



พม. Poll

ศูนย์สำรวจความคิดเห็นทางสังคม



โพลแห่งแรกในประเทศไทย

วันจันทร์ที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ.2562

พม. POLL ศูนย์สำรวจความคิดเห็นทางสังคม โดย สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 4 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ Email: tps04@m-society.go.th ร่วมกับศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ E-mail: nida_poll@nida.ac.th จำนวน 7 หน้า รวมหน้านี้

“สังคมไทย ร่วมใจ สร้างจิตสาธารณะ”

เรียน บรรณาธิการบริหาร/บรรณาธิการข่าว/หัวหน้าข่าว/หัวหน้าหน่วยงาน

พม. POLL ศูนย์สำรวจความคิดเห็นทางสังคม สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 4 (สสว.4) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ร่วมกับ ศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เผยผลสำรวจ เรื่อง “สังคมไทย ร่วมใจ สร้างจิตสาธารณะ” ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 14-24 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 จากประชาชนที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป กระจายในเขตพื้นที่รับผิดชอบจังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดเพชรบุรี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) รวมขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 หน่วยตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีลงพื้นที่ภาคสนาม กำหนดค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95.00

จากผลการสำรวจ เมื่อถามถึง “จิตสาธารณะ” ท่านนึกถึงเรื่องใดมากที่สุด พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.25 นึกถึงเรื่อง การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม โดยไม่หวังผลตอบแทน รองลงมา ร้อยละ 18.75 นึกถึงเรื่อง การรู้จักหน้าที่ของตนเอง และมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ร้อยละ 13.75 นึกถึงเรื่อง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม และร้อยละ 2.25 การยกย่องและให้เกียรติผู้อื่น ตามลำดับ

เมื่อถามถึงสิ่งที่เคยทำในการแสดงถึงการเป็น “จิตสาธารณะ” พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.25 ระบุว่า เคยเข้าร่วมกิจกรรม (เช่น ปลูกป่า เก็บขยะ ทำความสะอาด พัฒนาอาคารสถานที่ต่างๆ) รองลงมา ร้อยละ 58.00 ระบุว่า เคยทำในชีวิตประจำวัน (เช่น ลูกให้เด็กและคนชรานั่ง จูงคนชราข้ามถนน เข้าช่วยเหลือผู้ที่ประสบอุบัติเหตุ ให้อาหารสุนัข/แมวจรจัด) และร้อยละ 19.75 ระบุว่า เคยเป็นอาสาสมัคร (เช่น เป็นอาสาสมัคร อาสาสมัครดูแลช่วยเหลือ คนพิการ ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดเตียง) ตามลำดับ

ในส่วนของการรู้สึกหลังทำ “จิตสาธารณะ” พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 78.75 มีความภาคภูมิใจ มีความสุข รู้สึกตัวเองมีคุณค่า รองลงมา ร้อยละ 50.50 รู้สึกได้บุญ ร้อยละ 16.50 ต้องการชักชวนผู้อื่นมาทำด้วย ร้อยละ 14.25 ต้องการทำอีกหรือทำบ่อย ๆ ร้อยละ 9.75 ได้รับการยอมรับ ยกย่องจากสังคม และร้อยละ 0.25 ได้ประสบการณ์เพิ่มขึ้น ตามลำดับ ส่วนการให้คะแนนความสำคัญในการทำ จิตสาธารณะ พบว่า ประชาชนให้ความสำคัญในการทำ

จิตสาธารณะ อยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 7.72 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน)

การเคยเข้าร่วมกิจกรรม “จิตสาธารณะ” พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 97.00 เคยเข้าร่วมกิจกรรมจิตสาธารณะ โดยให้เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม ดังนี้ ร้อยละ 69.85 ให้เหตุผลว่า เป็นกิจกรรมของหน่วยงาน/ชุมชน รองลงมา ร้อยละ 53.35 ให้เหตุผลว่า เป็นความสมัครใจ ร้อยละ 26.29 ให้เหตุผลว่า เป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ร้อยละ 13.40 ให้เหตุผลว่า ครอบครัวให้การสนับสนุน/ส่งเสริม ตามลำดับ ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม มีเพียงร้อยละ 3.00 โดยให้เหตุผล ดังนี้ ร้อยละ 41.67 ให้เหตุผลว่า ไม่มีเวลา รองลงมา ร้อยละ 25.00 ให้เหตุผลว่า ไม่มีเพื่อนไป ร้อยละ 16.67 ให้เหตุผลว่า ไม่มีทุนทรัพย์ กับ ไม่มีกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจหรือทักษะ และร้อยละ 8.33 สุขภาพไม่ดี ตามลำดับ

ส่วนรูปแบบกิจกรรม “จิตสาธารณะ” ที่ประชาชนส่วนใหญ่เข้าร่วมมากที่สุด พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.00 สนใจลงแรงเพื่อร่วมกิจกรรมสาธารณะ รองลงมา ร้อยละ 37.00 สนใจทำกิจกรรมเกี่ยวกับการบริจาคเงิน/สิ่งของ ร้อยละ 8.00 สนใจทำกิจกรรมเกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้/ภูมิปัญญา ตามลำดับ

เมื่อถามถึงกลุ่มเป้าหมายที่ประชาชนต้องการทำกิจกรรม “จิตสาธารณะ” ด้วยมากที่สุด พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 39.00 สนใจทำกิจกรรมในกลุ่มเด็กและเยาวชน รองลงมา ร้อยละ 26.50 สนใจทำกิจกรรมในกลุ่มผู้สูงอายุ ร้อยละ 20.00 สนใจทำกิจกรรมในกลุ่มคนพิการ ร้อยละ 10.75 สนใจทำกิจกรรมในกลุ่มคนไร้ที่พึ่ง/เร่ร่อน/ขอทาน ร้อยละ 2.75 สนใจทำกิจกรรมในกลุ่มสตรี และร้อยละ 1.00 อื่น ๆ เช่น ทุกกลุ่ม ทุกเพศทุกวัย ผู้ด้อยโอกาส ผู้ป่วยยากไร้ ตามลำดับ

ในส่วนของการส่งเสริมให้ประชาชนมี “จิตสาธารณะ” พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.75 ระบุว่า ควรประชาสัมพันธ์/เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจิตสาธารณะผ่านสื่อต่าง ๆ รองลงมา ร้อยละ 58.50 ระบุว่า รมรณรงค์สร้างความตระหนัก ในการปฏิบัติตนให้เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ร้อยละ 48.50 ระบุว่า ปลุกฝังค่านิยม จิตสำนึก ให้มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม ร้อยละ 30.25 ระบุว่า สร้างแรงจูงใจโดยการกล่าวชมเชย ยกย่อง หรือสรรเสริญ ร้อยละ 15.75 ระบุว่า สร้างแรงจูงใจโดยการมอบโล่ หรือใบประกาศเกียรติคุณ ร้อยละ 14.00 ระบุว่า สร้างแรงจูงใจโดยการมอบสิทธิพิเศษหรือสวัสดิการพิเศษ ร้อยละ 12.50 ระบุว่า กำหนดเนื้อหาหลักสูตร จิตสาธารณะ ในการเรียนการสอนภาคบังคับ ร้อยละ 8.25 ระบุว่า กำหนดเป็นนโยบายหรือวาระแห่งชาติ ตามลำดับ

ท้ายที่สุดเมื่อถามถึงหน่วยงาน/องค์กร/สถาบันใด ควรมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจเพื่อปลุกจิตสำนึกสาธารณะ พบว่า ร้อยละ 72.75 ระบุว่า ครอบครัว รองลงมา ร้อยละ 57.25 ระบุว่า สถานศึกษา ร้อยละ 40.75 ระบุว่า หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 37.25 ระบุว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ร้อยละ 28.25 ระบุว่า สถาบันทางศาสนา ร้อยละ 23.25 ระบุว่า หน่วยงานเอกชน (เช่น บริษัท ห้างร้าน) ร้อยละ 20.75 ระบุว่า องค์กรสื่อมวลชน ร้อยละ 18.75 ระบุว่า องค์กรเอกชนไม่แสวงหาผลกำไร(เช่น NGOs มูลนิธิ สมาคม เป็นต้น) และ ร้อยละ 2.00 ทุกภาคส่วน ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาลักษณะข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 50.00 เป็นเพศหญิงและเพศชาย ในสัดส่วนที่เท่ากัน ตัวอย่างร้อยละ 25.00 มีอายุระหว่าง 15-30 ปี มีอายุระหว่าง 31-45 ปี มีอายุระหว่าง 46-60 ปี และมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนที่เท่ากัน ตัวอย่างร้อยละ 97.75 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 1.50 นับถือศาสนาอิสลาม และร้อยละ 0.75 นับถือศาสนาคริสต์ ตัวอย่างร้อยละ 47.75 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 36.25 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 12.25 หม้าย และร้อยละ 3.75 หย่าร้าง

ตัวอย่างร้อยละ 43.75 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 30.00 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 9.50 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ในสัดส่วนที่เท่ากัน ร้อยละ 6.50 จบการศึกษาระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า ร้อยละ 0.50 ไม่ได้รับการศึกษา และ ร้อยละ 0.25 จบการศึกษาระดับปริญญาเอกหรือเทียบเท่า

ตัวอย่างร้อยละ 38.50 รับราชการ/พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ ร้อยละ 11.75 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 11.50 ธุรกิจส่วนตัว(ไม่มีลูกจ้าง) ร้อยละ 10.50 รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน ร้อยละ 7.50 เกษียณอายุ ร้อยละ 6.00 เกษตรกรรม/ประมง ร้อยละ 5.75 เจ้าของธุรกิจส่วนตัว(มีลูกจ้าง) ร้อยละ 3.75 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 2.25ว่างงาน ร้อยละ 2.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน และร้อยละ 0.50 พนักงานรัฐวิสาหกิจตัวอย่างร้อยละ 37.50 มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 16.25 มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 15.25 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 12.50 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 8.25 มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 7.50 มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป และร้อยละ 2.75 ไม่ระบุรายได้

1. เมื่อกล่าวถึง “จิตสาธารณะ” ท่านนึกถึงข้อใดมากที่สุด

สิ่งที่นึกถึง เมื่อกล่าวถึง “จิตสาธารณะ”	ร้อยละ
การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม โดยไม่หวังผลตอบแทน	65.25
การรู้จักหน้าที่ของตนเอง และมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ	18.75
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม	13.75
การยกย่องและให้เกียรติผู้อื่น	2.25
รวมทั้งสิ้น	100.00

2. ท่านเคยทำสิ่งที่แสดงถึงการเป็น “จิตสาธารณะ” อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สิ่งที่เคยทำที่แสดงถึง “จิตสาธารณะ”	ร้อยละ
เข้าร่วมกิจกรรม (เช่น ปลูกป่า เก็บขยะ ทำความสะอาด พัฒนาอาคารสถานที่ต่าง ๆ)	69.25
ทำในชีวิตประจำวัน (เช่น ลูกให้เด็กและคนชรา นั่ง จูงคนชราข้ามถนน เข้าช่วยเหลือผู้ที่ประสบอุบัติเหตุ ให้อาหารสุนัข/แมวจรจัด)	58.00
เป็นอาสาสมัคร (เช่น เป็นอาสาสมัคร อาสาสมัครดูแลช่วยเหลือเด็ก คนพิการ ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดเตียง)	19.75

3. เมื่อท่านได้ทำ “จิตสาธารณะ” แล้ว ท่านรู้สึกอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ความรู้สึกหลังทำ “จิตสาธารณะ”	ร้อยละ
มีความภาคภูมิใจ มีความสุข รู้สึกตัวเองมีคุณค่า	78.75
รู้สึกได้บุญ	50.50
ต้องการชักชวนผู้อื่นมาทำด้วย	16.50
ต้องการทำซ้ำหรือทำบ่อยๆ	14.25
ได้รับการยอมรับ ยกย่องจากสังคม	9.75
อื่น ๆ โปรดระบุ เช่น ได้ประสบการณ์เพิ่มขึ้น	0.25

4. ท่านให้ความสำคัญกับการทำ “จิตสาธารณะ” ในระดับใด

ระดับความสำคัญในการทำ “จิตสาธารณะ”	ร้อยละ
ความสำคัญระดับที่ 1	0.25
ความสำคัญระดับที่ 2	0.25
ความสำคัญระดับที่ 3	0.25
ความสำคัญระดับที่ 4	0.50
ความสำคัญระดับที่ 5	8.50
ความสำคัญระดับที่ 6	11.25
ความสำคัญระดับที่ 7	16.75
ความสำคัญระดับที่ 8	34.25
ความสำคัญระดับที่ 9	13.00
ความสำคัญระดับที่ 10	15.00
รวมทั้งสิ้น	100.00

*โดยมีคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญในการทำ “จิตสาธารณะ” (จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) เท่ากับ 7.72 ซึ่งอยู่ในระดับมาก

**ซึ่งเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ มีดังนี้

1.00 - 2.79 หมายถึง น้อยที่สุด 2.80 - 4.59 หมายถึง น้อย 4.60 - 6.39 หมายถึง ปานกลาง
6.40 - 8.19 หมายถึง มาก 8.20 - 10.00 หมายถึง มากที่สุด

5. ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรม “จิตสาธารณะ” หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

การเข้าร่วมกิจกรรม “จิตสาธารณะ”	ร้อยละ
เคยเข้าร่วมกิจกรรม	97.00
- เป็นกิจกรรมของหน่วยงาน/ชุมชน	ร้อยละ : 69.85
- เป็นความสมัครใจ	ร้อยละ : 53.35
- ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	ร้อยละ : 26.29
- ครอบคลุมให้การสนับสนุน/ส่งเสริม	ร้อยละ : 13.40
ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม	3.00
- ไม่มีเวลา	ร้อยละ : 41.67
- ไม่มีเพื่อนไป	ร้อยละ : 25.00
- ไม่มีทุนทรัพย์	ร้อยละ : 16.67
- ไม่มีกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจหรือทักษะ	ร้อยละ : 16.67
- อื่นๆ โปรดระบุ เช่น สุขภาพไม่ดี	ร้อยละ : 8.33
รวมทั้งสิ้น	100.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เฉพาะเหตุผล

6. กิจกรรม “จิตสาธารณะ” รูปแบบใดที่ท่านสนใจเข้าร่วมมากที่สุด

รูปแบบของกิจกรรม “จิตสาธารณะ” ที่อยากทำมากที่สุด	ร้อยละ
ลงแรงเพื่อร่วมกิจกรรมสาธารณะ	55.00
บริจาคเงินหรือสิ่งของ	37.00
ถ่ายทอดความรู้หรือภูมิปัญญา	8.00
รวมทั้งสิ้น	100.00

7. กลุ่มเป้าหมายใดที่ท่านต้องการทำกิจกรรม “จิตสาธารณะ” ด้วยมากที่สุด

กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการทำกิจกรรม “จิตสาธารณะ” ด้วยมากที่สุด	ร้อยละ
เด็กและเยาวชน	39.00
ผู้สูงอายุ	26.50
คนพิการ	20.00
คนไร้ที่พึ่ง/เร่ร่อน/ขอทาน	10.75
สตรี	2.75
อื่น ๆ โปรดระบุ เช่น ผู้ด้อยโอกาส และ ทุกกลุ่ม ทุกเพศทุกวัย	1.00
รวมทั้งสิ้น	100.00

8. ท่านคิดว่าแนวทางใดเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนมี “จิตสาธารณะ” (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แนวทางในการส่งเสริมให้ประชาชนมี “จิตสาธารณะ”	ร้อยละ
ประชาสัมพันธ์/เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับจิตสาธารณะผ่านสื่อต่าง ๆ	58.75
รณรงค์สร้างความตระหนักในการปฏิบัติตนให้เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ	58.50
ปลูกฝังค่านิยม จิตสำนึก ให้มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวม	48.50
สร้างแรงจูงใจโดยการกล่าวชมเชย ยกย่อง หรือสรรเสริญ	30.25
สร้างแรงจูงใจโดยการมอบโล่ หรือใบประกาศเกียรติคุณ	15.75
สร้างแรงจูงใจโดยการมอบสิทธิพิเศษหรือสวัสดิการพิเศษ	14.00
กำหนดเนื้อหาหลักสูตรจิตสาธารณะ ในการเรียนการสอนภาคบังคับ	12.50
กำหนดเป็นนโยบายหรือวาระแห่งชาติ	8.25

9. ท่านคิดว่าหน่วยงาน/องค์กร/สถาบันใด ควรมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจเพื่อปลูกจิตสำนึกสาธารณะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หน่วยงานใดควรมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดแรงจูงใจเพื่อปลูกจิตสำนึกสาธารณะ	ร้อยละ
ครอบครัว	72.75
สถานศึกษา	57.25
หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ	40.75
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น	37.25
สถาบันทางศาสนา	28.25
หน่วยงานภาคเอกชน (เช่น บริษัท ห้างร้าน)	23.25
องค์กรสื่อมวลชน	20.75
องค์กรเอกชนไม่แสวงหาผลกำไร (เช่น NGOs มูลนิธิ สมาคม เป็นต้น)	18.75
อื่น ๆ โปรดระบุ เช่น ทุกภาคส่วน	2.00

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ร้อยละ
ชาย	50.00
หญิง	50.00
รวมทั้งสิ้น	100.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ร้อยละ
อายุ 15 - 30 ปี	25.00
อายุ 31 - 45 ปี	25.00
อายุ 46 - 60 ปี	25.00
อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	25.00
รวมทั้งสิ้น	100.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามศาสนา

ศาสนา	ร้อยละ
พุทธ	97.75
อิสลาม	1.50
คริสต์	0.75
รวมทั้งสิ้น	100.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	ร้อยละ
สมรส	47.75
โสด	36.25
หม้าย	12.25
หย่าร้าง	3.75
รวมทั้งสิ้น	100.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ร้อยละ
ไม่ได้รับการศึกษา	0.50
ประถมศึกษา	9.50
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	30.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	9.50
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	43.75
ปริญญาโทหรือเทียบเท่า	6.50
ปริญญาเอกหรือเทียบเท่า	0.25
รวมทั้งสิ้น	100.00

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพหลัก	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ	38.50
นักเรียน/นักศึกษา	11.75
ธุรกิจส่วนตัว (ไม่มีลูกจ้าง)	11.50
รับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน	10.50
เกษียณอายุ	7.50
เกษตรกรรวม/ประมง	6.00
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว (มีลูกจ้าง)	5.75
พนักงานบริษัทเอกชน	3.75
ว่างงาน	2.25
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.50
รวมทั้งสิ้น	100.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	12.50
ไม่เกิน 10,000 บาท	15.25
10,001-20,000 บาท	37.50
20,001 – 30,000 บาท	16.25
30,001 – 40,000 บาท	8.25
40,001 บาทขึ้นไป	7.50
ไม่ระบุ	2.75
รวมทั้งสิ้น	100.00