริการให้ใกล้เคียงกับระดับการบริโภคโดยเฉลี่ยของคนในสังคมได้แล้ว พฤติกรรมการบริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากระดับรายได้เปรียบเทียบกับระดับรายได้โดยเฉลี่ยของคนในสังคมนี้อาจมีลักษณะของเส้นการบริโภคระยะสั้นเช่นเดียวกับเส้นการบริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากระดับรายได้สัมบูรณ์ตามแนวคิดของ Keynes กล่าวคือ ในระยะสั้น เมื่อระดับรายได้เพิ่มขึ้น ค่า APC จะลดลง ในขณะที่ค่า APC จะมากกว่า MPC (marginal propensity to consume : ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการบริโภค) ด้วย ส่วนในระยะยาวเชื่อว่าลักษณะการกระจายรายได้ของคนในสังคมน่าจะดีขึ้น กล่าวคือมีการกระจายรายได้ค่อนข้างคงที่ ระดับรายได้เปรียบเทียบกับระดับรายได้โดยเฉลี่ยของสังคมก็จะค่อนข้างคงที่ด้วย (relative distribution of income is stable) ค่า APC จึงไม่เปลี่ยนแปลง และโน้มเอียงที่จะเท่ากับ MPC ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Simon Kuznets

2. นอกจาก Duesenberry จะเชื่อว่าการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคขึ้นอยู่กับระดับรายได้เปรียบเทียบกับระดับรายได้โดยเฉลี่ยของสังคมแล้ว เขายังเชื่ออีกว่าค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดปัจจุบันยังขึ้นอยู่กับระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาก่อนๆ อีกด้วย ทั้งนี้เพราะครัวเรือนที่

มีระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคและระดับรายได้อยู่ในระดับหนึ่งแล้วจะเป็นการยากที่จะทำให้เขาลดระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคให้ต่ำกว่าเดิมเมื่อระดับรายได้เปรียบเทียบกับระดับรายได้ที่เคยได้รับสูงสุด (previous peak income) แยก ค่า APC จึงสูงขึ้น สามารถเขียนในรูปสมการได้เป็น

$$APC = a - bY/Y_p \quad (1)$$

$$C/Y = a - bY/Y_p \quad (2)$$

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

a คือ ค่า APC ในขณะที่ Y/Y_p เท่ากับ 0

b คือ ค่า coefficient ซึ่งแสดงถึงความลาด (slope) ของเส้นแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง APC และ Y/Y_p นั้นเอง

Y คือ ระดับรายได้ในงวดปัจจุบัน

Y_p คือ ระดับรายได้สูงสุดที่ครัวเรือนเคยได้รับในงวดเวลาก่อน

เครื่องหมายลบหน้าค่า b บอกให้ทราบว่า APC จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ผกผันกับอัตราส่วนเปรียบเทียบระหว่างระดับรายได้ในงวดปัจจุบันและระดับรายได้ที่เคยได้รับสูงสุดในงวดเวลาก่อน

เมื่อนำสมการ (2) มาหารด้วย Y ตลอด จะได้เส้นการบริโภคตามแนวคิดนี้อยู่ในรูป

$$C = aY - bY^2/Y_p \quad (3)$$

จากสมการ (3) นำมาหาค่า $\Delta C/\Delta Y$ จะได้ว่า

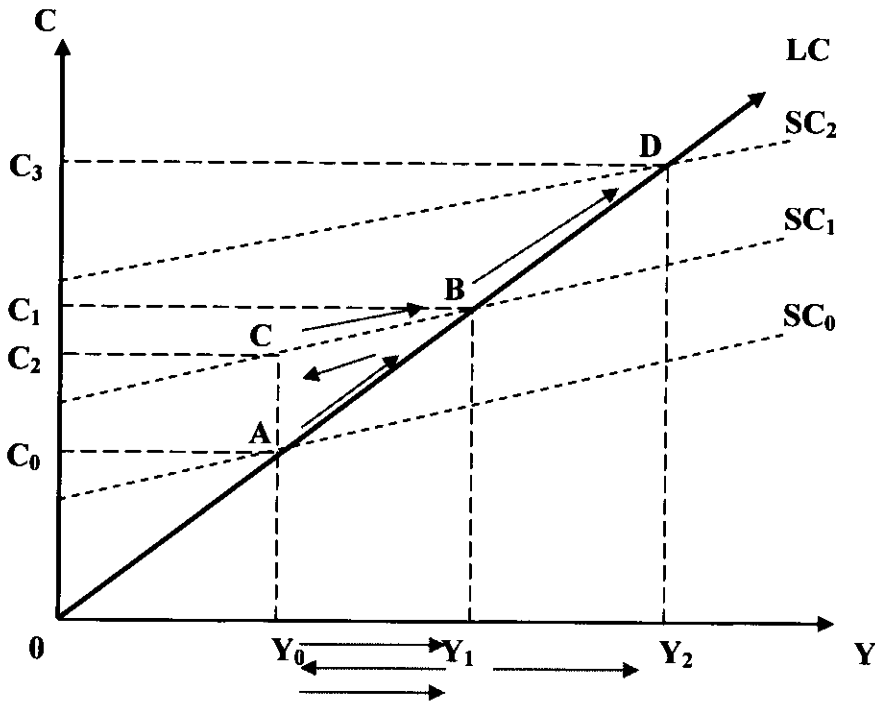
$$\frac{\Delta C}{\Delta Y} = a - 2bY/Y_p \quad (4)$$

$\frac{\Delta C}{\Delta Y}$ มีความหมายเหมือน $\frac{\Delta C}{\Delta Y}$ เมื่อ ΔY เข้าใกล้ 0 (Δ = change in) ซึ่งก็คือ ค่า MPC นั้นเอง ดังนั้นจากสมการ (4) จะได้ว่า

$$MPC = a - 2bY/Y_p \quad (5)$$

ถ้าระดับรายได้ของครัวเรือนลดลงเรื่อยๆ ค่า Y จะสูงกว่า Y_p มากขึ้น ในขณะที่ Y_p คงที่ ดังนั้น Y/Y_p ลดลง เป็นผลให้ค่า APC มากขึ้น เมื่อพิจารณาสมการ (1) และ (5) จะเห็นได้ว่า APC จะมีค่ามากกว่า MPC ด้วย แต่หากระดับรายได้สูงขึ้นเรื่อยๆ อย่างมีเสถียรภาพ ค่า Y จะสูงกว่า Y_p แต่ทั้ง Y และ Y_p ต่างก็จะสูงขึ้นตามกันไป ดังนั้น ค่า APC จึงค่อนข้างคงที่ ในระยะยาวเชื่อว่าระดับรายได้ของครัวเรือนน่าจะมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นลักษณะของเส้นการบริโภค ระยะยาวจึงควรมีค่า APC ค่อนข้างคงที่ด้วย ในขณะที่เดียวกันเส้นการบริโภคในระยะยาวก็จะเป็นเส้นที่ลากออกจากจุดกำเนิดด้วยเช่นกัน

เพื่อให้เข้าใจได้ดียิ่งขึ้นพิจารณารูปแสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคกับระดับรายได้ในระยะสั้นและระยะยาว ดังนี้



จากรูป สมมติในงวดเวลาที่ 0 ครัวเรือนทำการบริโภค ณ จุด A โดยมีรายได้เท่ากับ OY_0 และมีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเท่ากับ OC_0

ต่อมาในงวดเวลาที่ 1 ครัวเรือนมีรายได้สูงขึ้นเป็น OY_1 ครัวเรือนจะทำการบริโภคไปตามเส้นการบริโภคระยะยาว (LC) ที่จุด B โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเท่ากับ OC_1 (รายได้สูงสุดในงวดเวลา ก่อนคือ OY_0) ค่า APC ไม่เปลี่ยนแปลง

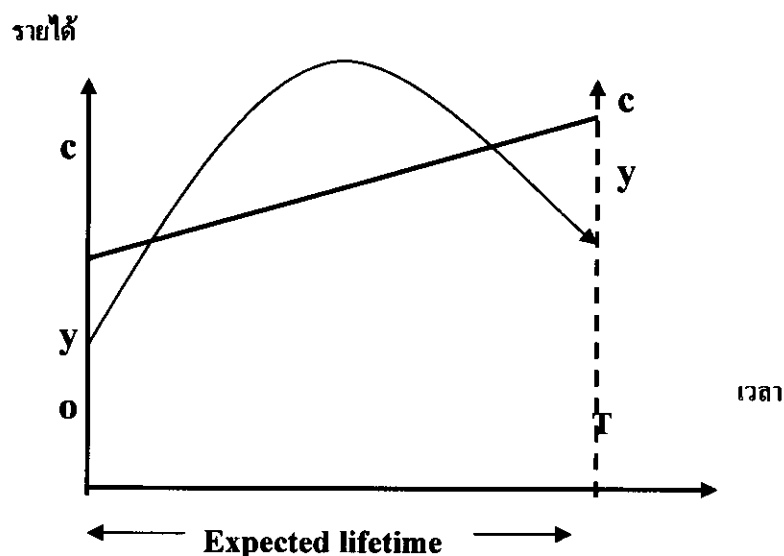
ในงวดเวลาที่ 2 คริวเรือมีรายได้ลดลงกลับมาเป็น $0Y_0$ (รายได้สูงสุดในงวดเวลาก่อนคือ $0Y_1$) คริวเรือจะไม่กลับมาทำการบริโภคที่จุด A เหมือนในงวดเวลาที่ 0 อีก แต่จะพยายามรักษาระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคไว้ โดยจะทำการบริโภคตามเส้นการบริโภคระยะสั้น (SC_1) แทน ที่จุด C ค่า APC สูงขึ้น และ APC มากกว่า MPC ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเท่ากับ $0C_2$

ในงวดเวลาที่ 3 คริวเรือมีรายได้สูงขึ้นกลับมาเป็น $0Y_1$ ซึ่งระดับรายได้ ณ จุดนี้จะเป็นระดับรายได้เดียวกับระดับรายได้สูงสุดในงวดเวลาก่อน คริวเรือจะเลื่อนการทำการบริโภคจากจุด C กลับขึ้นมาอยู่ที่ B ตามแนวเส้นการบริโภคระยะสั้น โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเท่ากับ $0C_1$ ค่า APC ลดลง แต่ APC ยังคงมากกว่า MPC

ในงวดเวลาที่ 4 คริวเรือมีรายได้สูงขึ้นไปอีกเป็น $0Y_2$ (รายได้สูงสุดในงวดเวลาก่อนคือ $0Y_1$) คริวเรือจะทำการบริโภคเพิ่มขึ้นตามเส้นการบริโภคระยะยาวที่จุด D โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเท่ากับ $0C_3$ ค่า APC ไม่เปลี่ยนแปลง การปรับตัวจะเป็นลักษณะเช่นนี้เรื่อยไป แล้วแต่ระดับรายได้ของคริวเรือว่าจะมีการขึ้นลงเทียบกับระดับรายได้ สูงสุดในงวดเวลาก่อนอย่างไร

2.3 ทฤษฎีการบริโภคในวัฏจักรชีวิต (Life-Cycle Theory of Consumption)

ทฤษฎีการบริโภคในวัฏจักรชีวิตได้รับการพัฒนาขึ้นโดย Franco Modigliani ร่วมกับลูกศิษย์ของเขามาก 2 คน คือ Albert Ando และ Richard Brumberg ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1954 ตามแนวคิดนี้ไม่เชื่อว่าปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาหนึ่งจะขึ้นอยู่กับระดับรายได้สัมบูรณ์ในงวดเวลานั้นตามแนวความคิดของ John Maynard Keynes แต่ควรขึ้นอยู่กับการคาดคะเนของรายได้ตลอดช่วงอายุขัยทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต มากกว่า หากพิจารณาการกระจายรายได้และปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิตที่ควรจะเป็นของบุคคลหนึ่งๆ ดังรูป



ได้เห็นว่าในช่วงชีวิตของบุคคลขณะที่มีอายุน้อย จะมีระดับรายได้อยู่ในระดับต่ำ และจะมีรายได้สูงขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น ต่อมาเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุก็จะกลับมามีรายได้น้อยลงอีกครั้ง การกระจายรายได้นี้ตลอดช่วงอายุขัยจึงมีลักษณะเป็นไปตามเส้น yy

ส่วนปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของบุคคลจะสูงขึ้นเป็นลำดับตามอายุขัยโดยมีลักษณะของการกระจายปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคตามเส้น cc เมื่อทำการเปรียบเทียบกันระหว่างเส้น yy และ cc แล้ว จะพบว่าในช่วงต้นของชีวิต บุคคลจะมีรายได้น้อยเพียงพอสอดคล้องกับการบริโภค ดังนั้นบุคคลจึงต้องประหยัดเงินเป็นผู้ออมเงิน ต่อมาในช่วงกลางของชีวิตจึงจะเริ่มที่จะมีรายได้น้อยลงจนสามารถชดเชยหนี้เดิมได้ และเก็บเงินสะสมไว้สำหรับช่วงปลายของชีวิต นั่นคือ คราวเรือนที่มีหัวหน้าครอบครัวเป็นบุคคลอายุน้อยหรืออยู่ในวัยสูงอายุจะมีค่า APC (average propensity to consume : ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการบริโภค) สูง ในขณะที่คราวเรือนที่มีหัวหน้าครอบครัวเป็นบุคคลในวัยกลางคนจะมีค่า APC ต่ำ

ถ้าหากพิจารณาในแง่ของการตัดสินใจเพื่อการบริโภคของคราวเรือนแล้ว ทฤษฎีนี้เชื่อว่าปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาหนึ่งจะขึ้นอยู่กับมูลค่าปัจจุบันในงวดเวลานั้นของกระแสรายได้น้อยตลอดช่วงชีวิตซึ่งเป็นค่าที่สะท้อนให้เห็นถึงระดับรายได้น้อยตลอดช่วงอายุขัยทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของคราวเรือน สามารถเขียนในรูปของสมการแสดงความสัมพันธ์ในการบริโภค ได้ดังนี้

$$C_t = a(PV_t) ; 0 < a < 1$$

C_t คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาที่ t

PV_t คือ มูลค่าปัจจุบันในงวดเวลาที่ t ของกระแสรายได้น้อยตลอดช่วงชีวิต

a คือ ค่า coefficient ของสมการแสดงถึงสัดส่วนของมูลค่าปัจจุบันของกระแสรายได้น้อยตลอดช่วงชีวิตที่คราวเรือนนำมาใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

2.4 ทฤษฎีการบริโภคที่สัมพันธ์กับรายได้ถาวร (Permanent Income Theory of Consumption)

ทฤษฎีนี้ถูกเสนอขึ้นครั้งแรกโดย Milton Friedman ในผลงานวิจัยเรื่อง A Theory of Consumption Function เมื่อปี ค.ศ. 1957 Friedman ก็เป็นนักเศรษฐศาสตร์อีกท่านที่ไม่เห็นด้วย

กับ John Maynard Keynes ที่ว่าค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาใดเวลาหนึ่งจะขึ้นอยู่กับระดับรายได้สมบูรณ์ในงวดเวลานั้น แต่ Friedman เชื่อว่าครัวเรือนจะมีพฤติกรรมในจัดสรรรายได้เพื่อการบริโภคโดยอิงกับรายได้ในระยะยาว (long term income) ที่คาดว่าจะได้รับมากกว่า พร้อมนี้เขาได้กำหนดให้รายได้ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ รายได้ถาวร (permanent income) และรายได้ชั่วคราว (transitory income) และกำหนดให้ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคประกอบไปด้วย 2 ส่วนเช่นกัน คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคถาวร (permanent consumption) และค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคชั่วคราว (transitory consumption) สามารถเขียนในรูปสมการได้เป็น

$$Y = Y^T + Y^P$$

$$C = C^T + C^P$$

Y คือ รายได้ที่เกิดขึ้นจริงในงวดเวลาหนึ่ง Y^T, Y^P คือ รายได้ชั่วคราวและรายได้ถาวร ตามลำดับ

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อบริโภคที่เกิดขึ้นจริงในงวดเวลาหนึ่ง

C^T, C^P คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อบริโภคชั่วคราวและค่าใช้จ่ายเพื่อบริโภคถาวร ตามลำดับ

Friedman เชื่อว่ารายได้ชั่วคราวซึ่งเป็นรายได้ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดฝันในงวดเวลาใดเวลาหนึ่งอาจมีค่าเป็นได้ทั้งบวกหรือลบ แต่ในระยะยาวแล้วรายได้ส่วนนี้จะหักกลบลบกันพอดี ดังนั้นในระยะยาว รายได้ที่เกิดขึ้นจริงในงวดเวลาใดเวลาหนึ่งจึงมีเฉพาะส่วนของรายได้ถาวรเท่านั้น และเหตุผลทำนองเดียวกันนี้ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในระยะยาวที่เกิดขึ้นจริงจึงมีเฉพาะส่วนของค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคถาวรด้วยเช่นกัน

3. กฎของอุปสงค์ (Law of Demand)

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง อุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพ (Effective Demand) คืออุปสงค์ที่มีการซื้อขายเกิดขึ้นแล้วจริง ซึ่งหมายความว่า เมื่อผู้บริโภคมีความปรารถนาที่จะบริโภคสินค้าและบริการ สินค้าชนิดใดแล้ว ผู้บริโภคจะต้องมีความสามารถและความเต็มใจที่จะซื้อหา (Ability and Willingness to pay) สินค้าและบริการชนิดนั้นมาตอบสนองความต้องการของตนเอง

กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) ระบุว่า ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ย่อมแปรผกผัน (Inverse Relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ

ในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีปัจจัยต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เรียกว่า ตัวกำหนดอุปสงค์ (Demand Determinants) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีต่อปริมาณซื้อ (Quantity Demand) มากน้อยไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและแต่ละเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีดังนี้

1. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้นๆ คือเมื่อราคาสินค้าชนิดใดเพิ่มสูงขึ้นปริมาณซื้อสินค้าจะมีน้อยลงหรือถ้าสินค้าชนิดใดลดต่ำลงปริมาณซื้อสินค้านั้นชนิดนั้นจะมีมาก
2. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภค และความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม อาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมเพียงชั่วขณะหนึ่งหรือคงอยู่นาน สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา และอิทธิพลของการโฆษณา เป็นต้น
3. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชาชนมีรายได้โดยเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นความต้องการสินค้าจะเปลี่ยนไป กล่าวคืออาจลดการบริโภคสินค้าด้วยคุณภาพที่มีราคาถูก และหันไปบริโภคสินค้าที่คุณภาพดีราคาแพงขึ้น เป็นต้น
4. ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าชนิดอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับราคาสินค้าชนิดหนึ่ง ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลงและหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดที่สามารถใช้ทดแทนกันได้
5. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล
6. ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับจำนวนประชากร กล่าวคือเมื่อมีประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้นความต้องการก็จะเพิ่มขึ้นตาม

เมื่อนำปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์มาพิจารณาพร้อมกันสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับปัจจัยเหล่านั้นในรูปของฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q = f(P, X_1, X_2, X_3, \dots, X_n)$$

โดยที่ Q คือ ปริมาณซื้อสินค้า

P คือ ราคาสินค้า

X_1, \dots, X_n คือ ปัจจัยทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณซื้อ

4. ฟังก์ชันการบริโภค (C)

$$C = f(Y_d, A_1, A_2, A_3, \dots)$$

เมื่อ C คือ รายจ่ายเพื่อการบริโภค

Y_d คือ รายได้สุทธิ หรือรายจ่ายที่ได้จ่ายจริง (DI)

A_1, A_2, A_3, \dots คือ ปัจจัยอื่น ๆ

5. งานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

เฉลิมชัย คำแสน (2536) พฤติกรรมผู้บริโภคผู้บริโภคในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้า รวมไปถึงการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า และปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับเกี่ยวกับการใช้บริการ ซึ่งงานวิจัยพบว่าผู้บริโภคแต่ละช่วงอายุจะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน ส่วนเหตุผลที่มาใช้บริการนั้นส่วนใหญ่จะเลือกสถานที่จัดจำหน่าย และเลือกห้างสรรพสินค้าที่อยู่ใกล้และอยู่ในเส้นทางที่สะดวกในการเดินทางไปมา มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกและมีสินค้าครบราคาสินค้าอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สูงจนเกินไป

กานต์ชนิด วงศ์และเหล่า(2548) ปัจจัยที่ผลต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเย็นนอกบ้านของข้าราชการในเทศบาลเมืองเชียงใหม่ ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่าผู้บริโภคที่เคอร์รับประทานอาหารเย็นนอกบ้านเห็นว่าปัจจัยด้านสถานที่ในภาพรวมมีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญคือ สถานที่จอดรถยนต์สะดวกกว้างขวางเพียงพอรองลงมาคือสถานที่รองรับบริการอย่างมีสัดส่วน ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้บริโภคเห็นว่า ปัจจัยด้านราคาในภาพรวมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการอาหารปัจจัยที่มีความสำคัญมาก คือค่าบริการที่สมเหตุสมผลรองลงมาคือป้ายที่แสดงอัตราค่าบริการเห็นได้เด่นชัด

ปณศพร ท่อแก้ว (2542) พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ: ศึกษาเฉพาะกรณีการซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เกตในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในทัศนะของเจ้าหน้าที่ต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ผลการศึกษาเข้าของกิจการมีความเห็นตรงกัน(เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ว่าราคาสินค้าอุปโภคบริโภคจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เห็นด้วยกับการปานกลาง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ไม่จำเป็นน้อยลง เห็นด้วยปานกลางกับอิทธิพลของการโฆษณาจะมีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคน้อยลง สิ่งจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เกตมีดังต่อไปนี้ บรรยากาศในซูเปอร์มาร์เกตต้องสะอาดและเป็นระเบียบกว่าร้านค้าทั่วไป ซูเปอร์มาร์เกตมีบริการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ ซูเปอร์มาร์เกตให้ความมั่นใจต่อผู้บริโภคว่าจะไม่ถูกโกงเรื่องราคาและคุณภาพ

วิมล รุ่งสัจบริรักษ์ (2550) พฤติกรรมการบริโภคกาแฟในร้านกาแฟพรีเมียม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการบริโภคกาแฟในร้านกาแฟพรีเมียม ด้านราคาผู้บริโภคมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคกาแฟในร้านกาแฟพรีเมียมในระดับที่มากที่สุด คือราคากาแฟมีความเหมาะสมกับสถานที่และการให้บริการบอกราคาเครื่องดื่มอาหารไว้อย่างชัดเจน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับปานกลางคือราคากาแฟและเครื่องดื่มถูกกว่าร้านอื่น ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับน้อยคือ สามารถชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

วรเทพ แซ่หลี่ (2552) พฤติกรรมการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง พบว่าส่วนใหญ่มีการเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียงจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด เหตุผลเนื่องจากพื้นที่กว้างขวางสะดวกสบายและราคาเหมาะสมกับคุณภาพ รองลงมาเข้าไปสินค้าในร้านค้าทั่วไป เหตุผลเนื่องจากการบริการขนส่งและติดตั้ง มีการรับประกันและบริการหลังขาย ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ (15,000-20,000) ส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด ผู้บริโภคที่มีรายได้สูง (มากกว่า 25,000 บาท) ส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด

สุพัตรา ภูรินันท์ (2544) วิเคราะห์ความโน้มเอียงในการบริโภคหน่วยสุดท้ายของสินค้าอุปโภคบริโภคหลังวิกฤตเศรษฐกิจ การวิเคราะห์วิเคราะห์ความโน้มเอียงในการบริโภคหน่วยสุดท้ายของสินค้าอุปโภคบริโภคพบว่ากลุ่มอาชีพภาคอุตสาหกรรมและบริการมีอัตราที่สูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น โดยมีค่า MPC เท่ากับ 0.2260 ซึ่งหมายความว่า ถ้ารายได้ของกลุ่มครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้ากลุ่มนี้เพิ่มขึ้น 0.2260 รองลงมาคือกลุ่มอาชีพภาคเอกชนมีค่า MPC เท่ากับ 0.2100 และกลุ่มอาชีพราชการ/รัฐวิสาหกิจมีค่า MPC เท่ากับ 0.0785 ส่วนค่า MPC ของกลุ่มอาชีพอื่นๆมีค่า MPC เท่ากับ -0.1030 หมายความว่าหากครัวเรือนมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้ครัวเรือนใช้จ่ายในการบริโภคลดลง 0.1030

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคกับรายได้ของกลุ่มอาชีพ

| กลุ่มอาชีพ | ค่าคงที่(a) | MPC(b) | t | ระดับนัยสำคัญ |
|-------------------------|-------------|---------|--------|---------------|
| ลูกจ้างเอกชน | 9259.170 | 0.2100 | 3.860 | 0.000 |
| ภาคอุตสาหกรรมและบริการ | 6018.234 | 0.2660 | 5.892 | 0.000 |
| ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 9603.747 | 0.0785 | 1.454 | 0.161 |
| อื่นๆ เช่นธุรกิจส่วนตัว | 17542.105 | -0.1030 | -1.190 | 0.856 |

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษา เรื่องพฤติกรรมกรบริโภคของของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง มีขอบและวิธีการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตของการศึกษา

1.1 ขอบเขตของประชากร

กลุ่มประชากร คือ คนข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง การวิจัยครั้งนี้เลือกกลุ่มประชากรที่เป็นข้าราชการ เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

1.2 ขอบเขตของการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มประชากรที่เป็นข้าราชการเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย และการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกส่วนราชการขึ้นมา และทำการสุ่มข้อมูลจากตัวอย่างประชากรของส่วนราชการนั้น โดยคัดเลือกส่วนราชการจำนวน 3 แห่ง และกลุ่มประชากรที่อยู่ในหมู่บ้านจัดสรร จำนวน 1 หมู่บ้าน ได้กลุ่มประชากรที่เป็นข้าราชการจำนวน 177 ตัวอย่าง ดังนี้

ส่วนราชการประกอบด้วย

1. สำนักงานสรรพากรพื้นที่พัทลุง จำนวนแบบสอบถามข้อมูลที่ได้ จำนวน 80 แบบ
2. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง จำนวนแบบสอบถามที่ได้ จำนวน 23 แบบ
3. องค์การบริหารส่วนจังหวัดพัทลุง (อบจ.พัทลุง) จำนวนแบบสอบถามที่ได้ 50 แบบ
- 3.หมู่บ้านในสวน ตั้งอยู่ในเทศบาลเมืองพัทลุง จำนวนแบบสอบถามที่ได้จำนวน 20

แบบ

1.4 ขอบเขตการสอบถามข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มประชากรตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปยังหน่วยงานที่ได้เลือกไว้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภค ได้แก่ การกำหนดอัตราส่วนระหว่างรายได้และรายจ่าย เหตุผลต่างๆ ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าภายใต้ปัจจัยหรือสภาวะการณ์ต่างๆ ของผู้บริโภค

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษาในการค้นคว้าอิสระ เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ และได้แก้ไขปรับปรุงตามแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

1.5 ขอบเขตระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 เดือน ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2552

1.6 ขอบเขตของการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วน

1.6.1 วิเคราะห์ถึงภาพรวมพฤติกรรมกรรมการบริโภคของข้าราชการ โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ รายได้ ช่วงอายุการทำงาน สถานะภาพของผู้บริโภค

1.6.2 หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยทางด้านสินค้า ได้แก่ผลิตภัณฑ์สินค้า ราคาสินค้า การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุงที่เป็นตัวแปรตาม

1.6.3 วิเคราะห์ถึงรายละเอียดพฤติกรรมกรรมการบริโภคของข้าราชการ โดยวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆว่าจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคของข้าราชการอย่างไร และปัจจัยอะไรบ้างที่กำหนดพฤติกรรมกรรมการบริโภคของข้าราชการให้แตกต่างกัน

1.6.4 ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ มี 2 ประเภท

- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการเข้าไปค้นคว้าในหนังสือ เอกสาร บทความต่างๆ และจากงานวิทยานิพนธ์เรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

- ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกลุ่มประชากรที่เป็นวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุงที่ได้เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง

1.6.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่กำหนด ประกอบไปด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

1) ตัวแปรอิสระประกอบไปด้วย

ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพ
- รายได้ต่อเดือน

ปัจจัยทางด้านสินค้า ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์
- ราคา
- การจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการตลาด

2) ตัวแปรตาม

คือพฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการอธิบายข้อมูล และค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และนำเสนอในรูปแบบตารางความถี่และค่าเฉลี่ย

2.2 การวิเคราะห์โดยใช้ตัวแบบสมการถดถอยเชิงเดียว (Simple Regression) เพื่อทดสอบทฤษฎีการบริโภคตามแนวคิดของ John Maynard Keynes ดังนี้

$$C = a + bY$$

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

Y คือ ระดับรายได้ที่สามารถนำไปใช้จ่ายใช้สอยได้จริง

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภครองของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภครองของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงกรรมการบริโภครองของข้าราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรในวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสุ่มประชากรในวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุงโดยเลือกประชากรที่รับราชการเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 177 ตัวอย่างทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล จากส่วนราชการที่ผู้ศึกษาคัดเลือกขึ้นมาเพื่อศึกษากลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคประกอบด้วย

- เพศ
- อายุ
- วุฒิการศึกษา
- สถานภาพการสมรส
- จำนวนบุตร(กรณีสมรส)
- ระยะเวลาในการทำงาน
- สถานที่ทำงาน
- รายได้ต่อเดือน, รายได้อื่นๆ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภคแยกออกเป็น 4 ส่วนย่อย

- พฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ได้แก่การกำหนดรายได้กับรายจ่าย ภาระหนี้สินของผู้บริโภค การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต
- ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ได้แก่ ประเภทของสินค้าที่ตัดสินใจซื้อ การโฆษณาสินค้า สถานที่ขายสินค้า ความจำเป็นของสินค้า

- เหตุผลอื่นๆ ที่มีผลการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงไปใช้สินค้าแบบใหม่หรือรุ่นใหม่ของสินค้าที่มีผลต่อรายได้ของข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุง
- พฤติกรรมกรบริโภคอื่นๆของข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุง เช่นการใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภค ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การบริโภคอาหารนอกบ้าน (ไม่นับงานเลี้ยงตามประเพณี) การมีเครื่องประดับประเภททองคำ การเข้าชมภาพยนตร์ พฤติกรรมกรใช้โทรศัพท์มือถือ

โดยมีรายละเอียดการศึกษาดังนี้

1.ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย | 60 | 33.90 |
| หญิง | 117 | 66.10 |
| รวม | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 177 ตัวอย่าง เป็นเพศชาย 60 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.90 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เป็นเพศหญิง 117 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.10 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 1.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | | จำนวน | ร้อยละ/จำนวนทั้งหมด |
|---------------|-------|------|-------|---------------------|
| | ชาย | หญิง | | |
| ต่ำกว่า 26 ปี | 4 | 6 | 6 | 3.40 |
| 26-35 ปี | 16 | 45 | 45 | 25.42 |
| 36-45 ปี | 23 | 79 | 79 | 44.63 |
| 46-60 ปี | 17 | 47 | 47 | 26.55 |
| รวมทั้งหมด | 60 | 117 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.2 พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 177 ตัวอย่าง ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม 36 – 45 ปี มีจำนวน 79 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย จำนวน 23 ตัวอย่าง เพศหญิง จำนวน 56 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 44.63 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตรงลงมาเป็นช่วงอายุ 46 – 60 ปี มีจำนวน 47 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 17 ตัวอย่าง เพศหญิง 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.55 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ช่วงอายุ 25 - 35 ปี มีจำนวน 45 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 16 ตัวอย่าง เพศหญิง 29 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.42 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และช่วงอายุต่ำกว่า 26 ปี มีจำนวน ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.40 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 1.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษา

| วุฒิการศึกษา | จำนวน | | จำนวน | ร้อยละ/จำนวนทั้งหมด |
|------------------|-------|------|-------|---------------------|
| | ชาย | หญิง | | |
| เทียบเท่า ปวช. | 11 | 8 | 19 | 10.73 |
| เทียบเท่า ปวส. | 9 | 9 | 18 | 10.17 |
| ปริญญาตรี | 36 | 82 | 118 | 66.67 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 4 | 18 | 22 | 12.43 |
| รวมทั้งหมด | 60 | 117 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.3 พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมากที่สุดคือผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 118 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย จำนวน 36 คน เพศหญิงจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 22 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 4 คน เพศหญิง 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.43 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และระดับเทียบเท่า ปวช. ปวส. จำนวน 19 ตัวอย่าง 18 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.73 และร้อยละ 10.17 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดตามลำดับ

ตารางที่ 1.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

| สถานภาพสมรส | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------|-------|--------|
| โสด | 32 | 18.08 |
| สมรส | 133 | 75.14 |
| หย่าร้าง | 9 | 5.08 |
| อื่น..... | 3 | 1.69 |
| รวม | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.4 พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่างสถานภาพสมรสจำนวน 133 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 75.14 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด สถานภาพโสดจำนวน 32 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.08 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และหย่าร้าง อื่นๆ (แยกกันอยู่) จำนวน 9 ตัวอย่าง 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.08 และร้อยละ 1.69 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดตามลำดับ

ตารางที่ 1.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพจำนวนบุตร (กรณีสมรส,หย่าร้าง, อื่นๆ)

| จำนวนบุตร | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------|-------|--------|
| 1 คน | 36 | 24.83 |
| 2 คน | 92 | 63.45 |
| 3 คน | 17 | 11.72 |
| รวม | 145 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.5 พบว่าจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง ผู้ที่มีบุตรจำนวน 145 ตัวอย่าง จำนวนผู้กรอกแบบสอบถามที่มีบุตร 2 คน จำนวน 92 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 63.45 มีบุตร 1 คน จำนวน 36 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.83 และมีบุตร 3 คน จำนวน 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.72 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่มีบุตร

ตารางที่ 1.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ
ระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่เริ่มเข้าทำงาน

| ช่วงเวลาการทำงาน | จำนวน | | จำนวน | ร้อยละ/จำนวนทั้งหมด |
|------------------|-------|------|-------|---------------------|
| | ชาย | หญิง | | |
| ต่ำกว่า 10 ปี | 19 | 20 | 39 | 22.03 |
| 11-20 ปี | 25 | 62 | 87 | 49.15 |
| 21-30 ปี | 16 | 26 | 42 | 23.73 |
| 31-40 ปี | 3 | 6 | 9 | 5.08 |
| รวมทั้งรวม | 63 | 113 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.6 จากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง ผู้กรอกแบบสอบถามที่มี
ช่วงเวลาการทำงาน 11-20 ปี จำนวน 87 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 25 คน เพศหญิง 62 คนคิดเป็น
ร้อยละ 49.15 รองลงมาคือช่วงเวลาการทำงาน 21-30 ปี จำนวน 42 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 16 คน
เพศหญิง 26 คนคิดเป็นร้อยละ 23.73 ช่วงอายุต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 39 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 19
คน เพศหญิง 20 คนคิดเป็นร้อยละ 23.73 และช่วงเวลาการทำงาน 31-40 ปี จำนวน 9 ตัวอย่าง แยก
เป็นเพศชาย 3 คน เพศหญิง 6 คนคิดเป็นร้อยละ 5.08 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 1.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ
รายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน | จำนวน | | จำนวน | ร้อยละ/จำนวนทั้งหมด |
|--------------------|-------|------|-------|---------------------|
| | ชาย | หญิง | | |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 9 | 12 | 21 | 11.86 |
| 10,000-20,000 บาท | 25 | 57 | 82 | 46.33 |
| 20,001-40,000 บาท | 26 | 47 | 73 | 41.24 |
| 40,001-60,000 บาท | 1 | 0 | 1 | 0.56 |
| มากกว่า 60,000 บาท | 0 | 0 | 0 | 0 |
| รวมทั้งรวม | 61 | 116 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 1.7 พบว่าจำนวนรายได้ต่อเดือนที่มีผู้กรอกแบบสอบถามมีรายได้มากที่สุด คือ รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 82 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 25 คน เพศหญิง 57 คน คิดเป็นร้อยละ 46.33 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท จำนวน 73 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 26 คน เพศหญิง 47 คนคิดเป็นร้อยละ 41.24 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 21 ตัวอย่าง แยกเป็นเพศชาย 9 คน เพศหญิง 12 คนคิดเป็นร้อยละ 11.86 และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท จำนวน 1 ตัวอย่างแยกเป็นเพศชาย 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.56 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 1.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพรายได้อื่นนอกจากเงินเดือนประจำ

| รายได้อื่น | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|-------|--------|
| มี | 52 | 29.38 |
| ไม่มี | 125 | 70.62 |
| รวม | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.8 พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง มีรายได้อื่นนอกจากเงินเดือน จำนวน 52 ตัวอย่าง ไม่มีรายได้อื่นนอกจากเงินเดือน จำนวน 125 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.38 และร้อยละ 70.62 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 1.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพกรณีมีรายได้อื่นนอกจากเงินเดือน

| รายได้ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 26 | 50.00 |
| สูงกว่า 10,000 บาท | 26 | 50.00 |
| รวม | 52 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.9 พบว่าในกรณีที่ผู้กรอกแบบสอบถามมีรายได้อื่นนอกจากเงินเดือน จำนวน 52 ตัวอย่าง ปรากฏว่ามีรายได้อื่นนอกจากเงินเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และสูงกว่า 10,000 บาท จำนวนเท่ากันทั้งสองกรณี คือ 26 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้กรอกแบบสอบถามที่มีรายได้อื่นนอกจากเงินเดือน

ตารางที่ 1.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามการกำหนดประเภทรายจ่ายในแต่ละเดือน

| ประเภทรายจ่าย | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| กำหนด | 98 | 55.37 |
| ไม่กำหนด | 79 | 44.63 |
| รวม | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 1.10 พบจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่างมีผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 98 ตัวอย่าง ได้กำหนดรายจ่ายได้เป็นประเภทรายจ่ายในแต่ละเดือน คิดเป็นร้อยละ 55.37 และอีกจำนวน 79 ตัวอย่าง ไม่ได้กำหนดเป็นประเภทรายจ่ายในแต่ละเดือน คิดเป็นร้อยละ 44.63 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ประเภทของรายจ่ายที่กำหนดในแต่ละเดือน

1. ค่าใช้จ่ายสำหรับบุตร
2. ค่าใช้จ่ายในสิ่งของที่จำเป็นประจำวัน เช่น สินค้าอุปโภค-บริโภค ค่าน้ำ ค่าไฟ

ค่าโทรศัพท์ และค่าน้ำมันรถ

3. ค่าผ่อนชำระเงินกู้ธนาคาร หรือทรัพย์สินที่ซื้อด้วยเงินเชื่อ ค่าบัตรเครดิต
4. ค่าใช้จ่ายส่วนตัว

2. พฤติกรรมของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามการกำหนดรายจ่ายในแต่ละเดือนคิดเป็นร้อยละของรายได้

| ร้อยละของ รายจ่าย | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|-------------------------|------------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| 50 | 1 | 19 | 20 | 18 | 58 | 32.77 |
| 60 | 4 | 19 | 28 | 15 | 66 | 37.29 |
| 70 | 0 | 6 | 15 | 6 | 27 | 15.25 |
| 80 | 0 | 0 | 11 | 2 | 13 | 7.34 |
| อื่นๆ(ไม่พอ รายจ่าย) | 1 | 1 | 5 | 6 | 13 | 7.34 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง ที่ 2.1 พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง จะกำหนดรายจ่ายมากที่สุดคือกำหนดที่ร้อยละ 60 ของรายได้ จำนวน 66 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 37.29 รองลงมากำหนดรายจ่ายที่ร้อยละ 50 ของรายได้ จำนวน 58 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 32.77 กำหนดร้อยละ 70 ของรายได้ ร้อยละ 80 ของรายได้ จำนวน 27 ตัวอย่าง และ 13 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.25 และร้อยละ 7.34 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด ตามลำดับ

ช่วงอายุที่ผู้กรอกแบบสอบถามส่วนใหญ่กำหนดรายจ่ายที่ร้อยละ 60 ของรายได้ คือช่วงอายุต่ำกว่า 26 ปี กับช่วงอายุ 36-45 ปี โดยที่ ช่วงอายุ 26-35 ปี ผู้กรอกแบบสอบถามเลือกกำหนดรายจ่ายที่ร้อยละ 50 และร้อยละ 60 ของรายได้ จำนวนเท่ากัน คือ 19 ตัวอย่าง และช่วงอายุ 45-60 ปี ผู้กรอกแบบสอบถามเลือกกำหนดรายจ่ายที่ร้อยละ 50 มากกว่าร้อยละ 60 ของรายได้

ตารางที่ 2.2 รายได้ที่เหลือหลังจากหักรายจ่าย ตามตาราง 2.1 เอาไปทำอะไร

| รายได้ที่เหลือนำไป | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| ออมทั้งหมด | 42 | 23.73 |
| ออมและให้พ่อแม่ | 99 | 55.93 |
| ไปลงทุนในหน่วยลงทุน | 16 | 9.04 |
| ให้กู้ยืมนอกระบบ | 7 | 3.95 |
| อื่นๆ รายได้เท่ากับรายจ่าย | 13 | 7.34 |
| รวม | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

เมื่อผู้กรอกแบบสอบถามเลือกที่จะกำหนดรายจ่ายจากรายได้แล้ว เงินที่เหลือจากการกำหนดรายจ่ายจากรายได้ที่ 2.1 ผู้กรอกแบบสอบถามจะเลือกนำเงินที่เหลือไปออมและให้พ่อแม่มากที่สุด จำนวน 99 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 55.93 รองลงมา คือนำเงินไปออมทั้งหมด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 23.73 นอกจากนั้น นำเงินไปลงทุนในหน่วยลงทุนและให้กู้ยืมนอกระบบ จำนวน 16 ตัวอย่าง และ 7 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.04 ร้อยละ 3.95 ตามลำดับ ส่วนอีก 13 ตัวอย่าง รายได้ไม่พอกับรายจ่ายคิดเป็นร้อยละ 3.74 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามภาระหนี้สินที่ต้องผ่อนชำระ

| ภาระหนี้ | ช่วงอายุ | | | | | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|------------|---------------|-------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | | 26-35 ปี | | 36-45 ปี | | 46-60 ปี | | | |
| มี | 2 | 33.34 | 30 | 66.67 | 63 | 79.75 | 28 | 59.78 | 123 | 69.49 |
| ไม่มี | 4 | 66.66 | 15 | 33.33 | 16 | 20.25 | 19 | 40.42 | 54 | 30.51 |
| รวมทั้งหมด | 6 | 100 | 45 | 100 | 79 | 100 | 47 | 100 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากรายการ 2.3 ผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง ปรากฏว่ามีภาระหนี้ จำนวน 123 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 69.49 ไม่มีภาระหนี้ จำนวน 54 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 30.51 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ช่วงอายุที่มีภาระหนี้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนตัวอย่างของในแต่ละช่วงอายุ คือ ช่วงอายุ 36-45 ปีมีผู้กรอกแบบสอบถามที่มีภาระหนี้ จำนวน 63 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 79 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 79.75 ของตัวอย่างในช่วงอายุนั้น รองลงมาช่วงอายุ 26-35 ปีมีผู้กรอกแบบสอบถามที่มีภาระหนี้ จำนวน 30 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 45 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของตัวอย่างในช่วงอายุนั้น

ส่วนช่วงอายุที่กรอกแบบสอบถามไม่มีภาระหนี้มากที่สุดคือ ช่วงอายุ ต่ำกว่า 26 ปี มีผู้กรอกแบบสอบถามที่มีภาระหนี้ จำนวน 4 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 6 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 66.66 ของตัวอย่างในช่วงอายุนั้น รองลงมาช่วงอายุ 46-60 ปี มีผู้กรอกแบบสอบถามที่ไม่มีภาระหนี้ จำนวน 19 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 47 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40.42 ของตัวอย่างในช่วงอายุนั้น

ตารางที่ 2.4 กรณีมีภาระหนี้สินที่ต้องผ่อนชำระ

| ประเภทสินค้าที่ผ่อนชำระ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|-------|--------|
| บ้าน | 60 | 48.78 |
| รถยนต์ | 41 | 33.33 |
| เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน | 9 | 7.32 |
| ที่ดิน | 10 | 8.13 |
| อื่นๆ | 3 | 2.44 |
| รวม | 123 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.4 ในกรณีที่มีภาระหนี้สิน พบว่าจากตัวอย่างภาระหนี้สินที่ต้องผ่อนชำระมากที่สุดคือ บ้าน จำนวน 60 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 48.78 รองลงมาคือรถยนต์ จำนวน 41 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนที่ดินและเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันคือ 10 ตัวอย่าง และ 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.13 ร้อยละ 7.32 ตามลำดับ และภาระหนี้สินอื่นๆอีก 3 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.44 ของผู้กรอกแบบสอบถามที่มีภาระหนี้สิน

ตารางที่ 2.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามการเป็นสมาชิก
บัตรเครดิต

| สมาชิกบัตร เครดิต | ช่วงอายุ | | | | | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|----------------------|---------------|-----|----------|-------|----------|-------|----------|-------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | | 26-35 ปี | | 36-45 ปี | | 46-60 ปี | | | |
| เป็นสมาชิก | 0 | 0 | 14 | 31.11 | 38 | 48.10 | 22 | 46.81 | 74 | 41.81 |
| ไม่เป็น สมาชิก | 6 | 100 | 31 | 68.89 | 41 | 51.90 | 25 | 53.19 | 103 | 58.19 |
| | 6 | 100 | 45 | 100 | 79 | 100 | 47 | 100 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 2.5 ผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง เป็นสมาชิกบัตรเครดิต จำนวน 74 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 41.81 ไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต จำนวน 103 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 58.19 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ช่วงอายุที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนตัวอย่างของในแต่ละช่วงอายุคือ ช่วงอายุ 36-45 ปีมีผู้กรอกแบบสอบถามเป็นสมาชิกบัตร จำนวน 38 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 79 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 48.10 ของตัวอย่างในช่วงอายุนั้น รองลงมาช่วงอายุ 46-60 ปี มีผู้กรอกแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต จำนวน 25 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 47 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 46.81 ของตัวอย่างในช่วงอายุนั้น

ส่วนช่วงอายุที่กรอกแบบสอบถามไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตคือ ช่วงอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตทั้งหมด รองลงมาช่วงอายุ 26-35 ปีมีผู้กรอกแบบสอบถามที่ไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต จำนวน 31 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 45ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 68.89 ของตัวอย่างในช่วงอายุนั้น

ตารางที่ 2.6 เหตุผลที่เป็นหรือไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต

| สมาชิกบัตรเครดิต | เหตุผล |
|-------------------------|---|
| เป็นสมาชิก | มีความสะดวกในการซื้อสินค้าไม่ต้องการถือเงินสดจำนวนมาก ไว้ใช้ยามฉุกเฉิน ช่วยเหลือพนักงานขายบัตรเครดิต |
| ไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต | ไม่มีความจำเป็น เงินเดือนเหลือไม่พอ ไม่อยากมีหนี้สิน หลีกเลี่ยงการฟุ่มเฟือย |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 27 ถ้าเป็นสมาชิกบัตรเครดิต การใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง

| การใช้บัตรเครดิต | จำนวน | จำนวนครั้งที่ใช้บัตร/เดือน |
|--------------------------|-------|----------------------------|
| ทุกครั้งที่ซื้อสินค้า | 0 | - |
| ไม่ทุกครั้งที่ซื้อสินค้า | 74 | 1-3 |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 2.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามประเภทสินค้าที่ตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกเมื่อเข้าไปในที่มีสินค้าขาย

| ประเภทสินค้า | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|------------------------|---------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| สินค้าอำนวยความสะดวก | 1 | 8 | 3 | 3 | 15 | 8.47 |
| เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย | 2 | 1 | 2 | 3 | 8 | 4.52 |
| สินค้าอุปโภค-บริโภค | 3 | 36 | 73 | 41 | 153 | 86.44 |
| เครื่องประดับร่างกาย | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0.56 |
| อื่นๆ | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตาราง 2.8 การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเป็นอันดับแรกเมื่อเข้าไปในที่มีสินค้าขาย พบจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง สินค้าที่ตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกคือ สินค้าอุปโภคบริโภค โดยมีผู้กรอกแบบสอบถาม 153 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 86.44 รองลงมาที่จะตัดสินใจซื้ออันดับแรก คือสินค้าอำนวยความสะดวกสบาย โดยมีผู้กรอกแบบสอบถาม 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.47 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตัวอย่างในช่วงอายุที่ตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคอันดับแรกมากที่สุด เมื่อเทียบกับจำนวนตัวอย่างในช่วงอายุนั้นคือช่วงอายุ 36-45 ปี โดยมีจำนวนตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นอันดับแรก จำนวน 73 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 92.41 ของจำนวนตัวอย่างในช่วงอายุนั้น รองลงมาคือช่วงอายุ 46-60 ปี มีจำนวน 41 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 87.23 ของตัวอย่างในช่วงอายุนั้น เหตุผล ของตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นอันดับแรก โดยสรุปคือเป็นสิ่งของที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันของบุคคลในครอบครัว เช่นเครื่องใช้ภายในบ้าน ในครัว ญาตีฟัน ผงซักฟอก เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย

เหตุผล ของตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อสินค้าอำนวยความสะดวกสบาย เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป โดยสรุป เป็นสินค้าที่ให้ความสะดวกสบาย ชอบ เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ

ตารางที่ 2.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามการโฆษณา สินค้าตามสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

| ผลต่อการตัดสินใจ | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ทั้งหมด |
|------------------|---------------|----------|----------|----------|-------|----------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| มากที่สุด | 0 | 2 | 0 | 1 | 3 | 1.69 |
| มาก | 1 | 10 | 5 | 3 | 19 | 10.73 |
| ปานกลาง | 4 | 24 | 39 | 20 | 87 | 49.15 |
| น้อย | 1 | 8 | 24 | 14 | 47 | 26.55 |
| ไม่มีผล | 0 | 1 | 11 | 9 | 21 | 11.86 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.9 จากตัวอย่างผู้กรอกแบบสอบถามทั้ง 177 ตัวอย่างตอบว่าการโฆษณา สินค้าตามสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 87 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 49.15 รองลงมาตอบว่าการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า น้อย จำนวน 47 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.55 ส่วนที่ตอบว่าไม่มีผลต่อการตัดสินใจ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.86 และมีผลมาก จำนวน 19 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.37 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่หรือร้านค้าที่เข้าไปซื้อสินค้ามากที่สุด

| สถานที่ | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|----------------------|---------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| ตลาดนัด | 3 | 6 | 6 | 10 | 25 | 14.12 |
| ร้านขายสินค้าทั่วไป | 0 | 11 | 9 | 9 | 29 | 16.38 |
| ร้านสะดวกซื้อ | 3 | 5 | 7 | 3 | 18 | 10.17 |
| ซูเปอร์มาร์เก็ต | 0 | 14 | 44 | 19 | 77 | 43.50 |
| ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ | 0 | 9 | 13 | 6 | 28 | 15.82 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.10 สถานที่ที่ผู้กรอกแบบสอบถามเข้าไปซื้อสินค้ามากที่สุดคือซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 77 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาร้านขายสินค้าทั่วไป จำนวน 29 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.38 ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่จำนวนใกล้เคียงกับร้านค้าปลีกทั่วไป จำนวน 28 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.82 ตลาดนัดจำนวน 25 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 14.12 และที่น้อยที่สุด คือร้านสะดวกซื้อ จำนวน 18 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 10.17 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม การตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกทั่วไปกับศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ ในกรณีที่ชนิดสินค้าราคาสินค้า และคุณภาพเหมือนกัน

| การตัดสินใจ | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|----------------------|---------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| ร้านค้าปลีกทั่วไป | 4 | 33 | 50 | 28 | 115 | 64.97 |
| ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ | 2 | 12 | 29 | 18 | 62 | 35.03 |
| | 6 | 45 | 79 | 46 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.11 การตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกทั่วไปกับศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ในกรณี
ที่สินค้าที่เราต้องการมีราคาและคุณภาพเหมือนกัน พบว่าจากผู้กรอกแบบสอบถาม 177 ตัวอย่าง
ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกทั่วไป จำนวน 115 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 64.97 ตัดสินใจซื้อสินค้า
ที่ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ 62 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 35.03 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด โดยให้
เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อสินค้าในแต่ละที่ ดังนี้

ตารางที่ 2.12 เหตุผลที่เลือกจะไปซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกทั่วไป

| เหตุผล |
|---|
| 1.สะดวกในการเดินทาง ส่วนใหญ่ร้านค้าปลีกทั่วไปจะอยู่ใกล้บ้าน เป็นการประหยัดเวลาในการเดินทาง ประหยัดค่าน้ำมันรถในการเดินทาง |
| 2.สนับสนุนคนไทยด้วยกัน เป็นการกระจายรายได้ในท้องถิ่นไม่ให้เสียเปรียบทุนต่างชาติ ช่วยเหลือชุมชน |
| 3.ได้ซื้อสินค้าที่ต้องการจะซื้อเท่าที่จำเป็น ไม่ต้องเจอแรงจูงใจซื้อสินค้าอย่างอื่นที่ยังไม่ต้องการที่จะใช้สินค้าในขณะนั้น |
| 4.ซื้อสินค้าบางอย่างในร้านค้าทั่วไปที่เป็นตัวแทนขายเช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า มีบริการหลังการขายที่ดีกว่ารับผิดชอบต่อสินค้าที่ขาย |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 2.13 เหตุผลที่เลือกจะไปซื้อสินค้าที่ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่

| เหตุผล |
|--|
| 1.สะดวกสบายในการเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยรถยนต์ส่วนตัวเนื่องจากมีที่จอดรถเพียงพอ มีระบบรักษาความปลอดภัยไม่ต้องกังวลกลัวรถยนต์ที่จอดไว้ถูกขโมย |
| 2.มีเครื่องปรับอากาศเย็นสบาย สินค้ามีให้เลือกหลากหลายตามแผนกต่างๆที่ต้องการ สินค้ามีคุณภาพดี ราคาถูก มีสินค้าแบบใหม่หมุนเวียนอยู่เสมอ มีอิสระในการเลือกดูสินค้าได้ตามความต้องการไม่มีคนคอยติดตาม |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 2.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่
ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็น

| ประเภทสินค้า | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|-------------------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| เพื่ออำนวยความสะดวก | 1 | 6 | 10 | 8 | 25 | 14.12 |
| ไม่มีภาระค่าใช้จ่ายอย่างอื่น | 1 | 7 | 2 | 5 | 15 | 8.47 |
| มีความจำเป็นต้องใช้ในบางครั้ง | 3 | 24 | 65 | 31 | 23 | 69.49 |
| เพื่อให้มีเหมือนคนอื่น | 1 | 7 | 0 | 0 | 8 | 4.52 |
| อื่นๆ | 0 | 1 | 2 | 3 | 6 | 3.39 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.14 เหตุผลที่ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็น จากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด
177 ตัวอย่าง เหตุผลที่ผู้กรอกแบบสอบถามตอบมากที่สุด คือมีความจำเป็นต้องใช้ในบางครั้ง
จำนวน 123 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 69.49 รองลงมาเพื่ออำนวยความสะดวก จำนวน 25 ตัวอย่าง คิด
เป็นร้อยละ 14.12 เหตุผลไม่มีภาระค่าใช้จ่ายอย่างอื่น จำนวน 15 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 8.47
เหตุผลเพื่อให้เหมือนคนอื่น จำนวน 8 ตัวอย่าง และเหตุผลอื่นๆอีกจำนวน 6 ตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ
4.52 ร้อยละ 3.39 ตามลำดับ ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่
เปลี่ยนไปใช้สินค้านวัตกรรมหรือแบบใหม่มากที่สุด

| เหตุผลที่เปลี่ยนไปใช้ สินค้านวัตกรรมหรือแบบใหม่ | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|--|------------------|-------------|-------------|-------------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| การโฆษณาสินค้า | 0 | 4 | 10 | 2 | 16 | 9.04 |
| ตามผู้บริโภคนคนอื่น | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| สินค้าที่ใช้อยู่ล้าสมัย | 4 | 3 | 4 | 2 | 13 | 7.34 |
| สภาพเก่าถึงเวลาต้องเปลี่ยน | 2 | 35 | 63 | 39 | 139 | 78.53 |
| อื่นๆ | 0 | 3 | 2 | 4 | 9 | 5.08 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.15 เหตุผลที่เปลี่ยนไปใช้สินค้ารุ่นใหม่หรือแบบใหม่ ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง พบว่าเหตุผลสภาพเก่าถึงเวลาต้องเปลี่ยนมากที่สุด จำนวน 139 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 78.53 รองลงมาคือเหตุผลการโฆษณาสินค้า จำนวน 16 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.04 เหตุผลสินค้าที่ใช้อยู่ล้าสมัย จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.34 และเหตุผลอื่นๆอีก 9 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 5.08 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่มีผลต่อรายได้

| ประเภทสินค้า | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|-------------------------|------------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| สินค้าที่อำนวยความสะดวก | 2 | 7 | 14 | 4 | 27 | 15.25 |
| เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย | 1 | 7 | 5 | 4 | 17 | 9.60 |
| สินค้าอุปโภคบริโภค | 2 | 30 | 60 | 36 | 128 | 72.32 |
| อื่นๆ | 1 | 1 | 0 | 3 | 5 | 2.82 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.16 จากผู้กรอกแบบสอบถาม 177 ตัวอย่าง พบว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค มีผลต่อรายได้มากที่สุด จำนวน 128 คิดเป็นร้อยละ 72.32 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายสินค้าอำนวยความสะดวก จำนวน 27 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 15.25 ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย จำนวน 17 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.60 และค่าใช้จ่ายอื่นๆอีก 5 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 2.82 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือน

| ค่าใช้จ่าย/เดือน | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|-------------------|------------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| ไม่เกิน 3,000 บาท | 1 | 11 | 3 | 5 | 20 | 11.30 |
| 3,000-5,000 บาท | 4 | 23 | 22 | 16 | 65 | 36.72 |
| 5,001-7,000 บาท | 0 | 8 | 23 | 17 | 48 | 27.12 |
| 7,001 ขึ้นไป | 1 | 3 | 31 | 9 | 44 | 24.86 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.17 จากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง ค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม พบว่าค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่มากที่สุด 3,000 -5,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 65 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 27.12 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายต่อเดือน 7,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 44 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.86 และค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท จำนวน 20 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 11.30 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามการบริโภคอาหารนอกบ้าน(ไม่นับงานเลี้ยงตามประเพณี)

| การบริโภคอาหาร นอกบ้าน | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|---------------------------|------------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| ไม่เคยบริโภค | 2 | 8 | 8 | 15 | 33 | 18.64 |
| บริโภค | 4 | 37 | 71 | 32 | 144 | 81.36 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.18 การบริโภคอาหารนอกบ้าน (ไม่นับงานเลี้ยงตามประเพณี) จากตัวอย่างที่กรอกแบบสอบถาม 177 ตัวอย่าง ไม่เคยบริโภคอาหารนอกบ้าน จำนวน 33 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 18.64 บริโภคอาหารนอกบ้าน จำนวน 144 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 81.36 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.19 ถ้ำบริโภค จำนวนที่ครั้งต่อเดือน ค่าอาหารที่บริโภคอาหาร โดยเฉลี่ย

| ช่วงอายุ | จำนวนครั้ง (เฉลี่ย) | ค่าอาหาร (เฉลี่ย) บาท |
|---------------|---------------------|-----------------------|
| ต่ำกว่า 26 ปี | 1 | ไม่เกิน 500 |
| 26-35 ปี | 1-2 | 400-600 |
| 36-45 ปี | 1-4 | 500-1,000 |
| 46-60 ปี | 1-5 | 500-1,000 |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 2.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายต่อการซื้อแต่ละครั้ง

| จำนวนเงิน | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|-------------------|---------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| ไม่เกิน 2,000 บาท | 5 | 37 | 63 | 40 | 145 | 81.92 |
| 2,001-4,000 บาท | 1 | 8 | 16 | 5 | 30 | 16.95 |
| 4,001-6,000 บาท | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0.56 |
| 6,001 ขึ้นไป | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0.56 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.20 ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายต่อการซื้อแต่ละครั้งจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง ในการซื้อแต่ละครั้งพบว่าไม่เกิน 2,000 บาท มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 145 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 81.92 รองลงมา ซื้อแต่ละครั้งจำนวนเงิน 2,001-4,000 บาท จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 16.95 จำนวน 4,001-6,000 บาท และจำนวน 6,000 ขึ้นไป มีนนวนเท่ากัน 1 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 0.56 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตามมีเครื่องประดับทองคำ

| เครื่องประดับทองคำ | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|--------------------|---------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| มี แต่ไม่ใส่ติดตัว | 6 | 27 | 51 | 35 | 119 | 67.23 |
| มี และใส่ติดตัว | 0 | 15 | 21 | 10 | 46 | 25.99 |
| ไม่มี | 0 | 3 | 7 | 2 | 12 | 6.78 |
| | 6 | 45 | 79 | 46 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.21 พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่างมีเครื่องประดับทองคำ แต่ไม่ใส่ติดตัว จำนวน 119 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 67.23 มีและใส่ติดตัว จำนวน 46 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.99 และไม่มีเครื่องประดับทองคำ จำนวน 12 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 6.78 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 2.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม เข้าดูภาพยนตร์ตามสถานที่บันเทิง(ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา)

| เข้าดูภาพยนตร์ | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|----------------|---------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| ไม่เคยเข้าดู | 4 | 21 | 47 | 35 | 107 | 60.45 |
| เคยเข้าดู | 2 | 24 | 32 | 12 | 70 | 39.55 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.22 การเข้าดูภาพยนตร์ตามสถานที่บันเทิง (ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา) จากผู้กรอกแบบสอบถาม 177 ตัวอย่าง พบว่าไม่เคยเข้าดูภาพยนตร์ จำนวน 107 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 60.45 เคยเข้าดู จำนวน 70 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 39.55 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

ในช่วงอายุพบว่าจำนวนตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าดูภาพยนตร์จะมีจำนวนที่มากกว่าเคยเข้าดูภาพยนตร์ ยกเว้นช่วงอายุ 26-35 ปี ที่มีจำนวนตัวอย่างเคยเข้าดูภาพยนตร์มากกว่าไม่เคยเข้าดูภาพยนตร์

ตารางที่ 2.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้กรอกแบบสอบถามจำแนกตาม การใช้โทรศัพท์มือถือ

| การใช้บริการ | ช่วงอายุ | | | | จำนวน | ร้อยละ/ ทั้งหมด |
|--------------|---------------|----------|----------|----------|-------|--------------------|
| | ต่ำกว่า 26 ปี | 26-35 ปี | 36-45 ปี | 46-60 ปี | | |
| ใช้บริการ | 6 | 42 | 79 | 45 | 172 | 97.18 |
| ไม่ใช้บริการ | 0 | 3 | 0 | 2 | 5 | 2.82 |
| | 6 | 45 | 79 | 47 | 177 | 100 |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 2.24 ใช้ค่าบริการต่อเดือนโทรศัพท์มือถือ

| ช่วงอายุ | ค่าบริการ (เฉลี่ย) บาท/เดือน |
|---------------|------------------------------|
| ต่ำกว่า 25 ปี | 300 |
| 26-35 ปี | 300 – 500 |
| 36-45 ปี | 600 - 700 |
| 46-60 ปี | 400 - 600 |

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 2.25 การใช้โทรศัพท์มือถือในกิจกรรม

| ช่วงอายุ | จำนวน | ติดต่อกับเพื่อน | ติดต่อกับบุคคลใน ครอบครัว | ติดต่อธุรกิจ | อื่นๆ |
|---------------|-------|-----------------|------------------------------|--------------|-------|
| ต่ำกว่า 26 ปี | 6 | 1 | 3 | 2 | 0 |
| 26-35 ปี | 45 | 12 | 28 | 5 | 0 |
| 36-45 ปี | 79 | 12 | 49 | 7 | 11 |
| 46-60 ปี | 47 | 9 | 23 | 6 | 9 |
| | 177 | 34 | 103 | 20 | 20 |

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 2.23 พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง มีการใช้บริการ โทรศัพท์มือถือ จำนวน 172 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 97.18 ไม่ใช้บริการ จำนวน 5 ตัวอย่าง คิดเป็น ร้อยละ 2.82 ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด

จากข้อมูลค่าบริการต่อเดือน ตารางที่ 2.24 และการใช้โทรศัพท์มือถือในกิจกรรมต่างๆ พบว่า ค่าบริการรายเดือนของผู้ที่ใช้บริการต่อเดือนมากที่สุด คือช่วงอายุ 36-45 ปี ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ย 600-700 บาท รองลงมาคือช่วงอายุ 46-60 ปี ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ย 300-500 บาท ช่วงอายุ 26-35 ปี ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ย 300-500 บาท และช่วงอายุ 26-35 ปี ค่าบริการรายเดือนเฉลี่ย 300 บาท

การใช้โทรศัพท์มือถือในกิจกรรม ตารางที่ 2.25 พบว่าใช้ในการติดต่อกับบุคคล ในครอบครัวมากที่สุด จำนวน 103 ตัวอย่าง รองลงมาติดต่อกับเพื่อน จำนวน 34 ตัวอย่าง ส่วน ติดต่อบุคคลอื่น ๆ จำนวนเท่ากัน 20 ตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง โดยเป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และการบริโภค ซึ่งใช้การประมาณ ค่าจากสมการถดถอยเชิงเดี่ยว (Simple Regression) ผลที่ได้จากการประมวลผลของสมการถดถอย แสดงค่าทางสถิติ ดังนี้

$$C = 407.25 + 0.876 * Y_d \quad \text{-----(1)}$$

(0.3384) (14.7412*)

C = การบริโภคส่วนบุคคล

Y_d = รายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้

ค่าในวงเล็บแสดง t-Statistic และ * คือ มีนัยสำคัญที่ระดับ 95%

R-squared = 0.554

Adjusted R-squared = 0.551

F-test = 217.30

จากการประมวลผลของสมการถดถอยในสมการที่ (1) แสดงให้เห็นสัดส่วนการเปลี่ยนแปลง การบริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ มีค่า MPC = 0.876 กล่าวคือเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย การบริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันจำนวน 0.876 หน่วย หมายความว่า เมื่อค่า การบริโภคที่ไม่ขึ้นกับรายได้ (a) มีค่าคงที่ เมื่อข้าราชการมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาท การบริโภคของ ข้าราชการ จะบริโภคเพิ่มขึ้น 0.876 บาท และเมื่อข้าราชการมีรายได้ลดลง 1 บาท การบริโภคของ ข้าราชการ จะบริโภคลดลง 0.876 บาท ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการบริโภคของตามแนวคิดของ

Maynard Keynes การบริโภคของบุคคลขึ้นอยู่กับรายได้สุทธิของบุคคลนั้น โดยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าตัวกำหนด (R-squared) มีค่าเท่ากับ 0.551 อธิบายได้ว่าตัวแปรตามคือการบริโภค (C) มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระคือรายได้ (Y_d) หรือการเปลี่ยนแปลงในรายได้ สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงในการบริโภคได้ร้อยละ 55.1 ซึ่งความสามารถในการอธิบายค่อนข้างต่ำ เพราะการศึกษาที่ใช้ตัวแปรอิสระเพียงตัวแปร 1 ตัวแปรคือรายได้ จริงแล้วการบริโภคยังขึ้นกับปัจจัยตัวอื่นๆด้วย เช่น ความมั่งคั่ง ราคาสินค้า อายุ ฯลฯ อย่างไรก็ตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาในครั้งนี้ก็เพื่อต้องการทดสอบเชิงประจักษ์ (Empirical Test) ทฤษฎีการบริโภคของ John Maynard Keynes เป็นสำคัญ สำหรับการนำตัวแปรอิสระอื่นๆ เช่น ความมั่งคั่ง ราคาสินค้า เป็นต้น เพิ่มเข้าไปในแบบจำลองเป็นเรื่องที่น่าสนใจมีการศึกษาต่อไปในอนาคตกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีค่าคงที่

นำค่าดังกล่าวมาแทนค่าในสมการ ได้

$$C = 407 + 0.876Y_d$$

ณ. ระดับรายได้ 10,000 บาท แทนค่าในสมการ

$$\begin{aligned} C &= 407 + 0.876(10,000) \\ &= 9,167 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ณ. ระดับรายได้ 20,000 บาท แทนค่าในสมการ

$$\begin{aligned} C &= 407 + 0.876(20,000) \\ &= 17,927 \text{ บาท} \end{aligned}$$

ณ. ระดับรายได้ 40,000 บาท แทนค่าในสมการ

$$\begin{aligned} C &= 407 + 0.876(40,000) \\ &= 35,447 \text{ บาท} \end{aligned}$$

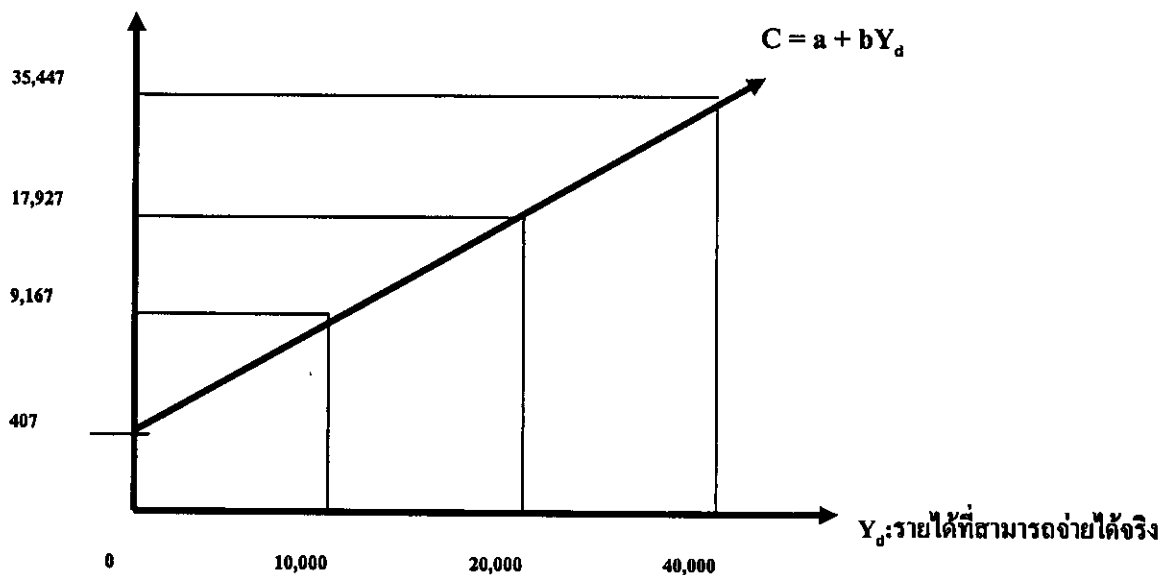
นำผลการคำนวณที่ได้จากสมการมาแสดงในรูปของตาราง

หน่วย : บาท

| | | | | |
|---------|-----|--------|--------|--------|
| Y_d | 0 | 10,000 | 20,000 | 40,000 |
| C | 407 | 9,167 | 17,927 | 35,447 |
| C/Y_d | - | 0.92% | 0.90% | 0.87% |

นำข้อมูลจากตารางมาเขียนกราฟ

C: ค่าใช้จ่ายในการบริโภค



จากตารางจะเห็นว่าสัดส่วนเปลี่ยนแปลงการบริโภคเมื่อเทียบกับระดับรายได้ (C/Y_d) จะมีค่าแปรผกผันกับระดับรายได้ คือเมื่อระดับรายได้เพิ่มสูงขึ้นสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงการบริโภคเมื่อเทียบกับระดับรายได้จะมีค่าลดลง กลุ่มข้าราชการที่มีรายได้น้อย จะมีสัดส่วนการบริโภคต่อรายได้ในสัดส่วนที่สูง เนื่องจากต้องบริโภคสินค้าที่จำเป็นเพื่อความอยู่รอด กลุ่มข้าราชการที่มีรายได้นั้นสามารถบริโภคในระดับที่ตนเองพอใจด้วยค่าใช้จ่ายระดับหนึ่ง พร้อมเงินที่เหลือสำหรับการออมต่อไป

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เกิดขึ้นที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสุ่มประชากรในวัยทำงานในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง โดยเลือกประชากรที่รับราชการเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 177 ตัวอย่างทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่าจากผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมด 177 ตัวอย่าง เป็นเพศชาย ร้อยละ 33.90 เพศหญิง ร้อยละ 66.10 มีอายุที่กรอกแบบสอบถามมากที่สุด 36-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.63 รองลงมา คืออายุ 46-60 ปี ร้อยละ 26.55 อายุ 26-35 ปี ร้อยละ 25.42 และต่ำกว่า 26 ปี ร้อยละ 3.40 ระดับการศึกษาที่มีผู้กรอกแบบสอบถามมากที่สุดคือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมามีระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.43 ระดับเทียบเท่า ปวช. คิดเป็นร้อยละ 10.73 เทียบเท่า ปวส. คิดเป็นร้อยละ 10.17 สถานภาพสมรสมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 75.14 รองลงมาสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 18.08 หย่าร้างคิดเป็นร้อยละ 5.08 และอื่นๆเช่นแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 1.6 จำนวนบุตรที่ผู้กรอกแบบสอบถามมีมากที่สุดคือจำนวน 2 คน รองลงมาคือมีบุตรจำนวน 1 คน และ 3 คน ตามลำดับ ระยะเวลาในการทำงานของผู้กรอกแบบสอบถามจะอยู่ในช่วงอายุการทำงาน 11-20 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.15 รองลงมาคือช่วงอายุการทำงาน 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.73 ช่วงอายุการทำงานต่ำกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.03 และช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.08 สำหรับรายได้ต่อเดือนที่ผู้กรอกแบบสอบถามมีมากที่สุด คือรายได้ในช่วง 10,00-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.33 รองลงมาคือช่วงรายได้ 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.24 ช่วงรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.86 และช่วงรายได้ 40,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.56 ผู้กรอกแบบสอบถามมีรายได้อื่นนอกจากเงินเดือนคิดเป็นร้อยละ 29.38 ไม่มีรายได้อื่นคิดเป็นร้อยละ 70.62 ผู้ที่มีรายได้อื่นที่ต่ำกว่า 10,000 บาท กับสูงกว่า 10,000 บาท จำนวนเท่ากัน การกำหนดประเภทรายจ่ายในแต่ละเดือนพบว่าจำนวนผู้ที่กำหนดประเภทรายจ่ายในแต่ละเดือนคิดเป็นร้อยละ 55.37 และจำนวนผู้ที่ไม่ได้กำหนดประเภทรายจ่ายคิดเป็นร้อยละ 44.63

1.2 พฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มตัวอย่างข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

พฤติกรรมของข้าราชการพบว่าเริ่มมีภาระหนี้ตั้งแต่เริ่มเข้าทำงานจนถึงช่วงปลายของการทำงาน โดยในช่วงเริ่มต้นของการทำงานเป็นช่วงที่ยังไม่มีภาระค่าใช้จ่ายภาระหนี้ยังมีน้อยแต่เมื่อเริ่มช่วงอายุ 26-35 ปี เป็นช่วงที่เริ่มสร้างฐานะในชีวิต ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้นไม่พอกับรายได้จึงเริ่มก่อหนี้ไปจนถึงช่วงกลางของการทำงาน ช่วงอายุ 36-45 ปี เป็นช่วงที่ข้าราชการมีจำนวนภาระหนี้มากที่สุด แต่เมื่อถึงช่วงปลายของการทำงาน ช่วงอายุ 46-60 ปี รายจ่ายเริ่มลดลงเมื่อเทียบกับรายได้และเงินที่เริ่มเก็บสะสมมาจากช่วงกลางของการทำงาน จนสามารถชดใช้หนี้ได้ทำให้ปริมาณหนี้ลดลงในที่สุด

การเป็นสมาชิกบัตรเครดิต โดยรวมแล้วข้าราชการจะเป็นสมาชิกบัตรเครดิตน้อยกว่าไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต ส่วนที่เป็นสมาชิกบัตรพบว่าช่วงกลางของการทำงาน ช่วงอายุ 36-45 ปี กับช่วงปลายของการทำงาน ช่วงอายุ 46-60 ปี เป็นช่วงที่ข้าราชการเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากกว่าในช่วงเริ่มเข้าทำงาน ช่วงอายุ ต่ำกว่า 26 ปี ถึงช่วงอายุ 26-36 ปี เนื่องจากเป็นช่วงที่มีรายได้ยังไม่ถึงเกณฑ์ที่กำหนดของสถาบันการเงินที่เข้ามาให้บริการบัตรเครดิต

เหตุผลที่เป็นสมาชิกบัตรเครดิตหรือไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต ที่เป็นสมาชิกบัตรให้เหตุผลโดยสรุปว่า มีความสะดวกในการซื้อสินค้าหรือมีบัตรไว้ใช้ยามฉุกเฉิน ส่วนเหตุผลที่ไม่เป็นสมาชิกบัตรเครดิต ให้เหตุผลว่า ไม่มีความจำเป็น ไม่อยากมีหนี้สิน หลีกหนีเลี่ยงการฟุ่มเฟือย

เมื่อเป็นสมาชิกบัตรเครดิตแล้วการใช้บัตรในการซื้อสินค้าของข้าราชการก็ไม่ได้ใช้บัตรในการซื้อสินค้าทุกครั้ง โดยส่วนมากจะใช้เงินสดซื้อสินค้า จำนวนครั้งที่ใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าในแต่ละเดือนของข้าราชการ โดยเฉลี่ยใช้บัตรซื้อสินค้า 1 – 3 ครั้ง วงเงินที่ซื้อสินค้าผ่านบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาท

จากการตอบแบบสอบถามพบว่าการก่อหนี้ของข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุงพบว่าทรัพย์สินที่ผ่อนชำระมากที่สุดคือบ้านรองลงมาคือรถยนต์ซึ่งเป็นสินทรัพย์คงทนที่ผู้บริโภคสามารถใช้ประโยชน์ได้ยาวนาน ซึ่งสินทรัพย์คงทนนี้จะมีมูลค่าแปรผกผันกับอัตราดอกเบี้ย กล่าวคือถ้าอัตราดอกเบี้ยในระบบธนาคารลดลง ผลตอบแทนเงินฝากในระบบธนาคารลดลงผู้ข้าราชการจะถอนเงินมาซื้อสินทรัพย์ หรือลงทุนในการกู้เงินถูกลงสำหรับผู้ที่ต้องการกู้เงินมาซื้อสินทรัพย์คงทน การซื้อสินทรัพย์คงทนก็จะเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าอัตราดอกเบี้ยในระบบธนาคารเพิ่มสูงขึ้น ผลตอบแทนรูปของเงินฝากธนาคารเพิ่มขึ้น ในขณะที่ต้นทุนในการกู้ก็จะสูงขึ้นการซื้อสินทรัพย์คงทนก็จะลดลงตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในระบบ

ธนาคารต่ำ ข้าราชการนำเงินฝากธนาคารหรือกู้เงินจากธนาคารมาซื้อสินทรัพย์คงทน เช่นบ้าน รถยนต์ เพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถแสดงอยู่ในรูปสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอัตราดอกเบี้ยกับมูลค่าของทรัพย์สินได้ดังนี้

$$PV = \frac{C}{(1+i)}$$

โดยที่ i คือ อัตราดอกเบี้ยของระบบธนาคาร

c คือ กระแสเงินสดที่ได้รับ

PV คือ มูลค่าปัจจุบันของทรัพย์สิน

ความสัมพันธ์ระหว่างการก่อหนี้กับรายได้และช่วงอายุการทำงานของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุงจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับรายได้และช่วงอายุการทำงาน จากตารางที่ 2.3 จะเห็นว่าในช่วงเริ่มเข้าทำงานของข้าราชการรายได้มีน้อยแต่ก็เพียงพอกับภาระในช่วงนั้น แต่เมื่อข้าราชการเข้าสู่ช่วงกลางของการทำงานจนถึงช่วงปลายของการทำงานรายได้ก็จะสูงขึ้นตามช่วงอายุการทำงานและจะเป็นช่วงที่ซื้อทรัพย์สินเพื่อสร้างฐานะให้กับตัวเองและมีภาระที่ต้องรับผิดชอบต่อครอบครัว แม้รายได้สูงขึ้นก็ไม่เพียงพอกับภาระและค่าใช้จ่าย ข้าราชการจึงต้องประพฤติดนเป็นผู้ก่อหนี้เพื่อเพิ่มการบริโภคให้ได้มาซึ่งทรัพย์สิน โดยคาดว่าในช่วงปลายของการทำงานจะมีรายได้เหลือจนสามารถชำระหนี้สินที่ก่อไว้ และเหลือเก็บสะสมไว้สำหรับช่วงปลายของชีวิต

ประเภทของสินค้าที่ตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกเมื่อเข้าไปในสถานที่ที่มีสินค้าขาย ทุกช่วงอายุ ประเภทสินค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้ออันดับแรก คือสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค เนื่องจากเป็นสินค้าที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันของตัวเองและบุคคลในครอบครัว เครื่องใช้ในบ้าน ในครัว เช่น สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย รองลงมาคือสินค้าประเภทอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า ส่วนการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ พบว่าการโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจการบริโภคของข้าราชการทุกช่วงอายุ มีผลในระดับปานกลาง

สถานที่ขายสินค้าพบว่าสถานที่ขายสินค้าที่ข้าราชการในทุกช่วงอายุนิยมเข้าไปซื้อสินค้า พบว่าซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นสถานที่ที่ผู้คนเข้าไปซื้อสินค้ามากที่สุด

การตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกทั่วไปกับศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ในกรณีที่ ชนิดสินค้า ราคาสินค้า และคุณภาพของสินค้าเหมือนกัน พบว่าตัวอย่างของข้าราชการทุกช่วงอายุส่วนมากจะเลือกที่จะซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกทั่วไปมากกว่าศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยเหตุผลที่เลือกซื้อในร้านค้าปลีกทั่วไปโดยคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง ประหยัดเวลา สนับสนุนธุรกิจของคน

ไทยด้วยกันไม่ให้เสียเปรียบทุนต่างชาติสินค้าบางชนิดมีบริการหลังการขายที่ดีกว่า ส่วนเหตุผลที่ไปเลือกซื้อสินค้าที่ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่เหตุผลคือคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกของสถานที่ เช่นที่จอดรถ มั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัย อากาศเย็นสบาย มีสินค้าให้เลือกซื้อมากมายและหลากหลายในที่เดียวกัน

จากพฤติกรรมดังกล่าวทำให้สามารถแบ่งพฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุงออกได้ 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับต้นทุนในการซื้อสินค้า เช่น ราคาสินค้า การเดินทางไปซื้อสินค้าต้องสะดวกและรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายมีน้อยหรือไม่มี ข้าราชการกลุ่มนี้จึงเลือกที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าตามร้านค้าทั่วไปที่อยู่ตามชุมชนใกล้บ้าน กลุ่มที่ 2 พอใจกับความสะดวกสบายในการซื้อสินค้ามากกว่าที่จะคำนึงถึงต้นทุนในการซื้อสินค้า การตัดสินใจซื้อสินค้าจึงอยู่กับการให้บริการของสถานที่ขายสินค้า ข้าราชการกลุ่มนี้จึงเลือกที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าที่ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่

การตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็นที่จะต้องใช้ในขณะนั้นของข้าราชการโดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าที่ตัดสินใจซื้อสินค้า เนื่องจากสินค้านั้นมีความจำเป็นต้องใช้ในบางครั้ง เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับราคาแพงๆซื้อไว้เพื่อไว้ใส่หรือแต่งตัวเพื่อออกงานสังคมในบางครั้ง การเปลี่ยนไปใช้สินค้านวัตกรรมใหม่หรือแบบใหม่จะเปลี่ยนก็ต่อเมื่อสินค้าที่ใช้อยู่ที่นั่นเก่าถึงเวลาต้องเปลี่ยน การโฆษณาสินค้านั้นมีผลเล็กน้อยต่อการตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้สินค้านวัตกรรมใหม่หรือแบบใหม่

พฤติกรรมในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มพบว่าข้าราชการที่มีช่วงอายุต่ำกว่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มต่อเดือนอยู่ในช่วง 3,000-5,000 บาท เนื่องจากเป็นช่วงเริ่มต้นของการทำงานรายได้ต่อเดือนยังมีน้อย ต่อมาเมื่อช่วงอายุมากขึ้นรายได้ต่อเดือนเพิ่มมากขึ้นข้าราชการก็จะเพิ่มการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น ส่วนการบริโภคอาหารนอกบ้าน (ไม่นับงานเลี้ยงตามประเพณี) พบว่า ช่วงอายุเริ่มต้นการทำงาน รายได้ต่อเดือนน้อยจำนวนครั้งการบริโภค ไม่เกิน 2 ครั้งค่าอาหารเฉลี่ยไม่เกิน 500 บาทต่อครั้ง เมื่อช่วงอายุการทำงานเพิ่มขึ้นแนวโน้มจำนวนครั้งในการบริโภคอาหารนอกบ้านและค่าใช้จ่ายต่อครั้งก็เพิ่มขึ้นตามรายได้ที่เพิ่มขึ้น

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายไม่ได้ขึ้นอยู่กับช่วงอายุหรือรายได้ในแต่ละช่วงอายุ ทุกช่วงอายุค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในแต่ละครั้งไม่เกิน 2,000 บาท เครื่องประดับทองคำทุกช่วงอายุจะมีเครื่องประดับทองคำแต่ส่วนใหญ่จะไม่ใส่ติดตัว การเข้าชมภาพยนตร์ตามสถานที่บันเทิง (ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา) ช่วงอายุยิ่งมากการเข้าดูภาพยนตร์ยิ่งน้อยลง

การใช้บริการโทรศัพท์มือถือโดยรวมมีการใช้โทรศัพท์มือถือเกือบทั้งหมด ช่วงอายุที่ใช้บริการโทรศัพท์ต่อเดือนมากที่สุดคือช่วงอายุ 36-45 ปี ค่าบริการเฉลี่ยต่อเดือน 600-700 บาท การใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อโทรติดต่อกับบุคคลในครอบครัวมากกว่าใช้โทรติดต่อในเรื่องอื่นๆ

ช่วงที่เริ่มเข้าทำงานของข้าราชการ รายได้อยู่ในระดับที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการบริโภค ดังนั้นค่า APC (Average Prodensity Consume) ของข้าราชการที่เริ่มเข้าทำงาน จะมีค่าสูง ต่อมาในช่วงกลางของการทำงานรายได้จะสูงขึ้นตามช่วงอายุของการทำงานรายได้ก็จะเพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภค ดังนั้นค่า APC (Average Prodensity Consume) ของข้าราชการช่วงกลางของการทำงานจะมีค่าต่ำ ในช่วงปลายของการทำงานถึงแม้ว่ารายได้จะเพิ่มสูงขึ้นแต่เมื่อเทียบกับรายจ่ายเพื่อการบริโภคที่สูงขึ้น รายได้ที่เพิ่มขึ้นก็ยังไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค ดังนั้นค่า APC (Average Prodensity Consume) ของข้าราชการช่วงปลายทำงาน จะมีค่าสูง เหมือนกับช่วงที่เริ่มเข้าทำงาน

การวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการพบว่าตัวแปรที่มีผลและมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุงมากที่สุดมีเพียง 2 ตัวแปร ได้แก่ รายได้และสถานภาพทางครอบครัว จากการศึกษาพบว่า ช่วงที่มีรายได้น้อย ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเข้าทำงานสถานภาพทางครอบครัวยังเป็นโสด ภาระค่าใช้จ่ายมีน้อย ดังนั้นการใช้จ่ายจึงมีน้อยตามระดับของรายได้ แต่เมื่อเข้าสู่ช่วงกลางของวัยทำงานระดับรายได้เพิ่มสูงขึ้นในขณะที่เดียวกันภาระค่าใช้จ่ายในช่วงนี้ก็สูงตามไปด้วย เนื่องจากสถานภาพเริ่มมีครอบครัว ความรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภค ตลอดจนไปจนค่าศึกษาของบุตรเพิ่มสูงขึ้น ช่วงปลายของการทำงาน คือช่วงอายุ 46-60 ปี เป็นช่วงที่สร้างฐานะได้แล้วรายจ่ายเริ่มลดลงเมื่อเทียบสัดส่วนกับรายได้ ภาระค่าใช้จ่ายของครอบครัวลดลง การบริโภคของข้าราชการในช่วงนี้อยู่ในระดับที่อิมตัวถึงแม้ว่าระดับรายได้จะสูงขึ้น เงินเก็บสะสมก็มีมากขึ้น

การวิเคราะห์ถึงความโน้มเอียงในการบริโภค (Marginal Propensity Consume : MPC) ของข้าราชการ โดยพิจารณาจากสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงการบริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้ พบว่าคนที่มียาได้น้อยจะมีค่าสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงการบริโภคต่อการเปลี่ยนแปลงรายได้มากกว่าข้าราชการที่มีรายได้สูง จึงพบว่าค่าความโน้มเอียงในการบริโภค (Marginal Propensity Consume : MPC) ของข้าราชการที่มีรายได้น้อยจะมีค่า MPC สูงกว่าค่า MPC ของข้าราชการที่มีรายได้สูง ค่า MPC โดยเฉลี่ยของข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุงมีค่าเท่ากับ 0.876

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุง จากการศึกษาถึงข้อมูลส่วนตัวและปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคของข้าราชการ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านข้อมูลส่วนตัว พบว่าภาระหนี้สินที่ข้าราชการมีภาระที่ต้องรับผิดชอบค่อนข้างมากที่สุดคือบ้านที่อยู่อาศัย และรถยนต์ โดยมีข้อเสนอถึงผู้รับผิดชอบดูแลหรือผู้ที่เกี่ยวข้องต่อสวัสดิการของข้าราชการให้หามาตรการที่จะช่วยเหลือแบ่งเบาภาระอาจจะเป็นมาตรการทางด้านดอกเบี้ย ที่จะช่วยลดภาระดอกเบี้ยจ่ายของข้าราชการลงได้ จะส่งผลให้มีผู้บริโภคมีเงินเหลือเพื่อเพิ่มการใช้จ่ายบริโภคมากขึ้น

สำหรับตัวข้าราชการเองก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคด้วย โดยข้าราชการจะต้องมีพฤติกรรมการบริโภคโดยคำนึงถึงรายได้ของตัวข้าราชการเอง ใช้จ่ายการบริโภคในสิ่งที่จำเป็น ไม่บริโภคเกินตัวเหมาะสมกับสถานะภาพของตัวเอง ทั้งนี้เพื่อให้ค่าใช้จ่ายเกินรายได้ของตัวเองซึ่งจะนำไปสู่การสร้างภาระหนี้สินต้องรับภาระดอกเบี้ยจ่ายในที่สุด

สำหรับผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆนอกเหนือจากข้าราชการ รัฐบาลก็มีมาตรการช่วยเหลืออยู่แล้ว เช่น กลุ่มอาชีพค้าขาย ภาครัฐจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำโดยผ่านสถาบันการเงินของรัฐเช่นธนาคารออมสินเพื่อให้กลุ่มนี้เข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำนำมาหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ ทำให้ปริมาณเงินหมุนเวียนในระบบเพิ่มขึ้น ส่วนกลุ่มอาชีพรับจ้าง ภาครัฐมีการพิจารณาปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำให้เหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจของแต่ละที่เป็นประจำอยู่แล้ว ดังนั้นข้อเสนอแนะมาตรการ อัตราดอกเบี้ยที่รัฐให้ความช่วยเหลือกับข้าราชการก็ไม่ได้สร้างความเลื่อมล้ำให้กับผู้บริโภคกลุ่มอื่น

ด้านประเภทของสินค้าที่ตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรก เมื่อเข้าไปในสถานที่ที่ขายสินค้า ของข้าราชการในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง คือสินค้าอุปโภคบริโภค ในอำเภอเมืองพัทลุงมีสถานที่หรือร้านค้าอุปโภคบริโภคอยู่มากแต่ไม่ให้ความสำคัญกับการให้บริการกับลูกค้ามากนัก ดังนั้นร้านค้าที่ขายสินค้าอุปโภคบริโภคในอำเภอเมืองพัทลุงควรมีมาตรการหรือวิธีการใหม่ๆ ให้กับลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านค้า เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาซื้อเกิดความประทับใจในบริการที่มีให้กับลูกค้า เป็นการรักษาลูกค้าเดิม และเพิ่มลูกค้าใหม่ เช่น เรื่องความสะดวก ความปลอดภัย จัดหาสถานที่จอดรถให้กับลูกค้า ดูแลความปลอดภัยในทรัพย์สินของลูกค้า ปรับปรุงสถานประกอบการให้เป็นระเบียบเรียบร้อยมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย จัดสินค้าเป็นแผนก ง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า ติดตั้งเครื่องปรับอากาศหรือพัดลม ภายในร้านค้าจัดรายการส่งเสริมการขายในบางครั้งหรือในช่วงเทศกาลที่สำคัญ เช่น ช่วงเทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ อันดับรองลงมาคือสินค้าอำนวยความสะดวกประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยเสนอว่าร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าจะต้องปฏิบัติ คือร้านจะต้องมีการรับประกันสินค้าและมีบริการหลังขายที่ดี ร้านค้าจะต้องมีสินค้าให้เลือกซื้อหลากหลาย ราคา

สินค้าไม่เอาเปรียบลูกค้า ควรมีพนักงานแนะนำสินค้า ที่มีความรู้ความชำนาญ และสุดท้ายร้านค้า จะต้องมีความซื่อสัตย์จริงใจต่อลูกค้า นำสินค้าที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานมาขายให้กับลูกค้า

จากการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง เรื่อง การพัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลภาค การคลังของประเทศไทย (ก.ย.2551) พบว่าค่าตัวคูณทางการคลัง (Fiscal Multiplier) ของการใช้จ่าย งบประมาณในลักษณะเงินเดือน ของข้าราชการและบุคลากรของรัฐมีค่าโดยเฉลี่ยเท่ากับ 1.70 ซึ่งถือ ว่าอยู่ในระดับที่สูง จากภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำในปัจจุบันความเชื่อมั่นในการบริโภคของผู้คนมีน้อย ปริมาณเงินที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมีน้อย ถ้ารัฐบาลจะกระตุ้นเศรษฐกิจโดยเพิ่มปริมาณเงิน เข้าไปในระบบเศรษฐกิจ โดยผ่านข้าราชการที่เป็นข้าราชการในรูปของเงินเดือนเงินสวัสดิการต่างๆ เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายของข้าราชการ เป็นการเพิ่มปริมาณเงินเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจ เป็นอีกทางหนึ่งจะ ก่อให้เกิดการหมุนเวียนของปริมาณเงินในระบบเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะข้าราชการที่เริ่มเข้าทำงานยังมี รายได้น้อย การบริโภคเมื่อเทียบกับรายได้ ยังมีสูง เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นการบริโภคก็จะเพิ่มขึ้น มากกว่าข้าราชการที่มีรายได้สูงแล้วการบริโภคอยู่ในระดับที่อิ่มตัว เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้นการบริโภคก็ จะเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่ต่ำกว่าข้าราชการที่มีรายได้น้อย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

WWW.ISMED.OR.TH

สุภาวดี บุญออก เทคนิคการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

WWW.SIAMINFOBIZ.COM

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

WWW.RADOMPON.COM

ศูนย์การเรียนรู้ออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภค

WWW.E-BOOK.EDU

รายวิชา MK 304 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

WWW.FPO.GO.TH

เศรษฐศาสตร์น่ารู้

โครงการวิจัยการพัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลภาคการคลังของประเทศ สำนักงานนโยบาย
เศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง 2551

WWW.LIBRARY.STOU.AC.TH

วราภรณ์ ขลิบทอง การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารบริการส่งถึงบ้านของข้าราชการ ใน
กรุงเทพมหานคร สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2549

WWW.LIBRARY.CMU.AC.TH

ชลธิรา อินเทพ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟสดในร้านกาแฟของผู้บริโภคในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ การค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2546

ศศิวรรณ เดชคุณากร พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของกลุ่มวัยทำงานในอำเภอเมือง
เชียงใหม่ การค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2551

กานต์ชนติ วงศ์แคะหล้า พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเย็นนอกบ้านของข้าราชการในอำเภอ
เมือง เชียงใหม่ การค้นคว้าแบบอิสระ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2548

สุภาวดี ประชากุล พฤติกรรมผู้บริโภคน้ำดื่มของครัวเรือนในเทศบาลนครเชียงใหม่
วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2543

สุพัตรา จุฑาวิจิตรธรรม พฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนของผู้บริโภคใน
จังหวัด เชียงใหม่ วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2541

ภาคผนวก
แบบสอบถาม
ผลที่ได้จากการประมวลผลของสมการถดถอย

ภาคผนวก
แบบสอบถาม

เรื่อง พหุติกรรมการบริโภครองข้าราชการ: กรณีศึกษาข้าราชการในอำเภอเมืองพัทลุง

เอกสารฉบับนี้เป็นเอกสารประกอบการวิจัยจัดทำโดยนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพหุติกรรมการบริโภครองข้าราชการ ในอำเภอเมืองพัทลุง

จึงขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลและความเห็นตามแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยขอยืนยันว่าการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้ในการวิจัยศึกษาทางวิชาการเท่านั้น ดังนั้นเพื่อความสมบูรณ์ของการวิจัยจึงขอความกรุณาให้ท่านให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และตามความรู้สึกร่วมใจของตัวท่านเอง

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับข้าราชการ ในอำเภอเมืองพัทลุง

1. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค
 - ตอนที่ 2 พหุติกรรมการบริโภครองข้าราชการ

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นายนิพัทธ์ เพชรสุวรรณ
นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เขียนเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมคำในช่องว่าง
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

1. เพศ

 ชาย หญิง

2. อายุ

 ต่ำกว่า 25 ปี 26 – 35 ปี 36 – 45 ปี 46 – 60 ปี

3. วุฒิกการศึกษาสูงสุด

 เทียบเท่า ปวช. เทียบเท่า ปวส. ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพการสมรส

 โสด สมรส หย่าร้าง อื่นๆ.....

5. จำนวนบุตร (กรณีสมรส)

 ไม่มี 1 คน 2 คน 3 คน อื่นๆ.....

6. ระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่เริ่มเข้าทำงาน จนถึงวันตอบแบบสอบถาม

 ต่ำกว่า 10 ปี 11 – 20 ปี 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี

7. สถานที่ทำงานของท่านเป็นหน่วยงานของ

 ราชการ เอกชน อื่นๆ.....

8. รายได้ต่อเดือนของท่าน

 ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 40,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป

9. รายได้นอกจากเงินเดือนประจำของท่าน มีหรือไม่*

 ไม่มี มีถ้ามี ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน สูงกว่า 10,000 บาท/เดือน

10. รายได้ต่อเดือนของท่าน ท่านมีการกำหนดเป็นประเภทรายจ่ายในแต่ละเดือนหรือไม่

 ไม่กำหนด กำหนด

ถ้ากำหนดมีอะไรบ้าง

1.....

2.....

3.....

4.....

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้บริโภค

1. ร้อยละของรายจ่ายเมื่อเทียบกับรายได้

 50 40 30 20 อื่นๆ.....

2. รายได้ที่เหลือตามข้อ 1 ท่านเอาไปทำอะไร

 ออมทั้งหมด (ฝากธนาคาร) ออมและให้พ่อแม่ ไปลงทุนหน่วยลงทุน ให้กู้ยืมนอกระบบ

3. ท่านมีภาระหนี้สินที่ต้องผ่อนชำระหรือไม่

 ไม่มี มีภาระ

สินค้ำที่ผ่อนชำระ.....

4. ท่านเป็นสมาชิกบัตรเครดิตหรือไม่

 เป็นสมาชิก ไม่เป็นสมาชิก

เหตุผล ที่เป็นสมาชิก.....

เหตุผล ที่ไม่เป็นสมาชิก.....

5. ถ้าเป็นสมาชิกบัตรเครดิต ท่านใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าทุกครั้งหรือไม่ที่ซื้อสินค้า

 ทุกครั้งที่ซื้อ ไม่ทุกครั้งที่ซื้อ

ถ้าไม่ทุกครั้ง จำนวนครั้งที่ใช้บัตรเครดิตซื้อสินค้าใน 1 เดือน จำนวน

กี่ครั้ง (ตัวอย่าง 5-10 ครั้งต่อ เดือน)

วงเงินที่จ่ายผ่านบัตรเครดิตในการซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อเดือน

6. ประเภทสินค้าที่ท่านจะตัดสินใจที่จะซื้อเป็นอันดับแรกเมื่อไปในที่ที่มีสินค้าขาย

- สินค้าประเภทอำนวยความสะดวก เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย
 สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องประดับร่างกาย

7. บอกชนิดสินค้าที่ท่านจะตัดสินใจซื้อ ตาม ข้อ 6 และเหตุผล

.....
 เหตุผล.....

8. การโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของท่านอย่างไร

- มากที่สุด มาก
 ปานกลาง น้อย
 ไม่มีผล

9. สถานที่หรือร้านค้าที่ท่านเข้าไปซื้อสินค้าบ่อยครั้งมากที่สุด

- ตลาดนัด ร้านขายสินค้าทั่วไป
 ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต
 ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่ อื่นๆ.....

10. เหตุผลที่ทำให้ท่านเลือกที่จะไปซื้อสินค้าในสถานที่ ตามข้อ 9

- สะดวกสบาย มีสินค้าให้เลือกซื้อ
 สินค้าราคาถูก สะดวกในการเดินทาง
 เป็นที่นิยมของผู้คนและทันสมัย อื่นๆ.....

11. เหตุผลที่ท่านซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็นต่อท่านมากนัก

- เพื่อความสะดวกสบาย ภาระค่าใช้จ่ายอย่างอื่นน้อย
 มีความจำเป็นต้องใช้ในบางครั้ง เพื่อให้เหมือนคนอื่น
 อื่นๆ.....

12. เหตุผลข้อไหนที่มีผลให้ท่านเปลี่ยนไปใช้สินค้าแบบใหม่ รุ่นใหม่ มากที่สุด

- การโฆษณาสินค้าแบบใหม่ ตามผู้บริโภคคนอื่น
 ท่านคิดว่าสินค้าที่ใช้อยู่ล้าสมัย มีสภาพเก่าถึงเวลาต้องเปลี่ยน
 อื่นๆ.....

13. ท่านคิดว่า ณ. ตอนนี้อะไรที่มีผลต่อรายได้ของท่านมากที่สุด

- ซื้อสินค้าที่อำนวยความสะดวก เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย
 สินค้าอุปโภคบริโภค อื่นๆ.....

14. ค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มของท่านหรือครอบครัวของท่านต่อเดือน
- ไม่เกิน 3,000 บาท 3,000 – 5,000 บาท
- 5,001 – 7,000 บาท 7,001 บาท ขึ้นไป
15. ท่านเคยบริโภคอาหารนอกบ้านหรือไม่ (ไม่นับงานเลี้ยงตามประเพณีนิยม)
- ไม่เคยบริโภค บริโภค
- ถ้าบริโภค จำนวนกี่ครั้งต่อเดือน (โดยประมาณ)
- ค่าอาหารต่อครั้งจำนวน(โดยประมาณ).....
16. ค่าใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ค่าใช้จ่ายต่อการซื้อแต่ละครั้งต่อเดือน
- ไม่เกิน 2,000 บาท 2,001 – 4,000 บาท
- 4,001 – 6,000 บาท 6,001 บาท ขึ้นไป
17. ที่ตัวท่านมีเครื่องประดับทองคำหรือไม่
- มีแต่ไม่ใส่ติดตัว
- มี ราคาตามน้ำหนัก.....
18. ท่านเคยเข้าชมภูหนังตามสถานที่บันเทิงหรือไม่ (ในช่วง 1 ปี ที่ผ่านมา)
- ไม่เคยเข้าดู เคยเข้าดู
19. นอกจากใช้บริการโทรศัพท์บ้าน ท่านใช้บริการโทรศัพท์มือถือหรือไม่
- ใช้บริการ ไม่ใช้บริการ
- ถ้าใช้ค่าบริการต่อเดือน.....
20. ท่านใช้โทรศัพท์มือถือในกิจกรรมใดมากที่สุด
- ติดต่อกับเพื่อน ติดต่อกับบุคคลในครอบครัว
- ติดต่อยุรกิจ อื่นๆ.....
21. ถ้าสินค้าที่ท่านต้องการมีขายทั้งในร้านค้าปลีก และขายในศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่
ราคาและคุณภาพเหมือนกันท่านจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นที่ไหน
- ร้านค้าปลีกทั่วไป
- เหตุผล.....
- ศูนย์ค้าปลีกขนาดใหญ่
- เหตุผล.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

ผลที่ได้จากการประมวลผลของสมการถดถอย

Dependent Variable: CO

Method: Least Squares

Date: 08/14/10 Time: 11:55

Sample: 1 177

Included observations: 177

| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
|--------------------|-------------|-----------------------|-------------|----------|
| Y | 0.876538 | 0.059462 | 14.74123 | 0.0000 |
| C | 407.2577 | 1203.456 | 0.338407 | 0.7355 |
| R-squared | 0.553917 | Mean dependent var | | 17195.20 |
| Adjusted R-squared | 0.551368 | S.D. dependent var | | 7727.218 |
| S.E. of regression | 5175.690 | Akaike info criterion | | 19.95257 |
| Sum squared resid | 4.69E+09 | Schwarz criterion | | 19.98846 |
| Log likelihood | -1763.802 | F-statistic | | 217.3038 |
| Durbin-Watson stat | 1.968692 | Prob(F-statistic) | | 0.000000 |

=====

LS C Y C

Estimation Equation:

=====

$$C = C(1)*Y + C(2)$$

Substituted Coefficients:

=====

$$C = 0.876538462*Y + 407.2577058$$

ประวัติผู้ศึกษา

| | |
|-----------------|--|
| ชื่อ | นายนิพัทธ์ เพชรสุวรรณ |
| วัน เดือน ปี | วันที่ 25 เดือน มีนาคม พ.ศ.2510 |
| สถานที่เกิด | อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง |
| ประวัติการศึกษา | ปริญญาตรีเศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2532 |
| สถานที่ทำงาน | สำนักงานสรรพากรพื้นที่พัทลุง จังหวัดพัทลุง |
| ตำแหน่ง | นักวิชาการภาษีชำนาญการ |