



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่



โดย

นายพงศกร สุริยพงศ์ประไพ

นายศรสิทธิ์ อังสุโกไคย

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์

ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา 761 430 จุลนิพนธ์  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

**A FACTORS THAT AFFECT SAVING BEHAVIOR OF GOVERNMENT  
SAVINGS BANK HEAD OFFICE EMPLOYEES**



By  
**Mr.Pongsakorn Suriyapongprapai**  
**Mr.Sirasit Angsupokai**

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

**A Research Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree  
Bachelor of Business Administration Program in General Business Management**

**Faculty of Management Science**

**SILPAKORN UNIVERSITY**

**2013**

12530082 ,12530126 : สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป

คำสำคัญ: การออม / พนักงาน

พงศกร สุริยพงศ์ประไพ และ ศิริสิทธิ์ อังศุโกไคย: ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่.อาจารย์ที่ปรึกษา:อาจารย์นพดล โทวิชัยกุล.72 หน้า.

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 59.5 มีอายุอยู่ในช่วง31-40 ปีมีสถานภาพสมรสมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือน10,001-20,000 บาท และมีภาระหนี้สิน 50,000-100,000 บาท
2. ปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ในภาพรวม ด้านอิทธิพลครอบครัวที่มีผลต่อการออมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดการเงินส่วนบุคคลที่มีผลต่อการออมอยู่ในระดับปานกลาง
3. ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออม ในด้านสื่อบุคคลมีการเปิดรับข่าวสารการออมบางครั้ง ด้านสื่อมวลชนมีการเปิดรับข่าวสารการออมน้อยครั้ง ด้านสื่อเฉพาะกิจมีการเปิดรับข่าวสารการออมน้อยครั้ง ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีการเปิดรับข่าวสารการออมน้อยครั้ง

ผลงานวิจัยนักระดับปริญญาตรี

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่อนักศึกษา 1.....2.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

12530082 ,12530126:MAJOR : GENERAL BUSINESS MANAGEMENT

KEY WORDS: SAVING / EMPLOYEE

PONGSAKORN SURİYAPONGPRAPAI AND SIRASIT ANGSUPOKAI:  
FACTORS THAT AFFECT SAVING BEHAVIOR OF GOVERNMENT SAVINGS BANK  
HEAD OFFICE EMPLOYEES. RESEARCH ADVISOR: NOPPADOL TOWICHAIKUL,  
M.Sc.72 pp.

#### Abstract

The purpose of this research was to study the factors that affect saving behavior in the Government Savings Bank head office. Employees who were queried by questionnaire which was used for data collection.

The results of research found that

1. The samples mostly female, with 59.5 percent between the ages 31-40 years of marriage status. Bachelor's degree level. Income levels between 10,001 – 20,000 bath and liabilities 50,00–100,000 bath.
2. Family influence factors can affect the saving behavior of employees. Overall, that family influence affects the savings were as a moderate level. Personal finance management affects the savings were as a moderate level.
3. Exposure factor savings information that can affect saving behavior. Media exposure was moderate level. The mass media was low level. Specialized media was low level. Electronic media was low level.

ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

---

Faculty of Management Science

SILPAKORN UNIVERSITY

Academic Year 2013

Students' signatures 1.....2.....

Research Advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากบุคคลหลายท่านทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

ขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดา สำหรับความรัก ความห่วงใย เป็นผู้ให้กำลัง คำแนะนำ ช่วยเหลือและสนับสนุนด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณอาจารย์นพดล โทวิชัยกุล อาจารย์ที่ปรึกษาการทำวิจัยครั้งนี้ ที่ได้เสียสละเวลาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ข้อมูลประกอบการทำวิจัย พร้อมทั้งช่วยเหลือในทุกขั้นตอนการทำวิจัย และข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของการทำวิจัยฉบับนี้ และเป็นกำลังใจตลอดระยะเวลาในการศึกษา

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ทุกท่านในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรที่ได้ประสิทธิวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณทุกความเห็นจากเพื่อนๆ ทุกคนที่ช่วยแนะนำข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาประกอบการทำวิจัย

ผู้ศึกษาขอขอบคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	2
สมมุติฐานการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	4
นิยามศัพท์.....	4
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.....	6
แนวคิดด้านพฤติกรรมกรรมการออม.....	8
แนวคิดและทฤษฎีด้านครอบครัว.....	12
ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	15
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	24
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	24
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	25
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลวิเคราะห์.....	32
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	50
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	50
อภิปรายผลการวิจัย.....	55
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	56
รายการอ้างอิง.....	58
ภาคผนวก.....	62
ประวัติผู้วิจัย.....	71



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	33
2	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	33
3	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ.....	34
4	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	34
5	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	35
6	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาระหนี้สิน.....	36
7	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับอิทธิพลครอบครัว.....	37
8	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการจัดการเงินส่วนบุคคล.....	38
9	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการเปิดรับข่าวสาร.....	39
10	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับพฤติกรรมกรออม ด้านการกระทำ.....	40
11	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมใน ด้านการกระทำจำแนกตามเพศ.....	42
12	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมใน ด้านการกระทำจำแนกตามอายุ.....	42
13	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมใน ด้านการกระทำจำแนกตามระดับการศึกษา.....	43
14	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมใน ด้านกระทำจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	44
15	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมใน ด้านการกระทำจำแนกตามภาระหนี้สิน.....	44
16	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมใน ด้านการกระทำ จำแนกตามอิทธิพลครอบครัว.....	45
17	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมใน ด้านการกระทำ จำแนกตามการจัดการเงินส่วนบุคคล.....	46
18	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมใน ด้านการกระทำ จำแนกตามการเปิดรับสื่อบุคคล.....	47



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจที่ผันผวนและปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกสูงขึ้น ทำให้อำนาจซื้อของประชาชนลดลง ผู้บริโภคระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอยและให้ความสำคัญในเรื่องการใช้จ่ายเงินมากขึ้นจากเดิม ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปในการบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคล และคำนึงถึงการออมเพื่อสำรองใช้ในอนาคตรวมทั้งตามไปด้วย ซึ่งปัญหาการไม่ออมหรือออมไม่พอนี้ นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น เมื่อคนไทยอายุยืนขึ้นอย่างต่อเนื่องและประเทศไทยเข้าสู่ภาวะสังคมชราภาพมากขึ้น โดยในอนาคตประชากรถึงหนึ่งในสามของประเทศจะเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เราต้องกังวลใจ มาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมของไทยที่กำลังเปลี่ยนไป สถาบันหลักที่คอยอุ้มชูผู้สูงอายุเหล่านี้ ทั้งในด้านรายจ่าย อาหาร สุขภาพ ซึ่งก็คือ สถาบันครอบครัว กำลังอ่อนแอลง จากอดีตพ่อแม่มีลูก 3-4 คน ครั้นพ่อแม่มีอายุเข้าสู่ช่วงวัยชรา ลูกๆ ก็มาช่วยกันแบ่งเบาภาระการดูแล แต่ขณะนี้แต่ละครอบครัวมีลูกแค่ 1 คน ภาระก็จะหนักหน่วงขึ้น นอกจากนี้ ค่านิยมสังคมในการเป็นครอบครัวใหญ่ก็เปลี่ยนไปจากเดิมมาก ( กรุงเทพมหานครออนไลน์, 2556 )

ดังนั้นการออมจึงเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากการออมหมายถึงรายได้ที่หักรายจ่ายต่างๆ แล้ว โดยเงินส่วนที่เหลือที่ไม่ได้ถูกใช้ไปจะเรียกว่า เงินออม โดยทั่วไปแล้วการออมมักจะขึ้นอยู่กับรายได้ และอุปนิสัยการใช้จ่ายในแต่ละบุคคล ซึ่งการออมนั้นส่วนใหญ่จะมีเป้าหมายที่แตกต่างกันตามแต่ละบุคคลจะกำหนดจุดประสงค์ไว้ เช่น ออมเพื่อการศึกษาต่อ ออมเพื่อการลงทุนในอนาคต ออมเพื่อใช้ยามชรา หรือปลดเกษียณ ออมเพื่อสร้างความมั่นคงในชีวิต และครอบครัว ออมเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน เป็นต้น ดังนั้นบุคคล จึงควรมีการออมอย่างสม่ำเสมอในชีวิต โดยปัจจัยสำคัญในการออมคือ ผลตอบแทนจากการออม ส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปของดอกเบี้ย หากดอกเบี้ยต่ำ จะทำให้มีแรงจูงใจในการออมน้อยลง แต่ในทางกลับกันการออมประเภทนี้จะมีความเสี่ยงต่ำ มีสภาพคล่องสูง เช่นการฝากเงินกับสถาบันการเงิน เป็นต้น

มูลค่าของเงินในปัจจุบัน โดยผู้ออมมักจะเปรียบเทียบค่าของเงินในปัจจุบัน กับอนาคต ว่ามีอำนาจซื้อที่แตกต่างกันหรือไม่ หากเงิน 1 บาท ในปัจจุบันสามารถซื้อของชนิดเดียวกันในอนาคตได้ จะทำให้มีแนวโน้มในการออมที่เพิ่มขึ้น เพราะอำนาจซื้อไม่เปลี่ยนแปลงในอนาคต รายได้ส่วนบุคคลในปัจจุบัน ผู้ที่มีรายได้ที่แน่นอน มักจะกั้นเงินจำนวนหนึ่งไว้เพื่อเก็บออม ซึ่งหาก

ผู้มีรายได้น้อยมักจะมีเงินส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายน้อยกว่าผู้ที่มีเงินเดือนสูง เพราะฉะนั้นการที่รายได้อ่อนบุคคลในปัจจุบันสูงขึ้น ย่อมทำให้มีแนวโน้มการออมที่สูงขึ้นด้วยความไม่แน่นอนในรายได้ในอนาคต สำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต ย่อมมีการเก็บออมในปัจจุบันที่สูงกว่าบุคคลที่ไม่มีความเสี่ยง เช่น ผู้ที่ทำงานอยู่ในหน่วยงานที่มีการจ่ายบำเหน็จ บำนาญ หลังการปลดเกษียณ หรือมีการเก็บเงินกองทุนเพื่อเป็นเงินชดเชยยามชรา ย่อมทำให้บุคคล เหล่านี้มีแนวโน้มในการเก็บออมในปัจจุบันลดลง อาจมีการนำเงินบางส่วนไปลงทุนเพื่อต่อยอดเงินให้เพิ่มสูงขึ้นได้โดยการ ซื้อพันธบัตร กองทุนรวม สลากออมสิน เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวไป การออมเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการ ออมเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาประเทศทั้งด้านการลงทุน การผลิตของประเทศ และการจ้างงาน ที่สำคัญอีกประการคือ การมีเงินออมของประเทศในอัตราที่สูง จะทำให้การลงทุนในประเทศไม่ต้องพึ่งพาเงินออมจากต่างประเทศ ซึ่งมักจะเป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเมื่อมีวิกฤตการณ์ทางการเงินเกิดขึ้น เช่น ในปี 40 ประเทศจะไม่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวมากนัก หรือสามารถควบคุมได้ อาจพูดได้ว่ามีภูมิคุ้มกันสำหรับประเทศในการป้องกันปัญหาทางการเงิน อย่างเช่นในประเทศสิงคโปร์ ได้เห็น จะมีการออมในระดับสูง เป็นการพึ่งตนเองในการลงทุนในประเทศ จึงทำให้ประเทศมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมั่นคง หรือถ้าจะพึ่งเงินจากต่างประเทศก็จะอยู่ในระดับที่ต่ำ ซึ่งต่างจากประเทศไทยที่เงินลงทุนส่วนใหญ่ มักจะใช้เงินออมจากต่างประเทศ ที่มีความเสี่ยงสูงกว่าเงินออมในประเทศ หากเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงิน เพราะเราไม่สามารถควบคุมปัจจัยภายนอก ได้นั่นเอง ( สยามธุรกิจออนไลน์, 2556: )

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานออมสิน สำนักงานใหญ่ เพื่อนำแนวคิดที่ได้มาช่วยในการวางแผนการออมเงินที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากที่สุด รวมถึงลดภาระทางสังคมจากผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ และเป็นแนวทางให้หน่วยงานรัฐ ในการวางแผนนโยบายส่งเสริมการออมของคนวัยทำงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์

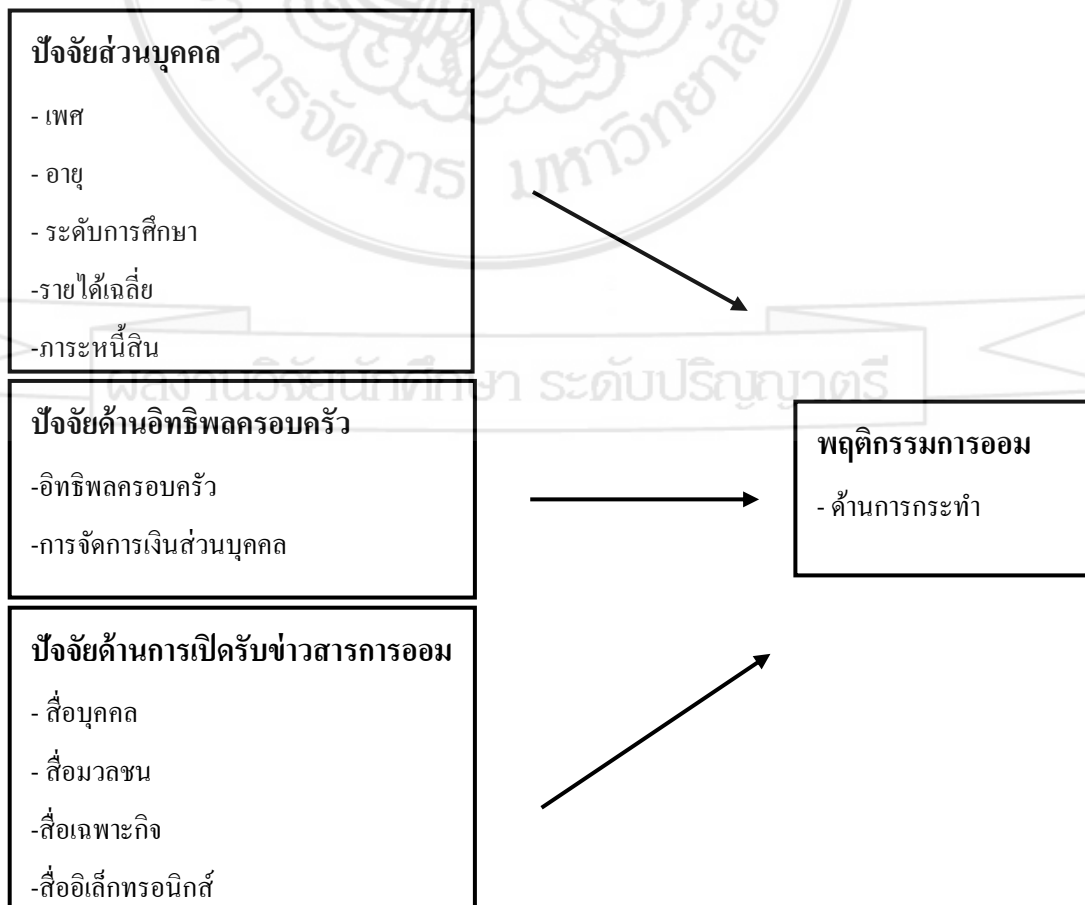
1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุระดับการศึกษารายได้ต่อบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนภาระหนี้สินที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

#### สมมุติฐานการวิจัย

1. เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
2. อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
3. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
5. ภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
6. อิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
7. การจัดการเงินส่วนบุคคล ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
8. การเปิดรับสื่อบุคคลที่ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
9. การเปิดรับสื่อมวลชนที่ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน
10. การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่าง
11. การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่าง

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัว และปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมพนักงานออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยศึกษาเฉพาะผู้ที่อยู่ในวัยทำงานและเป็นพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยสำรวจตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2556 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2556

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ใช้ประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05

### ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ประโยชน์ต่อตัวบุคคลภาคธุรกิจและเอกชน และหน่วยงานรัฐโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการออมระดับบุคคล สำหรับนำไปวางแผนในการบริหารรายได้และจัดสรรเงินออม
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออม เช่น ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ทำให้ทราบปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของบุคคลวัยทำงาน เพื่อที่จะนำมาใช้วางแผนนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด
3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสถาบันการเงินทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการออม เพื่อนำมาใช้วางแผนนโยบายและแผนการกระตุ้นการออมในรูปแบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้าวัยทำงาน
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของรัฐรวมถึงฝ่ายรัฐบาลในการวางแผนนโยบายเพื่อส่งเสริมการออม

### นิยามศัพท์

1. พนักงานธนาคารออมสิน หมายถึง พนักงานที่ทำงานในธนาคารออมสินทุกคน รวมทั้งคนที่เป็นลูกจ้างที่ยังไม่ได้ถูกบรรจุเป็นพนักงาน
2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง เงินเดือนที่ได้ประจำทุกเดือน
3. ภาระหนี้สิน หมายถึง หนี้สินเฉลี่ยต่อเดือนที่ซึ่งการคิดภาระหนี้สินต่อเดือน เนื่องจากเมื่อบุคคลจ่ายภาระหนี้สินต่อเดือนแล้วก็จะจะมีเงินเหลือเพื่อเก็บเป็นส่วนหนึ่งของเงินออม

4. อิทธิพลครอบครัว หมายถึง ความคิดเห็นต่อระดับอิทธิพลของสมาชิกในครอบครัว เป็นแบบอย่างในการออม สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แล้วทำให้บุคคลนั้นมีวิธีการออมหรือรูปแบบการออมที่สอดคล้องกับคนในครอบครัว ซึ่งออกมาในรูปแบบความคิดเห็น ส่วนร่วมในการตัดสินใจ แล้วทำให้บุคคลนั้นมีวิธีการออมหรือรูปแบบการออมที่สอดคล้องกับคนในครอบครัว ซึ่งออกมาในรูปแบบความคิดเห็น

5. การจัดการเงินส่วนบุคคล หมายถึง การบริหารจัดการรายได้ตามลักษณะการได้รับเงินส่งผลต่อการนำเงินรายได้ประเภทนั้นๆ มาใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในปัจจุบัน การบริหารจัดการเงินแบ่งประเภทการจัดการเงินต่อทรัพย์สินสมบัติ และต่อการแบ่งแยกค่าใช้จ่ายในการดำรงชีพออกเป็นหมวดหมู่ที่จะส่งผลต่อการนำเงินไปใช้จ่ายในหมวดต่างๆ

6. การเปิดรับข่าวสารการออม หมายถึง ระดับปริมาณในความรู้ในการเปิดรับข่าวสารการออมจากสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล, สื่อมวลชน, สื่อเฉพาะกิจและอิเล็กทรอนิกส์ แบบวัดการเปิดรับข่าวสารการออมในการวิจัยครั้งนี้(จิตรากร รัตนภรณ์กุล, 2550; สุบัญญัติ ปลั่งกมล, 2552) มาแนวทางการสร้างแบบสอบถาม ใช้มาตราวัดแบบมาตราประเมินรวมค่า (Summated rating scale) ระดับตั้งแต่ “ประจำ” จนถึง “ไม่มีการเปิดรับ” มีค่าคะแนนระหว่าง 5 ถึง 1 ผู้ที่มีคะแนนสูงแสดงว่าเป็นผู้ที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารการออมสูง

7. พฤติกรรมการออม หมายถึง การกระทำของบุคคลที่จะเก็บสะสม และยืดระยะเวลาการใช้รายได้ส่วนที่เกินจากรายจ่ายหรือมีการควบคุมการใช้จ่ายให้ไม่เกินรายได้ของตน โดยนำเงินส่วนนี้ไปลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงิน ที่มีความเสี่ยงต่ำ ได้แก่ บัญชีเงินฝากธนาคาร พันธบัตรรัฐบาล ประกันชีวิต ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาที่มูลค่าของเงินออมและการกระทำด้านการออม

## บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมของบุคคลวัยทำงาน : กรณีศึกษาพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้เสนอตามหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดด้านพฤติกรรมการออม
3. แนวคิดและทฤษฎีด้านครอบครัว
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

#### ความหมาย

พรทิพย์ วรกิจ โทคาทร (2529: 312-315) ได้กล่าวถึงลักษณะผู้รับสารที่วิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป โดยมีความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ลักษณะประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 85-94) กล่าวว่าลักษณะของผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อหรือผู้รับบริการ และบุคคลที่จะมีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งจากแนวความคิดในด้าน การออมนั้นจะเห็นได้ว่าลักษณะส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมดังนี้

**1. เพศ** เป็นตัวแปรที่ส่งผลให้บุคคลมีความแตกต่างกันทางด้านพฤติกรรม โดยผู้หญิง กับผู้ชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันรวมถึงความรู้สึก นึกคิดและทัศนคติ เช่น ผู้หญิงจะมีความอ่อนโยนกว่าผู้ชาย ส่วนผู้ชายจะมีภาวะการณเป็นผู้นำสูงกว่าผู้หญิง ซึ่งนักการตลาดได้นำลักษณะความแตกต่างทางเพศประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์บางประเภท เช่น เครื่องสำอางค์ เป็นต้น

จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการออมที่ผ่านมาในด้านเพศพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายและพบว่าเพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออมแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีปริมาณเงินออมมากกว่าเพศชาย (กันดินันท์ ยืนยง, 2551; แสงสุณีย์ สุรกร, 2551; อภิษฎา จิวพัฒนากุล, 2553)



2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกัน และจะมีอิทธิพลต่อการออมตาม ทฤษฎีการบริโภคตามช่วงอายุขัย คือ ผู้ที่มีอายุในวัยกลางคนจะมีการออมสูงกว่าคนในวัยหนุ่มสาว และวัยสูงอายุ

จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพฤติกรรมการออมที่ผ่านมาในด้านอายุ พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34ปี และพบว่าอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออมที่ แตกต่างกัน มีทิศทางเป็นบวกคือ เมื่ออายุเพิ่มมากขึ้นจะมีการออมมากขึ้น (แสงสุณีย์ สุรรกร, 2551: สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2550)

3. ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่ออาชีพและรายได้ของบุคคลนั้นๆ ด้วย โดยผู้ที่มีการศึกษามากจะมีอาชีพที่ดีและรายได้ที่ดีตามมา และจากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีการศึกษา สูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าและมีราคาสูงกว่าผู้มีการศึกษาน้อย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 57)

มีความเชื่อที่ว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีการออมมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย อาจมีสาเหตุ มาจากผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูง จึงสามารถเหลือเงินสำหรับการออมได้มาก รวมทั้งยังมิ ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของการออมมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อยกว่า (วิไลลักษณ์ ไทย อุตสาหกรรม และวณิชกร อุตตะนันท์, 2531: 33-35)

4. รายได้ต่อเดือน เป็นตัวแปรสำคัญมาก เนื่องจากเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงความสามารถในการ ใช้จ่ายและเก็บออม ส่วนมากถ้าบุคคลมีรายได้มากก็มีแนวโน้มที่จะมีเงินใช้จ่ายและเงินเก็บออม มากด้วย โดยนักการตลาดมักจะนำรายได้มาพิจารณาควบคู่กับตัวแปรอื่นๆ เช่น เมื่อนำรายได้มา รวมกับอายุ ทำให้เกิดเป็นส่วนของตลาดที่เรียกว่าผู้สูงอายุที่มั่งคั่ง (Affluent Elderly) หรือนำรายได้ มาพิจารณาร่วมกับสถานภาพทางสังคม เป็นต้น (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2537:31 )

5. ภาระหนี้สิน จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการออมที่ผ่านมาในด้านภาระ หนี้สินพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีภาระหนี้สินโดยภาระหนี้สินแตกต่างกันมี พฤติกรรมการออมแตกต่างกัน (อภิชญา จิวพัฒนากุล, 2553) และมีงานวิจัยที่พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามมีภาระหนี้สินในรูปของบัตรเครดิตและบัตรเดบิต ซึ่งภาระหนี้สินที่แตกต่างกันนั้นว่า มีผลต่อพฤติกรรมการออมแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของลักษณะประชากรศาสตร์ที่มี ความแตกต่างกันระหว่างบุคคลมาใช้ในการหาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันนั้นว่ามีผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

## 2. แนวคิดด้านพฤติกรรมออม

เนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการและการใช้จ่าย ตามทฤษฎีการใช้จ่ายอุปโภคบริโภค(การออม) จอห์น เมย์นาค เคนส์ การออมมีความสัมพันธ์กับรายได้หลังหักภาษี ถ้ารายได้หลังหักภาษีสูงขึ้น ความสามารถในการออมจะเพิ่มสูงขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม เมื่อรายได้หลังหักภาษีเพิ่มขึ้นสูงแล้ว การออมจะเพิ่มสูงขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระจายของรายได้ อีกด้วย ซึ่งสามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ ระหว่างรายได้ที่ใช้สอยได้จริงกับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคและปริมาณการออมได้ดังนี้ (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2547: 20-24)

การออมเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในทางเศรษฐศาสตร์แบ่งการออมของประเทศออกเป็นการออมภาครัฐและการออมภาคเอกชน โดยที่การออมภาคเอกชนยังแบ่งออกเป็นการออมภาคธุรกิจและการออมภาคครัวเรือน (กรรณิการ์ เอกเผ่าพันธุ์, 2548: 42) การออมของประชาชนทั่วไปจัดเป็นการออมภาคครัวเรือนในทางเศรษฐศาสตร์

ภราดร ปริดาศักดิ์ (2549: 368)ให้ความหมายการออม (Savings) หมายถึง การกักเงินรายได้ส่วนหนึ่งเอาไว้โดยมิได้นำเงินรายได้ส่วนนี้ออกไปใช้จ่ายซื้อสินค้าหรือบริการในช่วงเวลาหนึ่งรายได้ส่วนนี้จึงเรียกว่า การออม (Savings)

วิทยากร เชียงกุล (2543:344) ได้ให้ความหมาย Savings ว่าเป็นเงินที่ออมไว้โดยการฝากสถาบันการเงิน

สำหรับการวิจัยที่เกี่ยวกับการออมหรือพฤติกรรมออมในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการวิจัยที่ใช้องค์ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์ และเป็นการศึกษาวิจัยการออมภาคครัวเรือนหรือการออมของบุคคลก็จะเป็นการศึกษาที่มักให้ความหมายของการออมว่า คือเงินที่เป็นส่วนต่างของรายได้กับรายจ่ายของบุคคลหรือรายได้ที่เหลือจากการใช้จ่าย ดังงานวิจัยต่อไปนี้

เงินออม หมายถึง การออมในสถาบัน ๑ แห่ง คือ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน ธนาคารออมสิน บริษัทประกันภัย สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์การเกษตร บริษัทเครดิตฟรอนซิเออร์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และธนาคารอาคารสงเคราะห์ (อุดม โพธิ์, 2536: 26)

ปรารธนา หลีกภัย ( 2551: 323) ให้ความหมายของการออม หมายถึง การเก็บสะสมเงินทีละเล็กทีละน้อยให้พอกพูนขึ้นเมื่อเวลาผ่านไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสะสมเงินในระยะสั้น เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน โดยมีวิธีสะสม เป็นเงินฝากธนาคารและบริษัทเงินทุน ซึ่งการออมจะมีความเสี่ยงต่ำ มีสภาพคล่องสูง และมีผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ย

สำหรับการวิจัยที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการออมมักให้ความหมายพฤติกรรมการออมว่าเป็นการกระทำที่แสดงถึงความมุ่งหวังของผู้กระทำที่จะมีเงินเก็บสะสม โดยการเก็บรักษาเงินหรือสงวนการใช้จ่ายเงินรายได้ที่ตนได้รับ ดังปรากฏในงานวิจัยต่อไปนี้

ไพโรจน์ เภาวิจิตร ( 2543: 7) ให้ความหมาย พฤติกรรมการออม หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่จะทำการค้น ทำการเลือก และตัดสินใจที่จะมรการออมทรัพย์โดยสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของตนเองได้ และให้ความหมายการออมทรัพย์ หมายถึง เงินส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันที่ต้องการจะเก็บออมไว้ในรูปแบบต่างๆเช่น ฝากไว้กับสถาบันการเงิน ซื้อสินทรัพย์ ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต ซื้อพันธบัตร หรือนำไปลงทุนหลักทรัพย์ต่างๆเพื่อหวังผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ย เงินปันผล ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์ เป็นต้น

**การวัดพฤติกรรมการออม**

การวัดพฤติกรรมการออมในงานวิจัยนี้จะวัดโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยปรับปรุงมาจากแบบสอบถามพฤติกรรมการออม ซึ่งมีผู้นำเสนอไว้หลายท่าน มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบวัดให้เป็นไปตามนิยามปฏิบัติการที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ โดยจะวัดพฤติกรรมการออมเป็น 2 ด้าน ได้แก่ พฤติกรรมการออมด้านมูลค่าและวัดพฤติกรรมการออมด้านการกระทำ

#### **แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการออม**

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการออม(Savings) นั้น นักเศรษฐศาสตร์จะอาศัยแนวความคิดว่าด้วยการบริโภคเข้ามาช่วยในการอธิบาย รายละเอียดทฤษฎีมีดังนี้ (กลุ่มงานคุณภาพการเงิน การออม และการลงทุน: มปป.)

การออมส่วนบุคคล เป็นพื้นฐานของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เพื่อป้องกันรายจ่ายฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการสะสมเงินไว้เพื่อใช้จ่ายในยามที่สมาชิกในครอบครัวประสบปัญหาเกี่ยวกับรายได้ จำเป็นจะต้องใช้เงินอย่างเร่งด่วน หรือการออมเพื่อไว้ใช้จ่ายในช่วงที่มีรายได้ลดลง รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่ายในสภาวะเงินเฟ้อ หรือเมื่อบุคคลนั้นต้องออกจากงานรวมถึงผู้ที่อยู่ในวัยเกษียณแล้ว ถ้ามีเงินออมเก็บแล้วจะไม่ประสบกับปัญหาเดือดร้อนมากนัก ซึ่งการออมจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคลสามารถหารายได้มากกว่ารายจ่ายเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลมีความสามารถในการหารายได้เพิ่มเติม หรือรายได้พิเศษต่างๆในขณะที่รายจ่ายยังเท่าเดิม หรือในกรณีที่สามารถลดรายจ่ายต่างๆที่จำเป็นก็ทำให้ผู้นั้นสามารถออมเงินส่วนที่เหลือได้ โดยจำนวนเงินที่ออมนั้น ไม่มีการกำหนดตายตัวว่าควรมีมูลค่าเท่าไรเพราะรายได้และรายจ่ายของแต่ละบุคคลหรือครอบครัวไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม ความเป็นอยู่รวมถึงนโยบายการวางแผนการเงิน (กันตินันท์ ยืนยง, 2551: 27)

โดยสรุปการออมจึงแบ่งเป็น 3 ส่วน ใหญ่ๆ คือ การออมเพื่อปัจจุบัน เช่นออมเพื่อใช้สำหรับปัจจัย 4 ที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต การออมเพื่ออนาคต เช่น การหาผลตอบแทนทางธุรกิจหรือค่าใช้จ่ายในยามชรา หรือเพื่อเป็นมรดกให้ลูกหลาน และการออมเพื่อกรณีฉุกเฉินต่างๆ (กวิณวุฒิกถัน ไพรฑูรย์, 2546: 8)

ดังนั้นการที่บุคคลตัดสินใจเลือกวิธีในการออม จะต้องคิดว่าการออมในวิธีใดจะให้ผลประโยชน์และทำให้เงินออมเพิ่มค่ามากที่สุด ซึ่งก็มีหลากหลายวิธีการที่จะเลือกทั้งที่มีความเสี่ยงและไม่มีความเสี่ยง โดยแบ่งเป็นการออมในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงมาก เช่น หุ้น หุ้นกู้ หุ้นสามัญ กองทุนทองคำหรือกองทุนน้ำมัน เป็นต้น ด้านสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงน้อย เช่น กองทุนรวมต่างๆ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ส่วนสินทรัพย์ที่ไม่มีความเสี่ยงเลยหรือที่ได้ผลตอบแทนที่แน่นอนโดยมีการรับประกันโดยสถาบันผู้ออก ได้แก่ เงินฝากธนาคาร พันธบัตรรัฐบาล ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

ซึ่งจากที่กล่าวมาแล้วพบว่าบุคคลที่จะฝากหรือลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่มีความเสี่ยงมากที่สุด ดังนี้(ธงชัย บุญพิเชษฐวงศ์, 2550)

1) เงินฝากธนาคาร (Cash in bank or Deposit) หมายถึง บัญชีเงินฝากธนาคารที่กิจการมีอยู่ไม่ว่าจะเป็นบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากการฝากเงินกับธนาคาร ถือว่าเป็นการลงทุนที่มั่นคงมาก ผู้บริโภคสามารถฝากเงินประเภทต่างๆกับธนาคารพาณิชย์หรือธนาคารออมสิน เป็นการใช้จ่ายเงินออมลงทุนที่ได้รับผลตอบแทนแน่นอนและไม่เสี่ยงภัย จำนวนเงินออมจะมียอดสูงขึ้นตลอดเวลาและมีความคุ้มครองโดยรัฐบาลอยู่ 100% ซึ่งระบบคุ้มครองเงินฝากเป็นระบบที่มีการจัดตั้งองค์กร โดยเฉพาะ เพื่อทำหน้าที่จ่ายเงินคืนให้ผู้ฝากตามวงเงินที่กำหนดเมื่อสถาบันการเงินที่อยู่ภายใต้ระบบนี้ปิดกิจการ การฝากเงินธนาคารทำได้หลายประเภท คือ

1.1) ประเภทสะสมทรัพย์ แต่ละธนาคารจะเรียกชื่อบัญชีเงินฝากนี้แตกต่างกัน เช่น สินทรัพย์ สิ้นทวิ ฯลฯ เป็นการฝากเงิน ที่มีกำหนดและจำนวนเงินฝากแต่ละงวดแน่นอนโดยเมื่อครบกำหนดเวลา 5ปี 10ปี 20ปี จึงจะถอนเงินคืนพร้อมทั้งต้น และดอกเบี้ยได้ตามอัตราและยอดเงินเป้าหมายที่กำหนดไว้

1.2) ประเภทออมทรัพย์ ธนาคารออมสินเรียกเงินฝากประเภทนี้ว่า ประเภท เพื่อเรียกสามารถฝากเงินและถอนเงินได้ตามความต้องการ การฝากเงินประเภทนี้จะได้รับดอกเบี้ยในอัตราที่กำหนด

1.3) ประเภทฝากประจำ เป็นการฝากที่กำหนดเวลาฝากและดอกเบี้ยไว้ให้ทราบแน่นอน โดยปกติธนาคารกำหนดไว้ 3 ระยะ คือ

1.3.1) ฝากประจำ 3 เดือน เป็นการฝากที่มีกำหนดระยะเวลา 3 เดือนขึ้นไปจึงจะถอน

คืนได้ และกำหนดวงเงินไว้ครั้งละไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท เงินฝากประเภทนี้มีเฉพาะธนาคารพาณิชย์เท่านั้น

1.3.2) ฝากประจำ 6 เดือน กำหนดเวลาฝากเงินไม่ต่ำกว่า 6 เดือน

1.3.3) ฝากประจำ 12 เดือน สำหรับผู้ที่มีความสามารถในการออมและต้องการได้ประโยชน์จากดอกเบี้ยในอัตราสูง เมื่อฝากครบกำหนด 12 เดือน จึงจะได้รับดอกเบี้ย ซึ่งสถาบันที่รับฝาก ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ธนาคารของรัฐบาล และรัฐวิสาหกิจ

2) พันธบัตรรัฐบาล(Government bond) คือตราสารที่รัฐบาลโดยกระทรวงการคลังเป็นผู้ออก ซึ่งสัญญาว่าจะจ่ายดอกเบี้ยพร้อมเงินต้นให้แก่ผู้ถือ เมื่อครบกำหนดหรือจ่ายดอกเบี้ยเป็นงวดๆแล้วแต่จะตกลงกัน รัฐบาลจะออกพันธบัตรรัฐบาลเพื่อกู้ยืมเงินจากประชาชนและผู้ซื้อพันธบัตรจะมีฐานะเป็นเจ้าของรัฐบาลตามกฎหมาย ถือว่าเป็นการลงทุนออมทรัพย์ที่มั่นคงและให้ผลตอบแทนแน่นอน มีการเสี่ยงภัยน้อยที่สุดทั้งยังไม่ต้องเสียภาษีเงินได้ พันธบัตร มีหลายชนิด ซึ่งกำหนดเวลาไถ่ถอนคืนให้แก่ประชาชนที่ซื้อเพื่อการออมทรัพย์ระยะยาวและจ่ายดอกเบี้ยคืนให้ 6 เดือน ต่อครั้งตลอดอายุของพันธบัตรฉบับนั้นๆ ผู้บริโภคสามารถเรียกเงินคืนได้เมื่อต้องการหรือเมื่อครบกำหนดประเภทของพันธบัตรรัฐบาลไทยที่ออกจำหน่ายกรณีแบ่งตามลักษณะการถือไว้ครอบครองมี 3ชนิด (กระทรวงการคลัง, 2544:Online)

2.1) พันธบัตรชนิดจ่ายเงินให้แก่ผู้ถือ ใครเป็นผู้ถือพันธบัตรหรือบัตรดอกเบี้ยก็จะจ่ายเงินให้แก่ผู้นั้น พันธบัตรชนิดนี้จะมีพันธบัตรดอกเบี้ยเป็นคูปองติดกับตัวพันธบัตรและโอนกรรมสิทธิ์กันได้โดยการส่งมอบ

2.2) พันธบัตรชนิดจดบัญชีเจ้าของกรรมสิทธิ์ไม่มีพันธบัตรไว้ครอบครอง แต่จะฝากไว้กับนายทะเบียนซึ่งออกไปรับให้แก่ผู้ขอจดบัญชีมีการจ่ายดอกเบี้ยตามจดบัญชีแจ้งความจำนงไว้ คือ สั่งจ่ายเป็นเช็คหรือนำเข้าบัญชีเงินฝากที่ธนาคาร การโอนกรรมสิทธิ์ต้องทำหนังสือแจ้งต่อนายทะเบียน

2.3) พันธบัตรชนิดจดทะเบียน เป็นพันธบัตรชนิดจ่ายเงินให้แก่ผู้มีชื่อในพันธบัตรโดยไม่มีบัตรดอกเบี้ยและต้องจดทะเบียนกรรมสิทธิ์ไว้ที่นายทะเบียนการโอนกรรมสิทธิ์ในพันธบัตรจะทำได้โดยการจดทะเบียน และมีการจ่ายดอกเบี้ยตามผู้ซื้อหรือผู้มีชื่อในพันธบัตรแจ้งความจำนงไว้ คือ สั่งจ่ายเป็นเช็คหรือนำเข้าบัญชีเงินฝากที่ธนาคาร อนึ่ง ในปัจจุบันรัฐบาลออกจำหน่ายพันธบัตรชนิดที่ 2 และ 3 เป็นส่วนใหญ่

## ประโยชน์การออมทรัพย์

ในปัจจุบันสังคมไทยมีแนวโน้มของวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง ตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมค่อยๆเปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรม จากที่เคยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ช่วยกันทำงาน มีการแบ่งปันของกินของใช้ มาเป็นการผลิตที่มีเจ้าของกิจการมีนายทุนและมุ่งผลกำไรตอบแทนมากกว่าการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ท่ามกลาง การเปลี่ยนแปลงนี้ในประเทศที่พัฒนาแล้วที่มีระบบสังคมอุตสาหกรรม รัฐบาลมีระบบสวัสดิการหรือการประกันสังคมเพื่อให้ผู้ที่อยู่ในวัยชราได้รับการดูแลจากรัฐ สำหรับสังคมไทยก็มีระบบการบริการขั้นพื้นฐานบางอย่าง เช่น การรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลของรัฐ เป็นต้น อย่างไรก็ตามทุกคนควรเน้นการพึ่งพาตนเองด้วยการเก็บออมเงินไว้ตั้งแต่ในวัยทำงาน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้

### 1. ประโยชน์ทางตรงที่มีต่อผู้บริโภค

1.1 ได้รับความอุ่นใจในเรื่องการเงิน ไม่ต้องกังวลในเรื่องต่างๆ เนื่องจากมีความพร้อมอยู่แล้วหากมีเหตุการณ์เดือดร้อนขึ้นในอนาคต

1.2 สามารถมีเงินซื้อสิ่งของที่มีมูลค่าสูง มีคุณภาพดีมาใช้ได้ตามต้องการ

1.3 ทำให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินชีวิตของตนเองและครอบครัวเป็นการสร้างความสุขให้กับชีวิต

### 2. ประโยชน์ทางอ้อมที่มีต่อส่วนรวม

2.1 ก่อให้เกิดการลงทุนเพิ่มขึ้น เพราะเงินออมที่ผู้บริโภคนำไปฝากกับสถาบันการเงินจะถูกนำไปให้นักลงทุนกู้ต่อเพื่อเอาไปลงทุน ถ้าเงินออมมีมากปริมาณการลงทุนก็เพิ่มขึ้นด้วย

2.2 เมื่อมีการลงทุนเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้ประชาชนมีงานทำมีรายได้เพิ่มขึ้นมาตรฐานการครองชีพ

2.3 เมื่อประชาชนมีการกินดีอยู่ดีแล้ว เศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยส่วนรวมดีขึ้น ทำให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นเพราะมีการซื้อขายแลกเปลี่ยนกันอย่างคล่องตัว

## 3. แนวคิดและทฤษฎีด้านครอบครัว

ครอบครัว เป็นสถาบันแรกเริ่มที่มีความสำคัญที่สุด เพราะเป็นสถาบันพื้นฐานที่มีบทบาทสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับมนุษย์ทุกคนในสังคม เป็นสถานแรกที่ทำหน้าที่ในการหล่อหลอมและขัดเกลาถ่ายทอดค่านิยม ปลูกฝังความเชื่อ ทัศนคติ จึงเปรียบเทียบบเสมือนเป็นจักรกลชิ้นแรกที่ทำหน้าที่ขัดเกลาความเป็นมนุษย์ให้กับบุคคล (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2544)

ครอบครัว (Family) หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไปที่เกี่ยวข้องกันตามสายเลือดหรือจากการแต่งงาน หรือจากการขอมาเลี้ยง โดยพักอาศัยอยู่ด้วยกันหรือแยกกันได้ สมาชิกใน

ครอบครัวจะมีความสัมพันธ์กันในฐานะการเป็น บิดา มารดา บุตร เป็นต้น (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2537: 93)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 226) ได้แบ่งลักษณะครอบครัวออกเป็น 3 แบบ คือ

1. กลุ่มครอบครัวสามีและภรรยา (Married couple) ประกอบด้วย สามีภรรยาซึ่งไม่มีลูก
2. กลุ่มครอบครัวเดี่ยว (Nuclear family) เป็นครอบครัวที่ประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก
3. กลุ่มครอบครัวใหญ่หรือขยาย (Extended family) ประกอบด้วย ปู่ ย่า ตา ยาย พ่อ แม่ ลูก ลุง ป้า น้า อา หลาน เป็นต้น

#### ลักษณะโครงสร้างครอบครัว

ลักษณะโครงสร้างครอบครัว (Characteristic of family) ควรมีลักษณะดังนี้ (Schiffman and Kanuk, 1997: 345)

1. มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน (Common purpose) ไม่ว่าจะเป็สามีหรือภรรยา หรือลูก มีเป้าหมายชีวิตเหมือนกัน เป็เป้าหมายเดียวกัน เช่น ต้องการสร้างครอบครัวให้มีความสุขปราศจากอบายมุข ทั้งสามี ภรรยา บุตร จะต้องละเว้นจากอบายมุขทั้งปวง ถ้าเช่นนั้นครอบครัวก็จะมีมีความสุข

2. เป็นการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญเฉพาะด้านระหว่างสมาชิก (Specialization among members) ในครอบครัวมีงานแบ่งงานกันทำระหว่างสมาชิก โดยอาศัยความชำนาญเฉพาะด้าน เช่น ภรรยาทำกับข้าว สามีขับรถ ลูกช่วยทำความสะอาด เป็นต้น

3. ครอบครัวต้องมีลักษณะเป็นผู้นำและมีการกำหนดสถานะ (Leadership and status) ในครอบครัวจะมีการกำหนดว่าใครเป็นผู้นำครอบครัว โดยมีบทบาทและสถานะอย่างไรในครอบครัว เช่น ครอบครัวคนจีนจะเด่นชัดในเรื่องบทบาทและสถานะมากระหว่างลูกสาวและลูกชาย

4. ครอบครัวต้องมีความร่วมมือกัน (Cooperation) ครอบครัวต้องมีการร่วมมือกันในการทำงาน สร้างรายได้ให้กับครอบครัว สามี ภรรยา ช่วยกันทำงานหารายได้ให้กับครอบครัว ส่วนลูกให้กำลังใจ ขยันเรียน เป็นต้น

5. ต้องมีการสื่อสารภายในครอบครัว (Communication) ในครอบครัวต้องมีการพบปะพูดคุยกันโดยเฉพาะการอบรมสั่งสอนลูก

อิทธิพลของครอบครัว หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้กระทำการ กับ ผู้ถูกกระทำการที่อยู่ภายในครอบครัวเดียวกัน ในลักษณะที่ผู้กระทำทำการลงไปโดยเจตนาหรือไม่ ผู้ถูกกระทำการมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือทัศนคติเป็นไปตามความมุ่งหมาย หรือสอดคล้องกับผู้กระทำการ ถ้าพิจารณาถึงอิทธิพลของครอบครัวแล้ว จะเห็นว่าครอบครัวมีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานตลอดชีวิต ดังนั้น กระบวนการถ่ายทอดและอบรมจึงดำเนินไปเรื่อยๆ

สังเกตได้จากการที่สมาชิกในครอบครัวมีการปฏิบัติ ตอบสนองต่อกัน (Interactive) ตลอดเวลาในรูปแบบของพฤติกรรมการแสดงออกต่างๆ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคลยา จาตุรงค์กุล, 2550: 218) การปฏิบัติต่อกันของสมาชิกในครอบครัวมีจำนวนมาจนบ่งชี้ให้เห็นภาพของความเป็นครอบครัว ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ชัดเจนได้ดังนี้

1. การปฏิบัติต่อกันและแสดงถึงความเกี่ยวพันกัน โดยกำเนิดหรือการร่วมสายเลือด สกฤตเดียวกัน

2. การแสดงปฏิกริยาตอบต่อกันในการระบุตนเองว่าเป็นสมาชิกของครอบครัวและร่วมใสร่างบรรทัดฐานของครอบครัว

3. การปฏิบัติต่อกันเป็นจำนวนมากเพื่อแสดงถึงการเป็นกลุ่มครอบครัวเดียวกัน (อดุลย์ จาตุรงค์กุล และ คลยา จาตุรงค์กุล, 2550: 439) ได้กล่าวถึงการปฏิบัติต่อกันภายในครอบครัว มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม ความรู้สึก และความโน้มเอียงในการแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคล สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การอบรมให้เกิดความรู้ความเข้าใจและความคิด (Cognitive Orientation) ครอบครัวมีผลต่อความรู้ความเข้าใจของบุคคล ความรู้ความเข้าใจในที่นี้หมายถึง ความรู้ตัว ค่านิยม ทักษะสติภาพพจน์ต่างๆ ในความนึกคิดของสมาชิกครอบครัว โดยระดับความรู้ตัวจะถูกกระทบโดยการอบรมสั่งสอนจากครอบครัว ซึ่งแสดงออกเป็นแนวคิดเกี่ยวกับสินค้า ความทะเยอทะยาน ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ความร่วมมือ ความคิดเห็นและทัศนคติต่างๆ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างบรรทัดฐานกับบทบาท (Norm-Role Relation) เป็นการปฏิบัติต่อกันของครอบครัว ซึ่งมีอิทธิพลต่อบุคคลในแง่ของการสอนให้รู้จักบรรทัดฐานของสังคม กฎเกณฑ์และมี พฤติกรรมที่เหมาะสม ครอบครัวถือเป็นแหล่งฝึกอบรมที่สำคัญที่ให้กับบุคคลมีแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของตนอย่างถูกต้อง โดยปกติเด็กผู้ชายจะถูกอบรม ปรุงแต่งให้สอดคล้องกับลักษณะความเป็นชาย โดยเน้นการแข่งขันและการต่อสู้ ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกอบรมให้มีความเป็นกุลสตรี ให้ความร่วมมือและเรียนรู้การปฏิบัติตนเป็นแม่บ้านแม่เรือน เช่น การฝึกหัดเย็บปักถักร้อย และการครัวต่างๆ

3. ครอบครัวในฐานะเป็นกลุ่มอ้างอิง ครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงที่สำคัญ โดยเฉพาะการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับตนเอง และภาพพจน์ที่แท้จริงของตนเองมีความรู้สึกเกี่ยวกับเกียรติยศและความมีค่าในตนเอง ซึ่งมาจากรากฐานของการอบรมสั่งสอนจากครอบครัวผ่านชนชั้นทางสังคม รูปแบบการดำรงชีพ ที่อยู่อาศัย ทรัพย์สินสมบัติ และการมีสิ่งต่างๆในบ้าน

4. ครอบครัวในฐานะเป็นตัวแทนอบรมให้รู้จักระเบียบทางสังคม (The family as socializing agent) ซึ่งทำหน้าที่พิจารณาข่าวสารต่างๆที่จะมาสู่สมาชิกของครอบครัว การ



แพร่กระจายของวัฒนธรรม การอ่าน พุด และสื่อความหมายได้ผ่านการควบคุมโดยอำนาจของครอบครัวที่วางเงื่อนไขต่างๆไว้ และทำให้กระบวนการศึกษาทั้งหมดสมบูรณ์ขึ้น โดยการกำหนดกฎเกณฑ์และบรรทัดฐานต่างๆ จึงถือได้ว่าครอบครัวมีอิทธิพลต่อกระบวนการเรียนรู้ของบุคคลรวมทั้งเครือข่ายและช่องทางการสื่อสารด้วย

5. ครอบครัวและพฤติกรรมของผู้บริโภค (The family and consumer behavior) การเรียนรู้ทางสังคมโดยการปฏิบัติต่อกันในครอบครัวและการอบรมให้รู้จักระเบียบของสังคม จะทำให้บุคคลเกิดมีทัศนคติเป็นของตนเอง สามารถแสดงออกได้หลายแบบ เช่น การนึกเห็นภาพพจน์รสนิยม และพฤติกรรมที่เปิดเผยออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน เป็นต้น

ดังนั้นในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ครอบครัวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมที่สามารถที่จะทำนายพฤติกรรมการออมได้ และอิทธิพลของครอบครัวในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึงสมาชิกในครอบครัวเป็นแบบอย่างในการออม สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แล้วทำให้บุคคลนั้นมีวิธีการออมหรือรูปแบบการออมที่สอดคล้องกับคนในครอบครัว

#### 4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

เป็นทฤษฎีที่ได้จากการศึกษาการเรียนรู้ ซึ่งกล่าวว่าการรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆจะขึ้นอยู่กับความรู้จากสภาพแวดล้อมของคนและสามารถแปลความหมายสภาพนั้นๆได้ ดังนั้นในการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการเรียนรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพด้วย ซึ่งปัจจัยการเรียนรู้ประกอบด้วย ความรู้เดิม ความต้องการเจตคติ เป็นต้น จึงสรุปได้ว่าการรับรู้ประกอบด้วยกระบวนการ 3 ด้าน คือ การรับสัมผัส การแปลความหมาย และอารมณ์ (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2551:22)

#### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

ปัจจัยแรกที่น่าไปสู่การเรียนรู้คือ การเรียนรู้ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ ซึ่งองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้จากผลการวิจัยที่ศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับระดับสติปัญญา พบว่า เมื่อมองในภาพรวม คะแนนที่ได้จากการทดสอบระดับสติปัญญาของผู้สูงอายุต่ำกว่าผู้ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว ซึ่งมีองค์ประกอบหลายประการเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ด้านร่างกาย ภาวะการทำงานของสมองที่เสื่อมประสิทธิภาพลงเนื่องจากภาวะทางสุขภาพ (สุรกุล เจนอบรม, 2541:109)

นอกจากนี้บุคคลย่อมมีการรับรู้แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยแบ่งเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคลมี 3 ด้าน คือ ตัวผู้รับ เป้าหมาย และสถานการณ์ มีรายละเอียดดังนี้ (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2551: 23; อ้างอิงจาก Robbin, 1998: 657-658)

1. ตัวผู้รับรู้ (Receiver) โดยบุคคลจะเกิดการรับรู้ได้เมื่อบุคคลนั้นดูเป้าหมาย และพยายามที่จะตีความหมายของสิ่งนั้นๆว่าคืออะไร ดังนั้นการตีความหมายจึงได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนตัวของผู้รับรู้ ได้แก่ ทักษะสติ สิ่งจูงใจ ประสบการณ์ในอดีต และความคาดหวัง

1.1 ทักษะสติ (Attitude) คือ แนวโน้มของบุคคลที่จะเข้าใจและรู้สึก เป็นการแสดงพฤติกรรมของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์หนึ่งๆ

1.2 เหตุจูงใจ (Motivations) คือ แรงจูงใจภายในบุคคลที่กระตุ้นความต้องการที่ไม่น่าพอใจ หรือเป็นมูลเหตุจูงใจ ซึ่งแรงจูงใจนี้จะเป็นแรงกระตุ้นพฤติกรรมของบุคคลและมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้

1.3 ความประทับใจ (Interest) คือ ความสนใจของผู้รับรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

1.4 ประสบการณ์ในอดีต (Past Experiences) ซึ่งบุคคลจะรับรู้สิ่งต่างๆแล้วนำมาประมวลกับสิ่งที่เคยพบในอดีต

1.5 ความคาดหวัง (Expectation) เป็นความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์หรือพฤติกรรมซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์

2. เป้าหมาย (Target) โดยเป้าหมายที่รับรู้เป็นสิ่งที่ถูกสังเกตจากการยอมรับและการรับรู้เช่น การเคลื่อนไหว น้ำเสียง ขนาด ภูมิหลังและความใกล้เคียง ซึ่งบุคคลสามารถสร้างภาพเป้าหมายตามที่ได้เห็นได้ ทั้งนี้เป้าหมายไม่สามารถมองในลักษณะเดี่ยวๆได้ ดังนั้นเป้าหมายจึงมีความสัมพันธ์กับภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ และแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่ไม่ใกล้เคียงกัน คล้ายคลึงกันไว้ด้วยกัน

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นสิ่งที่เรามองเห็นหรือเป็นเหตุการณ์รอบตัว รวมถึงสภาพแวดล้อมที่อยู่ภายนอก มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยสถานการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ ประกอบด้วย เวลา สถานภาพงาน และสภาพสังคม

นอกจากยังสามารถแบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. บทบาทของปัจจัยภายใน ซึ่งได้แก่ คุณสมบัติภายในของผู้รับรู้ เช่น ความต้องการ แรงจูงใจ ค่านิยม และความสนใจ

2. บทบาทปัจจัยสังคมภายนอก ได้แก่ ความยึดมั่นถือมั่น ความเชื่อถือ คำสอนที่ได้รับต่อๆกันมา ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล โดยมีเรื่องราวเหตุการณ์และภาวะแวดล้อมต่างๆที่แตกต่างกัน โดยมีสิ่งเร้าให้เกิดการรับรู้ คือ สิ่งเร้าให้เกิดการรับรู้ คือ สิ่งเร้าที่มีโครงสร้างแบบแผน คือการรับรู้ตามคุณสมบัติที่ปรากฏ กับ สิ่งเร้าที่ไม่มีโครงสร้างแบบแผน คือ สิ่งเร้าที่มีลักษณะกำกวม ไม่ชัดเจนการตีความจากสิ่งเร้าดังกล่าวจึงต้องใช้ความต้องการ ค่านิยม ทักษะสติ บุคลิกภาพของคนเป็นเครื่องกำหนดการรับรู้ด้วยจากความหมายและปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ ทำ

ให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ของบุคคล ว่าเป็นกระบวนการในการประเมินผล ข้อมูลที่ได้รับโดยใช้ความรู้สึกตนเอง และการให้ความหมายของสิ่งที่ได้รับรู้ โดยที่การรับรู้นั้นเป็น กระบวนการของจิตสำนึกและความรู้สึกของบุคคลนอกจากนี้ระดับการรับรู้ในเรื่องต่างๆอาจไม่ เท่ากัน เช่นการมองเห็นภาพ เราอาจรับรู้เรื่องรูปทรงได้มากกว่าสีทั้งนี้ผู้สูงอายุมักมีเวลาว่างมากกว่า คนในวัยหนุ่มสาว การรับรู้และให้ความสำคัญกับเรื่องเวลาจึงน้อยกว่าคนวัยหนุ่มสาว (สุรกุล เจน อบรม, 2541: 109) จึงสรุปได้ว่าการรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเร้าที่ได้รับจะเปลี่ยนไป โดยจะมีการ ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้ช้าลงเมื่อมีอายุมากขึ้น

### คุณลักษณะการรับรู้ที่มีพฤติกรรมผู้บริโภค

คุณลักษณะการรับรู้มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550: 118)

1. การตอบสนองของผู้บริโภคจะขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ (Consumer response based on perception) ผู้บริโภคจะมีการตอบสนองต่อสิ่งต่างๆที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการ ประสิทธิภาพในอดีตและปัจจุบันของแต่ละบุคคล ที่ส่งผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันและนำไปสู่ พฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

2. การรับรู้เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของผู้บริโภค (Perception related to consumer's motive) การรับรู้จะมีความสัมพันธ์กับความต้องการและแรงจูงใจ ดังนั้นผู้บริโภคที่มีแรงจูงใจและ ความต้องการที่ต่างกันจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ในสิ่งต่างๆแตกต่างกัน

3. การรับรู้ของบริโภคเปลี่ยนแปลงได้ (Consumer perception can change) เมื่อ ผู้บริโภครับรู้ในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการตีความของความรู้สึกที่ยังไม่ได้ฝังรากลึกไปเป็น ประสบการณ์ ดังนั้นการตีความหมายการรับรู้จึงเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อม

4. การรับรู้ของผู้บริโภคเป็นเรื่องส่วนบุคคลที่ต่างกัน (Consumer perception is subjective different) แม้จะเป็นการรับรู้ข่าวสารในเรื่องเดียวกันแต่อาจส่งผลให้เกิดการรับรู้ที่ ต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา ค่านิยม เป็นต้น

5. ระดับการรับรู้ต่ำสุดที่บุคคลรับรู้ได้ (The absolute threshold) หมายถึง ระดับต่ำสุด ซึ่งบุคคลสามารถสัมผัสด้วยความรู้สึกเมื่อได้รับสิ่งกระตุ้น หรือเป็นระดับที่ทำให้บุคคลรับรู้ในบาง สิ่งได้เช่น ป้ายโฆษณาขนาดเล็กทำให้ไม่สามารถรับรู้ในสิ่งที่ต้องการจะบอกได้

### ระดับของการรับรู้

ความสามารถในการรับรู้ของผู้บริโภคแต่ละคนจะแตกต่างกัน ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการ ให้ข้อมูล เพราะถ้าให้ข้อมูลมากเกินไประดับของการรับรู้ของผู้บริโภคก็ไม่มีประโยชน์ แต่อาจจะ กลายเป็นการทำให้สูญเสียการจดจำจุดสำคัญไป ในทางตรงกันข้าม ถ้าให้ข้อมูลน้อยเกินไป ผู้บริโภคก็ยังไม่สามารถจดจำได้ ดังนั้นเราต้องวิเคราะห์ระดับของการรับรู้ของผู้บริโภค เพื่อใส่

ตัวกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถแบ่งระดับความสามารถในการรับรู้ของผู้บริโภคออกเป็น 3 ระดับคือ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550: 71)

1. ระดับต่ำสุดที่ผู้บริโภครับรู้ได้ คือ ระดับที่หากใส่ตัวกระตุ้นทางการตลาดต่ำกว่าจุดนี้ ก็จะไม่มีความเพียงพอที่จะทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ เช่น โฆษณา ถ้าข้อมูลหรือสิ่งกระตุ้นน้อยเกินไป ผู้บริโภคจะยังไม่สามารถรับรู้ได้ ก็จะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ แต่กลายเป็นค่าใช้จ่ายที่สูญเปล่า

2. ระดับความแตกต่างที่ผู้บริโภครับรู้ได้ คือระดับที่หากมีการเปลี่ยนแปลงตัวกระตุ้นทางการตลาดเพียงเล็กน้อย ก็จะทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ถึงเปลี่ยนแปลงนี้ ซึ่งเป็นระดับที่นักการตลาดต้องสร้างความแตกต่างในสายตาของผู้บริโภคให้ได้

3. ระดับสูงสุดที่ผู้บริโภครับรู้ได้ คือระดับที่หากมีการกระตุ้นทางการตลาดสูงกว่าจุดนี้ ก็จะไม่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น เป็นลักษณะของข้อมูลมากเกินไป ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการรับรู้เพิ่มขึ้น แต่ต้องระวังว่าอาจกลายเป็นการก่อให้เกิดความสับสนและลดจุดเด่นของข้อมูลที่สำคัญไป ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมกรรับรู้ของผู้บริโภคว่ามีขีดความสามารถในระดับใด เพื่อใช้ในการกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

#### กระบวนการรับรู้ของผู้บริโภค

การรับรู้ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการแสดงพฤติกรรมใดๆ ของบุคคล การรับรู้ของบุคคลเป็นการเปิดรับข้อมูล ซึ่งจะส่งผลต่อการนึกคิด การตัดสินใจ และแสดงพฤติกรรมในที่สุดการทำจะทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมใดๆ ต้องเข้าใจว่ากระบวนการในการรับรู้ของบุคคลเกิดขึ้นอย่างไร ซึ่งเราสามารถแบ่งกระบวนการรับรู้ของผู้บริโภคออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550: 72)

1. การถ่ายทอดความรู้สึก (Conveyance) คือการเปิดรับข้อมูล (Selective Exposure) จากสิ่งเร้าต่างๆ ที่มากระทบต่อประสาทสัมผัสทั้งห้า และตั้งใจรับข้อมูลที่ตนเองเลือกสรร (Selective Attention) เข้ามาสู่ความรู้สึกนึกคิดที่ได้รับจากตัวกระตุ้นโดยผ่านสัมผัสไปยังสมองและจิตใจ

2. การจำแนกรายละเอียดของความรู้สึก (Elaborated) คือการจำแนกรายละเอียดของความรู้สึกความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามความรู้สึกในใจ ความรู้ และประสบการณ์ของผู้บริโภค

3. ความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่รับรู้ (Comprehension) คือความเข้าใจในข้อมูล (Comprehension) ไม่ได้หมายความว่าเข้าใจถูกต้องเสมอไป การตีความขึ้นอยู่กับความเชื่อทัศนคติ และประสบการณ์การประมวลความรู้สึกความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่รับรู้

4. รักษาข้อมูล (Retention) จดจำข้อมูลที่ได้รับและนำไปสู่กระบวนการในการตัดสินใจขั้นต่อไป

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีโอกาสเปิดรับข่าวสารต่างๆ มากมาย เราจะเห็นได้ว่าการส่ง

จดหมายจากบริษัทต่างๆ ผู้บริโภคมากขึ้น มีอัตราการอ่านหนังสือพิมพ์สูงขึ้น การโฆษณาและการเสนอขายตลอดจนเสนอโอกาสในการจ้างงานโดยผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อต่างๆ มีเพิ่มมากขึ้นทุกวัน อย่างไรก็ตามการวิจัยหลายรายแสดงให้เห็นว่าเมื่อเวลาที่ผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าจริงแล้ว กลับปรากฏว่าผู้บริโภคมีความตั้งใจจะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการซื้อน้อยมาก มีการวิจัยพบว่าผู้บริโภคประมาณ 10% เท่านั้นที่ทำการตรวจสอบโฆษณาก่อนที่จะไปซื้อสินค้าราคาแพงดังเช่น โทรทัศน์หรือเฟอร์นิเจอร์

ทั้งนี้มิได้หมายความว่าผู้บริโภคจะเป็นคน ไม่มีเหตุผลหรือมีกง่ายในการซื้อสินค้า คำอธิบายหลายประการสำหรับพฤติกรรมดังกล่าว มีดังนี้ (อคุลย์ จาตุรงค์กุล และคณยา จาตุรงค์กุล ,2550: 30)

1. การเปิดรับข่าวสารเป็นกระบวนการที่ดำเนินติดต่อกัน โดยตลอด (A continuous Process) การที่ข่าวสารหลั่งไหลมาสู่ผู้บริโภคติดกันเรื่อยๆ อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีการแสวงหาข่าวสารติดต่อกันมาเรื่อยๆ (Ongoing Search) การค้นหาข้อมูลแบบนี้จะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นเรื่อยตลอดเวลา แม้ว่าช่วงนั้นจะเป็นเวลาที่ต้องการสินค้าหรือไม่ก็ตาม

2. การเปิดรับข่าวสารเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจดีขึ้นเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่อาจจะช่วยแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภคได้ ซึ่งก็หมายความว่า ผู้บริโภคมีความพร้อมที่จะทำการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งหลายก่อนที่จะมุ่งมันแสวงหาสินค้าเสียอีก ตัวอย่างเช่น ร้านขายยาบริเวณหน้าโรงพยาบาลทรวงอกนนทบุรีใกล้บ้านของผู้วิจัยขายขนมผลไม้ นอกจากนั้นยังเปิดศึกมาก ใกล้กับร้านดังกล่าวตอนกลางคืนมีรถเข็นขายเบหมีด้วย โอกาสที่จะขับรถผ่านและซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในตอนดึกก็มีอยู่ไม่น้อยทีเดียว ถ้าเกิดความต้องการรุนแรงเบะบีบคั้นให้ทำการแสวงหาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวขึ้นมาโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเวลาตอนกลางคืน ข่าวสารทั้งหมดที่กล่าวมาซึ่งถูกเก็บรักษาไว้ในความทรงจำก็พร้อมที่จะได้รับการเรียกหรือระลึกขึ้นมาได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับรู้ข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และเบรนท์ ดี รูเบน (ปรมะ สตะเวทิน, 2541: 122-124 อ้างอิงจาก Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993: 65) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางการและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเราเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่ง ทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือก ตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการ ดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่างๆ ที่เรากำหนด ขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือก จดจำเพื่อสนองเป้าหมายของคุณ

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้ง ความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการจะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และ เลือกเก็บ เนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจและใช้ความ พยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบ ฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อ การเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่า เป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่ คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร อ้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนา ความชอบสื่อใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จะเห็นได้ว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่นข่าวสาร ต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสารประโยชน์ ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมี สาเหตุอื่นๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ ของข่าวสาร ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้นแต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ(ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544 :13-14) คือ

**1. การเปิดรับข่าวสารสื่อมวลชน (Mass Media)**ช่องทางที่สามารถสื่อสารให้เข้าถึงคนจำนวนมากที่มีความหลากหลายได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันได้แก่วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการ การของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับข่าวสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

**2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล** โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิสัมพันธ์ต่อบรรยากาศในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นคนที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

**3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ (Specific Media)**โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540: 135) ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปปลิว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

**4. การเปิดรับข่าวสารจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media)**หมายถึง สื่อที่บันทึกสารสนเทศด้วยวิธีการอิเล็กทรอนิกส์อาจอยู่ในรูปของ สื่อบันทึกข้อมูลประเภทสารแม่เหล็ก เช่น แผ่นจากแม่เหล็กชนิดอ่อน (floppy disk) และสื่อประเภทจานแสง (optical disk)บันทึกอักขระ

แบบดิจิทัลไม่สามารถอ่านได้ด้วยตาเปล่า ต้องใช้เครื่องคอมพิวเตอร์บันทึกและอ่านข้อมูล เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปิดรับสื่อโฆษณานั้นก็คือเกณฑ์ในการเปิดรับสื่อของผู้รับสารดังนี้

1. เลือกรับสื่อที่มีอยู่ (availability) โดยผู้รับสารจะรับสื่อที่ไม่ต้องมีความพยายามมาก ซึ่งหมายถึงสื่อที่สามารถจัดหามาได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ

2. เลือกรับสื่อที่สะดวกและนิยม (Convenience and Preferences) ผู้รับสารจะเปิดสื่อที่สะดวกกับตัวเองเป็นหลัก เช่น ผู้รับสารบางคนจะต้องใช้เวลาในการเดินทาง อยู่บนรถยนต์ดังนั้นสื่อที่สะดวกในการเปิดรับก็คือการเปิดฟังวิทยุในรถยนต์ เป็นต้น

3. เลือกรับตามความเคยชิน (accustomed) ผู้รับสารบางคนจะติดอยู่กับการเปิดรับสื่อเดิมๆ ที่เคยชินที่ตนเคยเปิดรับอยู่เป็นประจำ ซึ่งมักพบในบุคคลที่มีอายุมาก ถ้าเคยรับสื่อใดก็มักจะรับสื่อนั้นๆ และไม่สนใจสื่อใหม่ๆ

4. เลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of media) คุณลักษณะของสื่อมีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์มีลักษณะพิเศษคือ เป็นสื่อที่มีราคาถูก สามารถอ่านข่าวสารได้รายละเอียดมาก และสามารถพกพานำติดตัวไปได้ซึ่งผู้รับสารจะเลือกเพาะติดกับลักษณะเฉพาะของสื่อ

5. เลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่มีความสอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารการออมได้แก่ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการออม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออมของประชาชนในทิศทางบวกและสื่อแตกต่างกัน ส่งผลให้มีพฤติกรรมการออมแตกต่างกัน (สุบัญญัติ ปลั่งกมล, 2552; สาวิตรี สุตรา, 2539) ผู้วิจัยจึงคาดหวังการเปิดรับข่าวสารทางด้านการออมนั้นมีผลต่อพฤติกรรมการออมของบุคคลวัยทำงาน ดังนั้น ผู้วิจัยให้ความหมายของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการออม ในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึง ระดับปริมาณความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการออมจากสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อบุคคล, สื่อมวลชน, สื่อเฉพาะกิจและสื่ออิเล็กทรอนิกส์



## 5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(กุลฐกาน ตั้งทิวาพร, 2555: 115) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลวัยทำงานมีระดับการเปิดรับข่าวสารการออมอยู่ในระดับบางครั้งซึ่งในการเปิดรับข่าวสารการออมนั้นยังมีแค่บางครั้งเท่านั้น เนื่องจากจะเห็นได้ว่าการออมของคนไทยในปัจจุบันนั้นยังน้อยอยู่หนึ่งในปัญหาใหญ่ที่ประเทศจะต้องเผชิญในช่วง 20-30 ปี ข้างหน้า ก็คือปัญหาการออมที่คนส่วนมากของประเทศยังออมไม่เพียงพอ รวมทั้งเข้าไม่ถึงระบบการออมที่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งการสื่อสารที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ถูกทางก็อาจเป็นผลที่ทำให้บุคคลไม่สนใจและไม่ใส่ใจการเปิดรับรวมถึงสถานการณ์ และเวลาของแต่ละบุคคลอาจจะไม่เอื้ออำนวยในการเปิดรับรวมถึงสถานการณ์และเวลาของแต่ละบุคคลอาจไม่เอื้ออำนวยในการเปิดรับต่อสื่อที่ออกมา ซึ่งตรงกับแนวคิดของ (Robbin, 1998: 657-658) ที่กล่าวว่า บทบาทของปัจจัยสังคมภายนอก ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล โดยมีเรื่องราวเหตุการณ์ ภาวะแวดล้อมต่างๆที่แตกต่างกัน โดยมีสิ่งเร้าให้เกิดการรับรู้ คือ สิ่งเร้าที่โครงสร้างแบบแผน คือการรับรู้ตามสมบัติที่ปรากฏ กับสิ่งเร้าที่ไม่มีโครงสร้างแบบแผน คือ สิ่งเร้าที่มีลักษณะกำกวม ไม่ชัดเจนก็จะทำให้การเปิดรับน้อยลง

(ปพิชญา บุญศรี, 2555: 42-43) ได้กล่าวไว้ว่า ครีวเรือนมีการออมอยู่ในระดับปานกลาง และมีครีวเรือนจำนวนหนึ่งที่ยังไม่มีการออมเงิน แสดงให้เห็นว่าครีวเรือนมีการใช้จ่ายที่เกินกำลังของครีวเรือนหรือมีรายได้น้อยจึงทำให้ครีวเรือนไม่มีเงินออม ดังนั้นครีวเรือนควรมีการปรับวิธีในการออมให้มีความเป็นแบบแผน โดยมีการทำบัญชีใช้จ่ายในครีวเรือนซึ่งจะช่วยในการวางแผนการใช้จ่ายและการออมของครีวเรือนได้ดี และมีการตั้งเป้าหมายการออมให้มากขึ้นเนื่องจากผลการวิจัยพบว่ายังมีกลุ่มครีวเรือนส่วนหนึ่งที่ยังมีการออมที่ไม่เหมาะสมเพราะการออมเงินไม่ควรมาจากเงินเหลือใช้ ซึ่งในส่วนนี้ควรจะได้รับการแก้ไขโดยการหาความรู้เรื่องการออมโดยสามารถค้นคว้าได้จากสถาบันการเงินต่างๆหรือเว็บไซต์และควรมีการใส่ใจในเรื่องของการออมมากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะมีเงินออมเก็บไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉินและใช้จ่ายในอนาคต

### บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ชนิดเชิงสำรวจ (Survey Research) มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออมของพนักงานออมสิน สำนักงานใหญ่ เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ดำเนินไปตามจุดมุ่งหมาย ในบทนี้จะเสนอขั้นตอนการวิจัย โดยมีเนื้อหารายละเอียดที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

- 1.การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 2.การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
- 3.การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 5.สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 1.การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ใช้ประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยความเชื่อมั่น 95% ค่าความคาดเคลื่อนเท่ากับ .05คำนวณจากสูตร Taro Yamane (Yamane, 1973:727-728, อ้างถึงใน กุลฐกาน ตั้งทิวาพร, 2552: 23)ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถามกับพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

#### การคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน (Infinite population)

จากสูตร 
$$N = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2}$$

ดังนั้น 
$$N = 400 \text{ คน}$$

## ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ผู้วิจัยสนใจมี 2 ตัวแปร คือ

ตัวแปรอิสระ คือปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัว และปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสาร

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการออม

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่

1. เพศเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question)

2. อายุเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question)

3. สถานภาพเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question)

4. ระดับการศึกษาเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question)

5. รายได้ต่อเดือนเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิดโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question)

6. ภาระหนี้สินเป็นแบบสอบถามปลายปิดโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะคำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Question)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัวของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน จำนวน 13 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (กัลยา วินิชย์บัญชา, 2544: 37) มี 5 ระดับ คือ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลครอบครัว โดยการหาข้อเฉลี่ย(Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายชื่อซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน โดยใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยแบ่งคะแนนเฉลี่ยสูงสุดออกเป็น 5 ระดับจากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนต่ำที่สุดคือ 1 และคะแนนสูงที่สุดคือ 5 คะแนน หากถึงกลางพิสัยโดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชบัญชา, 2545: 27)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าพิสัยที่คำนวณได้ ดังนี้

ระดับ	คะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
5	4.21-5.00	ครอบครัวมีอิทธิพลในระดับมากที่สุด
4	3.41-4.20	ครอบครัวมีอิทธิพลในระดับมาก
3	2.61-3.40	ครอบครัวมีอิทธิพลในระดับปานกลาง
2	1.81-2.60	ครอบครัวมีอิทธิพลในระดับน้อย
1	1.00-1.80	ครอบครัวไม่มีอิทธิพล

**ส่วนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออม มีลักษณะเป็นความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ จำนวน 13 ข้อ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีการให้คะแนนรวมแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (กัลยา วานิชบัญชา, 2544 : 37)

เป็นประจำ	5	คะแนน
บ่อยครั้ง	4	คะแนน
บางครั้ง	3	คะแนน
น้อยครั้ง	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	1	คะแนน

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรออมด้านการกระทำ ข่าวดสาร โดยการหาข้อเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายชื่อซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน โดยใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยแบ่งคะแนนเฉลี่ยสูงสุดออกเป็น 5 ระดับจากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนต่ำที่สุดคือ 1 และคะแนนสูงที่สุดคือ 5 คะแนน หากถึงกลางพิสัยโดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชปัญญา, 2545: 27)การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าพิสัยที่คำนวณได้ ดังนี้

ระดับ	คะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
5	4.21-5.00	มีการกระทำเป็นประจำ
4	3.41-4.20	มีการกระทำบ่อยครั้ง
3	2.61-3.40	มีการกระทำบางครั้ง
2	1.81-2.60	มีการกระทำน้อยครั้ง
1	1.00-1.80	ไม่มีการกระทำเลย

ส่วนที่ 4คำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมกรออม ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำนวน 7 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) (กัลยา วานิชปัญญา, 2544: 37)มี 5 ระดับ คือ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลครอบครัว โดยการหาข้อเฉลี่ย(Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายชื่อซึ่งพิจารณาตามเกณฑ์การประเมิน โดยใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class interval) โดยแบ่งคะแนนเฉลี่ยสูงสุด

ออกเป็น 5 ระดับจากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนต่ำที่สุดคือ 1 และคะแนนสูงที่สุดคือ 5 คะแนน การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าพิสัยที่คำนวณได้ ดังนี้

ระดับ	คะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
5	4.21-5.00	มีการออมอยู่ในระดับมากที่สุด
4	3.41-4.20	มีการออมอยู่ในระดับมาก
3	2.61-3.40	มีการออมอยู่ในระดับปานกลาง
2	1.81-2.60	มีการออมอยู่ในระดับน้อย
1	1.00-1.80	ไม่มีการออม

### ขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดเกี่ยวกับสาระสำคัญในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออม จากเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม แล้วประยุกต์แบบสอบถามให้ครอบคลุมรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออม ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลครอบครัว ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเงินส่วนบุคคล และข้อมูลเกี่ยวกับสื่อการออมต่างๆ โดยอ้างอิงแบบสอบถามมาจาก กุลฐกาน ตั้งทิวาพรเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมของบุคคลวัยทำงานกรณีศึกษาพนักงานธนาคาร

3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัย

4. รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด คัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อมูล อภิปรายผลการวิจัย และสรุปผล

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ( Survey Method ) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออมของพนักงานออมสิน สำนักงานใหญ่ โดยแบ่งลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยแจกให้กับพนักงานออมสิน สำนักงานใหญ่ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะกรอกคำตอบลงในแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire)

จากนั้นรื้อรับแบบสอบถามคืน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาดำเนินการวิเคราะห์ สรุปผลตามขั้นตอนของการวิจัย

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ หนังสือ วารสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผลงานวิจัยและการบรรยายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกว้างขวาง น่าเชื่อถือและมีความถูกต้อง ซึ่งข้อมูลที่รวบรวมจะมุ่งเน้นในเรื่องการออม และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการออม

#### 4. การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS(Statistical Package for the Social Science) และในการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ยอมรับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาในแต่ละชุดและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. ตรวจสอบให้คะแนนในคำถามแต่ละข้อ
3. ลงรหัสข้อมูลแยกเป็นกลุ่มตามตัวแปรอิสระที่ต้องการศึกษา
4. ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

#### 5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติพรรณนา ( Descriptive Statistic) หรือค่าสถิติพื้นฐานได้แก่

5.1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป (บุญชม ศรีสะอาด. 2538:101) โดยใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P	แทน	ค่าร้อยละ
f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงไปเป็นร้อยละ
n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

5.1.2 การหาค่าเฉลี่ย ( Mean) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544:135) โดยใช้สูตรดังนี้

$$M = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ M	แทน	คะแนนเฉลี่ย
$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( Standard Deviation ) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 39)  
โดยใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	$(\sum x)$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลัง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

5.2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มใช้ t-test ใช้  
เพื่อทดสอบสมมติฐานด้าน ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541: 166)

$$t = \frac{x_1 - x_2}{\sqrt{\frac{s_1^2 + s_2^2}{n_1 n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม
	$\bar{x}_1, \bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	$S_1^2, S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มที่ 1 และ กลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
	$n_1, n_2$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

5.2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละตัว ที่มีกลุ่มตัวอย่าง  
มากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis variance) เพื่อใช้  
ทดสอบสมมติฐานด้าน ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา โดยจะใช้ F-test ในกรณีความ  
แปรปรวนของแต่ละกลุ่มเท่ากัน ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541: 236)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$



เมื่อ	F	แทน	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่ม
	MS <sub>B</sub>	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS <sub>w</sub>	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้ว มาทำการวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ไว้ 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออม

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

**สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลวิเคราะห์ในบทนี้มีความหมายดังต่อไปนี้**

n หมายถึง จำนวนข้าราชการทหารบกเป็นกลุ่มตัวอย่าง

M หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากตัวอย่าง

S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวอย่าง (Standard Deviation)

t หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution

F หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution

df หมายถึง ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)

$H_0$  หมายถึง สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)

$H_1$  หมายถึง สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)

\* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม**

การวิเคราะห์ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ พนักงานธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ซึ่งจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ดังตารางดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ**

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	162	40.5
หญิง	238	59.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 เพศชาย 162คน คิดเป็นร้อยละ 40.5

**ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ**

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	94	23.5
31-40 ปี	180	45.0
41-50 ปี	94	23.5
51-60 ปี	32	8.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือช่วงอายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี มีจำนวน 94 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.5เท่ากันและช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ**

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	158	39.5
สมรส	196	49.0
อยู่ร้าง	36	9.0
หม้าย	10	2.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำแนกตามสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสมากที่สุดจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือมีสถานภาพโสด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 สถานภาพอยู่ร้าง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และสถานภาพหม้าย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา**

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปวช.	0	0
ปวส.	6	1.5
ปริญญาตรี	288	72.0
สูงกว่าปริญญาตรี	106	26.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือในระดับสูงปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ในระดับปวส. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปวช.ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	6	1.5
10,001-20,000 บาท	170	42.5
20,001-30,000 บาท	96	24.0
30,001-40,000 บาท	70	17.5
40,001-50,000 บาท	22	5.5
50,001 บาทขึ้นไป	36	9.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 170 คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 96 คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 มีรายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภาระหนี้สิน

ภาระหนี้สิน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	96	24.0
ต่ำกว่า 50,000 บาท	64	16.0
50,000-100,000 บาท	110	27.5
100,001-500,000 บาท	42	10.5
500,000-1,000,000 บาท	26	6.5
มากกว่า 1,000,000 บาท	62	15.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำแนกตามภาระหนี้สิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน 50,000-100,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาไม่มีภาระหนี้สิน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 มีภาระหนี้สินต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีภาระหนี้สินมากกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีภาระหนี้สิน 100,001-500,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และมีภาระหนี้สิน 500,000-1,000,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัว

### ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับอิทธิพลครอบครัว

อิทธิพลครอบครัว	รวม		
	M	S.D.	ระดับอิทธิพล
1. สมาชิกในครอบครัวเป็นแบบอย่างในเรื่องการออมของท่าน	3.49	0.844	มาก
2. ท่านมีวิธีการออมเหมือนกับสมาชิกในครอบครัวของท่าน	3.08	0.892	ปานกลาง
3. ท่านรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัวในเรื่องวิธีการออมที่เหมาะสม	3.03	1.028	ปานกลาง
4. ท่านจะปรึกษาครอบครัวก่อนนำเงินออมมาใช้	3.27	0.926	ปานกลาง
5. สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการออมของท่าน	3.36	0.945	ปานกลาง
6. สมาชิกในครอบครัวมีส่วนสำคัญในการวางแผนการออมของท่าน	3.35	0.949	ปานกลาง
รวม	3.26	0.931	ปานกลาง

ตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากครอบครัวในเรื่องการออมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 เมื่อพิจารณารายข้อปรากฏว่า ท่านมีวิธีการออมเหมือนกับสมาชิกในครอบครัวของท่าน, ท่านรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัวในเรื่องวิธีการออมที่เหมาะสม, ท่านจะปรึกษาครอบครัวก่อนนำเงินออมมาใช้, สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการออมของท่าน, สมาชิกในครอบครัวมีส่วนสำคัญในการวางแผนการออมของท่านมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนเรื่องสมาชิกในครอบครัวเป็นแบบอย่างในเรื่องการออมของท่าน มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการจัดการเงินส่วนบุคคล

การจัดการเงินส่วนบุคคล	รวม		
	M	S.D.	ระดับการจัดการเงินส่วนบุคคล
1. ท่านคิดการแบ่งแยกทรัพย์สินการเงิน เช่น บัญชีเงินฝาก ออกเป็นหลายบัญชีโดยกำหนดวัตถุประสงค์การนำเงินแต่ละบัญชีไปใช้จ่าย ทำให้ควบคุมการใช้จ่ายได้ดีขึ้น	3.11	0.962	ปานกลาง
2. ท่านคิดว่าจะนำเงิน ไปลงทุนในทรัพย์สินประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกัน โดยคำนึงถึงระยะเวลาที่ต้องการใช้ประโยชน์ จากการลงทุนดังกล่าว	3.36	0.775	ปานกลาง
3. ท่านคิดว่าจะไม่นำเงินที่วางแผนสำหรับค่าใช้จ่ายประเภทหนึ่งไปใช้จ่ายกับค่าใช้จ่ายประเภทอื่น	3.14	0.921	ปานกลาง
4. ท่านมีการกำหนดดวงเงินค่าใช้จ่ายในการ อุปโภค บริโภค	3.15	0.889	ปานกลาง
5. ท่านวางแผนว่า ทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องดังกล่าวเช่น เงินฝาก ธนาคารบางเล่มท่านจะไม่นำเงินมาใช้จ่าย เว้นเสียแต่จะมีความจำเป็นอย่างยิ่ง	3.20	0.996	ปานกลาง
6. ท่านวางแผนการใช้จ่ายเงินก้อนที่ได้รับเป็นพิเศษ เช่น โบนัส เงินปันผล แตกต่างจากเงินที่ได้รับ อย่างสม่ำเสมอ เช่นเงินเดือน	3.27	0.898	ปานกลาง
7. ถ้าท่านได้รับมรดกเป็นเงินสด ท่านจะเพิ่มระดับการใช้จ่ายมากกว่าการ ได้รับมรดกเป็นบ้านหรือที่ดินแม้ว่าบ้านหรือที่ดินจะมีมูลค่าเท่ากับเงินสด	3.27	0.904	ปานกลาง
รวม	3.21	0.906	ปานกลาง



ตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการจัดการเงินส่วนบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 เมื่อพิจารณารายข้อปรากฏว่า ท่านคิดการแบ่งแยกทรัพย์สินการเงิน เช่น บัญชีเงินฝากออกเป็นหลายบัญชีโดยกำหนดวัตถุประสงค์การนำเงินแต่ละบัญชีไปใช้จ่าย ทำให้ควบคุมการใช้จ่ายได้ดีขึ้น, ท่านคิดว่าจะนำเงินไปลงทุนในทรัพย์สินประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกัน โดยคำนึงถึงระยะเวลาที่ต้องการใช้ประโยชน์ จากการลงทุนดังกล่าว, ท่านคิดว่าจะไม่นำเงินที่วางแผนสำหรับค่าใช้จ่ายประเภทหนึ่งไปใช้จ่ายกับค่าใช้จ่ายประเภทอื่น, ท่านมีการกำหนดวงเงินค่าใช้จ่ายในการ อุปโภค บริโภค, ท่านวางแผนว่า ทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องดังกล่าวเช่น เงินฝากธนาคารบางเล่มท่านจะไม่นำเงินมาใช้จ่าย เว้นเสียแต่จะมีความจำเป็นอย่างยิ่ง, ท่านวางแผนการใช้จ่ายเงินก่อนที่ได้รับเป็นพิเศษ เช่น โบนัส เงินปันผล แตกต่างจากเงินที่ได้รับ อย่างสม่ำเสมอ เช่น เงินเดือน, ถ้าท่านได้รับมรดกเป็นเงินสด ท่านจะเพิ่มระดับการใช้จ่ายมากกว่าการได้รับมรดกเป็นบ้านหรือที่ดินแม้ว่าบ้านหรือที่ดินจะมีมูลค่าเท่ากับเงินสดมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออม

#### ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารการออม	รวม		
	M	S.D.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
<b>สื่อบุคคล</b>			
1. จากพนักงานธนาคาร	2.54	1.119	น้อยครั้ง
2. จากคนรู้จัก	2.78	1.028	บางครั้ง
<b>สื่อมวลชน</b>			
3. โทรทัศน์	2.62	1.081	บางครั้ง
4. วิทยุ	2.53	1.176	น้อยครั้ง
5. หนังสือพิมพ์	2.53	1.163	น้อยครั้ง
6. นิตยสาร / วารสาร	2.34	1.098	น้อยครั้ง
<b>สื่อเฉพาะกิจ</b>			
7. แผ่นพับ / โบชัวร์	2.40	1.050	น้อยครั้ง
8. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง / บิลบอร์ด	2.35	1.030	น้อยครั้ง
9. โปสเตอร์	2.31	1.071	น้อยครั้ง

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการเปิดรับข่าวสาร (ต่อ)

การเปิดรับข่าวสารการออม	รวม		
	M	S.D.	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
10. จดหมายตรง	2.33	1.046	น้อยครั้ง
11. งานมหกรรมทางการเงิน เช่น Money Expo สื่ออิเล็กทรอนิกส์	2.39	1.091	น้อยครั้ง
12. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ธนาคาร	2.63	1.121	บางครั้ง
13. โทรศัพท์มือถือ เช่น Sms mms เป็นต้น	2.28	1.088	น้อยครั้ง
รวม	2.46	1.089	น้อยครั้ง

ตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารการออมอยู่ในระดับน้อยครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46

เมื่อพิจารณารายข้อปรากฏว่า การเปิดรับข่าวสารการออม จากพนักงานธนาคาร, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร / วารสาร, แผ่นพับ / โบชัวร์, ป้ายโฆษณากลางแจ้ง / บิลบอร์ด, โปสเตอร์, จดหมายตรง, งานมหกรรมทางการเงิน เช่น Money Expo และ โทรศัพท์มือถือ เช่น Sms mms เป็นต้น อยู่ในระดับน้อยครั้ง

ส่วนการเปิดรับข่าวสารการออม จากคนรู้จัก, โทรทัศน์และ อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ธนาคาร อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการออม

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับพฤติกรรมกรรมการออม ด้านการกระทำ

การเปิดรับข่าวสารการออม	รวม		
	M	S.D.	ระดับการกระทำ
1. ท่านมีการกันเงินรายได้ไปเก็บสะสมไว้เป็นเงินออมในทุกๆ เดือน	2.72	0.913	ปานกลาง
2. ท่านมีการควบคุมค่าใช้จ่ายให้น้อยกว่ารายได้	2.83	0.850	ปานกลาง
3. ท่านเก็บเงินที่เหลือจากการใช้จ่ายประจำวันไว้เป็นเงินออ	2.90	0.844	ปานกลาง

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับพฤติกรรมการออม ด้านการกร (ต่อ)

การเปิดรับข่าวสารการออม	รวม		
	M	S.D.	ระดับการกระทำ
4. ท่านจะออมเงินกี่ต่อเมื่อเงินออมจะต้องมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากเดิม ในอนาคต	2.93	0.934	ปานกลาง
5. ท่านจะนำเงินออมไปฝากไว้กับสถาบันทางการเงินที่ น่าเชื่อถือเท่านั้น	2.98	0.978	ปานกลาง
6. ท่านจะนำเงินที่จะออมฝากไว้กับสินทรัพย์ทางการเงินที่มี อัตราผลตอบแทนที่แน่นอน	3.22	0.975	ปานกลาง
7. ท่านจะนำเงินที่ออมฝากไว้กับสินทรัพย์ทางการเงินที่มีความ เสี่ยงน้อย	3.16	0.892	ปานกลาง
รวม	2.96	0.912	ปานกลาง

ตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการออมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 เมื่อพิจารณาข้อปรากฏว่า ท่านมีการกันเงินรายได้ไปเก็บสะสมไว้เป็นเงินออมในทุกๆเดือน, ท่านมีการควบคุมค่าใช้จ่ายให้น้อยกว่ารายได้, ท่านเก็บเงินที่เหลือจากการใช้จ่ายประจำวันไว้เป็นเงินออม, ท่านจะออมเงินกี่ต่อเมื่อเงินออมจะต้องมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากเดิมในอนาคต, ท่านจะนำเงินออมไปฝากไว้กับสถาบันทางการเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น, ท่านจะนำเงินที่จะออมฝากไว้กับสินทรัพย์ทางการเงินที่มีอัตราผลตอบแทนที่แน่นอนและท่านจะนำเงินที่ออมฝากไว้กับสินทรัพย์ทางการเงินที่มีความเสี่ยงน้อยอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมในด้านการกระทำ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมกรออม	เพศ	M	S.D.	t.	Sig
การกระทำ	ชาย	162	0.50351	0.015	.077
	หญิง	238	0.56321		

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมในด้านการกระทำ ด้วยสถิติวิเคราะห์ค่า t-test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ .077 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เพศที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกันและปฏิเสธ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกันดังนั้น เพศที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกันของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 2 อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมในด้านการกระทำ จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกรออม	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	.025	3	.008	.028	.994
	ภายในกลุ่ม	115.970	396	.293		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 12 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig มากกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) อายุที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน และปฏิเสธ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกันดังนั้น อายุ

ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

**สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน**

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 13 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการออมในด้านการกระทำ จำแนกตามระดับการศึกษา**

พฤติกรรมการออม	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	1.255	2	.628	2.171	.115
	ภายในกลุ่ม	114.740	397	.289		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 13 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig มากกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน และปฏิเสธ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ดังนั้น ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

**สมมติฐานที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน**

$H_0$  : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมในด้านการกระทำ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมกรออม	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	3.677	5	.735	2.580	.026
	ภายในกลุ่ม	112.318	394	.285		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 14 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig ต่ำกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกันและยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกันดังนั้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกันของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 5 ภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน

$H_0$  : ภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : ภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 15 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมในด้านการกระทำ จำแนกตามภาระหนี้สิน

พฤติกรรมกรออม	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	9.448	5	1.890	6.988	.000
	ภายในกลุ่ม	106.547	394	.270		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 15 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกันและยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกันดังนั้น ภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

**สมมติฐานที่ 6 อิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน**

$H_0$  : อิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : อิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 16 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการออมในด้านการกระทำ จำแนกตามอิทธิพลครอบครัว**

พฤติกรรมการออม	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	18.990	19	.999	3.915	.000
	ภายในกลุ่ม	97.005	380	.255		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 16 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) อิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกันและยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) อิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกันดังนั้น อิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

**สมมติฐานที่ 7 การจัดการเงินส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน**

$H_0$  : การจัดการเงินส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : การจัดการเงินส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการออมในด้านการกระทำ จำแนกตามการจัดการเงินส่วนบุคคล**

พฤติกรรมการออม	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	25.238	22	1.147	4.765	.000
	ภายในกลุ่ม	90.757	377	.241		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 17 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) การจัดการเงินส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกันและยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) การจัดการเงินส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ดังนั้น การจัดการเงินส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

**สมมติฐานที่ 8 การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน**

$H_0$  : การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรอมนิถนากรกระทำ จำแนกตามการเปิดรับสื่อบุคคล

พฤติกรรมกรอมนิถนากร	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	7.083	8	.885	3.179	.002
	ภายในกลุ่ม	108.912	391	.279		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 18 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรอมนิถนากรที่แตกต่างกันและยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรอมนิถนากรที่แตกต่างกัน ดังนั้น การเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรอมนิถนากรที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 9 การเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรอมนิถนากรที่แตกต่างกัน

$H_0$  : การเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรอมนิถนากรที่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรอมนิถนากรที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรอมนิถนากรกระทำ จำแนกตามการเปิดรับสื่อมวลชน

พฤติกรรมกรอมนิถนากร	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	13.550	15	.903	3.386	.000
	ภายในกลุ่ม	102.445	384	.267		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 19 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) การเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกันและยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) การเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกัน ดังนั้น การเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

**สมมติฐานที่ 10 การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกัน**

$H_0$  : การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการออมในด้านการกระทำ จำแนกตามการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ**

พฤติกรรมกรรมการออม	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	12.742	15	.849	3.159	.000
	ภายในกลุ่ม	103.253	384	.269		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 20 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกันและยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกัน ดังนั้น การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

**สมมติฐานที่ 11 การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน**

$H_0$  : การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน

$H_1$  : การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมกรออมในด้านการกระทำ จำแนกตามการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์**

พฤติกรรมกรออม	แหล่งความแปรปรวน	Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การกระทำ	ระหว่างกลุ่ม	16.813	8	2.102	8.285	.000
	ภายในกลุ่ม	99.182	391	.254		
	รวม	115.995	399			

จากตารางที่ 21 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน ดังนั้น การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมกรออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่”เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ชนิดเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ใช้ประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยความเชื่อมั่น 95% ค่าความคาดเคลื่อนเท่ากับ .05 คำนวณจากสูตร Taro Yamane โดยการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) กับพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ จำนวน 400 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) เพื่อวิเคราะห์การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคาดเคลื่อนเท่ากับ .05 การหาค่าร้อยละ (Percentages), ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ ระดับการศึกษารายได้ต่อบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนภาระหนี้สินที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรออมของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัวที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรออมของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออมที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรออมของพนักงาน ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

#### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

##### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ พนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ซึ่งจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภาระหนี้สิน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ

ผลการวิเคราะห์ลักษณะของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 เพศชาย 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5

จำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือช่วงอายุ 20-30 ปี และ 41-50 ปี มีจำนวน 94 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.5 เท่ากันและช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

จำแนกตามสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสมากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือมีสถานภาพโสด จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 สถานภาพพ่อย่าร้าง จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และสถานภาพหม้าย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือในระดับสูงปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ในระดับปวส. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับปวช.ตามลำดับ

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทจำนวน 170 คนคิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีรายได้ต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 มีรายได้ต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

จำแนกตามภาระหนี้สิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาระหนี้สิน 50,000-100,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาไม่มีภาระหนี้สิน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 มีภาระหนี้สินต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 มีภาระหนี้สินมากกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีภาระหนี้สิน 100,001-500,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และมีภาระหนี้สิน 500,000-1,000,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากครอบครัวในเรื่องการออมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 เมื่อพิจารณารายข้อปรากฏว่า ท่านมีวิธีการออมเหมือนกับสมาชิกในครอบครัวของท่าน, ท่านรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัวในเรื่องวิธีการออมที่เหมาะสม, ท่านจะปรึกษาครอบครัวก่อนนำเงินออมมาใช้, สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการออมของท่าน, สมาชิกในครอบครัวมีส่วนสำคัญในการวางแผนการออมของท่านมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนเรื่องสมาชิกในครอบครัวเป็นแบบอย่างในเรื่องการออมของท่าน มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการจัดการเงินส่วนบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 เมื่อพิจารณารายข้อปรากฏว่า ท่านคิดการแบ่งแยกทรัพย์สินการเงิน เช่น บัญชีเงินฝาก ออกเป็นหลายบัญชีโดยกำหนดวัตถุประสงค์การนำเงินแต่ละบัญชีไปใช้จ่าย ทำให้ควบคุมการใช้จ่ายได้ดีขึ้น, ท่านคิดว่าจะนำเงินไปลงทุนในทรัพย์สินประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกันโดยคำนึงถึงระยะเวลาที่ต้องการใช้ประโยชน์ จากการลงทุนดังกล่าว, ท่านคิดว่าจะไม่นำเงินที่วางแผนสำหรับค่าใช้จ่ายประเภทหนึ่งไปใช้จ่ายกับค่าใช้จ่ายประเภทอื่น, ท่านมีการกำหนดวงเงินค่าใช้จ่ายในการอุปโภค บริโภค, ท่านวางแผนว่า ทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องดังกล่าวเช่น เงินฝากธนาคารบางเล่มท่านจะไม่นำเงินมาใช้จ่าย เว้นเสียแต่จะมีความจำเป็นอย่างยิ่ง, ท่านวางแผนการใช้จ่ายเงินก้อนที่ได้รับเป็นพิเศษ เช่น โบนัส เงินปันผล แตกต่างจากเงินที่ได้รับ อย่างสม่ำเสมอ เช่นเงินเดือน, ถ้าท่านได้รับมรดกเป็นเงินสด ท่านจะเพิ่มระดับการใช้จ่ายมากกว่าการได้รับมรดกเป็นบ้านหรือที่ดินแม้ว่าบ้านหรือที่ดินจะมีมูลค่าเท่ากับเงินสดมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

## ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารการออมอยู่ในระดับน้อยครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46เมื่อพิจารณารายข้อปรากฏว่า การเปิดรับข่าวสารการออม จากพนักงานธนาคาร, วิทยุ, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร / วารสาร, แผ่นพับ / โบชัวร์, ป้ายโฆษณากลางแจ้ง / บิลบอร์ด, โปสเตอร์, จดหมายตรง, งานมหกรรมทางการเงิน เช่น Money Expo และ โทรศัพท์มือถือ เช่น Sms mms เป็นต้น อยู่ในระดับน้อยครั้ง

ส่วนการเปิดรับข่าวสารการออม จากคนรู้จัก, โทรทัศน์และ อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ธนาคาร อยู่ในระดับปานกลาง

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการออม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการออมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 เมื่อพิจารณารายชื่อปรากฏว่า ท่านมีการกักเงินรายได้ไปเก็บสะสมไว้เป็นเงินออมในทุกๆเดือน , ท่านมีการควบคุมค่าใช้จ่ายให้น้อยกว่ารายได้, ท่านเก็บเงินที่เหลือจากการใช้จ่ายประจำวันไว้เป็นเงินออม, ท่านจะออมเงินก็ต่อเมื่อเงินออมจะต้องมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากเดิมในอนาคต, ท่านจะนำเงินออมไปฝากไว้กับสถาบันทางการเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น, ท่านจะนำเงินที่จะออมฝากไว้กับสินทรัพย์ทางการเงินที่มีอัตราผลตอบแทนที่แน่นอนและท่านจะนำเงินที่ออมฝากไว้กับสินทรัพย์ทางการเงินที่มีความเสี่ยงน้อยอยู่ในระดับปานกลาง

#### ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เพศ ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ .077 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 โดยใช้สถิติ Independent Sampling t-test ในการทดสอบพบว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig มากกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก พบว่าอายุที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig มากกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานรอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างภาระหนี้สินกับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานรอง ภาระหนี้สินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลครอบครัวกับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานรอง อิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการเงินส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานรอง การจัดการเงินส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานรอง การเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานรองการเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่



ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจกับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานรอง การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์กับพฤติกรรมการออมการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าค่า Sig น้อยกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานรอง การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ 400คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 59.5มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท และมีภาระหนี้สินอยู่ประมาณ 50,000-100,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแสงสุนีย์ สุรกร,(2552)ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-34 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ระดับการศึกษาปริญญาตรี

ผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัวซึ่งประกอบไปด้วย อิทธิพลครอบครัว และการจัดการเงินส่วนบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากครอบครัวเรื่องการออมในระดับปานกลางเนื่องจากสมาชิกในครอบครัวยังให้ความสำคัญในเรื่องการออมและการเป็นแบบอย่างในการออมเท่าที่ควรซึ่งรูปแบบและวิธีการออมที่ถูกต้องทอดมาก็จะเป็นแบบอย่างให้กับรุ่นต่อไป ซึ่งตรงกับแนวคิดของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล; และ ดลยา จาตุรงค์กุล, (2550: 438)ที่กล่าวว่าพฤติกรรมของบุคคล โดยครอบครัวเป็นสถาบันหลักที่เป็นจุดเริ่มต้นของการเกิด ค่านิยม รสนิยม ทักษะและคุณสมบัติต่างๆเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคล ส่วนการจัดการเงินส่วนบุคคลอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญกับการวางแผนการใช้จ่ายเงิน และการออมเงินมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่าปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

ผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออมประกอบไปด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารการออมจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่ออื่นๆ แต่ในภาพรวมยังคงอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากคนไทยในปัจจุบันยังไม่ให้ความสำคัญกับการรับฟังข่าวสารการออม รวมทั้งเข้าไม่ถึงระบบการออมที่มีอยู่ในปัจจุบัน (กรุงเทพมหานครออนไลน์, 2552: ออนไลน์) ซึ่งการสื่อสารที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ถูกทางก็อาจเป็นผลที่ทำให้บุคคลไม่สนใจและไม่ใส่ใจการเปิดรับรวมถึงสถานการณ์ และเวลาของแต่ละบุคคลอาจไม่เอื้ออำนวยในการเปิดรับต่อสื่อที่ออกมา(กุลธกาน ตั้งทิวาพร, 2555)นัก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า การเปิดรับข่าวสารการออมที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน

#### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการวิจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคล ทำให้ทราบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท และมีภาระหนี้สินอยู่ประมาณ 50,000-100,000 บาท ซึ่งเห็นได้ว่าบุคคลกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนักแต่มีหนี้สินค่อนข้างสูงจึงควรเพิ่มอัตราผลตอบแทนหรือส่งเสริมการออมละเพิ่มการโฆษณาเพื่อจูงใจให้คนกลุ่มนี้หันมาสนใจออมเงิน ซึ่งการโฆษณาตามสื่อทั่วไปอาจไม่จำเป็นเพราะคนกลุ่มนี้ทำงานในสถาบันการเงินอยู่แล้วน่าจะทราบถึงผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการออมที่มีอยู่ แต่บุคคลเหล่านี้จะรู้จักแค่ผลิตภัณฑ์ของสถาบันการเงินที่ตนเองทำงานอยู่เท่านั้น ซึ่งจริงๆ แล้วอัตราผลตอบแทนของสถาบันการเงินอื่นอาจมีความน่าสนใจกว่า เพราะฉะนั้นสถาบันการเงินต่างๆ ควรจะเน้นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลกลุ่มนี้

2. จากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัว พบว่า ครอบครัวเป็นพื้นฐานของพฤติกรรมต่างๆ ถ้าครอบครัวมีการปลูกฝังที่ดีและเป็นตัวอย่างที่ดีในเรื่องการออมก็จะทำให้บุคคลกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะมีการออมตามแบบสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว ดังนั้น ผู้ใหญ่ในครอบครัว ควรช่วยกันปลูกฝังและอธิบายถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการออมให้กับสมาชิกคนอื่นๆ ไปได้รับทราบ เพื่อทำให้สมาชิกในครอบครัวเพิ่มปริมาณและจำนวนการออมมากขึ้น

3. จากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออม พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารการออมน้อยครั้ง ซึ่งทำให้อาจจะพลาดการรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อตัวเองได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การสื่อสารของสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ต่างๆ อาจไม่ชัดเจน หรือเวลาในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์อาจไม่ตรงกับเวลาที่พนักงานจะรับรู้ได้ เช่น มีการปล่อยโฆษณาเวลาทำงานทำให้พนักงานที่กำลังทำงานไม่สามารถรับทราบ

ข่าวสารได้ ดังนั้น ทางสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ ควรโฆษณาให้บ่อยครั้งขึ้น และมีการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายช่องทางมากขึ้นเพื่อจะได้เข้าถึงบุคคลวัยทำงานกลุ่มนี้ ทั้งนี้เมื่อพนักงานกลุ่มนี้ได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์อาจทำให้พนักงานกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะเพิ่มการออมได้

#### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออม ของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการออมของพนักงาน โดยเลือกกรณีศึกษา คนที่อยู่ในอาชีพอื่นๆ เช่น พนักงานเอกชนต่างๆ ดูว่าพนักงานอาชีพอื่น ๆ มีพฤติกรรมการออมเป็นอย่างไร
2. ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของพนักงานกลุ่มนี้ เพื่อดูว่า พนักงานกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายเป็นอย่างไร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมที่ได้ทำการศึกษาหรือไม่
3. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของบุคคลวัยทำงานที่มีต่อสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ เพื่อดูว่า บุคคลวัยทำงานมีความพึงพอใจด้านไหนบ้างและไม่พึงพอใจด้านไหนบ้างเพื่อทางสถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์จะได้ทำการปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความพึงพอใจ
4. ควรทำการศึกษาถึงรูปแบบการออมและการลงทุนรูปแบบที่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นเพื่อดูว่าพนักงานมีพฤติกรรมกาออมรูปแบบใดมากกว่ากัน

### รายการอ้างอิง

- กรรณิการ์ เอกเผ่าพันธุ์. (2548). **ระบบการออมและแนวทางการระดมเงินออมในประเทศไทย.**  
กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กวิณวุฒิ กลั่นไพฑูรย์. (2646). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยี  
ราชมงคลวิทยาเขตพณิชยการพระนคร.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กัณตินันท์ ยืนยง. (2551). “การศึกษาเงินออมและหนี้สินของผู้ถือบัตรเดบิตและบัตรเครดิตในเขต  
กรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์การจัดการ สาขาวิชาการเงิน บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา.(2544). **สถิติสำหรับงานวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_.(2545). **การวิเคราะห์สถิติ,สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ:  
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_.(2546). **การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.** (ฉบับปรับปรุงใหม่).  
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กุลฐกาน ตั้งทิวาพร. (2555). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของบุคคลวัยทำงาน : กรณีศึกษา  
พนักงานธนาคาร.” ปรินูญานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2552). **การเงินการลงทุน.** เข้าถึงเมื่อ 23 ตุลาคม 2554. เข้าถึงได้จาก  
<http://www.bangkokbiznews.com/homes/news/finance>
- จิตรา โมธินา. (2547). “พฤติกรรมการออมของวัยเริ่มทำงาน.” ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิตรากร รัตนภรณ์กุล. (2550). “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจเนอเรชั่นเอ็มในอำเภอ  
เมืองจังหวัดเชียงใหม่.” ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิต  
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการ  
พิมพ์.
- เดลินิวส์. (2556). **การออมของคนไทย – โลกการเงิน กับ ดร.เขาว์ เก่งชน.** เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม  
2556. เข้าถึงได้จาก <http://www.dailynews.co.th/Content/economic/64892>.

- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการสื่อสารมวลชนบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2541). **ทฤษฎีการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปรเมศวร์ ว่องพิริยพงศ์. (2551). “การออมและการลงทุนของพนักงานภาคเอกชน.” สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิยดา สมบัติวัฒนา. (2550). “ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการออมของนิสิตปริญญาตรีโครงการบริหารธุรกิจภาคสมทบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.” งานวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพบัณฑิต(การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์) สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิชญ จงสถิตวัฒนา. 2548. **การบริหารการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ค่านสุนทรการ พิมพ์.
- ไพโรจน์ เงามจิตร. (2543). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2549). **พจนานุกรมเศรษฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนากิน,บรรณาธิการ. (2540). **พจนานุกรมศัพท์ทางเศรษฐศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันวิสาข์ จำรัส. (2552). “การออมเพื่อการดำรงชีพยามชราภาพของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทยาการ เชียงกุล. (2546). **อธิบายศัพท์เศรษฐกิจ ธุรกิจ การเงินและการธนาคาร**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- วิรัช พานิชวงค์. (2554). **การวิเคราะห์การถดถอย**. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). **สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ
- วิไลลักษณ์ ไทยอุตส่าห์ และวลัยภรณ์ อัดตะนันท์. (2531). **การเร่งการออมของครัวเรือนในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- \_\_\_\_\_. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สลักจิต ชื่นชม. (2552). “อิทธิพลของครอบครัวและบริบททางสังคมต่อการทำกิจกรรมยามว่างของเยาวชนในพื้นที่เฝ้าระวังทางประชากรกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สยามธุรกิจ. (2550). **การออมของคนไทยในปัจจุบัน**. เข้าถึงเมื่อ 2 ตุลาคม 2556, เข้าถึงได้จาก [http://www.siamturakij.com/home/news/display\\_news.php?news\\_id=6718](http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=6718)
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2554). **สังคมวิทยาครอบครัว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาวิตรี สุตรา. (2539). “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรออมของชาวนบทในจังหวัดสุรินทร์.” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุปัญญา ปลั่งกมล. (2552). “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรออมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” ปริญญานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: โอเอสติก พับลิชชิ่ง.
- แสงสุนีย์ สุรกร. (2552). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรออมของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2546). **เคล็ดลับการตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ: พีซี พรินท์เทค.
- อดุล จาตุรงค์กุล. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุล จาตุรงค์กุล และดลยา จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิชนา จิวพัฒนากุล.(2553). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมและการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ.”  
วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อุดม โพพี. (2536). “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของคนไทย.” การวิจัยส่วนบุคคล  
วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.

Bandura, Albert. (1997). **Self-Efficacy**. New York: W.H. Freeman and Company.

Assael,H. (1985). **Consumer behavior and marketing action** . New York: Harper Collins  
College Publishers.

Klapper, J. T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. Glencoe: Free Press.

Robin, S.P. (1998). **Organization Behavior**. 8<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice – Hall International.

Schiffman, L. G., and L. L. Kanuk. (1997). **Consumer behavior** . Englewood Cliffs,NJ: Prentice  
– Hall International.

Solomon, Michale R. (1996). **Consumer Behavior**. 3rd ed. Englewood Cliffs,NJ: Prentice  
– Hall International.

Hunt, Todd., and Brent d. Ruben.(1993). **Mass Communication**. New York: Harper Collins  
College Publishers.



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี





ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี



**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**  
**เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออมของพนักงาน**  
**ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่**

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลประกอบการเขียนจุดนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออมของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่

**คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัว

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออม

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการออม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

2. กรุณาทำเครื่องหมาย  ตรงข้อความที่เป็นคำตอบของท่านเพียงคำตอบเดียว
3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามครั้งนี้จะเก็บไว้เป็นความลับเพื่อการศึกษาเท่านั้น

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

### 1. เพศ

 ชาย

 หญิง

### 2. อายุ

 20-30ปี

 31-40ปี

 41-50ปี

 51-60ปี

### 3. สถานภาพ

 โสด

 หย่าร้าง

 หม้าย

 สมรส

### 4. ระดับการศึกษา

 ปวช.

 ปวส.

 ปริญญาตรี

 สูงกว่าปริญญาตรี

### 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

 ต่ำกว่า 10,000 บาท

 10,001-20,000 บาท

 20,001-30,000 บาท

 30,001-40,000 บาท

 40,001-50,000 บาท

 50,001 บาทขึ้นไป

### 6. มูลค่าภาระหนี้ในปัจจุบันของท่าน (โดยประมาณ)

 ไม่มี

 ต่ำกว่า 50,000 บาท

 50,000-100,000 บาท

 100,001-500,000 บาท

 500,001-1,000,000 บาท

 มากกว่า 1,000,000 บาท

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านอิทธิพลครอบครัว

### ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลครอบครัว

อิทธิพลครอบครัว	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1. สมาชิกในครอบครัวเป็นแบบอย่างในเรื่องการออมของท่าน					
2. ท่านมีวิธีการออมเหมือนกับสมาชิกในครอบครัวของท่าน					
3. ท่านรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในครอบครัวในเรื่องวิธีการออมที่เหมาะสม					
4. ท่านจะปรึกษาครอบครัวก่อนนำเงินออมมาใช้					
5. สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจการออมของท่าน					
6. สมาชิกในครอบครัวมีส่วนสำคัญในการวางแผนการออมของท่าน					

### ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเงินส่วนบุคคล

การจัดการการเงินส่วนบุคคล	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. ท่านคิดการแบ่งแยกทรัพย์สินการเงิน เช่น บัญชีเงินฝากออกเป็นหลายบัญชีโดยกำหนดวัตถุประสงค์การนำเงินแต่ละบัญชีไปใช้จ่าย ทำให้ควบคุมการใช้จ่ายได้ดีขึ้น					

2. ท่านคิดว่าจะนำเงินไปลงทุนในทรัพย์สินประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกัน โดยคำนึงถึงระยะเวลาที่ต้องการใช้ประโยชน์ จากการลงทุนดังกล่าว					
3. ท่านคิดว่าจะไม่นำเงินที่วางแผนสำหรับค่าใช้จ่ายประเภทหนึ่งไปใช้จ่ายกับค่าใช้จ่ายประเภทอื่น					
4. ท่านมีการกำหนดวงเงินค่าใช้จ่ายในการ อุปโภค บริโภค					
5. ท่านวางแผนว่า ทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องดังกล่าว เช่น เงินฝากธนาคารบางเล่มท่านจะไม่นำเงินมาใช้จ่าย เว้นเสียแต่จะมีความจำเป็นอย่างยิ่ง					
6. ท่านวางแผนการใช้จ่ายเงินก้อนที่ได้รับเป็นพิเศษ เช่น โบนัส เงินปันผล ต่างจากเงินที่ได้รับ อย่างสม่ำเสมอ เช่นเงินเดือน					
7. ถ้าท่านได้รับมรดกเป็นเงินสด ท่านจะเพิ่มระดับการใช้จ่ายมากกว่า การได้รับมรดกเป็นบ้านหรือที่ดิน แม้ว่าบ้านหรือที่ดินจะมีมูลค่าเท่ากับเงินสด					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการเปิดรับข่าวสารการออม

ประเภทของสื่อ	ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร				
	ประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	น้อยครั้ง	ไม่เคยเลย
<b>สื่อบุคคล</b>					
1. จากพนักงานธนาคาร					
2. จากคนรู้จัก					
<b>สื่อมวลชน</b>					
3. โทรทัศน์					
4. วิทยู					
5. หนังสือพิมพ์					
6. นิตยสาร / วารสาร					
<b>สื่อเฉพาะกิจ</b>					
7. แผ่นพับ / โบชัวร์					
8. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง / บิลบอร์ด					
9. โปสเตอร์					
10. จดหมายตรง					
11. งานมหกรรมทางการเงิน เช่น Money Expo					
<b>สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>					
12. อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ธนาคาร					

13. โทรศัพท์มือถือ เช่น Sms mms เป็นต้น					
---	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออม

พฤติกรรมการออม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. ท่านมีการกันเงินรายได้ไปเก็บสะสมไว้เป็นเงินออมในทุกๆเดือน					
2. ท่านมีการควบคุมค่าใช้จ่ายให้น้อยกว่ารายได้					
3. ท่านเก็บเงินที่เหลือจากการใช้จ่ายประจำวันไว้เป็นเงินออม					
4. ท่านจะออมเงินที่ต่อเมื่อเงินออมจะต้องมีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากเดิมในอนาคต					
5. ท่านจะนำเงินออมไปฝากไว้กับสถาบันทางการเงินที่น่าเชื่อถือเท่านั้น					
6. ท่านจะนำเงินที่จะออมฝากไว้กับสินทรัพย์ทางการเงินที่มีอัตราผลตอบแทนที่แน่นอน					
7. ท่านจะนำเงินที่ออมฝากไว้กับสินทรัพย์ทางการเงินที่มีความเสี่ยงน้อย					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นายพงศกร สุริยพงศ์ประไพ  
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 1/3 หมู่2 ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน  
 จังหวัดนครปฐม 73110

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2552 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปลาย โรงเรียน ขอแซฟอุปถัมภ์  
 พ.ศ.2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ  
 ธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นายศิริสิทธิ์ อังสุโกไคย  
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 128 หมู่ 6 ตำบลต้นมะม่วง อำเภอเมือง  
 จังหวัดเพชรบุรี 76000

## ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2552 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมปลาย โรงเรียน อรุณประดิษฐ์  
 เพชรบุรี  
 พ.ศ.2553 ศึกษาต่อระดับปริญญาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ  
 ธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี