

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของ
Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ภาวินี คำสีแก้ว

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ปี การศึกษา 2562

| | |
|-----------------|---|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของ Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร |
| ผู้เขียน | นางสาวภาวิณี คำสีแก้ว |
| ชื่อปริญญา | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) |
| ปีการศึกษา | 2562 |

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยตัวอย่างขนาด 400 คน และมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่าใช้จ่ายของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร และระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y รวมไปถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่าย โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.78 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ให้ข้อมูลกลุ่ม Generation X ทั้งหมด 145 คน Generation Y 222 คน และกลุ่ม Babyboom 32 คน โดยในภาพรวมสามารถแบ่งเป็นเพศชาย 25.9 % และเพศหญิง 74.1% มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดถึง 82.8 % และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ใน Generation Y มากที่สุดจึงทำให้อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็น 45.0 % และ 38.3 % ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท ต่อเดือน

โดยผู้ให้ข้อมูลจะมีสถานะโสด เกือบทั้งหมด คิดเป็น 92.3 % ที่อยู่ในกลุ่ม Generation X และ Generation Y ซึ่งมีค่าใช้จ่ายโดยแบ่งเป็นลักษณะค่าใช้จ่าย ทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านความต้องการพื้นฐาน คือ ประเภทอุปโภคและบริโภค ด้านสังคมนิยมแฟชั่น ด้านกิจกรรมนันทนาการ ที่จะประกอบไปด้วย การท่องเที่ยว กิจกรรมสังสรรค์รื่นเริง ด้าน การศึกษา และด้านสุขภาพ โดย กลุ่ม Generation X ทั้งและ Generation Y มีค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ที่อยู่ในระดับที่มาก และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายจาก ปัจจัยทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านสังคม และ ด้านจิตวิทยา และมีค่าใช้จ่ายที่พบว่า มากกว่า 50 % เป็น การใช้จ่ายไปกับ อาหารสำหรับบริโภค รองลงมาเป็นของใช้เบ็ดเตล็ด 25 % ท่องเที่ยว 25 % การบำรุงสุขภาพและผิวพรรณและการศึกษาน้อยที่สุด และประเภทสินค้าที่มีการใช้จ่าย มากที่สุดคือ เสื้อผ้า มีการสั่งซื้อมากที่สุด เฉลี่ย 50 % รองลงมา เป็น เครื่องประดับ และ เครื่องสำอาง ถัดมาเป็น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และรองเท้า น้อยที่สุด

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมทั่วไปประกอบด้วยคนหลากหลายอายุ คน แต่ละกลุ่มอายุหรือแต่ละรุ่นมักมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ความแตกต่างของคนแต่ละกลุ่มอายุนั้นไม่ได้เกิดจากวัยที่แตกต่างกันเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นความแตกต่างที่เกิด จาก “รุ่น” หรือ “เจเนอเรชัน” ที่ต่างกัน กล่าวคือ คนที่เกิด ในยุคที่ต่างกันจะเติบโตมาในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้คนที่เกิดและเติบโต มาต่างยุคต่างสมัยมีลักษณะนิสัยที่แตกต่างกันไป

ลักษณะการใช้จ่ายของเจนวายมีความแตกต่างจากเจนเอกซ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร ที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในกลุ่มเจนวาย และเจนเอกซ์ใช้จ่ายด้านอาหารที่ร้อยละ 46 และ 40 ของ ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในขณะที่เจนวายสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านอาหารสูงถึงร้อยละ 77 ซึ่งสาเหตุที่ค่าใช้จ่ายด้านอาหารเพิ่มขึ้นสูง เช่นนี้ คาดว่าด้วยพฤติกรรมกรบริโภคที่เปลี่ยนไป วิถีชีวิตสมัยใหม่ทำให้การปรุงอาหารเองน้อยลง ในขณะที่มีการรับประทาน อาหารนอกบ้านหรือการซื้ออาหารสำเร็จมากขึ้น ค่าใช้จ่ายด้านอาหารจึงสูงตามไปด้วย นอกจากนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า คนในชนบทเริ่มมีค่าใช้จ่ายการรับประทานอาหารนอกบ้านและซื้ออาหารสำเร็จสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว แสดงให้เห็นถึง ความแตกต่างระหว่างผู้ที่อาศัยในเขตเมืองกับผู้ที่ย้ายในเขตชนบทที่ลดน้อยลง

จากที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาและสำรวจปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรใช้จ่ายของคน 2 กลุ่ม คือ Generation X และ Generation Y ที่มีสถานโสด ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงมองเห็นว่าการศึกษารองปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกรใช้จ่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จะทำให้ทราบว่าปัจจุบันประชาชนในกรุงเทพมหานครมีลักษณะค่าใช้จ่ายเป็นอย่างไร และปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้องต่อค่าใช้จ่ายของประชาชน

ต่อมาเป็นค่าเครื่องดื่ม อาหารว่างระหว่างวัน (ชานม กาแฟ ชา เค้ก) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงถึง 3.94 และตามด้วยค่าเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม รองเท้า เครื่องใช้สอยเบ็ดเตล็ด และ ค่ายานพาหนะ(ค่าผ่อนรถ ค่าโดยสาร ค่าน้ำมัน ค่าซ่อมแซมและบำรุง) ที่อยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยจากการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายด้านความต้องการพื้นฐาน อยู่ในระดับความคิดเห็นที่ มาก และเป็นค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างจำเป็นต่อการใช้ชีวิต

ด้านการใช้จ่ายด้านสังคมนิยม แฟชั่น โดยส่วนมากรู้สึกเห็นด้วย ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.77 เกี่ยวกับค่าเครื่องสำอาง ครีมบำรุงและอาหารเสริม (วิตามิน ยาลดน้ำหนัก) และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ 3.86 และ 3.85 ที่ใช้จ่ายเกี่ยวกับ ค่าสินค้าแฟชั่น (เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า) ค่าเครื่องประดับ (นาฬิกา สร้อย แหวน แวนดา), ค่าอาหาร ฟาสต์ฟู้ด (พิซซ่า เบอเกอร์ ไก่ทอด KFC) และ ค่าใช้บริการมือถือการสื่อสาร ค่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ค่าอินเทอร์เน็ตรายเดือน โดยทั้งหมด มีระดับความคิดเห็นที่ มาก ถือว่าเป็นระดับที่มีการใช้จ่ายค่อนข้างมาก

ด้านกิจกรรมนันทนาการ ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70-3.88 ซึ่งจากการข้อมูลส่วนใหญ่ นั้น ในกลุ่ม Generation Y นั้นใช้เงินไปกับค่าใช้จ่ายในด้านนันทนาการ นันทนาการ มากกว่ากลุ่ม Generation X

ทางด้านการศึกษาจะเป็นกลุ่ม Generation Y ที่มีการศึกษาต่อมากกว่า กลุ่ม Generation X เพราะยังเป็นกลุ่มวัยที่ยังให้คามสนใจในเรื่องการศึกษา โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ มาก โดยเฉลี่ยที่ 3.77 ขึ้นไป

การใช้จ่ายด้านสุขภาพ โดยส่วนมากรู้สึกเห็นด้วยกับค่ารักษาพยาบาล (ทั้งผู้ป่วยนอกและผู้ป่วยใน) ค่าตรวจสุขภาพรายปี ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.65 โดยค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับกีฬาและการออกกำลังกาย (คอร์สฟิตเนส หรือค่าอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ) และ ค่าสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และเงินสมทบ ประกันสังคม อยู่ในระดับความคิดเห็น ที่ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 3.85 และ 3.87 รวมไปถึง ค่าเบี้ยประกันภัย ประกันทรัพย์สินและประกันชีวิต (สำหรับตัวเองหรือคนในครอบครัว) ที่มีระดับความคิดเห็นอยู่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้คือ

1. เพื่อศึกษาค่าใช้จ่ายของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ รายได้ และค่าใช้จ่าย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้คือ

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เป็นหญิงและชายโสดในเขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 25-50 ปี ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร
2. กลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้เป็นหญิงและชายโสดในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายในการแจกแบบสอบถาม เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชบัญชา, 2549, หน้า 174)

3. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระได้แก่

- เพศ , อายุ , อาชีพ , การศึกษา , สถานภาพ , รายได้และค่าใช้จ่าย

- ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ พฤติกรรมของผู้บริโภค กับปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางจิตวิทยา

ตัวแปรตาม คือ ลักษณะของค่าใช้จ่าย

1. การใช้จ่ายด้านความต้องการพื้นฐาน
 2. การใช้จ่ายด้านสังคมนิยม แฟชั่น
 3. การใช้จ่ายด้านกิจกรรมนันทนาการ
 4. การใช้จ่ายด้านการศึกษา
 5. การใช้จ่ายด้านสุขภาพ
4. สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ เขตบางกะปิ เขตมีนบุรี เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตประเวศ เขตละ 100 ชุด
5. ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ ตุลาคม 2562 ถึง พฤศจิกายน 2562

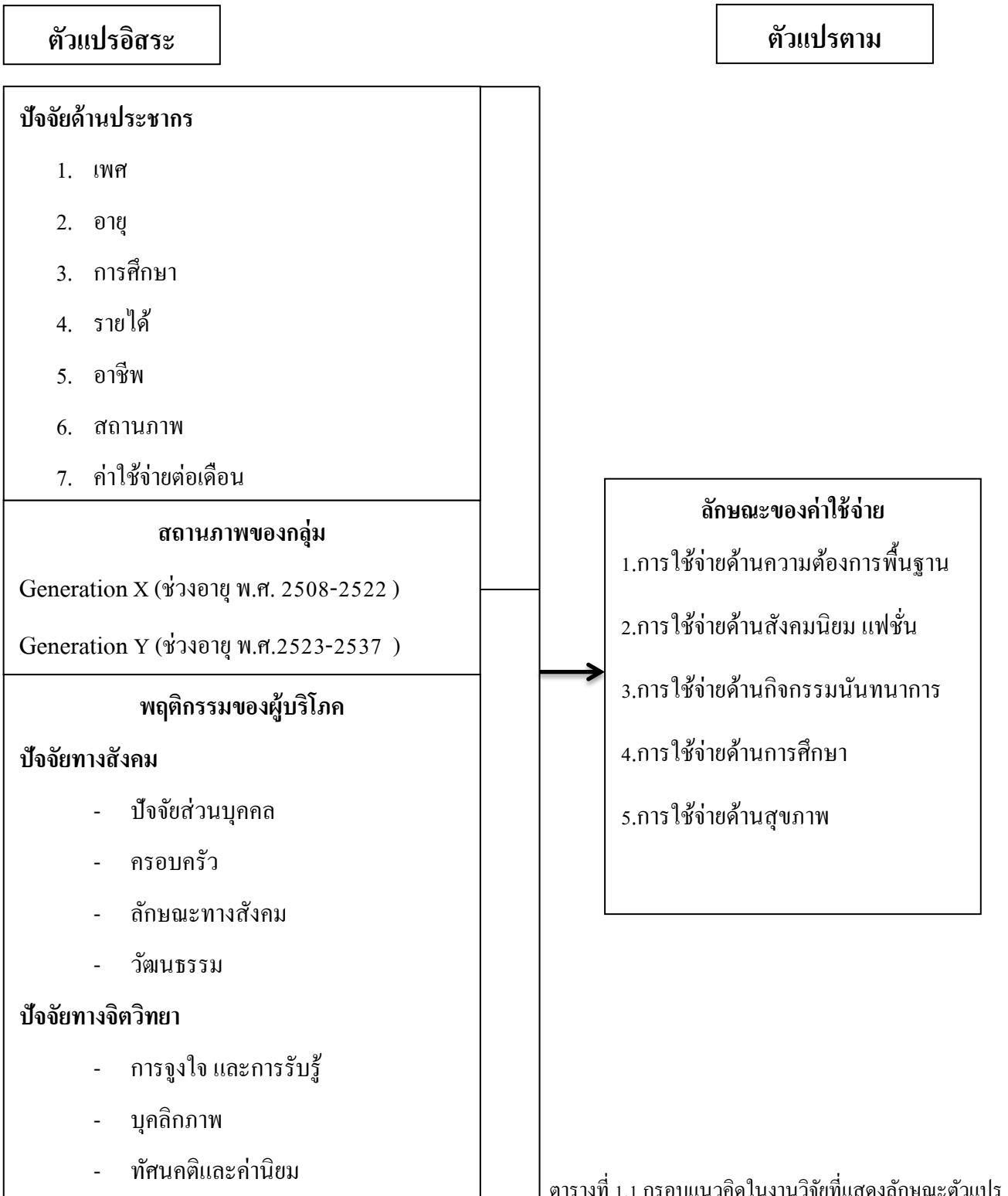
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษามีประโยชน์ต่อฝ่ายที่เกี่ยวข้องดังนี้ คือ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อพฤติกรรมการใช้จ่าย โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ รายได้ และค่าใช้จ่าย
3. ทำให้ทราบปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยของสถานะโสดที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยศึกษาวิเคราะห์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้อง ผลจากการศึกษา สรุปได้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะค่าใช้จ่ายของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ระดับความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพรายได้ และค่าใช้จ่าย
3. ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของกลุ่ม Generation X และ Generation Y ที่มีสถานะโสด ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความโสด

ความหมายของคำว่า “โสด” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานพุทธศักราช 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน. 2525: 852) หมายถึง เดี่ยว โดด ไม่มีคู่ ยังไม่มีสามีหรือภรรยา เช่น ชายโสด หญิงโสด แต่จากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและรูปแบบการแต่งงาน ความหมายของคำว่าโสด จึงหมายถึง ผู้ที่ยังไม่แต่งงาน รวมถึงผู้ที่เป็นหม้าย หย่า หรือ แยกกันอยู่

2. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม Generation X และ Y

เจนเนอเรชั่น (Generation) คือกลุ่มผู้คนที่มีความประสบการณ์ร่วมกันและจดจำเหตุการณ์สำคัญๆร่วมกัน ในช่วงชีวิตของกลุ่มคน รุ่นราวคราวเดียวกันซึ่งประสบการณ์และความจำเหล่านี้ ทำให้คนกลุ่มนี้มีความเชื่อ ค่านิยมและความคิดความคาดหวังคล้ายๆกัน Patota, Schwarz and Schwarz (2007อ้างถึงในรัฐจุฑา นกจันทร์, 2554)

3. แนวและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะ

สนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994) Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย

การแบ่งประเภทของค่าใช้จ่าย สำนักงานสถิติแห่งชาติ(2555ก:21) ได้แบ่งประเภทของค่าใช้จ่ายออกเป็น 2 ประเภท คือค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค และค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค

สรุปและ อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของตัวอย่าง

จากผลการวิจัยในบทที่ 4 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 400 ชุด ใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าสถิติพื้นฐานได้แก่ ความถี่ และร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและหา ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากการสอบถามข้อมูลทั่วไป สามารถสรุปได้ว่า มีกลุ่ม Generation X ทั้งหมด 145 คน Generation Y 222 คน และกลุ่ม Babyboom 32 คน โดยในภาพรวมสามารถแบ่งเป็นเพศชาย 25.9 % และเพศหญิง 74.1% มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดถึง 82.8 % และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ใน Generation Y มากที่สุดจึงทำให้อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็น 45.0 % และ 38.3 % ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท ต่อเดือน

2. ผลการศึกษาค่าใช้จ่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ในการศึกษาปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวกับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศโดยใช้ t-test และ F- test ในด้านความต้องการพื้นฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนมากรู้สึกเห็นด้วยกับการใช้จ่ายเงินทางด้านความต้องการพื้นฐานที่จะประกอบไปด้วยการใช้จ่ายในด้านบริโภคและอุปโภคในแต่ละวัน ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 รองลงมาคือค่าสินเชื่่อื่นๆ (บัตรเครดิต บัตรอีออน และบัตรกดเงินสด) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 และ

ที่ ระดับ มาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93 นับว่า กลุ่ม Generation X และ Generation Y โดยส่วนใหญ่แล้วนั้น มีค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับที่ มาก โดยเฉลี่ยที่ 3.50-4.00 ขึ้นไป

3. ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมผู้บริโภคของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

3.1 ปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยทางสังคมมีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ในด้านของปัจจัยทางสังคม พบว่า ด้านปัจจัยส่วนบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากรองลงมาคือ ด้านครอบครัวระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือ ลักษณะทางสังคมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ในประเด็นย่อยของปัจจัยทางสังคม พบว่า ในประเด็นสินค้าหรือบริการที่เลือกซื้อเป็นไปตามความชื่นชอบของตนเองเป็นหลัก ได้รับค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านจะดูความจำเป็นของสมาชิกในครอบครัวก่อนการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และน้อยที่สุดคือ ท่านซื้อสินค้าหรือบริการตามคำบอกเล่าหรือเพื่อนร่วมงาน

3.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา

ปัจจัยทางจิตวิทยามีระดับ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ในรายด้านปัจจัยทางจิตวิทยา พบว่า ด้านบุคลิกภาพและทัศนคติกับค่านิยม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้และแรงจูงใจ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ในประเด็นย่อยในปัจจัยทางจิตวิทยา พบว่า ซื้อสินค้าหรือบริการเมื่ออยากได้ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การเลือกสินค้าหรือบริการของท่านเป็นไปตามบุคลิกภาพและตามสภาพแวดล้อม

4. ผลศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่าย

ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อลักษณะค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค

1.1) ปัจจัยส่วนบุคคลในปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

1.1.1) เพศมีผลกระทบต่อลักษณะค่าใช้จ่ายในด้านความต้องการพื้นฐานค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล

1.1.2) กลุ่มช่วงอายุมีผลกระทบต่อลักษณะค่าใช้จ่ายในด้านความต้องการพื้นฐานที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและค่าใช้จ่ายภายในบ้าน รวมไปถึงด้านกิจกรรมนันทนาการและการศึกษา

1.1.3) สถานภาพโสดมีผลกระทบต่อลักษณะค่าใช้จ่ายในด้านความต้องการพื้นฐาน ด้านสังคมนิยมแฟชั่น ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านการศึกษา ด้านสุขภาพ และด้านท่องเที่ยว

1.1.4) ระดับการศึกษามีผลกระทบต่อลักษณะค่าใช้จ่ายใน ด้านค่าใช้จ่ายพื้นฐานและกิจกรรมนันทนาการ

1.1.5) อาชีพมีผลกระทบต่อลักษณะค่าใช้จ่ายในด้านความต้องการพื้นฐานที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม รองเท้าและค่าใช้จ่ายภายในบ้าน รวมไปถึงด้านกิจกรรมนันทนาการและการศึกษา

1.1.6) รายได้มีผลกระทบต่อลักษณะค่าใช้จ่ายในด้านความต้องการพื้นฐานที่ประกอบไปด้วย อาหารและเครื่องดื่มและอาหารว่างรวมถึง เครื่องนุ่งห่มรองเท้าและค่าใช้จ่ายภายในบ้าน ด้านสังคมนิยมแฟชั่น ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านการศึกษา ด้านสุขภาพ และด้านท่องเที่ยว

1.1.7) ค่าใช้จ่ายมีผลกระทบต่อลักษณะค่าใช้จ่ายในด้านความต้องการพื้นฐานที่ประกอบไปด้วย อาหารและเครื่องดื่มและอาหารว่างรวมถึง เครื่องนุ่งห่มรองเท้าและค่าใช้จ่ายภายในบ้าน รองลงมาเป็นการใช้จ่ายในการอื่นๆ เช่น ด้านสังคมนิยมแฟชั่น ด้านกิจกรรมนันทนาการ ด้านการศึกษา ด้านสุขภาพ และด้านท่องเที่ยว

1.2. ปัจจัยทางสังคม

- 1) ปัจจัยทางสังคมบุคคลไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายใด ๆ
- 2) ครอบครัวมีผลกระทบต่อลักษณะค่าใช้จ่ายในด้านค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล
- 3) ลักษณะทางสังคมมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในด้านสังคมนิยมแฟชั่น และด้านค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับอุปโภคบริโภค
- 4) ด้านวัฒนธรรมมีผลกระทบต่อพฤติกรรมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับลักษณะค่าใช้จ่ายในด้านความต้องการพื้นฐานในประเภท อาหารการกินและเครื่องดื่ม

1.3 ปัจจัยทางจิตวิทยา

- 1) ด้านการรับรู้และแรงจูงใจ มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในด้านสังคมนิยมแฟชั่นและด้านกิจกรรมนันทนาการและด้านการศึกษา
- 2) ด้านบุคลิกภาพมีผลต่อค่าใช้จ่ายในต่อค่าใช้จ่ายในด้านสังคมนิยมแฟชั่นและด้านกิจกรรมนันทนาการและด้านการศึกษา
- 3) ทศนคติและค่านิยมมีผลต่อค่าใช้จ่ายในด้านกิจกรรมนันทนาการและด้านค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับอุปโภคบริโภค

5. การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด มีกลุ่ม Generation X ทั้งหมด 145 คน Generation Y 222 คน และกลุ่ม Babyboom 32 คน โดยในภาพรวมสามารถแบ่งเป็นเพศชาย 25.9 % และเพศหญิง 74.1% มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดถึง 82.8 % และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ใน Generation Y มากที่สุดจึงทำให้อาชีพส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานทั่วไป และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็น 45.0 % และ 38.3 % ตามลำดับ และมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท ต่อเดือน

โดยส่วนใหญ่จะมีสถานโสด ที่อยู่ในกลุ่ม กลุ่ม Generation X และ Generation ซึ่ง มีค่าใช้จ่ายโดยแบ่งเป็นลักษณะค่าใช้จ่าย ทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านความต้องการพื้นฐาน คือ ประเภทอุปโภคและบริโภค ด้านสังคมนิยมแฟชั่น ด้านกิจกรรมนันทนาการ ที่จะประกอบไปด้วย การท่องเที่ยว กิจกรรมสังสรรค์รื่นเริง ด้าน การศึกษา และด้านสุขภาพ โดย กลุ่ม

Generation X ทั้งและ Generation Y มีค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ที่อยู่ในระดับที่มาก และมีพฤติกรรมค่าใช้จ่ายจาก ปัจจัยทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านสังคม และ ด้านจิตวิทยา จากการศึกษาพบว่า มากกว่า 50 % เป็น การใช้จ่ายไปกับ อาหารสำหรับบริโภค รองลงมาเป็นของใช้ เบ็ดเตล็ด 25 % ท่องเที่ยว 25 % การบำรุงสุขภาพและผิวพรรณและการศึกษาน้อยที่สุด และประเภทสินค้าที่มีการใช้จ่าย มากที่สุดคือ เสื้อผ้า มีการสั่งซื้อมากที่สุด เฉลี่ย 50 % รองลงมาเป็น เครื่องประดับ และ เครื่องสำอาง ถัดมาเป็น อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และ รองเท้า น้อยที่สุด