

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของชาวเมียนมาที่เข้ามาทำงานใน  
เขตจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาว ชนนรัตน์ จิตรสุนทรวงศ์

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการการเงิน การธนาคาร

อาจารย์ที่ปรึกษา : .....

(ดร. วิจิตร สุพินิจ)

..... / ..... / .....

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนบุคคล ศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาและพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของชาวเมียนมาที่เข้ามาทำงานใน เขตจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ตลอดจนเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและการใช้จ่ายเงินและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยาและพฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ชาวเมียนมาที่เข้ามาทำงานใน เขตจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน แบบเฉพาะเจาะจงหรือตามจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) เครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 20-29 ปีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา มีอาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 9,001-12,000 บาท และอยู่เมืองไทยมาแล้ว 3 ปีขึ้นไป ชาวเมียนมาที่มีความคิดเห็นว่า หากซื้อสินค้าที่เคยใช้ในเมียนมาไม่ได้ก็จะหาสินค้าที่ทดแทนกันได้มากที่สุดและมีความคิดเห็นว่าสินค้าไทยมีคุณภาพคงทนมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่งเงินกลับบ้านเดือนละ 4,000 บาทขึ้นไป ใช้จ่ายเดือนละ 2,000-3,000 บาท

สถานที่ใช้จ่ายมากที่สุด คือ ตลาดสด เลือกสถานที่ใช้จ่ายเงินจากความใกล้บ้านใกล้ที่ทำงานมากที่สุด ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเฉลี่ยแต่ละครั้ง 200 -300 บาทตนเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของชาวเมียนมาที่เข้ามาทำงานใน เขตจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

เพื่อเป็นข้อมูลแก่ทางผู้ประกอบการในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด เพิ่มความหลากหลายสินค้าที่ชาวเมียนมาใช้แต่ผลิตในประเทศไทยมาวางจำหน่ายเพิ่มขึ้น และกำหนดราคาให้รู้สึกราคาคู่แข่งต่อการใช้จ่าย เพื่อดึงเม็ดเงินที่จะออกสู่ต่างประเทศ เข้ามาอยู่ในชุมชนได้มากขึ้น

คำสำคัญ: เมียนมา พฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร

**Abstract**

Research Title : Spending Behavior of Mynmar Workers in Chomthong Bangkok

Researcher : Chananrat Jitsunthornwong

Degree : Master of Business Administration

Major : Financial and Banking Management

Advisor : .....

(Dr. Vijit Supinit)

..... / ..... / .....

This research aims to explore individual factors, psychological factors and spending behaviors of Mynmar workers in Chomthong district, Bangkok. In addition, the research also aims to study the relation between individual factors and spending behavior, and the relation between psychological factors and spending behavior. A sample group used in the research is 400 of the Mynmar working in Chomthong district, Bangkok selected by using purposive sampling. Questionnaires are used to comply data. The statistical method used in data analysis is frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation, and chi square is used to test hypothesis results.

The result of the study showed that most of the Mynmar workers in the study were female, single, aged between 20-29 years old, graduated at primary school level, employees with an income around 9,001-12,000 baht and living in Thailand for 3 years or longer than 3 years. Most of them preferred to use replacement products when they could not buy the things they usually used in Mynmar, and had an attitude that Thai products had high quality. They sent money back to their family in Mynmar more than 4,000 baht per month, preferred to spend the money at fresh market. The place for spending money was the nearby residence or working place.

The average amount in each of their expense was 200-300 baht, and the workers themselves were considered as an influence on spending. For assumption test, it was found that individual factors and psychological factors related to spending behaviors of the Myanmar working in Chomthong, Bangkok.

The data on this research are aimed to be the information for entrepreneurs to plan the marketing strategies, arrange more diversified goods that were produced in Thailand, set the prices that make customers feel worth to pay, decrease the money that would flow out of country, and make it flow in communities.

Keyword: Myanmar, spending behaviors, Chomthong, Bangkok