

**พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังผลกระทบ COVID-19 (โควิด-19)
ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช**

**Household Spending and Consumption Behavior after COVID-19 Crisis among
Consumers in Mueang Nakhon Si Thammarat District, Nakhon Si Thammarat.**

รัชฎ มุสิก๊ะ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาผลกระทบจากสภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ต่อการใช้จ่ายในครัวเรือนในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังสภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช (3) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อมาตรการช่วยเหลือของภาครัฐในสภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการวิจัยพบว่า จากแบบสอบถามภาวะวิกฤตโควิด-19 (โควิด-19) ส่งผลกระทบต่อรายได้ของครัวเรือนมากที่สุด ทำให้เกิดการคำนึงถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ ในครัวเรือนและมีการวางแผนการใช้จ่ายในครัวเรือนมากกว่าก่อนเกิดภาวะวิกฤตโควิด-19 (โควิด-19) มีความต้องการให้ภาครัฐออกมาตรการช่วยเหลือเพิ่มเติมเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า สมมติฐานที่ 1 ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นจำนวนสมาชิกในครอบครัว สมมติฐานที่ 2 ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน หลังสภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น เพศ และ จำนวนสมาชิกในครอบครัว สมมติฐานที่ 3 ยอมรับสมมติฐาน ผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : COVID-19 (โควิด-19), ผลกระทบ, พฤติกรรมของผู้บริโภค, มาตรการช่วยเหลือ

¹รัชฎ มุสิก๊ะ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

This study has objectives to (1) study the effect of COVID-19 on the household spending in Mueang Nakhon Si Thammarat District, Nakhon Si Thammarat, (2) study customer behavior in household spending after COVID-19 in Mueang Nakhon Si Thammarat District, Nakhon Si Thammarat, and (3) survey opinions of customers toward the government support during COVID-19 in Mueang Nakhon Si Thammarat District, Nakhon Si Thammarat.

From the study, the questionnaires, COVID-19 most affects the household income so they spend more carefully and have plans for spending compare to before COVID-19. They want the government to launch additional measures to support the household expense. From the hypothesis testing, hypothesis 1 which is demographic factors are affected by COVID-19 is accepted. Also, hypothesis 2 which is demographic factors are customer behavior in household spending with the statistical level of 0.05, hypothesis 3 is accepted which is COVID-19 affects customer behavior in household spending with the statistical level of 0.05.

Keywords: COVID-19, Effect, Customer Behavior, Support Measure

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 (โควิด-19) ทำให้ผู้คนเกิดความวิตกกังวลไปทั่วโลก เนื่องจากเป็นโรคระบาดที่แพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว มีการประกาศใช้มาตรการปิดเมืองหรือปิดประเทศ (Lock Down) และประกาศเคอร์ฟิวเพื่อควบคุมการเคลื่อนย้ายของผู้คน ยกเว้นปัญหาเป็นประเด็นของสำคัญของประเทศเพื่อรับมือ การเป็นอยู่อย่างจำกัดในทุกด้าน ประชาชนกักตัวอยู่บ้าน กักตุนสินค้าหลีกเลี่ยงการออกไปในที่ชุมชน ทำงานจากที่บ้าน ประชาชนใส่หน้ากากออกจากบ้าน พกเจลล้างมือหรือผลิตภัณฑ์ป้องกันการติดเชื้อและความปลอดภัย ดูแลสุขอนามัยของเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโรค ประชาชนเองก็ต้องเผชิญกับภาวะวิกฤต โคนเล็กจาง ขาดรายได้ แต่รายจ่ายและหนี้สินยังคงมีอยู่ทุกวัน ส่งผลทำให้ครัวเรือนจำนวนมากมีปัญหา กำลังซื้อของครัวเรือนที่เปราะบางมากขึ้น รายได้ครัวเรือนที่มี

ความไม่แน่นอนสูง ประกอบกับยังคงมีปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ ทั้งการแพร่ระบาดระลอกสอง ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และความเข้มงวดของสถาบันการเงิน รวมถึงสภาพคล่องที่ตึงตัวของธุรกิจ แม้ในช่วงหลังจะมีการผ่อนปรนให้ห้างสรรพสินค้าและร้านอาหารสามารถเปิดดำเนินการได้แต่ยอดขายสินค้ายังไม่ฟื้นตัวชัดเจน ผลจากการกำลังซื้อของครัวเรือนที่ยังคงเปราะบาง จากภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวทำให้ประชาชนยังมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายในทุกๆด้าน ทั้งรายจ่ายจำเป็นและไม่จำเป็น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ฝ่ายนโยบายโครงสร้างเศรษฐกิจ, 2563)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรค COVID-19 (โควิด-19) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังผลกระทบ COVID-19 (โควิด-19) ใน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช” เพื่อทราบถึงการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค ลักษณะหรือความคิดเห็น การตัดสินใจ ปัญหาและข้อจำกัดในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังผลกระทบ COVID-19 (โควิด-19) เพื่อเป็นข้อมูลให้ทางภาครัฐและเอกชนในการออกมาตรการช่วยเหลือและกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทที่เปลี่ยนแปลงต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบจากสภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ต่อการใช้จ่ายในครัวเรือนใน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังสภาวะวิกฤต COVID -19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อมาตรการช่วยเหลือของภาครัฐในสภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุ รายได้เฉลี่ย อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุ รายได้เฉลี่ย อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ที่แตกต่าง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน หลังสภาวะวิกฤต COVID -19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน ที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของงานวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังผลกระทบ COVID-19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ขอบเขตตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปรต้น คือข้อมูลของผู้บริโภค ได้แก่ ข้อมูลประชากรศาสตร์ ตัวแปรตาม คือผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) และพฤติกรรมของผู้บริโภค ขอบเขตประชากร ผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน ในขอบเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และขอบเขตระยะเวลา คือตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2563 – มกราคม 2564

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับครัวเรือน

ค่าใช้จ่ายของครัวเรือน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) รายจ่ายจำเป็น (2) รายจ่ายฉุกเฉิน (3) รายจ่ายไม่จำเป็น และ (4) รายจ่ายภาระหนี้ (กนกวรรณ ทองตะโก, 2558)

การแพร่ระบาดของ COVID-19 (โควิด-19) ส่งผลกระทบอย่างชัดเจนในทุกภาคธุรกิจ กำลังซื้อของครัวเรือนที่เปราะบางมากขึ้น รายได้ครัวเรือนที่มีความไม่แน่นอนสูง ประกอบกับยังคงมีปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ ทั้งการแพร่ระบาดระลอกสอง ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน และความเข้มงวดของสถาบันการเงิน รวมถึงสภาพคล่องที่ตึงตัวของธุรกิจ ผลจากกำลังซื้อของครัวเรือนที่ยังคงเปราะบาง จากภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวทำให้ประชาชนยังมีความระมัดระวังในการใช้จ่ายในทุกๆ ด้าน ทั้งรายจ่ายจำเป็นและไม่จำเป็น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ฝ่ายนโยบายโครงสร้างเศรษฐกิจ, 2563)

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค ถือเป็นหัวใจหลักในการสร้างความแตกต่าง และเพื่อออกแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจ อย่างเช่น การตลาดที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภค เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและกระบวนการการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็น เนื่องจากในปัจจุบันถือว่าผู้บริโภคนั้นถือว่ามีอิทธิพลต่อนักธุรกิจ

เป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้บริหารหรือนักการตลาดจึงต้องศึกษากลุ่มผู้บริโภคให้ละเอียด เพื่อจะทำให้สามารถสร้างกลยุทธ์ ที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ 2538 : 86) ยังหมายถึง พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ ใช้ และประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของผู้ซื้อ ทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล อันจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ปริญ ลักขิตานนท์, 2544)

แนวคิดและทฤษฎีภาวะวิกฤตและการจัดการภาวะวิกฤต

การเกิดวิกฤตเกิดได้จากหลายสาเหตุ โดยในแต่ละเหตุการณ์ของการเกิดวิกฤตจะเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วน และมีการรับมือการจัดการภาวะวิกฤตที่แตกต่างกันไปตามบริบททางสังคม สิ่งแวดล้อม ยุคสมัย และเทคโนโลยี มักถูกกำหนดด้วยพฤติกรรมของคนในสังคมนั้นๆ นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิต ในทุกครั้งที่เกิดการเกิดวิกฤตจะมีเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นทางสังคม การระบาดของโรค COVID-19 ที่มีการกระจายในเกือบทุกจังหวัดของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง นอกจากจะส่งผลกระทบต่อระบบสาธารณสุขของประเทศ ยังส่งผลกระทบต่อไปยังเศรษฐกิจ ในทุกภาคธุรกิจอย่างรุนแรงมาก องค์กรหรือสำนักต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจก็มีการปรับตัวเลข การประมาณการต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ และคาดว่าจะมีการหดตัวลงอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะธุรกิจภาคการบริการ ทำให้ต้องมีการปรับตัวในการดำเนินธุรกิจในทุกขนาดธุรกิจ รวมไปถึง ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชน และคาดว่าหลังภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ทุกภาคธุรกิจยังคงต้องมีการปรับตัวรูปแบบใหม่ เช่น ช่วงที่เกิดภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) เพื่อรองรับรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ของกลุ่มลูกค้า หรือผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ COVID-19 (โควิด-19) ในระยะยาวหรือถาวร เมื่อวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ผ่านไป นำมาซึ่งวิธีการทำงานรูปแบบการใช้ชีวิต รูปแบบธุรกิจ และการลงทุน ที่ปรับเปลี่ยนไป ทำให้ในหลายธุรกิจต้องปรับตัวตามสังคมแวดล้อมที่เปลี่ยนไป (สกนธ์ วรรณวิวัฒนา, 2563)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังผลกระทบ COVID-19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-sectional Study) จากผู้บริโภควิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในครั้งนี้ได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความไม่น่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มผู้บริโภค ในช่วงภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ทำการศึกษ จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ต่อการใช้จ่ายในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามคำถามมีลักษณะปลายปิด ใช้วัดผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ต่อการใช้จ่ายในครัวเรือน ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Like Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายในครัวเรือนในภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามคำถามมีลักษณะปลายปิด ใช้วัดพฤติกรรมการใช้จ่ายในครัวเรือนในภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Like Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามคำถามมีลักษณะปลายปิด ใช้วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือต่างๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Like Scale 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อดูว่ามีความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ทดสอบด้วยวิธีการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ

วัตถุประสงค์ (IOC: Index of item-objective congruence) ได้ผลประเมินว่าสอดคล้องกับเนื้อหา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งออกเป็น ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูล พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังเกิด COVID-19 (โควิด-19) ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าอินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยในครั้งนี้ การรวบรวมแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation, S.D.) สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) ได้แก่ Independent Sample T-test, One – Way ANOVA (F- test) และ Pearson’s Correlation

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.30 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 39.80 อายุระหว่าง 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.00 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 82.30 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.30 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.00 อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 89.00 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 3 – 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80

ผลการวิเคราะห์พบว่าภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ต่อการใช้จ่ายในครัวเรือน โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$)

ผลการวิเคราะห์พบว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายในครัวเรือนในภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$)

ผลการวิเคราะห์พบว่าความคิดเห็นต่อมาตรการต่างๆของภาครัฐต่อการใช้จ่ายในครัวเรือน โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$)

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 สรุปผลได้ว่า ข้อมูลของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นจำนวนสมาชิกในครอบครัว

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 สรุปผลได้ว่า ข้อมูลของผู้บริโภค ได้แก่ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน หลังสภาวะวิกฤต COVID -19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น เพศ และ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 สรุปผลได้ว่า ผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย “พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือนหลังผลกระทบ COVID-19 (โควิด-19) ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช” ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยมาอภิปรายผลกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษาได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุ รายได้เฉลี่ย อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาวิจัยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นจำนวนสมาชิกในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจเรื่อง “เมื่อ โควิด-19 ปิดเมือง: ผลกระทบต่อแรงงานไทยในมิติ supply-side” ได้กล่าวไว้ว่า วิกฤตสถานการณ์ไวรัสโควิด 19 ครั้งนี้ ส่งผลให้รัฐดำเนินมาตรการต่างๆมาจนถึงการประกาศล็อกดาวน์ ซึ่งส่งผลต่อแรงงานไทยบางกลุ่มอย่างเฉียบพลันและยังเพิ่มความเหลื่อมล้ำในเชิงรายได้ แม้แรงงานทุกระดับรายได้จะได้รับผลกระทบ แต่กลุ่มรายได้ต่ำมักจะประกอบอาชีพที่ปรับเปลี่ยนสถานที่ทำงานไม่ได้ และในบางอาชีพถึงแม้จะมีการ

ประกาศล็อกดาวน์แต่ก็ไม่ได้รับผลกระทบใดๆ ทำให้เห็นว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุ รายได้เฉลี่ย อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ที่แตกต่าง ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน หลังภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาวิจัยของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน หลังภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้น เพศ และ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับที่ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจทีเอ็มบี หรือ TMB Analytics (2563) ได้ทำการเก็บข้อมูลและประเมินเกี่ยวกับการใช้จ่ายของผู้บริโภคก่อนและหลังการผ่อนคลายการล็อกดาวน์โดยสรุปได้ดังนี้ แม้สภาพเศรษฐกิจและการจับจ่ายใช้สอยในประเทศปีนี้ จะซบเซาลง แต่ช่องทางธุรกิจยังแผ่อยู่เสมอ โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคและผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z (อายุต่ำกว่า 20 ปี) และ Gen Y (อายุระหว่าง 21-40 ปี) สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการ Work from home เช่น กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ ยังคงเติบโตได้ เนื่องจากผู้บริโภคจะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้นธุรกิจ SMEs นอกจากจะต้องเตรียมพร้อมในการดำเนินธุรกิจให้มีสภาพคล่องที่เพียงพอ ไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าที่ต้องมีมาตรฐานมากขึ้น ด้านการตลาดต้องเข้าใจในพฤติกรรมตลาดที่เปลี่ยนแปลงจากปัจจัยที่เข้ากระทบ ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้เห็นว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 3 ผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน

จากการศึกษาวิจัยของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจในบทความเรื่อง “โควิด-19 เปลี่ยนผู้บริโภคไทยอย่างไร เจาะลึกพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อในช่วงก่อน-ระหว่าง-หลังเกิดวิกฤต” ได้กล่าวไว้ว่า การระบาดของโรคโควิด-19 ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปทั่วโลก ทั้งทางโครงสร้างสังคม สภาพจิตใจของผู้บริโภค รวมไปถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้จ่ายเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ นั่นคือผู้บริโภคส่วนใหญ่จะยังคงหวาดระแวงต่อสถานการณ์ โดยจะไปซื้อสินค้าตามสถานที่ต่างๆ น้อยลง เพราะความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น ประกอบกับรายได้ที่ไม่มั่นคงในช่วงที่ผ่านมา เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่คาดการณ์หรือวางแผนที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมและลดการซื้อสินค้าต่างๆ

ในอนาคต และผู้บริโภคยังเกิดความลังเลในการพิจารณาซื้อสินค้า ทำให้เห็นว่า ผลกระทบจากภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายในครัวเรือน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชเท่านั้น ผลการวิจัยที่ได้อาจจะไม่ครอบคลุมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในจังหวัดอื่นๆ ซึ่งอาจจะนำมาใช้ประโยชน์ต่อพื้นที่อื่น ๆ ได้ไม่มากนัก ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายวงกว้างในการศึกษา ออกไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นในวงกว้าง และสามารถเปรียบเทียบ ความแตกต่างได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในเรื่องเกี่ยวกับการใช้จ่ายในครัวเรือนเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป อาจจะมีการขยายเนื้อหาในการศึกษาวิจัยนอกเหนือจากนี้ เช่น พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้ชีวิตในช่วงภาวะวิกฤต COVID-19 (โควิด-19)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างมาตรการมาเพียงบางส่วน ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถรับรู้ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม ดังนั้นอาจนำวิจัยเล่มนี้ไปต่อยอดในการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเพิ่มเติมได้

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ทองตะโก. (2558). *ครัวเรือน*. สืบค้นเมื่อวัน พฤศจิกายน 1,2563. จาก

<https://www.dailynews.co.th/article/341369>.

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). *สถิติรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน, ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน, หนี้สินเฉลี่ยต่อเดือน*. สืบค้นเมื่อวัน

พฤศจิกายน 20, 2563. จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/home.aspx>.

จิตาพร รุ่งสถาพร. (2563). *พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณฯ และพิษณุโลก*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิพ. (2537). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย ฝ่ายนโยบายโครงสร้างเศรษฐกิจ. (2563). *สรุปภาวะเศรษฐกิจและการเงินภาคใต้ ปี 2563*. สืบค้นเมื่อวัน พฤศจิกายน 15, 2563. จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/RegionalEconomy/Documents/SouthernReport_Annually/Southern_report_Y2020.pdf.

เนื่อแพร เล็กเฟื่องฟูและคณะ. (2563). *เมื่อ โควิด-19 ปิดเมือง: ผลกระทบต่อแรงงานไทยในมิติ supply-side*.

สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 20, 2563. จาก https://www.pier.or.th/?post_type=abridged&p=7535.

ศรุตานนท์ ขอบประดิษฐ์. (2563). *วิกฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงของโลก*

อย่างไร. วารสารชัยภูมิปริทรรศน์, 3(2), 1-14.

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีเอ็มบี. (2563). *จับตาพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคหลังโควิด สินค้าอะไรขาย*

ดี-ผู้บริโภคกลุ่มใดซื้อของเพิ่มขึ้น. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 1, 2563. จาก

<https://www.prachachat.net/finance/news-579113>.

สุดใจ ชาญชาติรัตน์. (2563). *“โลกใบใหม่” หลังโควิด-19. ประชาชาติธุรกิจออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ

กุมภาพันธ์ 20, 2563. จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-435013>.

อากาศพร บุญรอด. (2563). *การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังโควิด-19 ในไทย*. สืบค้นเมื่อ

มีนาคม 1, 2563. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/651514>.

World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) questions and answers*.

Retrieved November 1, 2020. From <https://www.who.int/thailand/emergencies/novel-coronavirus-2019/q-a-on-covid-19>.