



การศึกษาค้นคว้าอิสระ

พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

SAVING BEHAVIOR AND FACTORS INFLUENCING THE SAVINGS
IN BANGKOK BY DEPOSITING MONEY VIA COMMERCIAL BANKS

นางสาวฉัตรารณ์ เมฆรัตน์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2558

การศึกษาค้นคว้าอิสระ

เรื่อง

พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร
โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

Saving Behavior and Factors Influencing The Savings in Bangkok
by Depositing Money via Commercial Banks

โดย

นางสาวนัตราภรณ์ เมฆรัตน์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
พ.ศ. 2558

ฉัตรภรณ์ เมฆรัตน์ 2558: พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ปรินญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระหลัก: อาจารย์ธนาสมพรเสริม, Ph.D., 228 หน้า

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์และบัญชีเงินฝากประจำ ผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการสุ่มตามเขตต่างๆ ในกรุงเทพมหานครที่มีประชากรมากที่สุด 5 อันดับแรก โดยทำการศึกษาระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 - 35 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 - 30,000 บาท พฤติกรรมการออมเงินโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ร้อยละ 10 - 20 ของรายได้ ซึ่งปริมาณการออมจะแปรผันไปตามรายได้ และการบริโภค โดยผู้ที่มีรายได้ไม่แน่นอนจะมีปริมาณการออมไม่แน่นอนตามไปด้วย นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมฝากเงินกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ประเภทออมทรัพย์มากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวกในการฝาก-ถอนเงิน ไม่มีกำหนดจำนวนเงินฝากขั้นต่ำ วัตถุประสงค์การฝากเงินเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง และตัดสินใจฝากเงินด้วยตนเองไม่ว่าจะเป็นการเลือกธนาคารหรือเลือกประเภทผลิตภัณฑ์เงินฝาก โดยได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝากเงินและบริการต่างๆจากอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการศึกษานี้ ภาคราชการพาณิชย์ควรมองหาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าโดยมีการจัดการออมให้เหมาะสมกับรายได้ อย่างเช่น อาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอนควรออกผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทออมทรัพย์ ดอกเบี้ยสูง ไม่จำกัดขั้นต่ำในการฝากเงิน มีการคุ้มครองชีวิตและอุบัติเหตุ หรือในกรณีประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอนควรออกผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทฝากประจำ จำกัดขั้นต่ำในการฝากเงิน ดอกเบี้ยสูง เพื่อให้ประชาชนหันมาออมเงินมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นประเทศไทยมีผู้เข้าผู้วัยเกษียณมากขึ้น ทางธนาคารพาณิชย์ควรมีการพัฒนาแบบการฝากเงินให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าวัยเกษียณ โดยการออกผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ได้รับความคุ้มครองยาว อัตราดอกเบี้ยสูง สามารถจ่ายเบี้ยประกันทดแทนและนำไปลดหย่อนภาษีได้ เมื่อฝากครบกำหนดสามารถเลือกรับเงินคืนครั้งเดียวหรือทยอยคืนก็ได้ นอกจากนี้ทางภาครัฐควรมีการลดหย่อนภาษีเมื่อมีการออมมากขึ้น

Chattaporn Makkarat 2015: Saving Behavior and Factors Influencing The Savings in Bangkok by Depositing Money via Commercial Banks. Master of Economics (Business Economic), Major Field: Business Economics, Department of Economics Independent Study Advisor: Mr.Thana Sompornsem, Ph.D, 228 pages.

The purposes of this research were to 1) study the saving behavior in Bangkok 2) investigate factors influencing the savings in Bangkok by depositing money through commercial banks. Data were collected from 400 samples who have saving accounts or fixed deposit accounts in commercial banks. This study used questionnaire and randomly selected samples in five districts in Bangkok with the highest population during October 2014.

The results showed that the majority of samples were single female, age between 26 and 35 years old with a bachelor's degree, employed in private company. The average total income per month is between 15,000 - 30,000. Furthermore, on average, the samples save between 10 – 20 percent per month from their income. Both income and consumption were main factors for their saving. Uncertain income would lead to uncertain saving. Moreover, they preferred to deposit their saving in Siam Commercial Bank through saving account due to an easy to withdrawal and deposit and no minimum deposit requirement. The main objective of their saving was to maintain the financial security. Moreover, the samples made their saving decision based on their own by using financial product and services' information from internet and websites. According to the marketing mixes, the samples were aware of product the most and then place, promotion and price, respectively.

The results from the research suggested that the commercial banks should provide new products that can help customers to manage their saving accordingly to their incomes. For example, a commercial bank should launch a new product type of saving account which provides attractive interest, no minimum deposit requirement, and life and accident protection insurance to customers who have uncertain income. In addition, in the case of customers who have certain income, fixed deposit account, minimum deposit requirement and high interest would make customers to save more. Moreover, according to aging society in Thailand, a commercial bank should develop a deposit product that is suitable for senior citizen by offering long term coverage, appealing interest, ability to pay compound insurance premiums and tax deduction. When reaching a maturity date, customers were allowed to receive either a whole amount of deposit or monthly payments through an installment agreement. For government, it should provide an incentive for the savings with tax deduction when they save more.

CHATTAPORN MAKKARAT

Student's signature

Advisor's signature

01 / 08 / 2015

กิตติกรรมประกาศ

งานศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความช่วยเหลือดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากหลายๆฝ่าย โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษา คือ อ.ดร.ธนา สมพรเสริม ในการแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ แนวคิดต่างๆที่เป็นประโยชน์และติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินการศึกษา ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ที่สละเวลาในการแก้ไขข้อบกพร่อง ตรวจสอบความถูกต้องของภาษา

ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่านในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 5 เขต ที่ให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้รับการช่วยเหลือและกำลังใจจากคุณพ่อและคุณแม่ ตลอดจนบุคคลต่างๆที่ให้ความช่วยเหลืออีกมาก ที่ผู้ศึกษาไม่สามารถกล่าวนามได้หมดในที่นี่ ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและความปรารถนาดีของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณและขอบคุณไว้ในโอกาสนี้

นัฏราภรณ์ เมฆรัตน์

สิงหาคม 2558

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการศึกษา	5
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
แนวคิดและทฤษฎี	8
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	29
กรอบแนวคิดของการศึกษา	35
สมมติฐานการศึกษา	36
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการศึกษาและข้อวิจารณ์	50
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง	51
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง	55
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่าง	59
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ออมของกลุ่มตัวอย่าง	65

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรออมของกลุ่ม ตัวอย่างในการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์กับปัจจัยส่วนบุคคล	70
ส่วนที่ 6 วิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทาง ธนาคารพาณิชย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	152
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	195
สรุปผลการศึกษา	195
อภิปรายผล	201
ข้อเสนอแนะ	202
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	206
ภาคผนวก	208
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา	209
ภาคผนวก ข การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ใน การศึกษา	216
ภาคผนวก ค สรุปวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	220
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	228

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ปริมาณเงินรับฝากของธนาคารพาณิชย์	3
2.1	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)	9
2.2	วงเงินคุ้มครองตามพระราชบัญญัติกำหนดจำนวนเงินฝากที่ได้รับ การคุ้มครองเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555	15
3.1	จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร	41
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	51
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	51
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	52
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	53
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนคนใน อุปการะ	53
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินออม ที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้รวม เฉลี่ยต่อเดือน	55
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่ายรวม เฉลี่ยต่อเดือน	55
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภาระหนี้สิน รวมเฉลี่ยต่อเดือน	56
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่มาของ รายได้	57
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของ รายจ่าย	58
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณการ ออมโดยการฝากเงินผ่านธนาคารเฉลี่ยต่อเดือน	59
4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถาบันการเงิน ที่ฝากเงิน	60
4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของ เงินฝาก	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการออมเงิน	61
4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการออม	62
4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคต	63
4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการออมเงิน	63
4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและบริการต่างๆของธนาคารพาณิชย์	64
4.21	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวม	65
4.22	แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง	66
4.23	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการออมโดยเฉลี่ย	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.24	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับประเภทของการฝากเงิน	79
4.25	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความถี่ในการออม	87
4.26	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคต	95
4.27	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์	103
4.28	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์	115
4.29	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน	127
4.30	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน	136
4.31	ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน	144

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.32	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมและปัจจัยทางเศรษฐกิจ โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์	151
4.33	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ	152
4.34	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ	156
4.35	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ	163
4.36	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา	167
4.37	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ	172

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.38	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะ	179
4.39	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน	185
4.40	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องของความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	192
 ตารางผนวกที่		
1	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์	217
2	สรุปวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	221

สารบัญภาพ

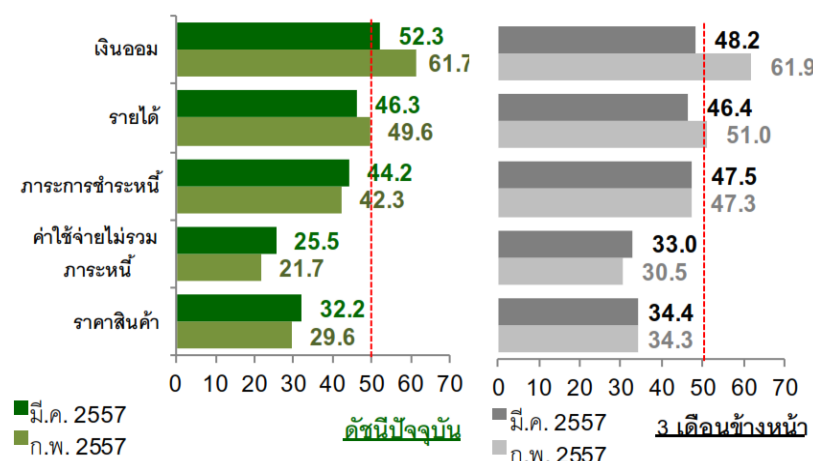
ภาพที่		หน้า
1.1	องค์ประกอบดัชนีภาวะเศรษฐกิจของครัวเรือน	1
2.1	การบริโภคตามวัฏจักรชีวิต	21
2.2	แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา	35

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันระบบเศรษฐกิจโลกยังคงมีความผันผวน ซึ่งความผันผวนดังกล่าวมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากเศรษฐกิจไทยเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจโลก ดังนั้นการออมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการลงทุนของประเทศให้เจริญเติบโตและมีเสถียรภาพ รวมทั้งยังเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถสะท้อนถึงระดับความเป็นอยู่ของประเทสนั้นๆ ในอนาคต หากการออมของประเทศอยู่ในระดับสูง จะทำให้การลงทุนในประเทศไม่ต้องอาศัยเงินทุนจากต่างประเทศเป็นเงินทุนที่ไหลเข้าออกอย่างรวดเร็ว ระดับเงินออมที่เพียงพอส่งผลให้การลงทุนและเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นตามมา แต่หากมีระดับการออมที่ต่ำ หรือการลงทุนที่เกินตัว เมื่อพิจารณาถึงผลในระยะยาวจะนำไปสู่ระดับการลงทุนในระดับต่ำตามมาเช่นกัน หากคนในประเทศมีการออมเพิ่มขึ้นใช้จ่ายลดลง เงินออมของประเทศก็จะมีเพียงพอต่อความต้องการในการลงทุน ซึ่งจะทำให้ไม่ต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจในอนาคตได้ การออมเป็นการระดมเงินทุน ซึ่งเปรียบเสมือนเงินที่เหลือจากการใช้จ่ายทั้งจากภาคครัวเรือน ภาคธุรกิจและภาครัฐ เพื่อนำมาใช้ต่อไปในอนาคต (เหมือนขวัญ รองเดช, 2556)



ภาพที่ 1.1 องค์ประกอบดัชนีภาวะเศรษฐกิจของครัวเรือน

ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

จากภาพที่ 1.1 องค์กรประกอบที่สะท้อนกำลังซื้อของประชาชนทั้งรายได้และเงินออมที่ลดลงในเดือนมีนาคม 2557 เพิ่มแรงกดดันมากขึ้นต่อภาวะการครองชีพของภาคครัวเรือน โดยดัชนีองค์กรประกอบด้านรายได้ลดลงต่ำกว่าระดับ 50 ทั้งส่วนของดัชนีปัจจุบัน (ปรับตัวลงมาที่ 46.3 จาก 49.6 ในเดือนก่อน) และดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า (ปรับตัวลงมาที่ 46.4 จาก 51.0 ในเดือนก่อน) ขณะที่ดัชนีองค์กรประกอบด้านเงินออมก็ลดลงเช่นเดียวกัน โดยดัชนีองค์กรประกอบด้านเงินออมคาดการณ์ในช่วง 3 เดือนข้างหน้า ปรับตัวลงมาที่ระดับ 48.2 จาก 61.9 ในเดือนก่อน ซึ่งอาจบ่งชี้ว่าผู้บริโภคบางกลุ่มกำลังเผชิญปัญหาการครองชีพที่เริ่มกดดันมากขึ้น เพราะขณะที่การใช้จ่ายในหลายด้านยังไม่เปลี่ยนแปลงไปมากนัก แต่รายได้และชั่วโมงการทำงานของประชาชนบางกลุ่มอาจผันผวนไปตามภาวะเศรษฐกิจ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

การออมมีหลายรูปแบบ อย่างเช่น การออมโดยการถือเงินสดเก็บไว้กับตนเอง การซื้อสลากออมสิน ซื้อพันธบัตรรัฐบาล ซื้อทองคำ ซื้อตราสารหนี้ ซื้อกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) การทำประกันชีวิต และการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์ ซึ่งการออมโดยวิธีฝากเงินของสถาบันการเงินจะได้รับผลตอบแทนเป็นอัตราดอกเบี้ย ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจโดยตรงต่อการออมของผู้บริโภค ถ้าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงขึ้น สถาบันการเงินมีความมั่นคง ความปลอดภัย ย่อมเป็นการเพิ่มความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ทำให้เกิดการออมทรัพย์เพิ่มมากขึ้น เงินรับฝากนับเป็นแหล่งระดมเงินหลักของธนาคารพาณิชย์ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์

ในปัจจุบันเงินฝากกระแสรายวัน ออมทรัพย์ และเงินฝากประจำมีสัดส่วนพอกันในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา ธนาคารหลายแห่งมีการออกผลิตภัณฑ์เงินฝากไม่ประจำ ซึ่งให้อัตราดอกเบี้ยสูงพอกับเงินฝากประจำ แต่เนื่องจากผู้ฝากสามารถถอนเมื่อใดก็ได้ จึงถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มประเภทออมทรัพย์และทำให้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เข้ามาบีบหนทางมากขึ้น และยังสามารถลดความแตกต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยของกลุ่มประเภทออมทรัพย์กับกลุ่มของเงินฝากประจำลงอีกด้วย (Thailand Economic Digest, 2014)

ทางด้านเงินฝากภาคเอกชนของสถาบันรับฝากเงิน เดือนมีนาคม 2557 ขยายตัวร้อยละ 6.8 จากระยะเดียวกันปีก่อน แต่ชะลอลงจากเดือนก่อนที่ขยายตัวร้อยละ 7.6 ตามการชะลอของเงินฝากภาคครัวเรือนของธนาคารพาณิชย์ (รายงานเศรษฐกิจและการเงิน, 2557) ส่วนหนึ่งมาจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ปรับลดลง จึงทำให้ลดแรงจูงใจในการฝากเงิน ด้านการแข่งขันระดมเงินฝากลด

ความรุนแรงลงต่อเนื่องสอดคล้องกับแผนการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินที่ปรับลดลง แต่ธนาคารพาณิชย์ยังมีการออมผลิตภัณฑ์เงินฝากพิเศษอยู่ ส่วนหนึ่งเพื่อรักษาลูกค้าของธนาคาร

ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยระยะสั้น ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2557 อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินปรับลดลงจากสิ้นไตรมาสแต่ก่อนตามทิศทางอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่ลดจากร้อยละ 2.25 เป็นร้อยละ 2.00 ต่อปี ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมระหว่างธนาคารลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 1.90 ต่อปี (รายงานเศรษฐกิจและการเงิน, 2557)

ตารางที่ 1.1 ปริมาณเงินรับฝากของธนาคารพาณิชย์

(หน่วย : ล้านบาท)

	ต.ค. 2556	พ.ย. 2556	ธ.ค. 2556	ม.ค. 2557	ก.พ. 2557	มี.ค. 2557
รวมเงินรับฝาก	10,834,377	11,032,239	11,050,116	11,094,270	11,256,328	11,206,105
จำนองเมื่อทวงถาม	485,910	526,530	531,029	467,269	518,210	541,786
ออมทรัพย์	4,995,741	5,120,936	5,134,870	5,294,166	5,393,190	5,380,755
ประจำ	5,343,906	5,373,069	5,367,509	5,312,614	5,316,839	5,231,018
บัตรเงินฝาก	8,819	11,704	16,708	20,221	28,089	52,546
รวมเงินให้สินเชื่อ	11,760,831	11,931,672	12,036,152	11,946,416	12,035,001	12,105,505
สัดส่วนสินเชื่อต่อเงินฝาก (ร้อยละ)	108.55	108.15	108.92	107.68	106.92	108.03

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 1.1 แสดงปริมาณเงินรับฝากของธนาคารพาณิชย์ ประกอบไปด้วย การจำนองเมื่อทวงถาม เงินฝากบัญชีออมทรัพย์ เงินฝากประจำ บัตรเงินฝาก พบว่าปริมาณเงินรับฝากรวมของธนาคารพาณิชย์ลดลงจากเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา มีผลมาจากปริมาณการรับฝากประเภทออมทรัพย์ และประเภทฝากประจำมีปริมาณลดลงจากเดือนก่อน ส่วนของการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ในเดือนมีนาคมมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้สัดส่วนสินเชื่อต่อเงินฝากเพิ่มขึ้นในเดือนมีนาคม

หากพิจารณาถึงความสำคัญของการออมในระดับประเทศ จะพบว่าการออมถือเป็นเงินทุนที่สำคัญต่อการลงทุนของประเทศ ซึ่งเป็นรากฐานและปัจจัยสำคัญที่กำหนดการลงทุนให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโต สร้างเสถียรภาพและลดความผันผวนทางเศรษฐกิจได้ ระดับการออมมีการหดตัวมากกว่าการลงทุน (เหมือนขวัญ รอดเดช, 2556) มีผลมาจากภาวะหนี้ภาคครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงจึงเป็นสัญญาณว่าคนไทยกำลังขาดแคลนเงินทุนเป็นอย่างมาก พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ในภาคครัวเรือนให้ความสำคัญ และสนใจเลือกทำการออมโดยวิธีการฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์มากที่สุด เนื่องจากมีความเสี่ยงต่ำ และได้รับผลตอบแทนเป็นอัตราดอกเบี้ย ซึ่งจะขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละธนาคาร พฤติกรรมผู้บริโภคก็มีส่วนสำคัญสำหรับการออม เช่น วัตถุประสงค์ในการออม ประเภทของการออม ระยะเวลาในการออม แนวโน้มการออมเงินในอนาคต นอกจากนี้ยังมีปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการออม เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ส่งผลต่อปริมาณการฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ ดังนั้นทางผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาเรื่องของพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ เพื่อให้ทางภาคราชการสามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปวิเคราะห์วางแผนการส่งเสริมและการระดมเงิน พัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของธนาคารพาณิชย์ พัฒนารูปแบบการออมเพื่อช่วยเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษามีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมการออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์
2. ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของพฤติกรรมการออมและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์นำข้อมูลจากงานวิจัยไปวิเคราะห์วางแผนในการส่งเสริมความสามารถในด้านการออมเงิน และการระดมเงินเป็นประโยชน์ต่อธนาคารพาณิชย์ในการนำไปพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด พัฒนารูปแบบการออมของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินต่างๆในอนาคต

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้กำหนดขอบเขตการศึกษา คือ จะศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์

โดยมีขอบเขตด้านประชากรเป็นกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ และบัญชีเงินฝากประจำผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารทหารไทย ธนาคารออมสินและธนาคารอื่นๆ ศึกษากลุ่มตัวอย่างประชาชน ในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2557 จำนวน 400 ตัวอย่าง ศึกษารวมถึงสถาบันการเงินเฉพาะกิจ และธนาคารพาณิชย์ของไทย ไม่รวมสาขาธนาคารพาณิชย์ของต่างประเทศในประเทศไทย

นิยามศัพท์

ในการศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ มีคำนิยามศัพท์ที่สำคัญเกี่ยวข้อง ดังนี้

การออม หมายถึง รายได้เมื่อหักรายจ่ายแล้วจะมีส่วนซึ่งเหลืออยู่ ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ซึ่งไม่ได้ถูกใช้สอยออกไปนี้เรียกว่า เงินออม $\text{Incomes} - \text{Expenses} = \text{Savings}$ โดยทั่วไป การออมจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีรายได้มากกว่าการจ่ายของเขา ทางที่จะเพิ่มเงินออมให้แก่บุคคล อาจทำได้โดยการพยายามหาทางเพิ่มรายได้ให้มากขึ้นด้วยการทำงานมากขึ้น ใช้เวลาว่างในการหารายได้

พิเศษหรือการปรับปรุงงานที่ทำอยู่ให้มีประสิทธิภาพมีรายได้สูงขึ้น เป็นต้น นอกจากนั้นการลดรายจ่ายลงด้วยการรู้จักใช้จ่ายเท่าที่จำเป็น และเหมาะสมก็จะทำให้มีการออมเกิดขึ้นได้เหมือนกัน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553)

ภาคครัวเรือน หมายถึง บุคคลตั้งแต่หนึ่งคนขึ้นไปที่อยู่รวมกันและบริ โภคปัจจัยชีวิตร่วมกัน โดยบุคคลเหล่านั้นอาจจะเป็นสามี ภรรยา หรือ บุคคลที่มีความสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรืออาศัยอยู่ร่วมกันและมีการยกย่องบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นหัวหน้าครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553)

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง การประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้ และใช้ประโยชน์เงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น ให้สินเชื่อ ซื้อมาขายตัวแลกเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด ซื้อมาขายเงินปรรวตต่างประเทศ การดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์เปรียบเสมือนเป็นตัวกลางทางการเงิน ทำหน้าที่รับฝากเงินและกู้ยืมเงินจากแหล่งต่างๆ ที่มีเงินเหลือมาให้กู้ยืมต่อแก่ผู้ที่ต้องการเงิน โดยธนาคารพาณิชย์จ่ายดอกเบี้ยจำนวนหนึ่งให้กับผู้ฝากเงินและผู้ให้กู้และคิดดอกเบี้ยจากผู้กู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ในอัตราที่สูงกว่าธนาคารได้รายได้จากส่วนต่างของอัตราดอกเบี้ยส่วนต่างนั้น รายได้นี้ธนาคารนำมาใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น เงินเดือน ค่าจ้าง ค่าอาคาร และวัสดุต่างๆ รายได้ส่วนที่เหลือหลังจากการจ่ายค่าใช้จ่ายเหล่านี้ถือเป็นกำไรจากการประกอบการ ซึ่งพิจารณาการดำเนินงานได้จากงบการเงินของธนาคารพาณิชย์ (พระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์, 2522) ในการศึกษาครั้งนี้จะรวมถึงสถาบันการเงินเฉพาะกิจ และศึกษาเฉพาะธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทย ไม่รวมสาขาธนาคารพาณิชย์ของต่างประเทศในประเทศไทย

เงินฝากออมทรัพย์ (Saving Deposit Account) หมายถึง เงินฝากประเภทนี้เป็นเงินฝากที่สนับสนุนการออมของผู้ออมรายย่อย ธนาคารจะไม่กำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำที่จะรับฝากแต่ละครั้ง หรือกำหนดไว้ต่ำมาก จึงเป็นบัญชีที่ผู้ออมอาจนำเงินฝากไว้แม้ว่าจะเป็นเงินจำนวนเล็กน้อย บัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ไม่มีกำหนดเวลาของการรับฝากเหมือนเงินฝากประจำ ธนาคารให้ดอกเบี้ยสำหรับเงินที่ฝากค้างไว้ แม้ว่าดอกเบี้ยจะต่ำกว่าเงินฝากประจำ แต่เงินฝากประเภทออมทรัพย์ให้ความสะดวกในการถอนเงินมากกว่า (พระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์, 2522)

เงินฝากประจำ (Time Deposit Account) หมายถึง เงินฝากที่ผู้ฝากจะกำหนดระยะเวลาของการฝากไว้ เช่น เป็นเงินฝากระยะ 6 เดือน 1 ปี 2 ปี เป็นต้น ปกติธนาคารจะกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำที่ธนาคารจะรับฝากสำหรับการฝากแต่ละครั้ง เงินฝากประเภทนี้จะได้ออกเบี้ยสูงกว่าเงินฝากประเภทอื่น เพราะเงินฝากที่มีระยะเวลายาวนานและมีความมั่นคงเป็นเงินที่ธนาคารพาณิชย์จะนำไปหาผลประโยชน์ได้สะดวกกว่าเงินฝากประเภทอื่น ไม่ต้องเพื่อเงินสำรองไว้เพื่อถอนมากเท่ากับเงินฝากประเภทอื่น การถอนเงินฝากประเภทนี้กับธนาคารพาณิชย์ในเมืองไทยนั้น ผู้ฝากอาจถอนได้เมื่อต้องการ ไม่มีการกำหนดให้ผู้ฝากแจ้งล่วงหน้า แต่เมื่อผู้ฝากถอนเงินก่อนที่เงินฝากนั้นจะถึงกำหนดตามที่ตกลงทำสัญญาไว้กับธนาคารเมื่อแรกฝาก ธนาคารพาณิชย์จะหักลดดอกเบี้ยลงจากที่ได้ตกลงไว้เดิม (พระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์, 2522)

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค รวมไปถึงทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ พระราชบัญญัติคุ้มครองเงินฝาก ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออม การออมระบบเศรษฐกิจไทยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (6 W 1 H)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาหรือการศึกษา พฤติกรรมการตัดสินใจ และการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้สินค้า การวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ และคณะ , 2541)

คำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6 W และ 1 H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อหาคำตอบ 7Os อันประกอบด้วย Occupants Objects Objectives Organization Occasions Outlets และ Operation ซึ่งในการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

คำถาม (6W 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7O)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?)	ลักษณะทางกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสมและสามารถ ตอบสนองความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์หลัก 2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ได้แก่การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้ารูปแบบบริการคุณภาพลักษณะนวัตกรรม 3. ผลิตภัณฑ์ควบ 4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง 5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ประกอบด้วยความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงานและภาพลักษณ์

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6W 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7O)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy ?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อ 1. ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2. ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม 3. ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) 2. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์ การโฆษณาการขายโดยใช้ พนักงานการส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ 3. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) 4. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying ?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organization) มีอิทธิพลในการซื้อประกอบด้วย 1. ผู้ริเริ่ม 2. ผู้มีอิทธิพล 3. ผู้ตัดสินใจ 4. ผู้ซื้อ 5. ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์ การโฆษณา และ (หรือ) กลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies) โดยใช้กลุ่มผู้มีอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy ?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การ ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาดเมื่อใด จึงสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

คำถาม (6W 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7O)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy)	ช่องทาง หรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อเช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์ มาร์เก็ต ร้านขายของชำ สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาด เป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร.(How does the consumer buy?)	ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Operation)ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. ตัดสินใจ 5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรงเช่น พนักงานขาย จะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix หรือ 7Ps)

กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical and Presentation) โดยส่วนประกอบทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกัน

ขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์โดยเน้นน้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่าเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2547)

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างคุณค่า (Value) และสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Product) หรือเกินความคาดหวัง (Augmented Product) รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล

2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนของสินค้าที่ลูกค้าต้องการสินค้าต้องจ่ายกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ การกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าว่าต้องการกำไร ต้องการขยายส่วนครองตลาด ต้องการต่อสู้กับคู่แข่งหรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการยอมรับจากตลาดเป้าหมาย และสู้กับคู่แข่งได้รวมถึงเวลาความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อพฤติกรรมซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน

2.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่างๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงลูกค้าได้ หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดหรือผู้บริโภค ให้เป็นที่พอใจและประทับใจของลูกค้า ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญขึ้น การส่งสินค้าและบริการก็ง่ายขึ้นสำหรับทั้งผู้ผลิตและสำหรับลูกค้า

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมสนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารทางการตลาดให้แน่ใจว่าตลาดและผู้บริโภคเข้าใจและให้คุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอโดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิด คือ

2.4.1 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการส่งเสริมการตลาดที่ดีที่สุด แต่มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด

2.4.2 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่เหมาะกับสินค้าที่ต้องการตลาดกว้าง

2.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า

2.4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นกิจกรรมที่เน้นวัตถุประสงค์การให้บริการแก่สังคมเพื่อเสริมภาพพจน์ หรือชดเชยเบี่ยงเบนความรู้สึกของผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์

2.5 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึงขั้นตอนในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่าง

2.6 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดซึ่งหมายถึงทั้ง ลูกค้า บุคลากรที่จำหน่าย และบุคคลที่ให้บริการหลังการขายบุคลากรผู้ให้บริการจำเป็นต้องคัดเลือก ให้การฝึกอบรม และมีสิ่งจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

2.7 ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ขององค์กร การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องใช้ต่างๆ ที่ใช้ในการให้บริการที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์หรือคุณค่าของบริการที่ส่งมอบและที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

3. พระราชบัญญัติคุ้มครองเงินฝาก

สาระสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองเงินฝาก

การบังคับใช้พระราชบัญญัติสถาบันคุ้มครองเงินฝาก นับเป็นการนำระบบการคุ้มครองเงินฝากที่เป็นมาตรฐานเช่นเดียวกับนานาประเทศมาใช้โดยกำหนดกลไกต่าง ๆ ในการคุ้มครองเงินฝากอย่างเป็นระบบ โดยมีหลักการสำคัญคือคุ้มครองผู้ฝากให้ได้รับเงินฝากคืนโดยเร็วในกรณีที่มีสถาบันการเงินล้ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ฝากรายย่อยที่เป็นผู้ฝากส่วนใหญ่ในระบบที่มีเงินฝากไม่เกินวงเงินคุ้มครอง เพื่อไม่ให้ผู้ฝากได้รับผลกระทบเมื่อสถาบันการเงินแห่งใดแห่งหนึ่งมีปัญหาการกำหนดจำนวนเงินคุ้มครองไว้ชัดเจนจะบรรเทาความตื่นตระหนกเมื่อมีข่าวเกี่ยวกับสถาบันการเงิน กล่าวคือ ผู้ฝากไม่มีความจำเป็นต้องเร่งถอนเงินซึ่งอาจเป็นสาเหตุให้เกิดปัญหาขาดความเชื่อมั่นลูกตามต่อเนื่องในลักษณะลูกโซ่ไปสู่สถาบันการเงินอื่น นอกจากนี้การคุ้มครองเงินฝากเป็นการเสริมสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อระบบสถาบันการเงิน อันจะเป็นการสนับสนุนการออมเงินในประเทศ และเสริมสร้างความมั่นคง และความมีเสถียรภาพของระบบสถาบันการเงินในภาพรวม ทั้งนี้ ในกรณีที่สถาบันการเงินถูกเพิกถอนใบอนุญาตเงินที่ใช้ในการจ่ายคืน ผู้ฝากจะมาจากเงินกองทุนคุ้มครองเงินฝากที่สถาบันการเงินนำส่งมาสะสมไว้ดังนั้น จึงจะไม่เป็นภาระทางการคลังของภาครัฐในการนำเงินภาษีมาใช้จ่ายคืนผู้ฝาก (พระราชบัญญัติสถาบันคุ้มครองเงินฝาก, 2551)

การคุ้มครองผู้ฝากเงินตามที่กำหนดไว้ใน พ.ร.บ.ฯ เป็นการคุ้มครองผู้ฝากแต่ละรายในแต่ละสถาบันการเงินในจำนวนเงินไม่เกิน 1 ล้านบาท ส่วนเงินฝากที่เกิน 1 ล้านบาท ผู้ฝากสามารถขอรับคืนได้จากกองทรัพย์สินของสถาบันการเงิน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ผู้ฝากเงินและสถาบันการเงินได้มีเวลาในการปรับตัว กฎหมายได้กำหนดคบทเฉพาะกาลให้ทยอยลดจำนวนเงินคุ้มครองเงินฝากจากคุ้มครองเต็มจำนวน เป็นไม่เกิน 100 ล้านบาท 50 ล้านบาท และ 10 ล้านบาท ในปี 2 ปีที่ 3 และปีที่ 4 นับแต่กฎหมายมีผลบังคับใช้ตามลำดับ จนกระทั่งเหลือวงเงินคุ้มครองไม่เกิน 1 ล้านบาท ในปี 5 (11 สิงหาคม 2555 เป็นต้นไป) อย่างไรก็ตามการฉีกกฎการคุ้มครองทางการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกาที่เกิดขึ้นในช่วงปลาย ปี 2551 ได้ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจและการเงินของประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2551 เห็นชอบให้เพิ่มวงเงินคุ้มครองเป็นเต็มจำนวนจนถึงวันที่ 10 สิงหาคม 2554 และเป็นไม่เกิน 50 ล้านบาท ในช่วง 11 สิงหาคม 2554 ถึง 10 สิงหาคม 2555 เพื่อเป็นการป้องกันผลกระทบไว้ล่วงหน้าโดย

เสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ฝากเงิน และรักษาเสถียรภาพของระบบการเงินโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายเงินตราระหว่างประเทศ ซึ่งพระราชกฤษฎีกากำหนดจำนวนเงินฝากที่ได้รับการคุ้มครองเพิ่มขึ้นดังกล่าว ได้ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2552

อย่างไรก็ดี เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน 2555 ครม.มีมติให้ขยายระยะเวลาคุ้มครองเงินฝากจำนวน 50 ล้านบาท ออกไปจนถึงวันที่ 10 สิงหาคม 2558 และปรับวงเงินคุ้มครองเป็น 25 ล้านบาท ระหว่าง 11 สิงหาคม 2558 - 10 สิงหาคม 2559 และ 1 ล้านบาท ตั้งแต่ 11 สิงหาคม 2559 เป็นต้นไป โดยพระราชกฤษฎีกากำหนดจำนวนเงินฝากที่ได้รับการคุ้มครองใหม่ดังกล่าวได้ลงประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2555 (พระราชบัญญัติสถาบันคุ้มครองเงินฝาก, 2551)

ตารางที่ 2.2 วงเงินคุ้มครองตามพระราชกฤษฎีกากำหนดจำนวนเงินฝากที่ได้รับการคุ้มครองเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2555

ระยะเวลาที่สถาบันการเงินปิดกิจการ	จำนวนเงิน
11 สิงหาคม 2555 - 10 สิงหาคม 2558	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
11 สิงหาคม 2558 - 10 สิงหาคม 2559	ไม่เกิน 25 ล้านบาท
11 สิงหาคม 2559 เป็นต้นไป	ไม่เกิน 1 ล้านบาท

ที่มา: สถาบันคุ้มครองเงินฝาก

ผู้ฝากที่มีเงินฝากจำนวนเกินวงเงินจำกัณฑ์ดังกล่าว จะได้รับเงินคืนเพิ่มเติมจากการชำระบัญชีสถาบันการเงินที่ปิดกิจการ

เงินฝากที่คุ้มครองสถาบันให้ความคุ้มครองเงินฝากสกุลเงินบาทของบัญชีเงินฝากภายในประเทศ ดังนี้ บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ สะสมทรัพย์ เพื่อเรียก หรือบัญชีเงินฝากในทำนองเดียวกันที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่นที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม บัญชีเงินฝากจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลา บัตรเงินฝาก ใบรับฝากเงิน และบัญชีเงินฝากที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่นที่สถาบันการเงินรับฝากจากประชาชนหรือบุคคลใดโดยมีความผูกพันที่จะต้องจ่ายคืนแก่ผู้ฝาก

ทั้งนี้ ไม่รวมเงินฝากในบัญชีเงินบาทของบุคคลที่มีถิ่นที่อยู่นอกประเทศตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมการแลกเปลี่ยนเงิน เงินฝากที่มีอนุพันธ์แฝง และเงินฝากระหว่างสถาบันการเงิน

สถาบันการเงินภายใต้ความคุ้มครองธนาคารพาณิชย์ บริษัทเงินทุน และบริษัทเครดิตฟองซิเอร์ จำนวน 38 แห่ง อยู่ภายใต้ระบบคุ้มครองเงินฝากโดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม หากต่อไปจะขยายความคุ้มครองไปยังธนาคารที่มีกฎหมายเฉพาะจัดตั้งขึ้น ก็สามารถทำได้โดยการตราเป็นพระราชกฤษฎีกา

การติดตามฐานะและการดำเนินงานของสถาบันการเงิน สถาบันมีหน้าที่ติดตามฐานะและการดำเนินงานของสถาบันการเงิน โดยจะไม่ดำเนินการเข้าช้อนกับธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ที่ทำหน้าที่หน่วยงานกำกับดูแลสถาบันการเงิน ในการนี้ ธปท. และสถาบันสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการเงินระหว่างกัน อย่างไรก็ตาม กฎหมายกำหนดให้สถาบันมีอำนาจสั่งการให้สถาบันการเงินยื่นรายงานลับได้เพื่อประโยชน์ในการติดตามฐานะ และการดำเนินงาน และในกรณีที่สถาบันการเงินใดประสบปัญหาและ ธปท. สั่งควบคุมสถาบันจะเสนอชื่อบุคคลเพื่อเข้าร่วมเป็นกรรมการควบคุม

การจ่ายเงินฝาก เมื่อสถาบันการเงินถูกเพิกถอนใบอนุญาต กฎหมายกำหนดให้สถาบันประกาศให้ผู้ฝากมาขึ้นขอรับเงินภายใน 40 วัน นับแต่วันที่สถาบันการเงินถูกเพิกถอนใบอนุญาต โดยผู้ฝากมีเวลาในการยื่นขอรับเงินภายใน 90 วัน นับแต่วันประกาศ ซึ่งสถาบันอาจขยายระยะเวลาได้อีกไม่เกิน 2 ครั้ง ครั้งละไม่เกิน 90 วัน เมื่อผู้ฝากยื่นคำขอแล้วสถาบันต้องจ่ายเงินให้ผู้ฝากภายใน 30 วัน ซึ่งการที่กฎหมายกำหนดระยะเวลาการจ่ายเงินผู้ฝากไว้อย่างชัดเจน ก็เพื่อให้ผู้ฝากเกิดความมั่นใจว่าหากสถาบันการเงินถูกเพิกถอนใบอนุญาต แล้วจะได้รับเงินฝากคืนอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เมื่อจ่ายเงินผู้ฝากเงินแล้ว สถาบันจะเข้าสวมสิทธิของผู้ฝากเงินเพื่อขอรับชำระเงินคืนจากกองทรัพย์สินของสถาบันการเงินโดยจะมีบุริมสิทธิเหนือเจ้าหนี้สามัญอื่น

การชำระบัญชี กฎหมายกำหนดให้สถาบันเป็นผู้ชำระบัญชีสถาบันการเงินที่ถูกเพิกถอนใบอนุญาต โดยสถาบันจะเข้าจัดการสินทรัพย์ หนี้สิน และภาระผูกพันของสถาบันการเงินที่ถูกปิดนั้น เพื่อชำระหนี้แก่สถาบันสำหรับเงินที่จำนองผู้ฝากไปแล้วหลังจ่ายเงินแก่เจ้าหนี้คนอื่นในลำดับที่มีบุริมสิทธิเหนือกว่า และหากมีเงินเหลือสถาบันอาจนำเงินมาเฉลี่ยคืนให้แก่เจ้าหนี้สามัญซึ่งรวมถึงผู้ฝากที่มีเงินฝากในส่วนที่เกินกว่าจำนวนที่ได้รับการคุ้มครองด้วยก่อนที่สถาบันจะยื่นคำร้องต่อศาลขอให้สั่งให้สถาบันการเงินนั้นล้มละลาย

เงินกองทุนคุ้มครองเงินฝาก เงินที่สถาบันนำมาใช้จ่ายเงินผู้ฝากเงินนั้น เป็นเงินที่สถาบันการเงินสมาชิกนำส่งเข้ากองทุนคุ้มครองเงินฝากตามอัตราที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา ซึ่งกฎหมายกำหนดไว้ว่าอัตราดังกล่าวต้องไม่เกินร้อยละ 1 ต่อปีของยอดเงินฝากถัวเฉลี่ยของบัญชีที่ได้รับการคุ้มครองตามช่วงเวลาที่คณะกรรมการกำหนด ปัจจุบันกำหนดอัตราเงินนำส่งไว้ที่ร้อยละ 0.4 ต่อปี ทั้งนี้ หลังจากการชำระบัญชีสถาบันการเงินที่ถูกเพิกถอนใบอนุญาตแล้ว สถาบันจะได้รับชำระคืนสำหรับเงินที่จำนองผู้ฝากไปแล้ว ซึ่งจะส่งคืนเข้ากองทุนคุ้มครองเงินฝาก

การที่ประเทศไทยมีระบบคุ้มครองเงินฝากที่เป็นสากลและมีการกำหนดจำนวนวงเงิน การจ่ายเงินผู้ฝากไว้ชัดเจนจะทำให้ผู้ฝากเงินมีความระมัดระวังในการฝากเงิน และให้ความสำคัญในการติดตามฐานะ และผลการดำเนินงานของสถาบันการเงินมากยิ่งขึ้นอันจะเป็นการสร้างวินัยทางการเงิน รวมทั้งเสริมสร้างเสถียรภาพและความมั่นคงให้กับระบบสถาบันการเงิน ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบการเงินและระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม นอกจากนี้ วงเงินคุ้มครองที่กำหนดไว้จำนวน 1 ล้านบาท (ตั้งแต่ปีที่ 5 นับจากวันที่กฎหมายมีผลบังคับใช้คือ วันที่ 11 สิงหาคม 2555 เป็นต้นไป) ครอบคลุมจำนวนรายผู้ฝากได้กว่าร้อยละ 98 ของจำนวนผู้ฝากทั้งระบบให้ได้รับเงินฝากคืนหากมีสถาบันการเงินถูกเพิกถอนใบอนุญาต เป็นกลไกสำคัญในการดูแลผู้ฝากรายย่อยซึ่งเป็นผู้ฝากส่วนใหญ่ในระบบสถาบันการเงิน

มาตรฐานสากลของระบบคุ้มครองเงินฝาก การคุ้มครองเงินฝากเป็นระบบที่สร้างขึ้นเพื่อให้ความคุ้มครองแก่ผู้ฝากเงินในสถาบันการเงิน โดยเฉพาะผู้ฝากรายย่อยซึ่งอาจไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเงินได้อย่างเพียงพอ ในกรณีที่สถาบันการเงินซึ่งอยู่ภายใต้ความคุ้มครองประสบปัญหา และถูกปิดกิจการระบบคุ้มครองเงินฝากจะทำหน้าที่จ่ายเงินผู้ฝากภายในวงเงินและระยะเวลาที่กำหนดช่วยบรรเทาความตื่นตระหนกของผู้ฝากเงิน ซึ่งนำไปสู่การเสริมสร้างเสถียรภาพของระบบสถาบันการเงิน

แนวคิดในการนำระบบประกันเงินฝากหรือคุ้มครองเงินฝากมาใช้ในบางประเทศเกิดขึ้น ภายหลังจากการเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงิน เนื่องจากการมีสถาบันประกันเงินฝากจะเป็นการ เสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้ฝาก โดยการรับประกันว่าจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งแก่ผู้ฝากในกรณีที่ สถาบันการเงินประสบปัญหาและต้องเลิกกิจการ ทั้งนี้ สถาบันประกันเงินฝากในแต่ละประเทศอาจ มีบทบาทและอำนาจหน้าที่แตกต่างกันไป สถาบันประกันเงินฝากบางประเทศทำหน้าที่เพียงการ จ่ายเงินให้ผู้ฝากเงิน ขณะที่สถาบันประกันเงินฝากบางประเทศทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทาง การเงินแก่สถาบันการเงินที่ประสบปัญหารวมถึงกำกับตรวจสอบสถาบันการเงิน

วิกฤตการณ์ทางการเงินครั้งร้ายแรงที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2551 ได้ตอกย้ำถึงความสำคัญ ของระบบประกันเงินฝากที่มีส่วนในการช่วยผ่อนคลายนัยสถานการณ์ไม่ให้อารมณ์รุนแรงมากเกินไป เป็น กล่าวคือ การที่ประเทศต่างๆ ได้นำมาตรการให้ความคุ้มครองผู้ฝากเงินเต็มจำนวนหรือมีการปรับ เพิ่มวงเงินคุ้มครองเป็นการชั่วคราวเพื่อช่วยบรรเทาความตื่นตระหนกของประชาชนไม่ให้รีบเร่งไป ถอนเงินจนสถาบันการเงินเกิดปัญหาสภาพคล่องลุกลามต่อเนื่อง เป็นการสร้างความเชื่อมั่นของ ประชาชนต่อระบบสถาบันการเงิน และเสริมสร้างความมั่นคงและเสถียรภาพของระบบสถาบัน การเงินในภาพรวม

ในช่วงกลางปี 2552 สมาคมสถาบันประกันเงินฝากระหว่างประเทศ (International Association of Deposit Insurers : IADI) และ Basel Committee on Banking Supervision (BCBS) ได้ร่วมกันจัดทำและเผยแพร่หลักการสำคัญของระบบประกันเงินฝากที่มีประสิทธิภาพ (Core Principles for Effective Deposit Insurance Systems : Core Principles) โดยพัฒนามาจาก ประสบการณ์จริง ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับสถาบันประกันเงินฝากในประเทศที่มีบริบท แตกต่างกันได้ เพื่อสร้างบรรทัดฐานสากลให้สถาบันประกันเงินฝากในประเทศต่าง ๆ ซึ่งจะช่วย เพิ่มประสิทธิภาพของระบบประกันเงินฝาก Core Principles นี้ ถือเป็นการวางหลักเกณฑ์มาตรฐาน กลางของระบบประกันเงินฝาก เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางดำเนินการสำหรับประเทศที่ต้องการนำ ระบบประกันเงินฝากมาใช้ หรือประเทศที่ต้องการปรับปรุงระบบประกันเงินฝากของตนให้มี ประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ประเทศต่าง ๆ สามารถกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน ของระบบประกันเงินฝากของตนให้แตกต่างจากหลักการสากลของระบบประกันเงินฝากได้ เพื่อให้ สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจและการเงินในแต่ละประเทศ

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออม

ความหมายของการออม

การออม คือ รายได้เมื่อหักรายจ่ายแล้วจะมีส่วนซึ่งเหลืออยู่ ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ซึ่งไม่ได้ถูกใช้สอยออกไปนี้เรียกว่าเงินออม (สุขใจ น้ำฟูค, 2545:185)

$$\text{Income} - \text{Expenses} = \text{Savings}$$

การออมทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ส่วนของรายได้ที่ไม่ได้มีการนำมาใช้จ่ายบริโภคอุปโภคและนำเงินจำนวนนั้นไปลงทุนเพื่อเพิ่มผลผลิตในระบบเศรษฐกิจ เช่น การลงทุนด้วยตนเอง หรือการนำเงินที่ทำการออมไปลงทุนโดยระบบการเงินของประเทศ หรือสถาบันการเงินเพื่อก่อให้เกิดเพิ่มผลผลิตในระบบเศรษฐกิจ เช่น เงินฝากในระบบธนาคารพาณิชย์ หรือสถาบันการเงินอื่นๆ เช่น บริษัทเงินทุน บริษัทเครดิตฟองซิเอร์ บริษัทประกันชีวิต การซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งเงินที่ทำการอมนี้อาจจะหมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจส่วนรวม โดยสถาบันการเงินที่รับฝากเงินดังกล่าวจะนำเงินที่รับฝากไปให้กู้ยืม โดยผู้ที่กู้ยืมก็จะนำเงินมาลงทุนดำเนินธุรกิจ เช่น ซื้อปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดรายได้ไปที่เจ้าของปัจจัยการผลิตนั้นๆ ซึ่งการหมุนเวียนของการออมในที่นี้มีลักษณะเป็นวงจรต่อไปต่างจากการเก็บเงินไว้ที่ตนเองเพียงอย่างเดียวโดยไม่นำมาใช้จ่าย ซึ่งทำให้จำนวนเงินดังกล่าวออกจากกระบบเศรษฐกิจโดยไม่ได้มีการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ

ทฤษฎีการบริโภคตามสมมติฐานรายได้สมบูรณ์ (Absolute Income Hypothesis)

อธิบายถึงความสัมพันธ์เบื้องต้นระหว่างรายได้หลังหักภาษี (Disposable Income; Y_d) กับการบริโภค โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น การบริโภคจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่การบริโภคจะเพิ่มขึ้นไม่เท่ากับการเพิ่มขึ้นของรายได้ ดังนั้น จึงมีผลทำให้ส่วนแตกต่างระหว่างรายได้กับการบริโภคจะยิ่งมากขึ้นหรือการออมและความโน้มเอียงในการออมเฉลี่ยเพิ่มขึ้นนั่นเอง

สมการการบริโภค ตามแนวคิดของ John Maynard Keynes มีดังนี้

$$C = a + bY; a > 0; 0 < b < 1$$

$$S = Y - (a + bY)$$

โดย C คือ การบริโภคที่แท้จริง

Y คือ รายได้สุทธิที่สามารถใช้จ่ายได้จริง

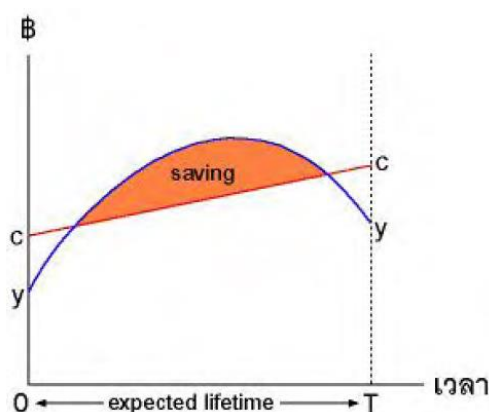
b คือ ความโน้มเอียงในการบริโภคหน่วยสุดท้ายและถูกสมมุติว่าคงที่ขณะใดขณะหนึ่ง

โดย $-a$ แสดงระดับการบริโภคเพื่อยังชีพ และสัมประสิทธิ์ $1 - b$ คือความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการออม

สาระสำคัญของทฤษฎีนี้ ทำให้เราทราบว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้ระดับการออมเพิ่มขึ้นด้วยหรือระดับรายได้แปรผันตรงกับระดับการออม

ทฤษฎีวัฏจักรชีวิตกับการออม (Life-Cycle Theory of Consumption)

ทฤษฎีวัฏจักรชีวิตกับการออม (life cycle theory of consumption) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นโดยนักเศรษฐศาสตร์หลายท่าน เช่น Albert Ando and Franco Modigliani และ Richard Brumberg (1963) โดยได้ร่วมกันเสนอแนวคิดว่าการบริโภคมิได้ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ในงวดเวลาปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับรายได้ที่คาดว่าจะได้รับในอนาคตอีกด้วย โดยมีสมมุติฐานในเรื่องของการกระจายรายได้และการบริโภคของบุคคลในวงจรชีวิต กล่าวคือในช่วงอายุน้อย บุคคลยังมีรายได้ต่ำ มีระดับการบริโภคสูงกว่ารายได้ มีการออมเป็นลบ แต่เมื่อบุคคลที่มีอายุมากขึ้น (อยู่ในช่วงวัยกลางคน) เขจะมีรายได้สูงขึ้น มีระดับรายได้สูงกว่าระดับการบริโภคทำให้สามารถออมทรัพย์ได้ เมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุนั้น รายได้ของบุคคลจะลดลงในขณะที่การบริโภคยังสูงอยู่ บุคคลจะกลับมา มีการออมเป็นลบอีกครั้ง



ภาพที่ 2.1 การบริโภคตามวัฏจักรชีวิต

จากรูปที่ 2.1 จะเห็นว่าในช่วงชีวิตของบุคคลที่มีอายุน้อย จะมีระดับรายได้อยู่ในระดับต่ำ และจะมีรายได้สูงขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น ต่อมาเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุก็จะกลับมีรายได้ลดลงอีกครั้ง การกระจายรายได้ตลอดช่วงอายุขัยจึงมีลักษณะเป็นไปตามเส้น yy ส่วนปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของบุคคลจะสูงขึ้นเป็นลำดับตามอายุขัย โดยมีลักษณะของการกระจายปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคตามเส้น cc เมื่อทำการเปรียบเทียบกันระหว่างเส้น yy และ cc แล้ว จะพบว่าในช่วงต้นของชีวิต บุคคลจะมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการบริโภค ดังนั้นบุคคลจึงต้องประพาศิตนเป็นผู้ก่อหนี้ ต่อมาในช่วงกลางของชีวิตจึงจะเริ่มที่จะมีรายได้เหลือจ่ายจนสามารถชดเชยหนี้เดิมได้ และเก็บเงินสะสมไว้สำหรับช่วงปลายของชีวิต เงินสะสมส่วนนี้ก็คือส่วนของเงินออมนั่นเอง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการถือเงินของบุคคล

เนื่องจาก ทฤษฎีความต้องการถือเงินของ John Maynard Keynes เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการถือเงินของประชาชนทั่วไป สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า และความต้องการถือเงินเพื่อแสวงหากำไร

1. ความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอย (Transaction Demand for money) เป็นความต้องการถือเงินจำนวนหนึ่งเพื่อใช้จ่ายในกิจกรรมประจำวัน โดยที่ความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอยนี้จะขึ้นอยู่กับ 2 กรณี ได้แก่

- 1.1 รายได้ประชาชาติ** ความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอยจะแปรผันไปในทิศทางเดียวกับรายได้ประชาชาติ หากรายได้ประชาชาติเพิ่มมากขึ้นเท่าไร จะส่งผลให้ความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอยของแต่ละบุคคลมากขึ้นเท่านั้น หรือสามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$L_t = kY$$

โดยที่ L_t คือ ปริมาณเงินที่ต้องการถือไว้เพื่อจับจ่ายใช้สอย

Y คือ รายได้

- 1.2 อัตราดอกเบี้ย** ความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอยจะแปรผันในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราดอกเบี้ย หากอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้นเท่าไร จะยิ่งทำให้ความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอยยิ่งลดลงเท่านั้น เพราะเนื่องจากเงินจำนวนนี้จะถูกนำมาแปรเป็นการถือหลักทรัพย์หรือลงทุนมากขึ้น ความต้องการถือเงินจะขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ย เมื่ออัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับสูง หรือสามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

$$L_t = f(Y, r)$$

โดยที่ L_t คือ ปริมาณเงินที่ต้องการถือไว้เพื่อจับจ่ายใช้สอย

Y คือ รายได้

r คือ อัตราดอกเบี้ย

- 2. ความต้องการถือเงินเพื่อไ้ยามฉุกเฉิน (Precautionary Demand for money)** เนื่องจากความไม่แน่นอนเกี่ยวกับรายรับและรายจ่ายที่จะเกิดขึ้นในอนาคตตามทัศนะของเคนส์ ความต้องการถือเงินเพื่อเอาไว้ใช้จ่ายที่เกิดขึ้นโดยกะทันหัน เช่น เกิดอาการเจ็บไข้ หรืออุบัติเหตุ ดังนั้นความต้องการถือเงินเพื่อสำรองไว้ยามฉุกเฉินจะมีความสัมพันธ์ไปในทางเดียวกันกับรายได้

3. ความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร (Speculative Demand for money) ประชาชนจะถือเงินจำนวนหนึ่งไว้เพื่อซื้อหรือลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าของเงินหรือเพิ่มรายได้ให้แก่ตนเอง โดยความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไรจะแปรผันตรงกันข้ามกับอัตราดอกเบี้ย

การออมกับอัตราดอกเบี้ย

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเป็นการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการออมและระดับรายได้เป็นหลัก อย่างไรก็ตามนอกจากระดับรายได้แล้ว ตามทฤษฎีอัตราดอกเบี้ยก็สามารถส่งผลกระทบต่อปริมาณการออมได้ โดยอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงที่เป็นบวกจะเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ออมทำการออม นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงที่สูงขึ้นก็เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ออมทำการออมมากขึ้น เส้นการออมที่แท้จริงจึงมีลักษณะเป็นเส้นชันขึ้นจากซ้ายไปขวา และมีค่าความชันเป็นบวก แสดงว่าการออมที่แท้จริงผันแปรไปในทิศทางเดียวกันกับอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง ฟังก์ชันการออมตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ของสำนักคลาสสิก แสดงได้ดังนี้

$$S = S(r)$$

โดย S คือ การออมที่แท้จริง

r คือ อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงหรือที่เป็นตัวเงินหักด้วยอัตราเงินเฟ้อ

นอกจากระดับรายได้ของประชาชนและอัตราดอกเบี้ยแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่สามารถส่งผลกระทบต่อปริมาณการออมได้

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่สำคัญในการออม

1. ผลตอบแทนที่ผู้ออมได้รับจากการออม หมายความว่า ถ้ายิ่งผลตอบแทนในการออมเพิ่มมากขึ้นเท่าใด ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้บุคคลมีการออมเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น เช่น ในภาวะที่รัฐบาลกำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำทุกประเภทลง ทั้งยังเก็บภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากอีก จึงทำให้ระดับเงินออมของธนาคารพาณิชย์มีแนวโน้มลดลงเป็นอย่างมาก

2. มูลค่าของอำนาจซื้อของเงินในปัจจุบัน ผู้ออมจะตัดสินใจทำการออมมากขึ้นภายหลังจากการพิจารณาถึงอำนาจซื้อของเงินที่มีอยู่ในปัจจุบันว่าจะมีความแตกต่างจากมูลค่าของเงินตราในอนาคต หมายความว่าจำนวนเงิน 1 บาท ซื้อสินค้าและบริการได้ในจำนวนใกล้เคียง หรือเท่ากับการใช้เงิน 1 บาทซื้อสินค้าหรือบริการในอีก 2-3 ปีข้างหน้าหรือมากกว่านั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าท่านว่าการเก็บเงินออมไว้โดยไม่ยอมซื้อสินค้าขณะนี้ ท่านอาจจะสูญเสียความพอใจที่ควรได้รับการซื้อสินค้าในปัจจุบันมากกว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการออม ทั้งยังเสียเวลาคอยที่จะซื้อสินค้าในอนาคตที่อาจมีราคาสูงมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ได้รับอีกด้วย ดังนั้นถ้าท่านพอใจที่จะซื้อสินค้าในวันนี้มากกว่าการหวังผลตอบแทนที่จะได้รับเพิ่มขึ้นในอนาคตท่านก็จะมีการออมลดลง

3. รายได้ส่วนบุคคลสุทธิ ผู้ที่มีรายได้คงที่แน่นอนเป็นประจำทุกเดือนในจำนวนที่ไม่สูงมากนัก เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชนระดับต่ำ จำนวนเงินออมที่กันไว้อาจเป็นเพียงจำนวนน้อยตามอัตราส่วนของรายได้ที่มีอยู่ ซึ่งต่างจากจำนวนเงินออมของผู้บริหารระดับสูงหรือนักการเมืองที่จะมีเงินเหลือออมได้มากกว่า นอกจากนั้น การเปลี่ยนแปลงรายได้เนื่องจากการเลื่อนตำแหน่ง การโยกย้ายงานการถูกปลดออกจากตำแหน่งหน้าที่การงาน ที่มีผลต่อระดับการออมเช่นกัน คือ อาจทำให้มีการออมเพิ่มมากขึ้น หรือลดลงไปจากระดับเดิมได้ ดังนั้นในระหว่างที่ท่านมีรายได้มากกว่าปกติ หรือในขณะที่ท่านมีความสามารถหารายได้ได้อยู่จึงควรจะมีการออมไว้เพื่อป้องกันปัญหาทางการเงินอันอาจเกิดขึ้นได้ดังกล่าวแล้ว

4. ความแน่นอนของจำนวนรายได้ในอนาคตหลังการเกษียณอายุ ถ้าผู้มีรายได้ทุกคนทราบได้แน่นอนว่าเมื่อใดก็ตามที่ท่านไม่มีความสามารถหารายได้ได้อีกต่อไป ท่านก็จะไม่มีปัญหาทางการเงินเกิดขึ้นหรือถ้ามีก็ไม่ใช่ว่าปัญหาที่รุนแรงมากนัก เนื่องจากหน่วยงานที่ท่านเคยทำงานอยู่มีนโยบายช่วยเหลือท่านในวัยชราหลังเกษียณอายุหรือภายหลังออกจากงานก่อนกำหนด เช่น นโยบายการให้บำนาญ บำเหน็จ เงินชดเชย เป็นต้น ดังนั้นผู้ออมอาจมีการออมลดลงเพื่อกันเงินไว้ใช้จ่ายมากขึ้นโดยไม่ทำให้จำนวนเงินรวมในอนาคตกระทบกระเทือนแต่ประการใด เงินออมควรเก็บรักษาอย่างไรจึงจะปลอดภัย การเก็บเงินไว้กับตนเองย่อมไม่ปลอดภัยและเป็นการสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้รับ ดังนั้นเงินออมควรเก็บรักษาไว้ในที่ปลอดภัยและมีรายได้ด้วยโดยการฝากสถาบันการเงินบางแห่งไว้ เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน สหกรณ์ออมทรัพย์ หรืออาจเก็บออมในรูปแบบของการซื้อหลักทรัพย์หรือตราสารที่มีความมั่นคงก่อให้เกิดรายได้ และสามารถเปลี่ยนมาเป็นเงินสดได้ง่ายมาถือไว้ เช่น การซื้อพันธบัตรรัฐบาล สลากออมสิน พันธบัตรออมทรัพย์ต่างๆ ตัวสัญญาของบริษัทเงินทุนที่มั่นคงหรือซื้อหุ้นบริษัทที่มั่นคงถือไว้ ฯลฯ

5. การออมระบบเศรษฐกิจไทย

เงินออมถือเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญของประเทศในการนำพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญในการกำหนดการลงทุนให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเจริญเติบโต สร้างเสถียรภาพและลดความผันผวนทางเศรษฐกิจได้ เนื่องจากการออมในระดับสูงจะทำให้ประเทศไม่ต้องพึ่งพาเงินทุนจากต่างประเทศ แม้เศรษฐกิจจะถดถอยก็สามารถพึ่งพาเงินออกภายในประเทศได้ ทำให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การออมกับสถาบันการเงินของไทย

ระบบสถาบันการเงินในประเทศไทยประกอบด้วยสถาบันการเงินหลายประเภท เช่น ธนาคารพาณิชย์ซึ่งรวมถึงบริษัทเงินทุน การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาในด้านของการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทย ธนาคารเป็นกลไกสำคัญยิ่งในการระดมเงินออม ซึ่งเงินออมจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตและมีเสถียรภาพ ทั้งนี้ระบบสถาบันการเงินที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยส่งเสริมหน้าที่ของระบบการเงินให้สามารถดำเนินไปได้ อย่างราบรื่น

ธนาคารพาณิชย์ เป็นตัวกลางในการระดมเงินฝากจากผู้ฝากเงิน ธนาคารพาณิชย์แบ่งออกเป็น ธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ ธนาคารพาณิชย์เพื่อรายย่อย ธนาคารพาณิชย์ที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ และสาขานาการพาณิชย์ต่างประเทศ การออมของธนาคารพาณิชย์จะอยู่ในรูปแบบของการฝากเงินใน 3 ลักษณะ คือ เงินฝากออมทรัพย์ (Saving Deposit) เงินฝากประจำ (Time Deposit) และบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน (Current Account)

รายชื่อธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ปัจจุบันมีทั้งหมด 14 ธนาคาร ได้แก่

1. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน)
2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)
3. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน)

4. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน)
5. ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด(มหาชน)
6. ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด(มหาชน)
7. ธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน)
8. ธนาคารทีสโก้ จำกัด(มหาชน)
9. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)
10. ธนาคารธนชาต จำกัด(มหาชน)
11. ธนาคารยูโอบี จำกัด(มหาชน)
12. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน)
13. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด(มหาชน)
14. ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด(มหาชน)

รายชื่อสถาบันการเงินเฉพาะกิจ ปัจจุบันมีทั้งหมด 8 ธนาคาร ได้แก่

1. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย
2. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
3. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

4. ธนาคารออมสิน
 5. ธนาคารอาคารสงเคราะห์
 6. ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย
 7. บริษัทตลาดรองสินเชื่อที่อยู่อาศัย
 8. บริษัทประกันสินเชื่อบุคคลขนาดเล็ก
- ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

รูปแบบการออม

การฝากเงินในปัจจุบันมีการฝากหลากหลายรูปแบบมีทั้งระยะสั้น ระยะยาว อีกทั้งสถาบันการเงินแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องของรูปแบบการฝากเงิน ระยะเวลาในการฝากเงิน และอัตราดอกเบี้ย โดยส่วนใหญ่การรับฝากเงินของธนาคารพาณิชย์จะอยู่ในรูปแบบของ 3 ลักษณะ คือ เงินฝากออมทรัพย์ (Saving Deposit) เงินฝากประจำ (Time Deposit) และบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน (Current Account) (ชนานาถ จินตกลสิกรรม, 2556)

1. เงินฝากออมทรัพย์ (Saving Deposit Account) เป็นบัญชีที่เหมาะสมสำหรับผู้ออมรายย่อยเนื่องจากไม่มีการกำหนดยอดเงินฝากขั้นต่ำ หรือกำหนดระยะเวลาในการรับฝาก เป็นบัญชีที่มีความคล่องตัวในการเบิกถอน ในส่วนของอัตราดอกเบี้ยธนาคารจะคิดดอกเบี้ยเป็นรายวัน แต่จะสะสมยอดไว้และจ่ายให้กับผู้ฝากปีละ 2 ครั้ง โดยจ่ายตอนสิ้นเดือนมิถุนายน และสิ้นเดือนธันวาคมของทุกปี ส่วนบัญชีที่มียอดเงินฝากในบัญชีสูงมากๆ และมียอดดอกเบี้ยที่ได้รับเกิน 200,000 บาท โดยรวมจากทุกธนาคารในหนึ่งปี ผู้ฝากต้องเสียภาษีบนดอกเบี้ยที่ได้รับในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี (กรณีเป็นบุคคลธรรมดา)

2. เงินฝากประจำ (Time Deposit Account) เป็นบัญชีที่เหมาะสมสำหรับการออมแบบมีกำหนดระยะเวลาแน่นอน เช่น ระยะเวลาฝาก 3, 6, เดือน 1 ปี เป็นต้น โดยปกติในการฝากแต่ละครั้งธนาคารจะกำหนดจำนวนขั้นต่ำไว้ประมาณ 1,000 - 5,000 บาท และบัญชีเงินฝากประจำจะได้รับดอกเบี้ยสูงกว่าเงินฝากออมทรัพย์เพราะเป็นเงินฝากที่มีระยะเวลานาน ทำให้ธนาคารสามารถนำไปหาผลประโยชน์ได้สะดวกกว่าเงินฝากประเภทอื่น แต่ดอกเบี้ยที่ได้รับต้องเสียภาษีในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี (กรณีเป็นบุคคลธรรมดา) เว้นแต่จะเข้าข้อยกเว้นในการถอนเงินผู้ฝากสามารถถอนเมื่อไหร่ก็ได้แต่ในกรณีที่ถอนก่อนกำหนด ผู้ฝากอาจไม่ได้รับดอกเบี้ยหรือไม่รับดอกเบี้ยน้อยลงแล้วแต่เงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด

3. เงินฝากกระแสรายวัน หรือบัญชีเดินสะพัด (Current Account) เป็นบัญชีที่มีความคล่องตัวสูง สามารถเบิกถอนหรือโอนให้แก่บุคคลอื่นได้โดยการสั่งจ่ายเช็ค จึงเหมาะสำหรับธุรกิจหรือนักลงทุนที่ต้องการความสะดวก ปกติธนาคารจะไม่ให้ดอกเบี้ยสำหรับเงินฝากประเภทนี้เพราะถือว่าบัญชีนี้ให้ประโยชน์ทางอ้อมที่ไม่เป็นตัวเงินกับผู้ฝาก

นอกจากนี้ผู้ฝากยังสามารถขอเปิดวงเงินเบิกเกินบัญชี O/D บนบัญชีนี้ได้ โดยผู้กู้จะใช้จ่ายเงินเมื่อใดก็ได้ตามที่ต้องการ และธนาคารจะคิดดอกเบี้ยเฉพาะส่วนที่เจ้าของบัญชีเบิกเกินบัญชีเฉพาะวันที่มีการเบิกเกินบัญชีจริงเท่านั้น

4. เงินฝากปลอดภาษี ปกติการได้รับดอกเบี้ยฝากจากธนาคารจะถูกหักภาษีในอัตราร้อยละ 15 ต่อปี ซึ่งจากนโยบายของรัฐบาลที่ต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีการออมเงินเพิ่มมากขึ้น โดยกรมสรรพากรได้ออกประกาศจำนวน 2 ฉบับ คือฉบับที่ 137 เรื่องยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากประจำ และฉบับที่ 181 เรื่องยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากประเภทออมทรัพย์ ซึ่งนโยบายนี้ทำให้ธนาคารต่างๆมีบัญชีเงินฝากแบบปลอดภาษีนี้เป็นจำนวนมาก และมีอัตราดอกเบี้ยพิเศษที่ได้มากกว่าปกติและมีเงื่อนไขการฝากที่แตกต่างกันไปในแต่ละธนาคาร ซึ่งเป็นอีกช่องทางสำหรับการออมเงินที่ได้รับผลตอบแทนที่มากขึ้นของลูกค้ายิ่งๆไป โดยเราสามารถมีบัญชีนี้ได้เพียงคนละ 1 บัญชีเท่านั้น ถ้าต้องการไปฝากบัญชีปลอดภาษีที่ธนาคารแห่งอื่นจะต้องปิดบัญชีเงินฝากปลอดภาษีที่ธนาคารแห่งเดิมเสียก่อน

5. **ตั๋วแลกเงิน (Bill of Exchange)** ตั๋วแลกเงินนี้จะเป็นการฝากเงินในรูปแบบที่ให้ธนาคารกู้โดยเรา (ในฐานะเจ้าหนี้) ซื้อตั๋วแลกเงินของธนาคารพาณิชย์ซึ่งโดยปกติจะออกมาเพื่อระดมเงินฝากจากประชาชนเป็นการทั่วไป หรือจากนักลงทุนสถาบันหรือจากผู้ลงทุนรายใหญ่ ทั้งนี้ โดยปกติผู้ฝากจะต้องทำการเปิดบัญชีออมทรัพย์คู่ไปด้วยเพื่อรับโอนเงินต้น และดอกเบี้ยจากบัญชีตั๋วแลกเงินเมื่อถึงวันครบกำหนด ในการจ่ายดอกเบี้ยมีทั้งแบบตามกำหนดระยะเวลาและแบบรายเดือนหรือตามเงื่อนไขที่ธนาคารกำหนด ปัจจุบันความนิยมของตั๋วแลกเงินสำหรับผู้ฝากเงินบุคคลธรรมดาอย่างพวกเราจะน้อยลงเรื่อยๆ เพราะผู้ฝากเงินไม่ได้รับการคุ้มครองจากสถาบันคุ้มครองเงินฝาก และธนาคารผู้ออกตั๋วแลกเงินมักกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำในการซื้อค่อนข้างสูง หรือบางทีบางธนาคารก็ไม่มีการออกจำหน่ายตั๋วแลกเงินแล้ว นอกจากนี้ในช่วงหลังๆมานี้ กลต.ก็เริ่มเข้ามาควบคุมและออกกฎในการออกตั๋วแลกเงินมากขึ้นทำให้การออกยุ่งยากและมีค่าใช้จ่ายมากขึ้นเรื่อยๆ

6. **สลากออมทรัพย์** เป็นรูปแบบหนึ่งของการออมทรัพย์ที่ค่อนข้างเป็นที่นิยม เพราะนอกจากจะได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่กำหนดแล้วยังมีสิทธิลุ้นรางวัลต่างๆ ตามที่ธนาคารกำหนดทุกเดือนจนกว่าจะครบกำหนดอายุของสลาก โดยผู้ฝากมีสิทธิในการรับเงินต้นและดอกเบี้ยคืนเมื่อครบกำหนดระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งโดยปกติจะมีระยะเวลาประมาณ 3 - 5 ปี ทั้งนี้โดยปกติการฝากเงินประเภทนี้จะมีให้บริการที่ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเท่านั้น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กรัณท์รัตน์ ดวงใจสืบ (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมการออมของครัวเรือนในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการออมของครัวเรือนในประเทศไทย ขอบเขตศึกษาถึงข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมและปัจจัยการออมของครัวเรือน รวบรวมแบบสอบถามโดยทางสำนักงานสถิติแห่งชาติ 2553 มีจำนวน 5,500 ครัวเรือน วิธีการศึกษา ใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอวิธีการแจกแจงค่าสถิติความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ไคสแควร์ สหสัมพันธ์และการถดถอย

ผลการศึกษาพบว่า หัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 50 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าหรือเท่ากับประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรหรือประมง มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 1 - 3 คน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีจำนวนหนี้สินมากกว่า 100,000 บาท จะนิยมออมเงินด้วยวิธีการฝากธนาคาร สถาบันการเงินหรือสหกรณ์ออมทรัพย์

วัตถุประสงค์ของการออมส่วนใหญ่นิยมออมเงินเพื่อเก็บไว้ใช้เวลาเจ็บป่วยหรือชรา ข้อเสนอแนะต้องการให้ครัวเรือนมีการออมเงินเพิ่มมากขึ้น อันดับแรกเพิ่มระดับการออมของครัวเรือน ภาครัฐต้องมีการดำเนินงานในระยะยาวเพื่อให้ครัวเรือนเห็นความสำคัญในการออม และส่งเสริมให้เงินออมเข้ามาสู่ในระบบซึ่งทำให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้อย่างเต็มที่ การศึกษาในครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องของทฤษฎีวัฏจักรชีวิตกับการออม มาปรับใช้ในงานวิจัยฉบับนี้

จุฑาธิปดี ฤกษ์สันหัต (2555) ได้ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการออมของพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออม ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออม และปัจจัยกำหนดการออม ขอบเขต ศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง ตั้งแต่วันที่ 1 - 29 กุมภาพันธ์ 2555 วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถามโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง แบบโควตา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พฤติกรรมการออม ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติไคสแควร์เพื่อทดสอบสมมติฐานและนำเสนอผลในเชิงเปรียบเทียบ

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการที่มีการออมเงินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 30 ปี สถานภาพโสด และไม่มีผู้อยู่ในอุปการะเลี้ยงดู พนักงานเอกชนมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001 – 25,000 บาท ส่วนข้าราชการมีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท ด้านรายจ่ายพนักงานเอกชนมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ข้าราชการมีรายจ่ายเฉลี่ยต่ำกว่าพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ด้านพฤติกรรมการออมพบว่าทั้งพนักงานเอกชนและข้าราชการไม่มีการวางแผนการออม คือ ไม่มีการกำหนดไว้แน่นอนในแต่ละเดือนแต่จะออมตามเงินที่เหลือ มีจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 1,000 – 5,000 บาท และมีวัตถุประสงค์การออม คือ เก็บไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน ด้านรูปแบบการออมส่วนใหญ่ออมประเภทเงินฝากออมทรัพย์ และมีแนวโน้มการออมในอนาคตเพิ่มขึ้น ด้านปัจจัยกำหนดการออมจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระดับรายได้มากที่สุด การศึกษาในครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องของทฤษฎีการออมกับสถาบันการเงิน รูปแบบการออม แนวคิดเรื่องของวิธีการดำเนินการศึกษา มาปรับใช้ในงานวิจัยฉบับนี้

ดร.วรรณรา ชื่นวัฒนาและคณะ (2552) ได้ศึกษารูปแบบการออมและแนวทางส่งเสริมการออม สำหรับประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 4 จังหวัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมการออม หน่วยงานและองค์กรทั้งภาครัฐ เอกชน นโยบายของรัฐและของจังหวัด วิเคราะห์หาต้นแบบการออมที่ดีที่สุด ขอบเขต กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอุบลราชธานี และจังหวัดนครราชสีมา จังหวัดละ 500 ครัวเรือน จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดละ 400 ครัวเรือน คัดเลือกข้อมูลกระจายครอบคลุมพื้นที่หมู่บ้านละ 20 ครัวเรือน วิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม ร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (การสัมภาษณ์เชิงลึก In-depth Interview การสนทนากลุ่ม Focus Group และการจัดประชุมสัมมนา)

ผลการศึกษาพบว่า ครัวเรือนมีทรัพย์สินเป็นอสังหาริมทรัพย์ หนี้เป็นกองทุนเงินล้าน รูปแบบการออมในกรรมธรรม์ ประกันชีวิต มีวิธีการออมด้วยการเก็บออมหลังจากได้รับเงินจากการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นการออมรายเดือน เงินที่ออมส่วนใหญ่จะอยู่ที่ร้อยละ 6 - 15 ของรายได้ เป้าหมายของการออมเพื่อใช้จ่ายยามเจ็บป่วย จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออมทุกรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย การออมเงินในครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิก 4-6 คนมีการออมสูงกว่าครอบครัวขนาดอื่นๆ ข้อเสนอแนะ หาวีธีส่งเสริมการออมที่เหมาะสมกับอาชีพ พัฒนาเครือข่ายและสนับสนุนกลุ่มการออม ควรมีการศึกษาเพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมในการออม พัฒนากลุ่มการออมให้มีความเข้มแข็ง การศึกษาในครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องของทฤษฎีการบริโภคตามสมมติฐานรายได้สมบูรณ์ มาปรับใช้ในงานวิจัยฉบับนี้

โสภา เหมืองหม้อ (2552) ได้ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของครัวเรือนผ่านธนาคารพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาลักษณะและโครงสร้างการออมของประเทศไทยผ่านธนาคารพาณิชย์ ตัวแปรทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการออม รูปแบบการออมภาคครัวเรือน และแนวโน้มการออมของครัวเรือน ขอบเขต ใช้ข้อมูลสถิติรายไตรมาส เป็นระยะเวลา 40 ไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2542 จนถึงไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2551 จากสำนักนโยบายการออมและการลงทุน ธนาคารแห่งประเทศไทย วิธีการศึกษา โครงสร้างการออมศึกษาเชิงพรรณนาการ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออม ทำโดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีโคอินทิเกรชั่น และวิธีเออเรอร์เรคชั่น แนวโน้มของการออม ทำโดยการสร้างสมการกำลังสองน้อยที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างการออมพบว่าดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป รายได้ประจำชาติ และจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป แต่มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับรายได้ประจำชาติและจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการออม พบว่าปัจจัยด้านรายได้ประชาชนมีผลต่อการออมภาคครัวเรือนมากที่สุด ส่วนการศึกษา แนวโน้มปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2552 - พ.ศ. 2556 พบว่าปริมาณเงินฝากของภาคครัวเรือนผ่านธนาคารพาณิชย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ข้อเสนอแนะ ควรส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น การเพิ่มสาขาของธนาคารพาณิชย์ถือเป็นการเพิ่มโอกาสของประชาชนในการฝากเงินการศึกษาในครั้งนี้ได้นำแนวคิดในภาพรวม มาปรับใช้ในงานวิจัยฉบับนี้

สัมฤทธิ์ อัมพรทิวาทิพย์ (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการออมลูกค้ารายใหญ่ ของธนาคารพาณิชย์ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมลูกค้ารายใหญ่ ของธนาคารพาณิชย์ ขอบเขต เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากบุคคลที่มีเงินออมรวมทุกประเภทตั้งแต่ 500,000 บาทขึ้นไป จำนวน 200 ราย ด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วนจากบุคคลที่มีเงินออมที่ธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ 5 แห่ง คือ ธนาคารกรุงเทพ กรุงไทย กสิกรไทย ไทยพาณิชย์ และทหารไทย วิธีการศึกษา ใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 – 45 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการออมร้อยละ 10 - 20 ของรายได้ วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง โดยใช้วิธีฝากเงินกับสถาบันการเงินประเภทออมทรัพย์ และรับทราบข้อมูลข่าวสารการฝากเงินมาจากพนักงานธนาคาร สิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมากที่สุด ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยพิเศษ รองลงมาด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ในเรื่องทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่บ้าน/ที่ทำงานมีความสะดวก ด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาท และให้บริการที่ดี และด้านอื่นๆ ในเรื่องความมั่นคงของเงินออม และด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องชื่อเสียงหรือเอกลักษณ์ของสถาบันการเงิน ข้อเสนอแนะ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์การฝากเงินให้มีความหลากหลาย ควรอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ ควรให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์การออมให้เหมาะสมกับความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า การศึกษาในครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องแบบสอบถามและการวิเคราะห์แบบสอบถาม มาปรับใช้ในงานวิจัยฉบับนี้

รุ่งนภา ศรีธัญญะโชติ (2550) ได้ศึกษาพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชน กรณีศึกษาผู้บริหารศูนย์การขยาย บริษัทไทยประกันชีวิต จำกัด สาขารัตนาธิเบศร์ กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคต และแนวทางในการส่งเสริมการออมของประชาชน ขอบเขต ประชากรที่ศึกษาคือผู้บริหารศูนย์การขยายบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด สาขารัตนาธิเบศร์ กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากประชากรทั้งหมด จำนวน 197 คน วิธีการศึกษา ดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละด้านข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออม วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออมโดยสถิติไคว์สแควร์ (Chi-square)

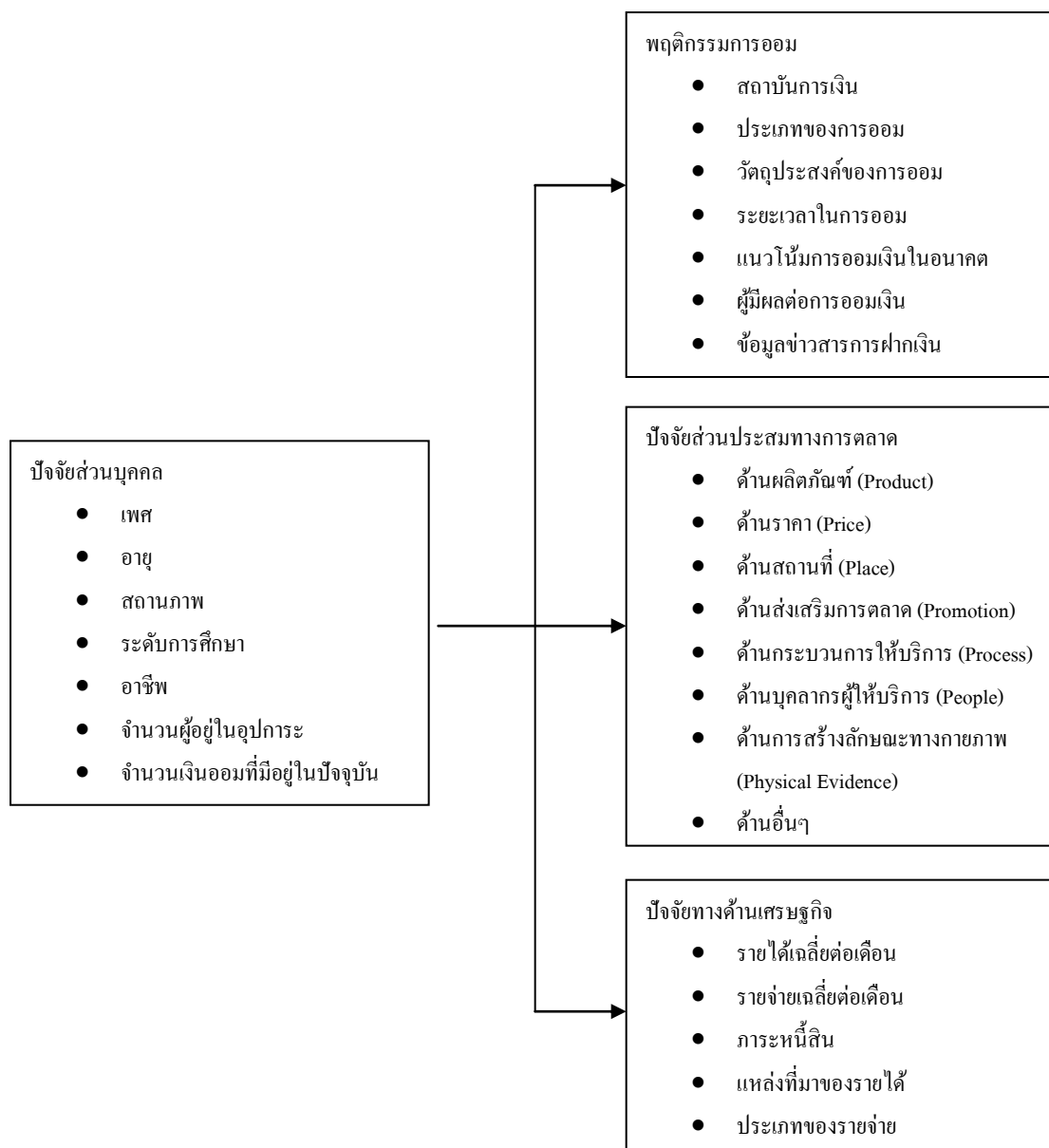
ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการออม มีความถี่ในการออมทุก 6 เดือน ปริมาณการออมต่อปีอยู่ระหว่าง 50,000-100,000 บาท มีการวางแผนการออมไว้ล่วงหน้า ออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน, เจ็บป่วย, ชรา วิธีการออมโดยการทำประกันชีวิต ด้านปัจจัยทางด้านการศึกษารายได้รวม จำนวนคนในอุปการะ ภาระหนี้สิน อัตราเงินเฟ้อในอนาคต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออม แต่เรื่องของอัตราผลตอบแทนจากการออมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการออมของผู้บริหารศูนย์การขยาย ข้อเสนอแนะ ควรมีการจัดสรรรายได้ของบุคคลออกเป็นส่วนๆ ให้ชัดเจน มีการควบคุมบริหารรายจ่ายของบุคคลให้มีประสิทธิภาพ ควรวางแผนการออมเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในแผนการออมตามเป้าหมาย การศึกษาในครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องของการวิเคราะห์แบบสอบถาม มาปรับใช้ในงานวิจัยฉบับนี้

วิมลรัตน์ ศรีรัตนกุล (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมในระบบธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการออมของภาคครัวเรือนในระบบธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการออม ทั้งประเภทเงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำ โดยอาศัยสมการถดถอยเชิงซ้อนแล้วประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 - 2547

ผลการศึกษาพบว่า หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปีพ.ศ. 2540 พฤติกรรมการออมของประชาชนได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เคยออกเงินในรูปแบบบัญชีเงินฝากประจำ กลับเปลี่ยนมาออมในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์แทน ส่วนปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อปริมาณเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุด คือ ผลกระทบฉัวมวลรวมประชาชาติ รองลงมา คือ ราคาทองคำแท่ง ตัวแปรหุ่นซึ่งใช้แทนการเปลี่ยนแปลงจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ และส่วนต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยต่ำสุดของเงินฝากประจำกับอัตราดอกเบี้ยสูงสุดของเงินฝากออมทรัพย์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณเงินฝากประจำมากที่สุด คือ ผลกระทบฉัวมวลรวมประชาชาติ รองลงมา คือ ราคาทองคำแท่ง ดังนั้น หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรดำเนินนโยบายรักษาเสถียรภาพของระดับราคา และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนในการออมเงินกับธนาคารพาณิชย์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์สามารถเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญต่อไป การศึกษาในครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องของขอบเขตการศึกษา มาปรับใช้ในงานวิจัยฉบับนี้

กรอบแนวคิดของการศึกษา

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 2.2 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

จากกรอบแนวคิดของการศึกษาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของการออมของผู้บริโภค ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งผลที่ได้สามารถวิเคราะห์วางแผนการส่งเสริมและการระดมเงิน เพื่อให้ทางภาครัฐกิจเป็นข้อมูลในการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของธนาคารพาณิชย์ พัฒนารูปแบบการออมเพื่อช่วยเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโต

สมมติฐานการศึกษา

1. ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินออมที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออม โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินออมที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินออมที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์และบัญชีเงินฝากประจำผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารทหารไทย ธนาคารออมสินและธนาคารอื่นๆ โดยใช้แบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ วารสาร รายงานและข้อมูลทางสถิติของหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนโยบายการออมและการลงทุน สำนักเศรษฐกิจและการคลัง สหกรณ์ออมทรัพย์ กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย สถาบันคุ้มครองเงินฝาก ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องต่างๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามดังกล่าวแบ่งได้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่าง เป็นส่วนที่สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของพฤติกรรมกรรมการออมของแต่ละครัวเรือน ได้แก่ ปริมาณการออมโดยเฉลี่ย สถาบันการเงินที่เลือกฝากเงิน ประเภทของการฝากเงินกับสถาบันการเงิน วัตถุประสงค์ในการออมเงิน ความถี่ในการออม แนวโน้มปริมาณการออมในอนาคต แหล่งข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและบริการต่างๆ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมของกลุ่มตัวอย่าง เป็นส่วนที่สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ว่ามีผลต่อการตัดสินใจออมของกลุ่มตัวอย่างหรือไม่ โดยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์ในการวัดตัวแปรในแต่ละตัว ดังนี้

5	หมายถึง	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญมากที่สุด
4	หมายถึง	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญมาก
3	หมายถึง	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญปานกลาง
2	หมายถึง	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญน้อย
1	หมายถึง	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญน้อยที่สุด

ทางผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพียงแค่ 4Ps เท่านั้น ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย สำหรับอีก 3Ps นั้น คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ ทางผู้ศึกษาไม่ได้ศึกษาเนื่องจากเห็นว่าเนื้อหาของ 4Ps ที่กล่าวมาเบื้องต้นนั้นครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดอยู่แล้ว จึงไม่ได้นำเนื้อหาของ 3Ps มาจัดรวมอยู่ด้วย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง เป็นส่วนที่สอบถามเกี่ยวกับ รายได้ - รายจ่าย ภาระหนี้สินเฉลี่ยต่อเดือน แหล่งที่มาของรายได้ ประเภทของรายจ่าย เป็นต้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นส่วนที่สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และข้อมูลเบื้องต้นของครัวเรือน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนคนในอุปการะ จำนวนเงินออมที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน เป็นต้น

ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้ศึกษาคำเนินการควบคุมคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 2 ส่วน ดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยนำแบบสอบถามพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสอบถาม รวมถึงโครงสร้างของชุดคำถามที่ใช้วัดความสัมพันธ์ต่างๆ จึงนำแบบสอบถามไปทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และครอบคลุมองค์ประกอบอย่างครบถ้วน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

2. การทดสอบความเชื่อมั่นของชุดคำถาม (Reliability of Measurement) ดำเนินการดังนี้ นำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาที่ได้รับการแก้ไขไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง Pre-Test กับกลุ่มประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา Alpha Coefficient วิธีการคำนวณของ Cronbach แอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา ซึ่งจะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 เท่านั้น กล่าวคือ ถ้าเครื่องมือการวัดหรือแบบสอบถามใดมีประสิทธิภาพ ผู้ตอบย่อมจะสามารถตอบคำถามที่คงที่คะแนนจากผลสอบแต่ละครั้งก็จะคงที่ ทำให้ค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้จะใกล้เคียงกับ 1 หรือเท่ากับ 1 ในกรณีที่ไม่มี ความคลาดเคลื่อนเลย และในทางตรงกันข้ามแบบสอบถามใดที่ขาดความเที่ยง ค่าความเชื่อมั่นจะลดลงไปเรื่อยๆ จนเข้าใกล้ 0 และถ้าค่าเชื่อมั่นเป็น 0 ย่อมชี้ให้เห็นว่าแบบสอบถามนั้นไม่มีความเที่ยงเลย ดังนั้นแบบทดสอบที่ดีควรมีค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อย 0.7 จากการที่ผู้ศึกษาทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดรวมกัน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach เท่ากับ 0.7945 มีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่สูง (ภาคผนวก ข)

ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์และบัญชีเงินฝากประจำผ่านทางธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างประชากรและสถานบันการเงินที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มตามเขตในกรุงเทพมหานครที่มีประชากรมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เขตบางแค เขตสายไหม เขตบางเขน เขตคลองสามวา และเขตบางขุนเทียน

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

จากขนาดของประชากร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน สามารถคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

$$n = \frac{P (1-P) (Z)^2}{e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากจำนวนประชากร
ทั้งหมด (50%)

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 0.05

Z = ระดับความเชื่อมั่น (1.96)

จะได้

$$n = \frac{(0.50)(1-0.50)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \quad \text{ตัวอย่าง}$$

การศึกษารั้งนี้ จะศึกษานาถกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา กือ 384.16 หรือประมาณ 385 ตัวอย่าง และสำรองค่าความคลาดเคลื่อนไว้ 15 ตัวอย่าง ดังนี้

$$n = 385 + 15$$

$$n = 400 \quad \text{ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นจะศึกษานาถกลุ่มตัวอย่างประชากรตามเขตในกรุงเทพมหานครที่มีประชากรมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เขตบางแค เขตสายไหม เขตบางเขน เขตคลองสามวา และเขตบางขุนเทียนทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	เขต	ประชากร (คน)			แบบสอบถาม (คน)		
		ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง	รวม
1	บางแค	90,017	102,102	192,119	39	45	84
2	สายไหม	90,289	101,247	191,536	39	44	83
3	บางเขน	91,208	99,336	190,544	40	43	83
4	คลองสามวา	82,801	91,396	174,197	36	40	76
5	บางขุนเทียน	80,540	89,074	169,614	35	39	74
	รวม	434,855	483,155	918,010	189	211	400

ที่มา: สถิติกรุงเทพมหานคร (2556)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักสถิติ แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมการออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ มีวิธีวิเคราะห์ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการออม และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติเชิงพรรณนา มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือกตอบ (Multiple Choice Question) ใช้การแจกแจงค่าความถี่ข้อมูล (Frequency Data) และค่าร้อยละ (Percentage)

โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

1.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 148)

$$\text{ร้อยละ (\%)} = \frac{X \times 100}{N}$$

$$\text{โดยที่ } X = \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละข้อ}$$

$$N = \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด}$$

1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการเรียงลำดับความสำคัญ แบ่งเป็น 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบสเกลแบบต่อเนื่อง (Linkert Scale) โดยเรียงลำดับความสำคัญ 5 ระดับ คือ

ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญมากที่สุด
4	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญมาก
3	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญปานกลาง
2	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญน้อย
1	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญน้อยที่สุด

ใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญ (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อได้เกณฑ์การให้คะแนนดังกล่าวแล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมา พิจารณาระดับความสำคัญตามเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2552)

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\
 &= (5 - 1) / 5 \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

ดังนั้น สามารถแปลความหมายของค่าระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญมาก
2.61 – 3.40	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	ปัจจัยที่มีระดับสำคัญน้อยที่สุด

โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

1.2.1 ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง (Sample Mean) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 149)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

โดยที่ $\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x_i$ = ผลรวมของระดับความสำคัญ

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.2.2 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation; SD) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 165)

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

โดยที่ S = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\bar{x}$ = ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในชุดนั้น

x = ข้อมูลแต่ละจำนวน

n = จำนวนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square), t-test, F-test ที่ได้รับจากข้อมูลในแบบสอบถาม

โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

2.1 การแจกแจงไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 200)

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} ; \quad df = k - 1$$

โดยที่ O = ความถี่ที่สังเกตได้

$$E = \text{ความถี่ที่คาดหวังเมื่อ } H_0 \text{ เป็นจริง } (E_i = \frac{N}{k})$$

$$K = \text{จำนวนกลุ่ม}$$

$$N = \text{จำนวนทั้งหมดของความถี่ที่สังเกตได้}$$

2.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test) เพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 175)

แบบที่ 1 ประชากรทั้ง 2 กลุ่มมีค่าความแปรปรวนของข้อมูลไม่แตกต่างกัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$)

$$\text{ใช้สูตร } t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{S_p^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}, \quad df = n_1 + n_2 - 2$$

$$\text{โดยที่ } \bar{X}_1, \bar{X}_2 = \text{ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1, 2}$$

$$S_p^2 = \text{ความแปรปรวนร่วม (Pooled variance)}$$

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

$$\text{โดยที่ } n_1, n_2 = \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1, 2}$$

$$S_1^2, S_2^2 = \text{ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1, 2}$$

$$df = \text{ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degree of freedom)}$$

หมายเหตุ สูตรนี้เขียนได้อีกลักษณะหนึ่งดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

แบบที่ 2 ประชากรทั้ง 2 กลุ่มมีค่าความแปรปรวนของข้อมูลแตกต่างกัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)

ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}{\left(\frac{S_1^2}{n_1}\right)^2 + \left(\frac{S_2^2}{n_2}\right)^2} = \frac{\frac{n_1}{S_1^2} + \frac{n_2}{S_2^2}}{n_1 - 1 + n_2 - 1}$$

โดยที่ $\bar{X}_1, \bar{X}_2$ = ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1, 2

S_1^2, S_2^2 = ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1, 2

n_1, n_2 = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1, 2

df = ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degree of freedom)

2.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าเฉลี่ย (Anova) ด้วย F-test เพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 191)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โครงสร้างการคำนวณค่าความแปรปรวนของค่าเฉลี่ย (Anova) ด้วย F-test

$$\begin{array}{lcl}
 & \rightarrow & SS_b = \sum_{i=1}^k \frac{T_i^2}{n_i} - \frac{T^2}{N} \quad \text{----- (1)} \\
 & \rightarrow & MS_b = \frac{SS_b}{df_b} \\
 & \rightarrow & df_b = k - 1 \quad \text{----- (2)} \\
 F = \frac{MS_b}{MS_w} & \rightarrow & SS_w = SS_t - SS_b \\
 & \rightarrow & SS_t = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_j} X_{ij}^2 - \frac{T^2}{N} \quad \text{----- (3)} \\
 & \rightarrow & MS_w = \frac{SS_w}{df_w} \\
 & \rightarrow & df_w = N - k \quad \text{----- (4)}
 \end{array}$$

สรุปสูตร

$$F = \frac{\frac{(1)}{(2)}}{\frac{(3)-(1)}{(4)}}$$

โดยที่	MS_b	=	ผลรวมกำลัง 2 เฉลี่ยระหว่างกลุ่ม
	MS_w	=	ผลรวมกำลัง 2 เฉลี่ยภายในกลุ่ม
	SS_b	=	ผลรวมกำลัง 2 ระหว่างกลุ่ม
	SS_w	=	ผลรวมกำลัง 2 ภายในกลุ่ม
	SS_t	=	ผลรวมกำลัง 2 ทั้งหมด
	df_t	=	ชั้นความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม
	df_w	=	ชั้นความเป็นอิสระภายในกลุ่ม
	T_i	=	ผลรวมในกลุ่มที่ i
	T	=	ผลรวมทั้งหมด
	n_i	=	จำนวนตัวอย่างในแต่ละตัวแปร
	N	=	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
	k	=	จำนวนตัวแปรทั้งหมด
	X_{ij}	=	จำนวนค่าของตัวอย่างที่ 1 ในตัวแปรที่ j

บทที่ 4

ผลการศึกษาและข้อวิจารณ์

การศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมเงินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2557 จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษา ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล และแปรผลจากข้อมูลออกเป็นสามส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่างในการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์กับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 6 วิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	189	47.3
หญิง	211	52.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.7 และรองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 47.3

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 26 ปี	99	24.8
อายุ 26 – 35 ปี	222	55.5
อายุ 36 – 45 ปี	57	14.2
อายุ 46 – 55 ปี	18	4.5
อายุ 56 ปีขึ้นไป	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุระหว่าง 26 – 35 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมา ได้แก่ ช่วงอายุน้อยกว่า 26 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.8 ช่วงอายุระหว่าง 36 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.2 ช่วงอายุระหว่าง 46 – 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.5 และน้อยที่สุดกลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุระหว่าง 56 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	291	72.8
สมรส	103	25.7
หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมา มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 25.7 และน้อยที่สุดมีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ คิดเป็น ร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	52	13.0
ปริญญาตรี	291	72.8
ปริญญาโท	56	14.0
สูงกว่าปริญญาโท	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 14.0 ศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 13.0 และน้อยที่สุดมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	21	5.3
รัฐวิสาหกิจ	18	4.5
พนักงานบริษัทเอกชน	250	62.5
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	71	17.7
รับจ้าง	18	4.5
อื่น ๆ	22	5.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 17.7 อาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 5.5 อาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 5.3 และน้อยที่สุดมีอาชีพรัฐวิสาหกิจและรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนคนในอุปการะ

ผู้อยู่ในอุปการะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	158	39.5
1-2 คน	165	41.3
3-4 คน	65	16.2
ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคนในอุปการะจำนวน 1 - 2 คนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาไม่มีจำนวนคนในอุปการะ คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีคนอยู่ในอุปการะจำนวน 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และน้อยที่สุดมีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนเงินออมที่ฝากอยู่ในธนาคารธนาคาร ณ ปัจจุบัน

จำนวนเงินออม ณ ปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	104	26.0
10,001 – 50,000 บาท	103	25.8
50,001 – 100,000 บาท	82	20.5
100,001 – 500,000 บาท	85	21.2
500,001 – 1,000,000 บาท	16	4.0
มากกว่า 1,000,000 บาท	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนเงินออมที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมามีจำนวนเงินออมอยู่ระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.8 มีจำนวนเงินออมอยู่ระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.2 มีจำนวนเงินออมอยู่ระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 มีจำนวนเงินออมอยู่ระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.0 และน้อยที่สุดมีจำนวนเงินออมที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันอยู่มากกว่า 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.5

สรุปผลจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 - 35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีคนในอุปการะจำนวน 1 - 2 คน และมีเงินฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันน้อยกว่า 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	57	14.3
15,000 – 30,000 บาท	206	51.5
30,001 – 50,000 บาท	87	21.7
50,001 – 75,000 บาท	29	7.3
75,001 – 100,000 บาท	12	3.0
มากกว่า 100,000 บาท	9	2.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมามีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.7 มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 75,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.3 มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน 75,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.0 และน้อยที่สุดมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน

รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	144	36.0
15,000 – 30,000 บาท	184	46.0
30,001 – 50,000 บาท	60	15.0
50,001 – 75,000 บาท	5	1.3
75,001 – 100,000 บาท	2	0.5
มากกว่า 100,000 บาท	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมามีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50,001 – 75,000 บาทและมากกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.2 และน้อยที่สุดมีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 75,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน

ภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 15,000 บาท	283	70.8
15,000 – 30,000 บาท	98	24.5
30,001 – 50,000 บาท	15	3.7
50,001 – 75,000 บาท	-	-
75,001 – 100,000 บาท	4	1.0
มากกว่า 100,000 บาท	-	-
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมามีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.7 และน้อยที่สุดมีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 75,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้

แหล่งที่มาของรายได้	จำนวน	ร้อยละ
เงินเดือนประจำ	333	57.5
ค่าคอมมิชชั่น	61	10.5
ค่าเช่า	22	3.8
ดอกเบี้ย/เงินปันผล	29	5.0
คู่สมรส (จากสามี/ภรรยา)	30	5.2
เงินช่วยเหลือจากบิดา มารดา	49	8.4
เงินช่วยเหลือจากองค์กรหรือหน่วยงาน	7	1.2
อื่นๆ	49	8.4
รวม	580	100.0

หมายเหตุ: กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้จากเงินเดือนประจำ คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาค่าคอมมิชชั่น คิดเป็นร้อยละ 10.5 เงินช่วยเหลือจากบิดา มารดา และมาจากแหล่งอื่นๆ เช่น ค่าขาย ธุรกิจส่วนตัว รายได้เสริม คิดเป็นร้อยละ 8.4 คู่สมรส (จากสามี/ภรรยา) คิดเป็นร้อยละ 5.2 ดอกเบี้ย/เงินปันผล คิดเป็นร้อยละ 5.0 ค่าเช่า คิดเป็นร้อยละ 3.8 และน้อยที่สุด มีแหล่งที่มาของรายได้จากเงินช่วยเหลือจากองค์กรหรือหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 1.2

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของรายจ่าย

ประเภทของรายจ่าย	ลำดับการใช้จ่าย							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ค่าอาหาร	195 (48.8)	76 (19.0)	70 (17.5)	18 (4.5)	7 (1.8)	4 (1.0)	- (-)	11 (2.8)
ค่าน้ำมัน/ค่าพาหนะ/ค่า คมนาคม	57 (14.3)	123 (30.8)	87 (21.8)	41 (10.3)	14 (3.5)	8 (2.0)	10 (2.5)	7 (1.8)
ผ่อนชำระสินเชื่อบ้าน	30 (7.5)	31 (7.8)	13 (8.3)	15 (3.8)	14 (3.5)	14 (3.5)	26 (6.5)	50 (12.5)
ผ่อนชำระสินเชื่อรถยนต์	45 (11.3)	34 (8.5)	23 (5.8)	25 (6.3)	17 (4.3)	12 (3.0)	40 (10.0)	30 (7.5)
เลี้ยงดูบุตร/บิดา มารดา/คน ในอุปการะ	24 (6.0)	49 (12.3)	77 (19.3)	43 (10.8)	33 (8.3)	17 (4.3)	9 (2.3)	9 (2.3)
กิจกรรมบันเทิง	23 (5.8)	52 (13.0)	44 (11.0)	68 (17.0)	66 (16.5)	44 (11.0)	17 (4.3)	7 (1.8)
เสริมความงาม	14 (3.5)	12 (3.0)	24 (6.0)	34 (8.5)	38 (9.5)	52 (13.0)	26 (6.5)	15 (3.8)
ขอปิ้ง เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับ	9 (2.3)	20 (5.0)	31 (7.8)	46 (11.5)	38 (9.5)	36 (9.0)	36 (9.0)	10 (2.5)
อื่นๆ	- (-)	1 (0.3)	3 (0.8)	9 (2.3)	2 (0.5)	- (-)	1 (0.3)	- (-)

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายจ่าย อันดับที่ 1 คือ ค่าอาหาร คิดเป็นร้อยละ 48.8 อันดับที่ 2 คือ ค่าน้ำมัน/ค่าพาหนะ/ค่าคมนาคม คิดเป็นร้อยละ 14.3 อันดับที่ 3 คือ ผ่อนชำระสินเชื่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อันดับที่ 4 คือ ผ่อนชำระสินเชื่อรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 11.3 อันดับที่ 5 คือ เลี้ยงดูบุตร/บิดา มารดา/คนในอุปการะ คิดเป็นร้อยละ 6.0 อันดับที่ 6 คือ กิจกรรมบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 5.8 อันดับที่ 7 คือ เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 3.5 อันดับที่ 8 คือ ขอปิ้ง เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 2.3

สรุปผลจากการศึกษาปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท แหล่งที่มีของรายได้ส่วนใหญ่ได้มาจากเงินเดือนประจำ และค่าอาหารเป็นรายจ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปริมาณการออมโดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์เฉลี่ยต่อเดือน

ปริมาณการออม	จำนวน	ร้อยละ
ออมน้อยกว่า ร้อยละ 10 ของรายได้	102	25.5
ออมร้อยละ 10 – 20 ของรายได้	120	30.0
ออมร้อยละ 21 – 40 ของรายได้	74	18.5
ออมมากกว่า ร้อยละ 40 ของรายได้	7	1.8
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	97	24.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณการออมร้อยละ 10 - 20 ของรายได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมามีปริมาณการออมน้อยกว่า ร้อยละ 10 ของรายได้ คิดเป็นร้อยละ 25.5 ไม่มีกำหนดที่แน่นอนในการออม คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีปริมาณการออมร้อยละ 21 - 40 ของรายได้ คิดเป็นร้อยละ 18.5 และน้อยที่สุดมีปริมาณการออมมากกว่าร้อยละ 40 ของรายได้ คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถาบันการเงินที่ฝากเงิน

สถาบันการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	114	14.1
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	115	14.3
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	152	18.9
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	183	22.7
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	94	11.7
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	60	7.4
ธนาคารออมสิน	71	8.8
อื่นๆ	17	2.1
รวม	806	100.0

หมายเหตุ: กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างฝากเงินกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 18.9 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 14.3 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 14.1 ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 11.7 ธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 7.4 และน้อยที่สุดฝากเงินกับธนาคารอื่นๆ เช่น ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 2.1

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทของเงินฝาก

ประเภทของเงินฝาก	จำนวน	ร้อยละ
เงินฝากออมทรัพย์	340	85.0
เงินฝากประจำ 3 เดือน	15	3.8
เงินฝากประจำ 6 เดือน	9	2.2
เงินฝากประจำ 12 เดือน	5	1.3
เงินฝากประจำมากกว่า 12 เดือน	31	7.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกฝากเงินประเภทออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 85.0 รองลงมาเงินฝากประจำมากกว่า 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 7.7 ประเภทเงินฝากประจำ 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ประเภทเงินฝากประจำ 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และน้อยที่สุดเลือกฝากเงินประเภทประจำ 12 เดือน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการออมเงิน

วัตถุประสงค์ในการออม	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อดอกเบี้ยและเงินปันผล	127	14.8
เพื่อการศึกษาของตนเอง / บุตร หลาน	71	8.3
เพื่อซื้อทรัพย์สิน	79	9.2
เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วย/ยามฉุกเฉิน	167	19.4
เพื่อเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพ	81	9.4
เพื่อเป็นหลักประกันในการกู้ยืม	55	6.4
เพื่อเป็นทุนให้กับบุตร หลานในอนาคต	68	7.9
เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง	212	24.7
รวม	860	100.0

หมายเหตุ: กลุ่มตัวอย่างสามารถตอบคำถามได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.7 รองลงมา มีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วย/ยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 19.4 เพื่อดอกเบี้ยและเงินปันผล คิดเป็นร้อยละ 14.8 เพื่อเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 9.4 เพื่อซื้อทรัพย์สิน คิดเป็นร้อยละ 9.2 เพื่อการศึกษาของตนเอง/บุตร หลาน คิดเป็นร้อยละ 8.3 เพื่อเป็นทุนให้กับบุตร หลานในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 7.9 และน้อยที่สุดมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่อเป็นหลักประกันในการกู้ยืม คิดเป็นร้อยละ 6.4

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการออม

ความถี่ในการออม	จำนวน	ร้อยละ
สม่ำเสมอ (ทุกเดือน)	216	54.0
ค่อนข้างบ่อย (ทุก 3 เดือน)	103	25.8
เป็นครั้งคราว (ทุก 6 เดือน)	64	16.0
นานๆ ครั้ง (1-2 ปี)	17	4.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการออมเงินที่สม่ำเสมอ โดยการฝากเงินทุกเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาออมค่อนข้างบ่อย (ทุก 3 เดือน) คิดเป็นร้อยละ 25.8 ออมเป็นครั้งคราว (ทุก 6 เดือน) คิดเป็นร้อยละ 16.0 และน้อยที่สุดมีความถี่ในการออมนานๆ ครั้ง (1 - 2 ปี) คิดเป็นร้อยละ 4.2

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มปริมาณการออมใน
อนาคต

แนวโน้มปริมาณการออม	จำนวน	ร้อยละ
มากขึ้น	305	76.3
เท่าเดิม	83	20.7
น้อยลง	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแนวโน้มปริมาณการออมมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมามีแนวโน้มเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 20.7 และน้อยที่สุดมีแนวโน้มปริมาณการออมน้อยลง คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการออมเงิน

ผู้มีอิทธิพลต่อการออมเงิน	จำนวน	ร้อยละ
บิดา มารดา	92	23.0
เพื่อน	16	4.0
ตนเอง	224	56.0
คู่สมรส	47	11.8
ครู/อาจารย์	9	2.2
อื่นๆ	12	3.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอิทธิพลต่อการออมเงินจากตนเอง คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมามีอิทธิพลมาจากบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 23.0 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 11.8 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 4.0 อื่นๆ เช่น บุตร แฟน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และน้อยที่สุดมีอิทธิพลมาจากครู/อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์

แหล่งข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ/โทรทัศน์	129	32.3
นิตยสาร/วารสาร	8	2.0
ใบปลิว/แผ่นพับ	9	2.2
ป้ายโฆษณา/คัทเอ้าท์	18	4.5
พนักงานธนาคาร	58	14.5
เพื่อนแนะนำ	29	7.3
ทางจดหมาย	2	0.5
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	145	36.2
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและการบริการต่างๆ จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาได้ข้อมูลข่าวสารมาจากวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 32.3 พนักงานธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 14.5 เพื่อนแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ป้ายโฆษณา/คัทเอ้าท์ คิดเป็นร้อยละ 4.5 ใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 2.2 นิตยสาร/วารสาร คิดเป็นร้อยละ 2.0 และน้อยที่สุดได้ข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและการบริการต่างๆ จากทางจดหมายและทางอื่นๆ เช่น ข้อความในโทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 0.5

สรุปผลจากการศึกษาพฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณการออมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ร้อยละ 10 – 20 ของรายได้ นิยมฝากเงินกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ประเภทออมทรัพย์ มากที่สุด วัตถุประสงค์ในการเงินฝากเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างออมเงินสม่ำเสมอในทุกๆ เดือน และมีแนวโน้มในการออมเงินมากขึ้นในอนาคต ในการฝากเงินกลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจฝากเงินด้วยตนเอง และได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝากเงินจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์

**ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์
ของกลุ่มตัวอย่าง**

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ระดับค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ระดับ ความสำคัญ	ลำดับ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.99	มาก	1
ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)	3.93	มาก	2
ปัจจัยด้านราคา (Price)	3.75	มาก	5
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.86	มาก	4
ปัจจัยด้านอื่นๆ (Others)	3.89	มาก	3

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัจจัยด้านอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยด้านราคา น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการออม					ค่าเฉลี่ย
	5	4	3	2	1	
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1.1 ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	53 (13.2)	204 (51.0)	135 (33.8)	6 (1.5)	2 (0.5)	3.75 (มาก)
1.2 ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	115 (28.7)	168 (42.0)	96 (24.0)	21 (5.3)	0 (0)	3.94 (มาก)
1.3 ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	127 (31.7)	181 (45.3)	92 (23.0)	0 (0)	0 (0)	4.09 (มาก)
1.4 ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	165 (41.2)	163 (40.8)	60 (15.0)	12 (3.0)	0 (0)	4.20 (มาก)
1.5 อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	166 (41.5)	102 (25.5)	105 (26.2)	22 (5.5)	5 (1.3)	4.01 (มาก)
2. ด้านราคา (Price)						
2.1 อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	94 (23.5)	113 (28.2)	150 (37.5)	29 (7.3)	14 (3.5)	3.61 (มาก)
2.2 อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	108 (27.0)	95 (23.7)	156 (39.0)	29 (7.3)	12 (3.0)	3.64 (มาก)
2.3 อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	127 (31.7)	122 (30.5)	111 (27.8)	23 (5.7)	17 (4.3)	3.80 (มาก)
2.4 อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต	125 (31.2)	131 (32.8)	105 (26.2)	30 (7.5)	9 (2.3)	3.83 (มาก)
2.5 ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	124 (31.0)	136 (34.0)	113 (28.2)	17 (4.3)	10 (2.5)	3.87 (มาก)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการออม					ค่าเฉลี่ย
	5	4	3	2	1	
3. ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)						
3.1 ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	173 (43.2)	103 (25.8)	91 (22.7)	31 (7.8)	2 (0.5)	4.03 (มาก)
3.2 สถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ใช้บริการ	109 (27.2)	123 (30.8)	119 (29.7)	45 (11.3)	4 (1.0)	3.72 (มาก)
3.3 จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร	116 (29.0)	187 (46.8)	83 (20.7)	11 (2.7)	3 (0.8)	4.01 (มาก)
3.4 เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ	133 (33.2)	151 (37.8)	101 (25.2)	11 (2.8)	4 (1.0)	4.00 (มาก)
3.5 สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	139 (34.7)	111 (27.8)	125 (31.2)	23 (5.8)	2 (0.5)	3.91 (มาก)
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
4.1 มีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ	56 (14.0)	104 (26.0)	134 (33.5)	85 (21.2)	21 (5.3)	3.22 (ปานกลาง)
4.2 พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและ รวดเร็ว	169 (42.2)	141 (35.3)	84 (21.0)	5 (1.2)	1 (0.3)	4.18 (มาก)
4.3 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ	158 (39.5)	161 (40.2)	75 (18.8)	6 (1.5)	0 (0)	4.18 (มาก)
4.4 พนักงาน Cell Centerให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย	148 (37.0)	166 (41.5)	75 (18.7)	8 (2.0)	3 (0.8)	4.12 (มาก)
4.5 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	74 (18.5)	151 (37.7)	134 (33.5)	38 (9.5)	3 (0.8)	3.64 (มาก)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการออม					ค่าเฉลี่ย
	5	4	3	2	1	
5. ด้านอื่น ๆ (Others)						
5.1 ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ	103 (25.7)	125 (31.3)	145 (36.2)	15 (3.8)	12 (3.0)	3.73 (มาก)
5.2 อัตราเงินเฟ้อ	70 (17.5)	143 (35.7)	164 (41.0)	14 (3.5)	9 (2.3)	3.63 (มาก)
5.3 ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร	224 (56.0)	116 (29.0)	52 (13.0)	8 (2.0)	0 (0)	4.39 (มากที่สุด)
5.4 การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	93 (23.2)	163 (40.8)	132 (33.0)	9 (2.2)	3 (0.8)	3.83 (มาก)
5.5 สถานการณ์ทางการเมือง	119 (29.7)	148 (37.0)	110 (27.5)	23 (5.8)	0 (0)	3.91 (มาก)
5.6 นโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล	115 (28.7)	141 (35.3)	120 (30.0)	16 (4.0)	8 (2.0)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 4.22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อันดับที่ 1 คือ ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.802$) อันดับที่ 2 คือ ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน ($\bar{X} = 4.09$, $SD = 0.736$) อันดับที่ 3 คือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 1.006$) อันดับที่ 4 คือ ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ ($\bar{X} = 3.94$, $SD = 0.858$) และ อันดับที่ 5 คือ ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.75$, $SD = 0.717$)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ ด้านราคา (Price) อันดับที่ 1 คือ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.986$) อันดับที่ 2 คือ อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 1.026$) อันดับที่ 3 คือ อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ ($\bar{X} = 3.80$, $SD = 1.081$) อันดับที่ 4 คือ อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 1.047$) และอันดับที่ 5 คือ อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี ($\bar{X} = 3.61$, $SD = 1.032$)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ ด้านสถานที่ (Place) อันดับที่ 1 คือ ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ($\bar{X} = 4.03$, $SD = 1.008$) อันดับที่ 2 คือ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร ($\bar{X} = 4.01$, $SD = 0.823$) อันดับที่ 3 คือ เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.00$, $SD = 0.887$) อันดับที่ 4 คือ สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.963$) และอันดับที่ 5 คือ สถานที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ ($\bar{X} = 3.72$, $SD = 1.017$)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) อันดับที่ 1 คือ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.18$, $SD = 0.821$) อันดับที่ 2 คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาท ในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.18$, $SD = 0.783$) อันดับที่ 3 คือ พนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.12$, $SD = 0.832$) อันดับที่ 4 คือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.916$) และอันดับที่ 5 คือ มีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ ($\bar{X} = 3.22$, $SD = 1.094$)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ ด้านอื่นๆ (Others) อันดับที่ 1 คือ ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.787$) อันดับที่ 2 คือ สถานการณ์ทางการเมือง ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.892$) อันดับที่ 3 คือ นโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล ($\bar{X} = 3.85$, $SD = 0.952$) อันดับที่ 4 คือ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 0.833$) อันดับที่ 5 คือ ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.985$) และอันดับที่ 6 คือ อัตราเงินเฟ้อ ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.889$)

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่างในการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์กับปัจจัยส่วนบุคคล โดยทำการทดสอบสมมติฐานด้านสถิติไคว์สแควร์ (Chi-square) ผลปรากฏ ดังนี้

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการออมโดยเฉลี่ย

[illegible]

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ปริมาณการออมโดยเฉลี่ย					รวม	p
	อมน้อยกว่า 10 ของรายได้	ออมร้อยละ 10 – 20 ของรายได้	ออมร้อยละ 21 – 40 ของรายได้	ออมมากกว่า ร้อยละ 40 ของรายได้	ไม่มีกำหนดที่แน่นอน		
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน							0.000*
น้อยกว่า 10,000	35	19	13	-	37	104	
% จำนวนเงินฝาก	(33.7%)	(18.3%)	(12.5%)	-	(35.6%)	(100.0%)	
% ปริมาณการออม	(34.3%)	(15.8%)	(17.6%)	-	(38.1%)	(26.0%)	
10,001 – 50,000	32	28	12	3	28	103	
% จำนวนเงินฝาก	(31.1%)	(27.2%)	(11.7%)	(2.9%)	(27.2%)	(100.0%)	
% ปริมาณการออม	(31.4%)	(23.3%)	(16.2%)	(42.9%)	(28.9%)	(25.8%)	
50,001 – 100,000	19	26	20	1	16	82	
% จำนวนเงินฝาก	(23.2%)	(31.7%)	(24.4%)	(1.2%)	(19.5%)	(100.0%)	
% ปริมาณการออม	(18.6%)	(21.7%)	(27.0%)	(14.3%)	(16.5%)	(20.5%)	
100,001 – 500,000	15	41	15	1	13	85	
% จำนวนเงินฝาก	(17.6%)	(48.2%)	(17.6%)	(1.2%)	(15.3%)	(100.0%)	
% ปริมาณการออม	(14.7%)	(34.2%)	(20.3%)	(14.3%)	(13.4%)	(21.3%)	
500,001–1,000,000	1	5	7	1	2	16	
% จำนวนเงินฝาก	(6.3%)	(31.3%)	(43.8%)	(6.3%)	(12.5%)	(100.0%)	
% ปริมาณการออม	(1.0%)	(4.2%)	(9.5%)	(14.3%)	(2.1%)	(4.0%)	
มากกว่า 1,000,000	-	1	7	1	1	10	
% จำนวนเงินฝาก	-	(10.0%)	(70.0%)	(10.0%)	(10.0%)	(100.0%)	
% ปริมาณการออม	-	(0.8%)	(9.5%)	(14.3%)	(1.0%)	(2.5%)	
รวม	102	120	74	7	97	400	
% จำนวนเงินฝาก	(25.5%)	(30.0%)	(18.5%)	(1.8%)	(24.2%)	(100.0%)	
% ปริมาณการออม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออม โดยการฝากเงินผ่านธนาคารโดยเฉลี่ย

จากตารางที่ 4.23 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการออมเงินผ่านธนาคารโดยเฉลี่ยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่าปริมาณการออมเงินผ่านธนาคารโดยเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อาชีพ จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

อาชีพมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมเงินผ่านธนาคารโดยเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจ/ค้าขาย มีปริมาณการออมอยู่ที่ร้อยละ 10 - 20 ของรายได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 ร้อยละ 32.8 และร้อยละ 29.6 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 7.5 ร้อยละ 68.3 และร้อยละ 17.5 ของปริมาณการออม ตามลำดับ ในขณะที่อาชีพรัฐวิสาหกิจ มีปริมาณการอมน้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.6 ของอาชีพ และร้อยละ 9.8 ของปริมาณการออม ในส่วนอาชีพรับจ้างและอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา ไม่มีกำหนดที่แน่นอนในการออม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.9 ร้อยละ 45.5 ของอาชีพ และร้อยละ 7.2 ร้อยละ 10.3 ของปริมาณการออม ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน อย่างเช่น ทำธุรกิจ/ค้าขาย อาชีพรับจ้าง นักศึกษา แม่บ้าน เป็นต้น อาชีพเหล่านี้ทำให้มีปริมาณการออมที่ไม่แน่นอนตามไปด้วย

จำนวนคนในอุปการะมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมเงินผ่านธนาคารโดยเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่ไม่มีจำนวนคนในอุปการะ มีปริมาณการอมน้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.2 ของจำนวนคนในอุปการะ และร้อยละ 42.2 ของปริมาณการออม ในส่วนผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะจำนวน 1 - 2 คน และจำนวน 3 - 4 คน มีปริมาณการออมอยู่ที่ร้อยละ 10 - 20 ของรายได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.1 ร้อยละ 38.5 ของจำนวนคนในอุปการะ และร้อยละ 44.2 ร้อยละ 20.8 ของปริมาณการออมตามลำดับ และผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 5 คน ขึ้นไป มีปริมาณการอมน้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของจำนวนคนในอุปการะ และร้อยละ 5.9 ของปริมาณการออม และไม่มีกำหนดที่แน่นอนในการออม มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของ

จำนวนคนในอุปการะ และร้อยละ 6.2 ของปริมาณการออม จะเห็นได้ว่า เมื่อครอบครัวมีผู้อุปการะเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามากกว่า 3 คน เป็นต้นไป ระดับการออมจะลดลงอย่างมาก

จำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันกับปริมาณการออมเงินผ่านธนาคารโดยเฉลี่ย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีเงินฝากน้อยกว่า 10,000 บาท ไม่มีกำหนดที่แน่นอนในการออม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.6 ของจำนวนเงินฝาก และร้อยละ 38.1 ของปริมาณการออม ในส่วนผู้ที่มีเงินฝากระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท มีปริมาณการออม น้อยกว่าร้อยละ 10 ของรายได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.1 ของจำนวนเงินฝาก และร้อยละ 31.4 ของปริมาณการออม ในส่วนผู้ที่มีเงินฝากระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท และ 100,001 – 500,000 บาท มีปริมาณการออมอยู่ที่ร้อยละ 10 - 20 ของรายได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.7 ร้อยละ 48.2 ของจำนวนเงินฝาก และร้อยละ 21.7 ร้อยละ 34.2 ของปริมาณการออม ตามลำดับ ในส่วนผู้ที่มีเงินฝากระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท และ มากกว่า 1,000,000 บาท มีปริมาณการออมอยู่ที่ ร้อยละ 21-40 ของรายได้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 ร้อยละ 70.0 ของจำนวนเงินฝาก และร้อยละ 9.5 ร้อยละ 9.5 ของปริมาณการออม ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีจำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบันมากขึ้น ย่อมมีปริมาณการออมโดยเฉลี่ยมากขึ้นตามไปด้วย

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการออมเงินผ่านธนาคารโดยเฉลี่ยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ปริมาณการออมเงินผ่านธนาคารโดยเฉลี่ยไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับประเภทของการฝากเงิน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ประเภทของการออม					รวม	p
	เงินฝาก ออม ทรัพย์	เงินฝาก ประจำ 3 เดือน	เงินฝาก ประจำ 6 เดือน	เงินฝาก ประจำ 12 เดือน	เงินฝาก ประจำ มากกว่า 12 เดือน		
เพศ							0.076
ชาย	156	12	4	1	16	189	
% เพศ	(82.5%)	(6.3%)	(2.1%)	(0.5%)	(8.5%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(45.9%)	(80.0%)	(44.4%)	(20.0%)	(51.6%)	(47.3%)	
หญิง	184	3	5	4	15	211	
% เพศ	(87.2%)	(1.4%)	(2.4%)	(1.9%)	(7.1%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(54.1%)	(20.0%)	(55.6%)	(80.0%)	(48.4%)	(52.8%)	
รวม	340	15	9	5	31	400	
% เพศ	(85.0%)	(3.8%)	(2.2%)	(1.3%)	(7.7%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
อายุ							0.047*
น้อยกว่า 26 ปี	90	1	3	1	4	99	
% อายุ	(90.9%)	(1.0%)	(3.0%)	(1.0%)	(4.0%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(26.5%)	(6.7%)	(33.3%)	(20.0%)	(12.9%)	(24.8%)	
อายุ 26-35 ปี	186	5	4	3	24	222	
% อายุ	(83.8%)	(2.3%)	(1.8%)	(1.4%)	(10.8%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(54.7%)	(33.3%)	(44.4%)	(60.0%)	(77.4%)	(55.5%)	
อายุ 36-45 ปี	44	7	2	1	3	57	
% อายุ	(77.2%)	(12.3%)	(3.5%)	(1.8%)	(5.3%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(12.9%)	(46.7%)	(22.2%)	(20.0%)	(9.7%)	(14.3%)	
อายุ 46-55 ปี	16	2	-	-	-	18	
% อายุ	(88.9%)	(11.1%)	-	-	-	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(4.7%)	(13.3%)	-	-	-	(4.5%)	

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ประเภทของการออม					รวม	p
	เงินฝาก	เงินฝาก	เงินฝาก	เงินฝาก	เงินฝาก		
	ออม ทรัพย์	ประจำ 3 เดือน	ประจำ 6 เดือน	ประจำ 12 เดือน	ประจำ มากกว่า 12 เดือน		
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน							0.002*
น้อยกว่า 10,000	94	-	4	1	5	104	
% จำนวนเงินฝาก	(90.4%)	-	(3.8%)	(1.0%)	(4.8%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(27.6%)	-	(44.4%)	(20.0%)	(16.1%)	(26.0%)	
10,001 – 50,000	85	9	3	-	6	103	
% จำนวนเงินฝาก	(82.5%)	(8.7%)	(2.9%)	-	(5.8%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(25.0%)	(60.0%)	(33.3%)	-	(19.4%)	(25.8%)	
50,001 – 100,000	74	-	2	1	5	82	
% จำนวนเงินฝาก	(90.2%)	-	(2.4%)	(1.2%)	(6.1%)	100.0%	
% ประเภทการออม	(21.8%)	-	(22.2%)	(20.0%)	(16.1%)	(20.5%)	
100,001 – 500,000	68	2	-	3	12	85	
% จำนวนเงินฝาก	(80.0%)	(2.4%)	-	(3.5%)	(14.1%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(20.0%)	(13.3%)	-	(60.0%)	(38.7%)	(21.3%)	
500,001–1,000,000	11	3	-	-	2	16	
% จำนวนเงินฝาก	(68.8%)	(18.8%)	-	-	(12.5%)	100.0%	
% ประเภทการออม	(3.2%)	(20.0%)	-	-	(6.5%)	(4.0%)	
มากกว่า 1,000,000	8	1	-	-	1	10	
% จำนวนเงินฝาก	(80.0%)	(10.0%)	-	-	(10.0%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(2.4%)	(6.7%)	-	-	(3.2%)	(2.5%)	
รวม	340	15	9	5	31	400	
% จำนวนเงินฝาก	(85.0%)	(3.8%)	(2.2%)	(1.3%)	(7.7%)	(100.0%)	
% ประเภทการออม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับประเภทของการฝากเงินกับสถาบันการเงิน โดยการฝากเงินผ่านธนาคาร

จากตารางที่ 4.24 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับประเภทของการฝากเงินกับสถาบันการเงินตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่าประเภทของการฝากเงินกับสถาบันการเงินมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินฝากที่มีอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

อายุมีความสัมพันธ์กับประเภทของการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทุกช่วงอายุ ดังนี้ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี อายุระหว่าง 26 - 35 ปี อายุระหว่าง 36 - 45 ปี อายุระหว่าง 46 - 55 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป มีการออมเงินประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.9 ร้อยละ 83.8 ร้อยละ 77.2 ร้อยละ 88.9 ร้อยละ 100.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 26.5 ร้อยละ 54.7 ร้อยละ 12.9 ร้อยละ 4.7 ร้อยละ 1.2 ของประเภทการออม ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าเมื่ออายุมากขึ้น สัดส่วนของเงินฝากออมทรัพย์จะลดลง แต่จะมีสัดส่วนการฝากประจำมากขึ้น ในขณะที่ผู้ที่เกษียณจะมีเงินฝากประจำลดลง ผู้สูงอายุอาจต้องการเก็บเงินไว้เพื่อยามฉุกเฉิน ทำให้ไม่กล้าฝากเงินฝากประจำ

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับประเภทของการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทุกช่วงสถานภาพ ดังนี้ สถานภาพโสด สมรส และหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีการออมเงินประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.3 ร้อยละ 79.6 ร้อยละ 66.7 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 74.7 ร้อยละ 24.1 ร้อยละ 1.2 ของประเภทการออม ตามลำดับ

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับประเภทของการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทุกช่วงระดับการศึกษา ดังนี้ ระดับการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท มีการออมเงินประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.2 ร้อยละ 86.6 ร้อยละ 66.1 ร้อยละ 100.0 ของระดับการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 14.7 ร้อยละ 74.1 ร้อยละ 10.9 ร้อยละ 0.3 ของประเภทการออม ตามลำดับ

จำนวนคนในอุปการะมีความสัมพันธ์กับประเภทของการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่ไม่มีจำนวนคนในอุปการะ ผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะจำนวน 1 - 2 คน จำนวน 3 - 4 คน และผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป มีการออมเงินประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.2 ร้อยละ 80.6 ร้อยละ 89.2 ร้อยละ 66.7 ของจำนวนคนในอุปการะ และคิดเป็นร้อยละ 41.5 ร้อยละ 39.1 ร้อยละ 17.1 ร้อยละ 2.4 ของประเภทการออมตามลำดับ

จำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันกับปริมาณการออมเงินผ่านธนาคาร โดยเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีเงินฝากน้อยกว่า 10,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท และ มีจำนวนเงินฝากมากกว่า 1,000,000 บาท มีการออมเงินประเภทออมทรัพย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.4 ร้อยละ 82.5 ร้อยละ 90.2 ร้อยละ 80.0 ร้อยละ 68.8 ร้อยละ 80.0 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 27.6 ร้อยละ 25.0 ร้อยละ 21.8 ร้อยละ 20.0 ร้อยละ 3.2 ร้อยละ 2.4 ของประเภทการออม ตามลำดับ

สรุปผลจากการศึกษา ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างในทุกช่วงอายุ ทุกสถานภาพ ทุกระดับการศึกษา จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน เลือกฝากเงินประเภทออมทรัพย์มากที่สุด เนื่องจาก เงินฝากออมทรัพย์มีความสะดวกในการฝาก - ถอนเงิน ไม่มีกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำ และระยะเวลาในการรับฝากเงิน

จากการทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับประเภทของการฝากเงิน กับสถาบันการเงินตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ประเภทของการฝากเงินกับสถาบันการเงินไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความถี่ในการออม

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการออม					P
	สม่ำเสมอ	ค่อนข้าง	เป็นครั้ง	นานๆครั้ง	รวม	
	(ทุกเดือน)	บ่อย (ทุก 3 เดือน)	คราว (ทุก 6 เดือน)	(1-2 ปี)		
เพศ						0.144
ชาย	101	57	24	7	189	
% เพศ	(53.4%)	(30.2%)	(12.7%)	(3.7%)	(100.0%)	
% ความถี่	(46.8%)	(55.3%)	(37.5%)	(41.2%)	(47.3%)	
หญิง	115	46	40	10	211	
% เพศ	(54.5%)	(21.8%)	(19.0%)	(4.7%)	(100.0%)	
% ความถี่	(53.2%)	(44.7%)	(62.5%)	(58.8%)	(52.8%)	
รวม	216	103	64	17	400	
% เพศ	(54.0%)	(25.8%)	(16.0%)	(4.2%)	(100.0%)	
% ความถี่	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
อายุ						0.102
น้อยกว่า 26 ปี	41	35	21	2	99	
% อายุ	(41.4%)	(35.4%)	(21.2%)	(2.0%)	(100.0%)	
% ความถี่	(19.0%)	(34.0%)	(32.8%)	(11.8%)	(24.8%)	
อายุ 26-35 ปี	131	50	32	9	222	
% อายุ	(59.0%)	(22.5%)	(14.4%)	(4.1%)	(100.0%)	
% ความถี่	(60.6%)	(48.5%)	(50.0%)	(52.9%)	(55.5%)	
อายุ 36-45 ปี	29	14	9	5	57	
% อายุ	(50.9%)	(24.6%)	(15.8%)	(8.8%)	(100.0%)	
% ความถี่	(13.4%)	(13.6%)	(14.1%)	(29.4%)	(14.3%)	
อายุ 46-55 ปี	11	4	2	1	18	
% อายุ	(61.1%)	(22.2%)	(11.1%)	(5.6%)	(100.0%)	
% ความถี่	(5.1%)	(3.9%)	(3.1%)	(5.9%)	(4.5%)	

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการออม				P
	สม่ำเสมอ	ค่อนข้าง	เป็นครั้ง	นานๆครั้ง	
	(ทุกเดือน)	บ่อย (ทุก 3 เดือน)	คราว (ทุก 6 เดือน)	(1-2 ปี)	
อายุ (ต่อ)					
อายุ 56 ปี ขึ้นไป	4	-	-	-	4
% อายุ	(100.0%)	-	-	-	(100.0%)
% ความถี่	(1.9%)	-	-	-	(1.0%)
รวม	216	103	64	17	400
% อายุ	(54.0%)	(25.8%)	(16.0%)	(4.2%)	(100.0%)
% ความถี่	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)
สถานภาพ					0.768
โสด	157	79	44	11	291
% สถานภาพ	(54.0%)	(27.1%)	(15.1%)	(3.8%)	(100.0%)
% ความถี่	(72.7%)	(76.7%)	(68.8%)	(64.7%)	(72.8%)
สมรส	56	23	18	6	103
% สถานภาพ	(54.4%)	(22.3%)	(17.5%)	(5.8%)	(100.0%)
% ความถี่	(25.9%)	(22.3%)	(28.1%)	(35.3%)	(25.8%)
หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่	3	1	2	-	6
% สถานภาพ	(50.0%)	(16.7%)	(33.3%)	-	(100.0%)
% ความถี่	(1.4%)	(1.0%)	(3.1%)	-	(1.5%)
รวม	216	103	64	17	400
% สถานภาพ	(54.0%)	(25.8%)	(16.0%)	(4.2%)	(100.0%)
% ความถี่	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการออม				รวม	P
	สม่ำเสมอ (ทุกเดือน)	ค่อนข้าง บ่อย (ทุก 3 เดือน)	เป็นครั้ง คราว (ทุก 6 เดือน)	นานๆครั้ง (1-2 ปี)		
ระดับการศึกษา						0.001*
ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	15	10	8	52	
% การศึกษา	(36.5%)	(28.8%)	(19.2%)	(15.4%)	(100.0%)	
% ความถี่	(8.8%)	(14.6%)	(15.6%)	(47.1%)	(13.0%)	
ปริญญาตรี	163	73	50	5	291	
% การศึกษา	(56.0%)	(25.1%)	(17.2%)	(1.7%)	(100.0%)	
% ความถี่	(75.5%)	(70.9%)	(78.1%)	(29.4%)	(72.8%)	
ปริญญาโท	33	15	4	4	56	
% การศึกษา	(58.9%)	(26.8%)	(7.1%)	(7.1%)	(100.0%)	
% ความถี่	(15.3%)	(14.6%)	(6.3%)	(23.5%)	(14.0%)	
สูงกว่าปริญญาโท	1	-	-	-	1	
% การศึกษา	(100.0%)	-	-	-	(100.0%)	
% ความถี่	(0.5%)	-	-	-	(0.3%)	
รวม	216	103	64	17	400	
% การศึกษา	(54.0%)	(25.8%)	(16.0%)	(4.2%)	(100.0%)	
% ความถี่	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการออม				รวม	P
	สม่ำเสมอ (ทุกเดือน)	ค่อนข้าง บ่อย (ทุก 3 เดือน)	เป็นครั้ง คราว (ทุก 6 เดือน)	นานๆครั้ง (1-2 ปี)		
อาชีพ						0.000*
รับราชการ	14	6	-	1	21	
% อาชีพ	(66.7%)	(28.6%)	-	(4.8%)	(100.0%)	
% ความถี่	(6.5%)	(5.8%)	-	(5.9%)	(5.3%)	
รัฐวิสาหกิจ	10	6	2	-	18	
% อาชีพ	(55.6%)	(33.3%)	(11.1%)	-	(100.0%)	
% ความถี่	(4.6%)	(5.8%)	(3.1%)	-	(4.5%)	
พนักงาน บริษัทเอกชน	134	63	46	7	250	
% อาชีพ	(53.6%)	(25.2%)	(18.4%)	(2.8%)	(100.0%)	
% ความถี่	(62.0%)	(61.2%)	(71.9%)	(41.2%)	(62.5%)	
ธุรกิจ/ค้าขาย	43	18	9	1	71	
% อาชีพ	(60.6%)	(25.4%)	(12.7%)	(1.4%)	(100.0%)	
% ความถี่	(19.9%)	(17.5%)	(14.1%)	(5.9%)	(17.8%)	
รับจ้าง	7	8	3	-	18	
% อาชีพ	(38.9%)	(44.4%)	(16.7%)	-	(100.0%)	
% ความถี่	(3.2%)	(7.8%)	(4.7%)	-	(4.5%)	
อื่นๆ	8	2	4	8	22	
% อาชีพ	(36.4%)	(9.1%)	(18.2%)	(36.4%)	(100.0%)	
% ความถี่	(3.7%)	(1.9%)	(6.3%)	(47.1%)	(5.5%)	
รวม	216	103	64	17	400	
% อาชีพ	(54.0%)	(25.8%)	(16.0%)	(4.2%)	(100.0%)	
% ความถี่	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการออม				P
	สม่ำเสมอ	ค่อนข้าง	เป็นครั้ง	นานๆครั้ง	
	(ทุกเดือน)	บ่อย (ทุก 3 เดือน)	คราว (ทุก 6 เดือน)	(1-2 ปี)	
จำนวนคนในอุปการะ					0.000*
ไม่มี	89	43	21	5	158
% ผู้อุปการะ	(56.3%)	(27.2%)	(13.3%)	(3.2%)	(100.0%)
% ความถี่	(41.2%)	(41.7%)	(32.8%)	(29.4%)	(39.5%)
1-2 คน	91	41	26	7	165
% ผู้อุปการะ	(55.2%)	(24.8%)	(15.8%)	(4.2%)	(100.0%)
% ความถี่	(42.1%)	(39.8%)	(40.6%)	(41.2%)	(41.3%)
3-4 คน	34	19	11	1	65
% ผู้อุปการะ	(52.3%)	(29.2%)	(16.9%)	(1.5%)	(100.0%)
% ความถี่	(15.7%)	(18.4%)	(17.2%)	(5.9%)	(16.3%)
ตั้งแต่ 5 คน ขึ้นไป	2	-	6	4	12
% ผู้อุปการะ	(16.7%)	-	(50.0%)	(33.3%)	(100.0%)
% ความถี่	(0.9%)	-	(9.4%)	(23.5%)	(3.0%)
รวม	216	103	64	17	400
% ผู้อุปการะ	(54.0%)	(25.8%)	(16.0%)	(4.2%)	(100.0%)
% ความถี่	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความถี่ในการออม				P
	สม่ำเสมอ	ค่อนข้าง	เป็นครั้ง	นานๆครั้ง	
	(ทุกเดือน)	บ่อย (ทุก 3 เดือน)	คราว (ทุก 6 เดือน)	(1-2 ปี)	
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน					0.000*
น้อยกว่า 10,000	36	36	22	10	104
% จำนวนเงินฝาก	(34.6%)	(34.6%)	(21.2%)	(9.6%)	(100.0%)
% ความถี่	(16.7%)	(35.0%)	(34.4%)	(58.8%)	(26.0%)
10,001 – 50,000	49	25	24	5	103
% จำนวนเงินฝาก	(47.6%)	(24.3%)	(23.3%)	(4.9%)	(100.0%)
% ความถี่	(22.7%)	(24.3%)	(37.5%)	(29.4%)	(25.8%)
50,001 – 100,000	52	21	8	1	82
% จำนวนเงินฝาก	(63.4%)	(25.6%)	(9.8%)	(1.2%)	(100.0%)
% ความถี่	(24.1%)	(20.4%)	(12.5%)	(5.9%)	(20.5%)
100,001 – 500,000	56	19	9	1	85
% จำนวนเงินฝาก	(65.9%)	(22.4%)	(10.6%)	(1.2%)	(100.0%)
% ความถี่	(25.9%)	(18.4%)	(14.1%)	(5.9%)	(21.3%)
500,001 – 1,000,000	15	1	-	-	16
% จำนวนเงินฝาก	(93.8%)	(6.3%)	-	-	(100.0%)
% ความถี่	(6.9%)	(1.0%)	-	-	(4.0%)
มากกว่า 1,000,000	8	1	1	-	10
% จำนวนเงินฝาก	(80.0%)	(10.0%)	(10.0%)	-	(100.0%)
% ความถี่	(3.7%)	(1.0%)	(1.6%)	-	(2.5%)
รวม	216	103	64	17	400
% จำนวนเงินฝาก	(54.0%)	(25.8%)	(16.0%)	(4.2%)	(100.0%)
% ความถี่	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการออมผ่านธนาคารพาณิชย์

จากตารางที่ 4.25 การทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความถี่ในการออมตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ความถี่ในการออมมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินฝากที่มีอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทุกช่วงระดับการศึกษา ดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท มีความถี่ในการออมสม่ำเสมอ (ทุกเดือน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 ร้อยละ 56.0 ร้อยละ 58.9 ร้อยละ 100.0 ของการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 8.8 ร้อยละ 75.5 ร้อยละ 15.3 ร้อยละ 0.5 ของความถี่ในการออม ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า จากกลุ่มตัวอย่าง ยังมีระดับการศึกษาเพิ่มมากขึ้น จะมีความถี่ในการออมมากขึ้น โดยจะออมสม่ำเสมอทุกเดือน

อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจ/ค้าขาย มีความถี่ในการออมสม่ำเสมอ (ทุกเดือน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 55.6 ร้อยละ 53.6 ร้อยละ 60.6 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 6.5 ร้อยละ 4.6 ร้อยละ 62.0 ร้อยละ 19.9 ของความถี่ในการออม ตามลำดับ ในขณะที่อาชีพรับจ้าง มีความถี่ในการออมค่อนข้างบ่อย (ทุก 3 เดือน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 7.8 ของความถี่ในการออม ในส่วนอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา มีความถี่ในการออมที่สม่ำเสมอ (ทุกเดือน) คิดเป็นร้อยละ 36.4 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 3.7 ของความถี่ในการออม และออมนานๆ ครั้ง (1 - 2 ปี) มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 36.4 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 47.1 ของความถี่ในการออม จะเห็นได้ว่า อาชีพที่มีรายได้แน่นอนอย่างเช่น รับราชการ รัฐวิสาหกิจ จะมีความถี่ในการออมเงินที่สม่ำเสมอทุกเดือน ในขณะที่อาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน อย่างเช่น อาชีพรับจ้าง จะมีความถี่ในการออมที่ลดลง

จำนวนคนในอุปการะมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่ไม่มีจำนวนคนในอุปการะ ผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะจำนวน 1 - 2 คน จำนวน 3 - 4 คน มีความถี่ในการออมอย่างสม่ำเสมอ (ทุกเดือน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.3 ร้อยละ 55.2 ร้อยละ 52.3 ของจำนวนคนในอุปการะ และคิดเป็นร้อยละ 41.2 ร้อยละ 42.1 ร้อยละ 15.7 ของความถี่ในการออม ในขณะที่ผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป มีความถี่ในการออมเป็นครั้งคราว (ทุก 6 เดือน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของจำนวนคนในอุปการะ และคิดเป็นร้อยละ 9.4 ของความถี่ในการออม จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 0 - 4 คน จะมีความถี่ในการออมเงินที่สม่ำเสมอทุกเดือน ส่วนผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป จะมีความถี่ในการออมที่ลดลง

จำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันกับความถี่ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีเงินฝากน้อยกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการออมที่สม่ำเสมอ (ทุกเดือน) คิดเป็นร้อยละ 34.6 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 16.7 ของความถี่ในการออม และออมค่อยข้างบ่อย (ทุก 3 เดือน) มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 34.6 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 35.0 ของความถี่ในการออม ในส่วนผู้ที่มีเงินฝากระหว่าง 10,001 - 50,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 50,001 - 100,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 100,001 - 500,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 500,001 - 1,000,000 บาท และ มีจำนวนเงินฝากมากกว่า 1,000,000 บาท มีความถี่ในการออมที่สม่ำเสมอ (ทุกเดือน) คิดเป็นร้อยละ 47.6 ร้อยละ 63.4 ร้อยละ 65.9 ร้อยละ 93.8 ร้อยละ 80.0 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 22.7 ร้อยละ 24.1 ร้อยละ 25.9 ร้อยละ 6.9 ร้อยละ 3.7 ของความถี่ในการออม ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่มมากขึ้น จะมีความถี่ในการออมเงินที่สม่ำเสมอทุกเดือน

จากการทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความถี่ในการออมตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ความถี่ในการออมไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวโน้มปริมาณการออม
ในอนาคต

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มปริมาณการออม				P
	มากขึ้น	เท่าเดิม	น้อยลง	รวม	
เพศ					0.516
ชาย	149	35	5	189	
% เพศ	(78.8%)	(18.5%)	(2.6%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(48.9%)	(42.2%)	(41.7%)	(47.3%)	
หญิง	156	48	7	211	
% เพศ	(73.9%)	(22.7%)	(3.3%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(51.1%)	(57.8%)	(58.3%)	(52.8%)	
รวม	305	83	12	400	
% เพศ	(76.3%)	(20.7%)	(3.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
อายุ					0.002*
น้อยกว่า 26 ปี	79	20	-	99	
% อายุ	(79.8%)	(20.2%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(25.9%)	(24.1%)	-	(24.8%)	
อายุ 26-35 ปี	169	42	11	222	
% อายุ	(76.1%)	(18.9%)	(5.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(55.4%)	(50.6%)	(91.7%)	(55.5%)	
อายุ 36-45 ปี	45	11	1	57	
% อายุ	(78.9%)	(19.3%)	(1.8%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(14.8%)	(13.3%)	(8.3%)	(14.3%)	
อายุ 46-55 ปี	12	6	-	18	
% อายุ	(66.7%)	(33.3%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(3.9%)	(7.2%)	-	(4.5%)	

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มปริมาณการออม				P
	มากขึ้น	เท่าเดิม	น้อยลง	รวม	
อายุ (ต่อ)					
อายุ 56 ปี ขึ้นไป	-	4	-	4	
% อายุ	-	(100.0%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	-	(4.8%)	-	(1.0%)	
รวม	305	83	12	400	
% อายุ	(76.3%)	(20.7%)	(3.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
สถานภาพ					0.519
โสด	223	57	11	291	
% สถานภาพ	(76.6%)	(19.6%)	(3.8%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(73.1%)	(68.7%)	(91.7%)	(72.8%)	
สมรส	78	24	1	103	
% สถานภาพ	(75.7%)	(23.3%)	(1.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(25.6%)	(28.9%)	(8.3%)	(25.8%)	
หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่	4	2	-	6	
% สถานภาพ	(66.7%)	(33.3%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(1.3%)	(2.4%)	-	(1.5%)	
รวม	305	83	12	400	
% สถานภาพ	(76.3%)	(20.7%)	(3.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มปริมาณการออม				P
	มากขึ้น	เท่าเดิม	น้อยลง	รวม	
ระดับการศึกษา					0.224
ต่ำกว่าปริญญาตรี	38	10	4	52	
% การศึกษา	(73.1%)	(19.2%)	(7.7%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(12.5%)	(12.0%)	(33.3%)	(13.0%)	
ปริญญาตรี	218	65	8	291	
% การศึกษา	(74.9%)	(22.3%)	(2.7%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(71.5%)	(78.3%)	(66.7%)	(72.8%)	
ปริญญาโท	48	8	-	56	
% การศึกษา	(85.7%)	(14.3%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(15.7%)	(9.6%)	-	(14.0%)	
สูงกว่าปริญญาโท	1	-	-	1	
% การศึกษา	(100.0%)	-	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(0.3%)	-	-	(0.3%)	
รวม	305	83	12	400	
% การศึกษา	(76.3%)	(20.7%)	(3.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มปริมาณการออม				P
	มากขึ้น	เท่าเดิม	น้อยลง	รวม	
อาชีพ					0.021*
รับราชการ	12	8	1	21	
% อาชีพ	(57.1%)	(38.1%)	(4.8%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(3.9%)	(9.6%)	(8.3%)	(5.3%)	
รัฐวิสาหกิจ	12	6	-	18	
% อาชีพ	(66.7%)	(33.3%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(3.9%)	(7.2%)	-	(4.5%)	
พนักงาน	192	49	9	250	
บริษัทเอกชน					
% อาชีพ	(76.8 %)	(19.6%)	(3.6%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(63.0%)	(59.0%)	(75.0%)	(62.5%)	
ธุรกิจ/ค้าขาย	63	8	-	71	
% อาชีพ	(88.7%)	(11.3%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(20.7%)	(9.6%)	-	(17.8%)	
รับจ้าง	10	6	2	18	
% อาชีพ	(55.6%)	(33.3%)	(11.1%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(3.3%)	(7.2%)	(16.7%)	(4.5%)	
อื่นๆ	16	6	-	22	
% อาชีพ	(72.7%)	(27.3%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(5.2%)	(7.2%)	-	(5.5%)	
รวม	305	83	12	400	
% อาชีพ	(76.3%)	(20.7%)	(3.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มปริมาณการออม				P
	มากขึ้น	เท่าเดิม	น้อยลง	รวม	
จำนวนคนในอุปการะ					0.857
ไม่มี	120	32	6	158	
% คนในอุปการะ	(75.9%)	(20.3%)	(3.8%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(39.3%)	(38.6%)	(50.0%)	(39.5%)	
1-2 คน	128	32	5	165	
% คนในอุปการะ	(77.6%)	(19.4%)	(3.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(42.0%)	(38.6%)	(41.7%)	(41.3%)	
3-4 คน	49	15	1	65	
% คนในอุปการะ	(75.4%)	(23.1%)	(1.5%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(16.1%)	(18.1%)	(8.3%)	(16.3%)	
ตั้งแต่ 5 คน ขึ้นไป	8	4	-	12	
% คนในอุปการะ	(66.7%)	(4.8%)	-	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(2.6%)	(1.0%)	-	(3.0%)	
รวม	305	83	12	400	
% คนในอุปการะ	(76.3%)	(20.7%)	(3.0%)	(100.0%)	
% แนวโน้ม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	แนวโน้มปริมาณการออม				P
	มากขึ้น	เท่าเดิม	น้อยลง	รวม	
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน					0.271
น้อยกว่า 10,000	75	25	4	104	
% จำนวนเงินฝาก	(72.1%)	(24.0%)	(3.8%)	(100.0%)	
% ความถี่	(24.6%)	(30.1%)	(33.3%)	(26.0%)	
10,001 – 50,000	79	21	3	103	
% จำนวนเงินฝาก	(76.7%)	(20.4%)	(2.9%)	(100.0%)	
% ความถี่	(25.9%)	(25.3%)	(25.0%)	(25.8%)	
50,001 – 100,000	61	17	4	82	
% จำนวนเงินฝาก	(74.4%)	(20.7%)	(4.9%)	(100.0%)	
% ความถี่	(20.0%)	(20.5%)	(33.3%)	(20.5%)	
100,001 – 500,000	70	14	1	85	
% จำนวนเงินฝาก	(82.4%)	(16.5%)	(1.2%)	(100.0%)	
% ความถี่	(23.0%)	(16.9%)	(8.3%)	(21.3%)	
500,001 – 1,000,000	15	1	-	16	
% จำนวนเงินฝาก	(93.8%)	(6.3%)	-	(100.0%)	
% ความถี่	(4.9%)	(1.2%)	-	(4.0%)	
มากกว่า 1,000,000	5	5	-	10	
% จำนวนเงินฝาก	(50.0%)	(50.0%)	-	(100.0%)	
% ความถี่	(1.6%)	(6.0%)	-	(2.5%)	
รวม	305	83	12	400	
% จำนวนเงินฝาก	(76.3%)	(20.7%)	(3.0%)	(100.0%)	
% ความถี่	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคต

จากตารางที่ 4.26 การทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคตตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่าแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคตมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

อายุมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เกือบทุกช่วงอายุ ดังนี้ อายุต่ำกว่า 26 ปี อายุระหว่าง 26 - 35 ปี อายุระหว่าง 36 - 45 ปี และอายุระหว่าง 46 - 55 ปี มีแนวโน้มปริมาณการออมมากขึ้นในอนาคตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.8 ร้อยละ 76.1 ร้อยละ 78.9 ร้อยละ 66.7 ของอายุ และ คิดเป็นร้อยละ 25.9 ร้อยละ 55.4 ร้อยละ 14.8 ร้อยละ 3.9 ของแนวโน้มปริมาณการออม ตามลำดับ ในส่วนช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มปริมาณการออมเท่าเดิมในอนาคต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 4.8 ของแนวโน้มปริมาณการออม จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี จนถึงอายุ 55 ปี มีแนวโน้มในการออมเงินมากขึ้น ในขณะที่ผู้ที่มีอายุมากขึ้นอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป จะมีแนวโน้มในการออมเงินคงที่ เนื่องจาก อายุมากขึ้นอยู่ในวัยเกษียณ อาจไม่มีรายได้หรือมีรายได้ที่ต่ำ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทุกกลุ่มอาชีพ ดังนี้ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจ/ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา มีแนวโน้มปริมาณการออมมากขึ้นในอนาคต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 ร้อยละ 66.7 ร้อยละ 76.8 ร้อยละ 88.7 ร้อยละ 55.6 ร้อยละ 72.7 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 3.9 ร้อยละ 3.9 ร้อยละ 63.0 ร้อยละ 20.7 ร้อยละ 3.3 ร้อยละ 5.2 ของแนวโน้มปริมาณการออม ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทุกอาชีพ จะมีแนวโน้มการออมในอนาคตเพิ่มมากขึ้น ซึ่งแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคต แสดงถึงความตั้งใจในการออมเงินในอนาคต ซึ่งทุกอาชีพมีความหวังที่จะมีการออมที่มากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ทำธุรกิจ/ค้าขาย แต่ถ้ามองพิจารณาที่อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มนี้มีรายได้ที่แน่นอน และมีการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนไม่มากนัก มีรายได้หลังจากการเกษียณอายุ ทำให้ความหวังที่จะออมมากขึ้นในอนาคตน้อยกว่ากลุ่มนักธุรกิจ/ค้าขาย

จากการทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแนวโน้มปริมาณการออมในอนาคตตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า แนวโน้มปริมาณการออมในอนาคตไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม						รวม	p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ		
เพศ								0.051
ชาย	37	8	105	27	8	4	189	
% เพศ	(19.6%)	(4.2%)	(55.6%)	(14.3%)	(4.2%)	(2.1%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(40.2%)	(50.0%)	(46.9%)	(57.4%)	(88.9%)	(33.3%)	(47.3%)	
หญิง	55	8	119	20	1	8	211	
% เพศ	(26.1%)	(3.8%)	(56.4%)	(9.5%)	(0.5%)	(3.8%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(59.8%)	(50.0%)	(53.1%)	(42.6%)	(11.1%)	(66.7%)	(52.7%)	
รวม	92	16	224	47	9	12	400	
% เพศ	(23.0%)	(4.0%)	(56.0%)	(11.8%)	(2.2%)	(3.0%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม						รวม	p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ		
อายุ								0.000*
น้อยกว่า 26 ปี	31	1	53	11	-	3	99	
% อายุ	(31.3%)	(1.0%)	(53.5%)	(11.1%)	-	(3.0%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(33.7%)	(6.3%)	(23.7%)	(23.4%)	-	(25.0%)	(24.8%)	
อายุ 26-35 ปี	47	7	137	22	2	7	222	
% อายุ	(21.2%)	(3.2%)	(61.7%)	(9.9%)	(0.9%)	(3.2%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(51.1%)	(43.8%)	(61.2%)	(46.8%)	(22.2%)	(58.3%)	(55.5%)	
อายุ 36-45 ปี	8	4	23	14	6	2	57	
% อายุ	(14.0%)	(7.0%)	(40.4%)	(24.6%)	(10.5%)	(3.5%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(8.7%)	(25.0%)	(10.3%)	(29.8%)	(66.7%)	(16.7%)	(14.3%)	
อายุ 46-55 ปี	4	4	9	-	1	-	18	
% อายุ	(22.2%)	(22.2%)	(50.0%)	-	(5.6%)	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(4.3%)	(25.0%)	(4.0%)	-	(11.1%)	-	(4.5%)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม						รวม	p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ		
อายุ (ต่อ)								
อายุ 56 ปีขึ้นไป	2	-	2	-	-	-	4	
% อายุ	(50.0%)	-	(50.0%)	-	-	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(2.2%)	-	(0.9%)	-	-	-	(1.0%)	
รวม	92	16	224	47	9	12	400	
% อายุ	(23.0%)	(4.0%)	(56.0%)	(11.8%)	(2.2%)	(3.0%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม						รวม	p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ		
สถานภาพ								0.000*
โสด	72	9	174	26	4	6	291	
% สถานภาพ	(24.7%)	(3.1%)	(59.8%)	(8.9%)	(1.4%)	(2.1%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(78.3%)	(56.3%)	(77.7%)	(55.3%)	(44.4%)	(50.0%)	(72.8%)	
สมรส	17	5	49	21	5	6	103	
% สถานภาพ	(16.5%)	(4.9%)	(47.6%)	(20.4%)	(4.9%)	(5.8%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(18.5%)	(31.3%)	(21.9%)	(44.7%)	(55.6%)	(50.0%)	(25.8%)	
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	3	2	1	-	-	-	6	
% สถานภาพ	(50.0%)	(33.3%)	(16.7%)	-	-	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(3.3%)	(12.5%)	(0.4%)	-	-	-	(1.5%)	
รวม	92	16	224	47	9	12	400	
% สถานภาพ	(23.0%)	(4.0%)	(56.0%)	(11.8%)	(2.2%)	(3.0%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม						รวม	p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ		
ระดับการศึกษา								0.009*
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	3	23	12	-	3	52	
% การศึกษา	(21.2%)	(5.8%)	(44.2%)	(23.1%)	-	(5.8%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(12.0%)	(18.8%)	(10.3%)	(25.5%)	-	(25.0%)	(13.0%)	
ปริญญาตรี	79	11	160	25	7	9	291	
% การศึกษา	(27.1%)	(3.8%)	(55.0%)	(8.6%)	(2.4%)	(3.1%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(85.9%)	(68.8%)	(71.4%)	(53.2%)	(77.8%)	(75.0%)	(72.8%)	
ปริญญาโท	2	2	40	10	2	-	56	
% การศึกษา	(3.6%)	(3.6%)	(71.4%)	(17.9%)	(3.6%)	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(2.2%)	(12.5%)	(17.9%)	(21.3%)	(22.2%)	-	(14.0%)	
สูงกว่าปริญญาโท	-	-	1	-	-	-	1	
% การศึกษา	-	-	(100.0%)	-	-	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	-	-	(0.3%)	-	-	-	(0.3%)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม							p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ	รวม	
ระดับการศึกษา (ต่อ)								
รวม	92	16	224	47	9	12	400	
% การศึกษา	(23.0%)	(4.0%)	(56.0%)	(11.8%)	(2.2%)	(3.0%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
อาชีพ								
รับราชการ	5	2	12	1	1	-	21	0.004*
% อาชีพ	(23.8%)	(9.5%)	(57.1%)	(4.8%)	(4.8%)	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(5.4%)	(12.5%)	(5.4%)	(2.1%)	(11.1%)	-	(5.3%)	
รัฐวิสาหกิจ	2	-	12	3	1	-	18	
% อาชีพ	(11.1%)	-	(66.7%)	(16.7%)	(5.6%)	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(2.2%)	-	(5.4%)	(6.4%)	(11.1%)	-	(4.5%)	
พนักงานบริษัทเอกชน	64	9	146	19	3	9	250	
% อาชีพ	(25.6%)	(3.6%)	(58.4%)	(7.6%)	(1.2%)	(3.6%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(69.6%)	(56.3%)	(65.2%)	(40.4%)	(33.3%)	(75.0%)	(62.5%)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม						รวม	p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ		
อาชีพ (ต่อ)								
ธุรกิจ/ค้าขาย	12	3	38	15	3	-	71	
% อาชีพ	(16.9%)	(4.2%)	(53.5%)	(21.1%)	(4.2%)	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(13.0%)	(18.8%)	(17.0%)	(31.9%)	(33.3%)	-	(17.8%)	
รับจ้าง	5	1	3	5	1	3	18	
% อาชีพ	(27.8%)	(5.6%)	(16.7%)	(27.8%)	(5.6%)	(16.7%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(5.4%)	(6.3%)	(1.3%)	(10.6%)	(11.1%)	(25.0%)	(4.5%)	
อื่นๆ	4	1	13	4	-	-	22	
% อาชีพ	(18.2%)	(4.5%)	(59.1%)	(18.2%)	-	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(4.3%)	(6.3%)	(5.8%)	(8.5%)	-	-	(5.5%)	
รวม	92	16	224	47	9	12	400	
% อาชีพ	(23.0%)	(4.0%)	(56.0%)	(11.8%)	(2.2%)	(3.0%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม						รวม	p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ		
จำนวนคนในอุปการะ								0.372
ไม่มี	36	4	96	13	5	4	158	
% คนในอุปการะ	(22.8%)	(2.5%)	(60.8%)	(8.2%)	3.2%)	(2.5%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(39.1%)	(25.0%)	(42.9%)	(27.7%)	(55.6%)	(33.3%)	(39.5%)	
1-2 คน	38	9	84	24	4	6	165	
% คนในอุปการะ	(23.0%)	(5.5%)	(50.9%)	(14.5%)	(2.4%)	(3.6%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(41.3%)	(56.3%)	(37.5%)	(51.1%)	(44.4%)	(50.0%)	(41.3%)	
3-4 คน	12	3	38	10	-	2	65	
% คนในอุปการะ	(18.5%)	(4.6%)	(58.5%)	(15.4%)	-	(3.1%)	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(13.0%)	(18.8%)	(17.0%)	(21.3%)	-	(16.7%)	(16.3%)	
ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป	6	-	6	-	-	-	12	
% คนในอุปการะ	(50.0%)	-	(50.0%)	-	-	-	(100.0%)	
% ผู้มีอิทธิพล	(6.5%)	-	(2.7%)	-	-	-	(100.0%)	

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม							p	
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ	รวม		
จำนวนคนในอุปการะ (ต่อ)									
รวม	92	16	224	47	9	12	400		
% คนในอุปการะ	(23.0%)	(4.0%)	(56.0%)	(11.8%)	(2.2%)	(3.0%)	(100.0%)		
% ผู้มีอิทธิพล	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)		
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน									0.011*
น้อยกว่า 10,000	27	3	62	8	1	3	104		
% จำนวนเงินฝาก	(26.0%)	(2.9%)	(59.6%)	(7.7%)	(10.0%)	(2.9%)	(100.0%)		
% ผู้มีอิทธิพล	(29.3%)	(18.8%)	(27.7%)	(17.0%)	(11.1%)	(25.0%)	(26.0%)		
10,001 – 50,000	19	4	56	22	1	1	103		
% จำนวนเงินฝาก	(18.4%)	(3.9%)	(54.4%)	(21.4%)	(1.0%)	(1.0%)	(100.0%)		
% ผู้มีอิทธิพล	(20.7%)	(25.0%)	(25.0%)	(46.8%)	(11.1%)	(8.3%)	(25.8%)		
50,001 – 100,000	21	8	40	4	5	4	82		
% จำนวนเงินฝาก	(25.6%)	(9.8%)	(48.8%)	(4.9%)	(6.1%)	(4.9%)	(100.0%)		
% ผู้มีอิทธิพล	(22.8%)	(50.0%)	(17.9%)	(8.5%)	(55.6%)	(33.3%)	(20.5%)		

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้มีอิทธิพลต่อการออม						p
	บิดา มารดา	เพื่อน	ตนเอง	คู่สมรส	ครู/อาจารย์	อื่นๆ	
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน (ต่อ)							
100,001 – 500,000	20	-	50	9	2	4	85
% จำนวนเงินฝาก	(23.5%)	-	(58.8%)	(10.6%)	(2.4%)	(4.7%)	(100.0%)
% ปริมาณการออม	(21.7%)	-	(22.3%)	(19.1%)	(22.2%)	(33.3%)	(21.3%)
500,001 – 1,000,000	2	1	12	1	-	-	16
% จำนวนเงินฝาก	(12.5%)	(6.3%)	(75.0%)	(6.3%)	-	-	(100.0%)
% ปริมาณการออม	(2.2%)	(6.3%)	(5.4%)	(2.1%)	-	-	(4.0%)
มากกว่า 1,000,000	3	-	4	3	-	-	10
% จำนวนเงินฝาก	(30.0%)	-	(40.0%)	(30.0%)	-	-	(100.0%)
% ปริมาณการออม	(3.3%)	-	(1.8%)	(6.4%)	-	-	(2.5%)
รวม	92	16	224	47	9	12	400
% จำนวนเงินฝาก	(23.0%)	(4.0%)	(56.0%)	(11.8%)	(2.2%)	(3.0%)	(100.0%)
% ปริมาณการออม	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

จากตารางที่ 4.27 การทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ผู้มีอิทธิพลในการออมเงินมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

อายุมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เกือบทุกช่วงอายุ ดังนี้ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี อายุระหว่าง 26 - 35 ปี อายุระหว่าง 36 - 45 ปี และอายุระหว่าง 46 - 55 ปี มีอิทธิพลในการออมจากตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.5 ร้อยละ 61.7 ร้อยละ 40.4 ร้อยละ 50.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 23.7 ร้อยละ 61.2 ร้อยละ 10.3 ร้อยละ 4.0 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม ตามลำดับ ในส่วนช่วงอายุ 56 ปี ขึ้นไป มีอิทธิพลในการออมจากบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของอายุ คิดเป็นร้อยละ 2.2 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม และมีอิทธิพลในการออมจากตนเอง มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของอายุ คิดเป็นร้อยละ 0.9 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เกือบทุกช่วง ดังนี้ สถานภาพโสด และสมรส มีอิทธิพลในการออมจากตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.8 ร้อยละ 47.6 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 77.7 ร้อยละ 21.9 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม ตามลำดับ ในส่วนสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีอิทธิพลในการออมจากบิดา มารดา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของสถานภาพ คิดเป็นร้อยละ 3.3 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทุกช่วง ดังนี้ การศึกษาดำรงว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท มีอิทธิพลในการออมจากตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 ร้อยละ 55.0 ร้อยละ 71.4 ร้อยละ 100.0 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 10.3 ร้อยละ 71.4 ร้อยละ 17.9 ร้อยละ 0.3 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม ตามลำดับ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เกือบทุกกลุ่ม ดังนี้ อาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจ/ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา มีอิทธิพลในการออมจากตนเองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 ร้อยละ 66.7 ร้อยละ 58.4 ร้อยละ 53.5 ร้อยละ 59.1 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 5.4 ร้อยละ 5.4 ร้อยละ 65.2 ร้อยละ 17.0 ร้อยละ 5.8 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออมตามลำดับ ในส่วนอาชีพรับจ้าง มีอิทธิพลในการออมจากบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 27.8 ของอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 5.4 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม และมีอิทธิพลในการออมจากคู่สมรส มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ของอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 10.6 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม

จำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันกับความถี่ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีเงินฝากน้อยกว่า 10,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท และ มีจำนวนเงินฝากมากกว่า 1,000,000 บาท มีอิทธิพลในการออมจากตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.6 ร้อยละ 54.4 ร้อยละ 48.8 ร้อยละ 58.8 ร้อยละ 75.0 ร้อยละ 40.0 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 27.7 ร้อยละ 25.0 ร้อยละ 17.9 ร้อยละ 22.3 ร้อยละ 5.4 ร้อยละ 1.8 ของผู้มีอิทธิพลต่อการออม ตามลำดับ

สรุปผลจากการศึกษา ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างในทุกช่วงอายุ ทุกสถานภาพ ทุกระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนคนในอุปการะ มีตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการออม ไม่ว่าจะเป็นการเลือกธนาคารในการออม การเลือกประเภทการออม ตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือก

จากการทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับผู้ที่มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ผู้มีอิทธิพลในการออมเงินไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และจำนวนคนในอุปการะตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ										p
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ คัทเอ้าท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	รวม	
เพศ											0.460
ชาย	59	2	3	8	27	16	2	70	2	189	
% เพศ	31.2%)	(1.1%)	(1.6%)	(4.2%)	(14.3%)	(8.5%)	(1.1%)	(37.0%)	(1.1%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(45.7%)	(25.0%)	(33.3%)	(44.4%)	(46.6%)	(55.2%)	(100.0%)	(48.3%)	(100.0%)	(47.3%)	
หญิง	70	6	6	10	31	13	-	75	-	211	
% เพศ	(33.2%)	(2.8%)	(2.8%)	(4.7%)	(14.7%)	(6.2%)	-	(35.5%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(54.3%)	(75.0%)	(66.7%)	(55.6%)	(53.4%)	(44.8%)	-	(51.7%)	-	(52.7%)	
รวม	129	8	9	18	58	29	2	145	2	400	
% เพศ	(32.3%)	(2.0%)	(2.2%)	(4.5%)	(14.5%)	(7.3%)	(0.5%)	(36.2%)	(0.5%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ										p
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ ลิฟต์เอทท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	รวม	
อายุ											0.001*
น้อยกว่า 26 ปี	38	3	1	4	12	6	-	35	-	99	
% อายุ	(38.4%)	(3.0%)	(1.0%)	(4.0%)	(12.1%)	(6.1%)	-	(35.4%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(29.5%)	(37.5%)	(11.1%)	(22.2%)	(20.7%)	(20.7%)	-	(24.1%)	-	(24.8%)	
อายุ 26-35 ปี	66	4	4	9	34	14	2	87	2	222	
% อายุ	(29.7%)	(1.8%)	(1.8%)	(4.1%)	(15.3%)	(6.3%)	(0.9%)	(39.2%)	(0.9%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(51.2%)	(50.0%)	(44.4%)	(50.0%)	(58.6%)	(48.3%)	(100.0%)	(60.0%)	(100.0%)	(55.5%)	
อายุ 36-45 ปี	16	1	2	5	10	5	-	18	-	57	
% อายุ	(28.1%)	(1.8%)	(3.5%)	(8.8%)	(17.5%)	(8.8%)	-	(31.6%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(12.4%)	(12.5%)	(22.2%)	(27.8%)	(17.2%)	(17.2%)	-	(12.4%)	-	(14.3%)	
อายุ 46-55 ปี	7	-	-	-	2	4	-	5	-	18	
% อายุ	(38.9%)	-	-	-	(11.1%)	(22.2%)	-	(27.8%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(5.4%)	-	-	-	(3.4%)	(13.8%)	-	(3.4%)	-	(4.5%)	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ										p
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ คัทเอ้าท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	รวม	
อายุ (ต่อ)											
อายุ 56 ปี ขึ้นไป	2	-	2	-	-	-	-	-	-	4	
% อายุ	(50.0%)	-	(50.0%)	-	-	-	-	-	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(1.6%)	-	(22.2%)	-	-	-	-	-	-	(1.0%)	
รวม	129	8	9	18	58	29	2	145	2	400	
สถานภาพ											
โสด	93	7	8	14	44	12	2	109	2	291	0.006*
% สถานภาพ	(32.0%)	(2.4%)	(2.7%)	(4.8%)	(15.1%)	(4.1%)	(0.7%)	(37.5%)	(0.7%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(72.1%)	(87.5%)	(88.9%)	(77.8%)	(75.9%)	(41.4%)	(100.0%)	(75.2%)	(100.0%)	(72.8%)	
สมรส	35	1	1	4	12	14	-	36	-	103	
% สถานภาพ	(34.0%)	(1.0%)	(1.0%)	(3.9%)	(11.7%)	(13.6%)	-	(35.0%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(27.1%)	(12.5%)	(11.1%)	(22.2%)	(20.7%)	(48.3%)	-	(24.8%)	-	(25.8%)	
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	1	-	-	-	2	3	-	-	-	6	
% สถานภาพ	(16.7%)	-	-	-	(33.3%)	(50.0%)	-	-	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(0.8%)	-	-	-	(3.4%)	(10.3%)	-	-	-	(1.5%)	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ										p
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ ลิฟท์เอทท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	รวม	
สถานภาพ (ต่อ)											
รวม	129	8	9	18	58	29	2	145	2	400	
% สถานภาพ	(32.3%)	(2.0%)	(2.2%)	(4.5%)	(14.5%)	(7.3%)	(0.5%)	(36.2%)	(0.5%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
ระดับการศึกษา											0.032*
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	-	-	2	6	5	2	12	-	52	
% การศึกษา	(48.1%)	-	-	(3.8%)	(11.5%)	(9.6%)	(3.8%)	(23.1%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(19.4%)	-	-	(11.1%)	(10.3%)	(17.2%)	(100.0%)	(8.3%)	-	(13.0%)	
ปริญญาตรี	92	8	7	15	41	23	-	103	2	291	
% การศึกษา	(31.6%)	(2.7%)	(2.4%)	(5.2%)	(14.1%)	(7.9%)	-	(35.4%)	(0.7%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(71.3%)	(100.0%)	(77.8%)	(83.3%)	(70.7%)	(79.3%)	-	(71.0%)	(100.0%)	(72.8%)	
ปริญญาโท	12	-	2	1	11	1	-	29	-	56	
% การศึกษา	(21.4%)	-	(3.6%)	(1.8%)	(19.6%)	(1.8%)	-	(51.8%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(9.3%)	-	(22.2%)	(5.6%)	(19.0%)	(3.4%)	-	(20.0%)	-	(14.0%)	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ										p
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ คัทเอ้าท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	รวม	
ระดับการศึกษา (ต่อ)											
สูงกว่าปริญญาโท	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	
% การศึกษา	-	-	-	-	-	-	-	(100.0%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	-	-	-	-	-	-	-	(0.7%)	-	(0.3%)	
รวม	129	8	9	18	58	29	2	145	2	400	
% การศึกษา	(32.3%)	(2.0%)	(2.2%)	(4.5%)	(14.5%)	(7.3%)	(0.5%)	(36.2%)	(0.5%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
อาชีพ											
รับราชการ	11	-	1	-	4	1	-	4	-	21	
% อาชีพ	(52.4%)	-	(4.8%)	-	(19.0%)	(4.8%)	-	(19.0%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(8.5%)	-	(11.1%)	-	(6.9%)	(3.4%)	-	(2.8%)	-	(5.3%)	
รัฐวิสาหกิจ	7	1	-	2	5	1	-	2	-	18	
% อาชีพ	(38.9%)	(5.6%)	-	(11.1%)	(27.8%)	(5.6%)	-	(11.1%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(5.4%)	12.5%)	-	(11.1%)	(8.6%)	(3.4%)	-	(1.4%)	-	(4.5%)	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ										p
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ คัทเอ้าท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	รวม	
อาชีพ(ต่อ)											
พนักงานเอกชน	75	3	7	12	32	16	2	101	2	250	
% อาชีพ	(30.0%)	(1.2%)	(2.8%)	(4.8%)	(12.8%)	(6.4%)	(0.8%)	(40.4%)	(0.8%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(58.1%)	(37.5%)	(77.8%)	(66.7%)	(55.2%)	(55.2%)	(100.0%)	(69.7%)	(100.0%)	(62.5%)	
ธุรกิจ/ค้าขาย	18	3	-	4	10	9	-	27	-	71	
% อาชีพ	(25.4%)	(4.2%)	-	(5.6%)	(14.1%)	(12.7%)	-	(38.0%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(14.0%)	(37.5%)	-	(22.2%)	(17.2%)	31.0%	-	(18.6%)	-	(17.8%)	
รับจ้าง	9	-	1	-	4	1	-	3	-	18	
% อาชีพ	(50.0%)	-	(5.6%)	-	(22.2%)	(5.6%)	-	(16.7%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(7.0%)	-	(11.1%)	-	(6.9%)	(3.4%)	-	2.1%	-	(4.5%)	
อื่นๆ	9	1	-	-	3	1	-	8	-	22	
% อาชีพ	(40.9%)	(4.5%)	-	-	(13.6%)	(4.5%)	-	(36.4%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(7.0%)	(12.5%)	-	-	(5.2%)	(3.4%)	-	(5.5%)	-	(5.5%)	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ										p	
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ คัทเอ้าท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	รวม		
อาชีพ (ต่อ)												
รวม	129	8	9	18	58	29	2	145	2	400		
% อาชีพ	(32.3%)	(2.0%)	(2.2%)	(4.5%)	(14.5%)	(7.3%)	(0.5%)	(36.2%)	(0.5%)	(100.0%)		
% ข้อมูลข่าวสาร	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)		
จำนวนคนในอุปการะ												0.139
ไม่มี	59	3	3	8	24	7	1	53	-	158		
% คนในอุปการะ	(37.3%)	(1.9%)	(1.9%)	(5.1%)	(15.2%)	(4.4%)	(0.6%)	(33.5%)	-	(100.0%)		
% ข้อมูลข่าวสาร	(45.7%)	(37.5%)	(33.3%)	(44.4%)	(41.4%)	(24.1%)	(50.0%)	(36.6%)	-	(39.5%)		
1-2 คน	44	5	5	9	22	15	1	62	2	165		
% คนในอุปการะ	(26.7%)	(3.0%)	(3.0%)	(5.5%)	(13.3%)	(9.1%)	(0.6%)	(37.6%)	(1.2%)	(100.0%)		
% ข้อมูลข่าวสาร	(34.1%)	(62.5%)	(55.6%)	(50.0%)	(37.9%)	(51.7%)	(50.0%)	(42.8%)	(100.0%)	(41.3%)		
3-4 คน	24	-	1	1	6	5	-	28	-	65		
% คนในอุปการะ	(36.9%)	-	(1.5%)	(1.5%)	(9.2%)	(7.7%)	-	(43.1%)	-	(100.0%)		
% ข้อมูลข่าวสาร	(18.6%)	-	(11.1%)	(5.6%)	(10.3%)	(17.2%)	-	(19.3%)	-	(16.3%)		

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ									p
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ ลิฟต์เอทท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	
จำนวนคนในอุปการะ (ต่อ)										
ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป	2	-	-	-	6	2	-	2	-	12
% คนในอุปการะ	(16.7%)	-	-	-	(50.0%)	(16.7%)	-	(16.7%)	-	(100.0%)
% ข้อมูลข่าวสาร	(1.6%)	-	-	-	(10.3%)	(6.9%)	-	(1.4%)	-	(100.0%)
รวม	129	8	9	18	58	29	2	145	2	400
% คนในอุปการะ	(32.3%)	(2.0%)	(2.2%)	(4.5%)	(14.5%)	(7.3%)	(0.5%)	(36.2%)	(0.5%)	(100.0%)
% ข้อมูลข่าวสาร	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน									0.003*	(39.5%)
น้อยกว่า 10,000	42	2	1	5	14	4	1	35	-	104
% จำนวนเงินฝาก	(40.4%)	(1.9%)	(1.0%)	(4.8%)	(13.5%)	(3.8%)	(1.0%)	(33.7%)	-	(100.0%)
% ข้อมูลข่าวสาร	(32.6%)	(25.0%)	(11.1%)	(27.8%)	(24.1%)	(13.8%)	(50.0%)	(24.1%)	-	(26.0%)
10,001 – 50,000	31	2	2	7	15	8	-	36	2	103
% จำนวนเงินฝาก	(30.1%)	(1.9%)	(1.9%)	(6.8%)	(14.6%)	(7.8%)	-	(35.0%)	(1.9%)	(100.0%)
% ข้อมูลข่าวสาร	(24.0%)	(25.0%)	(22.0%)	(38.9%)	(25.9%)	(27.6%)	-	(24.8%)	(100.0%)	(25.8%)

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ										p
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ คัทเอ้าท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ	รวม	
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน (ต่อ)											
50,001 – 100,000	29	3	1	1	10	5	1	32	-	82	
% จำนวนเงินฝาก	(35.4%)	(3.7%)	(1.2%)	(1.2%)	(12.2%)	(6.1%)	(1.2%)	(39.0%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(22.5%)	(37.5%)	(11.1%)	(5.6%)	(17.2%)	(17.2%)	(50.0%)	(22.1%)	-	(20.5%)	
100,001 – 500,000	22	-	2	5	13	8	-	35	-	85	
% จำนวนเงินฝาก	(25.9%)	-	(2.4%)	(5.9%)	(15.3%)	(9.4%)	-	(41.2%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(17.1%)	-	(22.2%)	(27.8%)	(22.4%)	(27.6%)	-	(24.1%)	-	(21.3%)	
500,001 – 1,000,000	3	1	-	-	3	3	-	6	-	16	
% จำนวนเงินฝาก	(18.8%)	(6.3%)	-	-	(18.8%)	(18.8%)	-	(37.5%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(2.3%)	(12.5%)	-	-	(5.2%)	(10.3%)	-	(4.1%)	-	(4.0%)	
มากกว่า 1,000,000	2	-	3	-	3	1	-	1	-	10	
% จำนวนเงินฝาก	(20.0%)	-	(30.0%)	-	(30.0%)	(10.0%)	-	(10.0%)	-	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(1.6%)	-	(33.3%)	-	(5.2%)	(3.4%)	-	(0.7%)	-	(2.5%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(24.0%)	(25.0%)	(22.0%)	(38.9%)	(25.9%)	(27.6%)	-	(24.8%)	(100.0%)	(25.8%)	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ									p	
	วิทยุ/ โทรทัศน์	นิตยสาร/ วารสาร	ใบปลิว/ แผ่นพับ	ป้าย โฆษณา/ คัทเอ้าท์	พนักงาน ธนาคาร	เพื่อน แนะนำ	ทาง จดหมาย	อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์	อื่นๆ		รวม
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน (ต่อ)											
รวม	129	8	9	18	58	29	2	145	2	400	
% จำนวนเงินฝาก	(32.3%)	(2.0%)	(2.2%)	(4.5%)	(14.5%)	(7.3%)	(0.5%)	(36.2%)	(0.5%)	(100.0%)	
% ข้อมูลข่าวสาร	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์

จากตารางที่ 4.28 การทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และเงินออมที่ฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

อายุมีความสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เกือบทุกช่วงอายุ ดังนี้ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี และอายุระหว่าง 46 - 55 ปี ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ มาจากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.4 ร้อยละ 38.9 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 29.5 ร้อยละ 5.4 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน ตามลำดับ ในส่วนอายุระหว่าง 26 - 35 ปี และอายุระหว่าง 36 - 45 ปี ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ มาจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.2 ร้อยละ 31.6 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 60.0 ร้อยละ 12.4 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน ตามลำดับ ในช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและบริการต่างๆ มาจากวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 1.6 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและบริการต่างๆ มาจากทางใบปลิว/แผ่นพับ มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 22.2 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน จะเห็นได้ว่าผู้ที่อยู่ในวัยทำงานจะมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารในการฝากเงิน การบริการต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ซึ่งแตกต่างจากผู้ที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่หรือวัยเกษียณ จะเป็นการรับฟังข้อมูลข่าวสารในการฝากเงิน การบริการต่างๆ จากวิทยุ/โทรทัศน์

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ สถานภาพโสด และสมรส ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ มาจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.5 ร้อยละ 35.0 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 75.2 ร้อยละ 24.8 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน ตามลำดับ และในส่วนสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ มาจากเพื่อนแนะนำ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของสถานภาพ และคิดเป็น

ร้อยละ 10.3 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดหรือสมรส จะมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารในการฝากเงิน การบริการต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆมาจากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.1 ของระดับการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 19.4 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน ในส่วนระดับการศึกษาปริญญาตรี ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆมาจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.4 ร้อยละ 51.8 ร้อยละ 100.0 ของระดับการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 71.0 ร้อยละ 20.0 ร้อยละ 0.7 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงๆ ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จะมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารในการฝากเงิน การบริการต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์

จำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันกับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีเงินฝากน้อยกว่า 10,000 บาท ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆมาจากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.4 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 32.6 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน ในส่วนผู้ที่มีเงินฝากระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท และมีเงินฝากระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆมาจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.0 ร้อยละ 39.0 ร้อยละ 41.2 ร้อยละ 37.5 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 24.8 ร้อยละ 22.1 ร้อยละ 24.1 ร้อยละ 4.1 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน ตามลำดับ สำหรับผู้ที่มีจำนวนเงินฝากมากกว่า 1,000,000 บาท ได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆจากใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 30.0 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 33.3 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆจากพนักงานธนาคาร มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 5.2 ของข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการออมเงินที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ตั้งแต่ 10,001 – 1,000,000 บาท จะมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารในการฝากเงิน การบริการต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับผู้มีอิทธิพลในการออมเงิน ผ่านการหาพิสัยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่าผู้มีอิทธิพลในการออมเงินไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ และจำนวนคนในอุปการะ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนบุคคล	รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน						รวม	p
	น้อยกว่า	15,000 –	30,001 –	50,001 –	75,001 –	มากกว่า		
	15,000	30,000	50,000	75,000	100,000	100,000		
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท		
เพศ								0.000*
ชาย	9	100	48	19	7	6	189	
% เพศ	(4.8%)	(52.9%)	(25.4%)	(10.1%)	(3.7%)	(3.2%)	(100.0%)	
% รายได้	(15.8%)	(48.5%)	(55.2%)	(65.5%)	(58.3%)	(66.7%)	(47.3%)	
หญิง	48	106	39	10	5	3	211	
% เพศ	(22.7%)	(50.2%)	(18.5%)	(4.7%)	(2.4%)	(1.4%)	(100.0%)	
% รายได้	(84.2%)	(51.5%)	(44.8%)	(34.5%)	(41.7%)	(33.3%)	(52.7%)	
รวม	57	206	87	29	12	9	400	
% เพศ	(14.3%)	(51.5%)	(21.7%)	(7.3%)	(3.0%)	(2.2%)	(100.0%)	
% รายได้	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	
อายุ								0.000*
น้อยกว่า 26 ปี	31	50	15	2	1	-	99	
% อายุ	(31.3%)	(50.5%)	(15.2%)	(2.0%)	(1.0%)	-	100.0%)	
% รายได้	(54.4%)	(24.3%)	(17.2%)	(6.9%)	(8.3%)	-	(24.8%)	
อายุ 26-35 ปี	21	123	52	13	6	7	222	
% อายุ	(9.5%)	(55.4%)	(23.4%)	(5.9%)	(2.7%)	(3.2%)	(100.0%)	
% รายได้	(36.8%)	(59.7%)	(59.8%)	(44.8%)	(50.0%)	(77.8%)	(55.5%)	
อายุ 36-45 ปี	3	26	13	9	4	2	57	
% อายุ	(5.3%)	(45.6%)	(22.8%)	(15.8%)	(7.0%)	(3.5%)	(100.0%)	
% รายได้	(5.3%)	(12.6%)	(14.9%)	(31.0%)	(33.3%)	(22.2%)	(14.3%)	
อายุ 46-55 ปี	2	6	6	3	1	-	18	
% อายุ	(11.1%)	(33.3%)	(33.3%)	(16.7%)	(5.6%)	-	(100.0%)	
% รายได้	(3.5%)	(2.9%)	(6.9%)	(10.3%)	(8.3%)	-	(4.5%)	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน						รวม	p
	น้อยกว่า	15,000 –	30,001 –	50,001 –	75,001 –	มากกว่า		
	15,000	30,000	50,000	75,000	100,000	100,000		
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท		
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน								0.000*
น้อยกว่า 10,000	37	53	11	1	-	2	104	
% จำนวนเงินฝาก	(35.6%)	(51.0%)	(10.6%)	(1.0%)	-	(1.9%)	(100.0%)	
% รายได้	(64.9%)	(25.7%)	(12.6%)	(3.4%)	-	(22.2%)	(26.0%)	
10,001–50,000	15	55	21	7	5	-	103	
% จำนวนเงินฝาก	(14.6%)	(53.4%)	(20.4%)	(6.8%)	(4.9%)	-	(100.0%)	
% รายได้	(26.3%)	(26.7%)	(24.1%)	(24.1%)	(41.7%)	-	(25.8%)	
50,001–100,000	-	53	24	5	-	-	82	
% จำนวนเงินฝาก	-	(64.6%)	(29.3%)	(6.1%)	-	-	(100.0%)	
% รายได้	-	(25.7%)	(27.6%)	(17.2%)	-	-	(20.5%)	
100,001–500,000	4	41	28	5	4	3	85	
% จำนวนเงินฝาก	(4.7%)	(48.2%)	(32.9%)	(5.9%)	(4.7%)	(3.5%)	(100.0%)	
% รายได้	(7.0%)	(19.9%)	(32.2%)	(17.2%)	(33.3%)	(33.3%)	(21.3%)	
500,001–1,000,000	1	3	3	7	-	2	16	
% จำนวนเงินฝาก	(6.3%)	(18.8%)	(18.8%)	(43.8%)	-	(12.5%)	(100.0%)	
% รายได้	(1.8%)	(1.5%)	(3.4%)	(24.1%)	-	(22.2%)	(4.0%)	
มากกว่า 1,000,000	-	1	-	4	3	2	10	
% จำนวนเงินฝาก	-	(10.0%)	-	(40.0%)	(30.0%)	(20.0%)	(100.0%)	
% รายได้	-	(0.5%)	-	(13.8%)	(25.0%)	(22.2%)	(2.5%)	
รวม	57	206	87	29	12	9	400	
% จำนวนเงินฝาก	(14.3%)	(51.5%)	(21.7%)	(7.3%)	(3.0%)	(2.2%)	(100.0%)	
% รายได้	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

จากตารางที่ 4.29 การทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

เพศมีความสัมพันธ์กับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้งเพศชาย และเพศหญิง มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.9 ร้อยละ 50.2 ของเพศ และคิดเป็นร้อยละ 48.5 ร้อยละ 51.5 ของรายได้ ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า เพศชายมีรายได้รวมเฉลี่ยสูงกว่าเพศหญิง

อายุมีความสัมพันธ์กับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เกือบทุกช่วงอายุ ดังนี้ ผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี อายุระหว่าง 26 - 35 ปี และอายุระหว่าง 36 - 45 ปี มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.5 ร้อยละ 55.4 ร้อยละ 45.6 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 24.3 ร้อยละ 59.7 ร้อยละ 12.6 ของรายได้ ตามลำดับ ในส่วนอายุระหว่าง 46 - 55 ปี มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 2.9 ของรายได้ และมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 30,001 – 50,000 บาท มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 6.9 ของรายได้ ในช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001 – 75,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 6.9 ของรายได้ จะเห็นได้ว่า ยิ่งมีอายุมากขึ้น จะมีรายได้รวมเฉลี่ยที่สูงขึ้น เนื่องมาจากมีประสบการณ์การทำงานมากขึ้น หรือมีรายได้มาจากส่วนอื่น อย่างเช่น รายได้จากเงินปันผลหรือดอกเบี้ยที่สูงขึ้น

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ สถานภาพโสด และสมรส มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 ร้อยละ 52.4 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 73.8 ร้อยละ 26.2 ของรายได้ ตามลำดับ ในส่วนสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 5.3

ของรายได้ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสดและสมรส จะมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนเท่ากัน แต่ผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ จะมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนลดลง

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.6 ของระดับการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 54.4 ของรายได้ ในส่วนระดับการศึกษาปริญญาตรี ปริญญาโทและสูงกว่าปริญญาโท มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.1 ร้อยละ 35.7 ร้อยละ 100.0 ของระดับการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 82.0 ร้อยละ 9.7 ร้อยละ 0.5 ของรายได้ ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จะมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาดังแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

อาชีพมีความสัมพันธ์กับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และ ธุรกิจ/ค้าขาย มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 61.1 ร้อยละ 55.6 และร้อยละ 38.0 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 6.8 ร้อยละ 5.3 ร้อยละ 67.5 และร้อยละ 13.1 ของรายได้ ตามลำดับ ในส่วนอาชีพรับจ้าง มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 14.0 ของรายได้ ในส่วนผู้ที่มีอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.5 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 17.5 ของรายได้ และมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 45.5 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 4.9 ของรายได้ จะเห็นได้ว่าอาชีพที่มีรายได้แน่นอน อย่างเช่น รับราชการ รัฐวิสาหกิจ จะมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน อย่างเช่น อาชีพรับจ้าง นักศึกษา หรือแม่บ้าน

จำนวนคนในอุปการะมีความสัมพันธ์กับรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ ผู้ที่มีจำนวนคนที่ไม่มีผู้อุปการะ ผู้ที่มีคนในอุปการะจำนวน 1 - 2 คน และจำนวน 3 - 4 คน มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.7 ร้อยละ 39.4 ร้อยละ 61.5 ของจำนวนคนในอุปการะ และคิดเป็นร้อยละ 48.1 ร้อยละ 31.6 ร้อยละ 19.4 ของรายได้ ตามลำดับ ในขณะที่ผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 5 คน ขึ้นไป มีรายได้

รวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของจำนวนคนในอุปการะ และคิดเป็นร้อยละ 14.0 ของรายได้ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 0 - 4 คน จะมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป

จำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันกับความถี่ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีเงินฝากน้อยกว่า 10,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.0 ร้อยละ 53.4 ร้อยละ 64.6 ร้อยละ 48.2 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 25.7 ร้อยละ 26.7 ร้อยละ 25.7 ร้อยละ 19.9 ของรายได้ ตามลำดับ ในส่วนผู้ที่มีเงินฝากระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท และผู้ที่มีจำนวนเงินฝากมากกว่า 1,000,000 บาท มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001 – 75,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.8 ร้อยละ 40.0 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 24.1 ร้อยละ 13.8 ของรายได้ ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีจำนวนเงินฝากในธนาคารสูงขึ้น จะมีแนวโน้มของรายได้รวมเฉลี่ยที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน

[illegible]

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน						รวม	p
	น้อยกว่า	15,000 –	30,001 –	50,001 –	75,001 –	มากกว่า		
	15,000	30,000	50,000	75,000	100,000	100,000		
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท		
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน								0.000*
น้อยกว่า 10,000	54	41	7	-	2	-	104	
% จำนวนเงินฝาก	(51.9%)	(39.4%)	(6.7%)	-	(1.9%)	-	(100.0%)	
% รายจ่าย	(37.5%)	(22.3%)	(11.7%)	-	(100.0%)	-	(26.0%)	
10,001 – 50,000	37	47	17	2	-	-	103	
% จำนวนเงินฝาก	(35.9%)	(45.6%)	(16.5%)	(1.9%)	-	-	(100.0%)	
% รายจ่าย	(25.7%)	(25.5%)	(28.3%)	(40.0%)	-	-	(25.8%)	
50,001–100,000	21	50	11	-	-	-	82	
% จำนวนเงินฝาก	(25.6%)	(61.0%)	(13.4%)	-	-	-	(100.0%)	
% รายจ่าย	(14.6%)	(27.2%)	(18.3%)	-	-	-	(20.5%)	
100,001-500,000	27	38	16	1	-	3	85	
% จำนวนเงินฝาก	(31.8%)	(44.7%)	(18.8%)	(1.2%)	-	(3.5%)	(100.0%)	
% รายจ่าย	(18.8%)	(20.7%)	(26.7%)	(20.0%)	-	(60.0%)	(21.3%)	
500,001–1,000,000	5	5	4	-	-	2	16	
% จำนวนเงินฝาก	(31.3%)	(31.3%)	(25.0%)	-	-	(12.5%)	(100.0%)	
% รายจ่าย	(3.5%)	(2.7%)	(6.7%)	-	-	(40.0%)	(4.0%)	
มากกว่า 1,000,000	-	3	5	2	-	-	10	
% จำนวนเงินฝาก	-	(30.0%)	(50.0%)	(20.0%)	-	-	(100.0%)	
% รายจ่าย	-	(1.6%)	(8.3%)	(40.0%)	-	-	(2.5%)	
รวม	144	184	60	5	2	5	400	
% จำนวนเงินฝาก	(36.0%)	(46.0%)	(15.0%)	(1.3%)	(0.5%)	(1.2%)	(100.0%)	
% รายจ่าย	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน

จากตารางที่ 4.30 การทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

เพศมีความสัมพันธ์กับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.7 ของเพศ และคิดเป็นร้อยละ 51.1 ของรายจ่าย ในส่วนเพศหญิง มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.5 ของเพศ และคิดเป็นร้อยละ 65.3 ของรายจ่าย จะเห็นได้ว่าเพศชายมีรายจ่ายมากกว่าเพศหญิง อาจเนื่องมาจากเพศชายเป็นหัวหน้าครอบครัว ต้องดูแลสมาชิกในครอบครัวทำให้มีรายจ่ายมากขึ้น

อายุมีความสัมพันธ์กับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เกือบทุกช่วงอายุ ได้แก่ ผู้มีอายุน้อยกว่า 26 ปี และอายุระหว่าง 46 - 55 ปี มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.5 ร้อยละ 38.9 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 34.7 ร้อยละ 4.9 ของรายจ่าย ตามลำดับ ในส่วนผู้มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี อายุระหว่าง 36 - 45 ปี และในช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 ร้อยละ 57.9 และร้อยละ 100.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 54.3 ร้อยละ 17.9 และร้อยละ 2.2 ของรายจ่าย จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงานจะมีรายจ่ายมากกว่าผู้ที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่วัยหรือวันเกษียณ เนื่องจากวัยทำงาน จะเป็นวัยที่กำลังสร้างเนื้อสร้างตัว จึงทำให้มีรายจ่ายมากขึ้น

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.6 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 84.0 ของรายจ่าย ในส่วนผู้มีสถานภาพสมรส มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.2 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 33.7 ของรายจ่าย ในส่วนผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของสถานภาพ

และคิดเป็นร้อยละ 1.4 ของรายจ่าย มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 1.1 ของรายจ่าย และมีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 3.3 ของรายจ่าย จะเห็นได้ว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด และหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ จะมีรายจ่ายน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส เนื่องจากผู้ที่สมรส อาจจะมีรายจ่ายในเรื่องของการดูแลครอบครัว จึงทำให้มีรายจ่ายมากขึ้น

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาโท มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.5 ร้อยละ 100.0 ของระดับการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 22.9 ร้อยละ 0.7 ของรายจ่าย ตามลำดับ ในส่วนระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.5 ร้อยละ 35.7 ของระดับการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 79.9 ร้อยละ 10.9 ของรายจ่าย ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ระหว่างปริญญาตรี ปริญญาโท จะมีรายจ่ายมากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

อาชีพมีความสัมพันธ์กับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจ/ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 ร้อยละ 48.8 ร้อยละ 43.7 และร้อยละ 50.0 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 7.6 ร้อยละ 66.3 ร้อยละ 16.8 และร้อยละ 6.0 ของรายจ่าย ตามลำดับ ในส่วนอาชีพรัฐวิสาหกิจ และรับจ้าง มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.8 ร้อยละ 66.7 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 9.7 ร้อยละ 8.3 ของรายจ่าย ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า อาชีพรับราชการ พนักงานเอกชน ทำธุรกิจ/ค้าขาย และอาชีพอื่นๆ จะมีรายจ่ายมากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ และรับจ้าง

จำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันกับความถี่ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ ผู้ที่มีเงินฝากน้อยกว่า 10,000 บาท มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.9 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 37.5 ของรายจ่าย ในส่วนผู้ที่มีเงินฝากระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท มีเงินฝากระหว่าง 50,001 – 100,000

บาท มีเงินฝากระหว่าง 100,001 – 500,000 บาท มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.6 ร้อยละ 61.0 ร้อยละ 44.7 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 25.5 ร้อยละ 27.2 ร้อยละ 20.7 ของรายจ่าย ตามลำดับ ในส่วนผู้ที่มีเงินฝากระหว่าง 500,001 – 1,000,000 บาท มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.3 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 3.5 ของรายจ่าย และมีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.3 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 2.7 ของรายจ่าย ในส่วนผู้ที่มีจำนวนเงินฝากมากกว่า 1,000,000 บาท มีรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 30,001 – 50,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของจำนวนเงินฝาก และคิดเป็นร้อยละ 8.3 ของรายจ่าย ตามลำดับ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น จะมีรายจ่ายเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากการบริโภคและการออมมีความสัมพันธ์กับรายได้ เมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น การบริโภคและการออมก็ย่อมมากขึ้น

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ จำนวนคนในอุปการะ

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน						รวม	p
	น้อยกว่า	15,000 –	30,001 –	50,001 –	75,001 –	มากกว่า		
	15,000	30,000	50,000	75,000	100,000	100,000		
	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท		
จำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน								0.056
น้อยกว่า 10,000	83	18	3	-	-	-	104	
% จำนวนเงินฝาก	(79.8%)	(17.3%)	(2.9%)	-	-	-	(100.0%)	
% หนี้สิน	(29.3%)	(18.4%)	(20.0%)	-	-	-	(26.0%)	
10,001 – 50,000	75	23	5	-	-	-	103	
% จำนวนเงินฝาก	(72.8%)	(22.3%)	(4.9%)	-	-	-	(100.0%)	
% หนี้สิน	(26.5%)	(23.5%)	(33.3%)	-	-	-	(25.8%)	
50,001 – 100,000	55	26	1	-	-	-	82	
% จำนวนเงินฝาก	(67.1%)	(31.7%)	(1.2%)	-	-	-	(100.0%)	
% หนี้สิน	(19.4%)	(26.5%)	(6.7%)	-	-	-	(20.5%)	
100,001-500,000	56	22	4	-	3	-	85	
% จำนวนเงินฝาก	(65.9%)	(25.9%)	(4.7%)	-	(3.5%)	-	(100.0%)	
% หนี้สิน	(19.8%)	(22.4%)	(26.7%)	-	(75.0%)	-	(21.3%)	
500,001– 1,000,000	9	5	1	-	1	-	16	
% จำนวนเงินฝาก	(56.3%)	(31.1%)	(6.3%)	-	(6.3%)	-	(100.0%)	
% หนี้สิน	(3.2%)	(5.1%)	(6.7%)	-	(25.0%)	-	(4.0%)	
มากกว่า 1,000,000	5	4	1	-	3	-	10	
% จำนวนเงินฝาก	(50.0%)	(40.0%)	(10.0%)	-	(30.0%)	-	(100.0%)	
% หนี้สิน	(1.8%)	(4.1%)	(6.7%)	-	(25.0%)	-	(2.5%)	
รวม	283	98	15	-	4	-	400	
% จำนวนเงินฝาก	(70.8%)	(24.5%)	(3.7%)	-	(1.0%)	-	(100.0%)	
% หนี้สิน	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	(100.0%)	

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน

จากตารางที่ 4.31 การทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังนี้

เพศมีความสัมพันธ์กับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทั้งเพศชายและเพศหญิง มีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.5 ร้อยละ 77.3 ของเพศ และคิดเป็นร้อยละ 42.4 ร้อยละ 56.7 ของภาระหนี้สินตามลำดับ

อายุมีความสัมพันธ์กับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์เกือบทุกช่วงอายุ ดังนี้ อายุต่ำกว่า 26 ปี ส่วน อายุระหว่าง 26 - 35 ปี อายุระหว่าง 36 - 45 ปี และอายุระหว่าง 46 - 55 ปี มีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.8 ร้อยละ 70.7 ร้อยละ 52.6 ร้อยละ 72.2 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 28.6 ร้อยละ 55.5 ร้อยละ 10.6 ร้อยละ 4.6 ของภาระหนี้สิน ตามลำดับ ในช่วงอายุ 56 ปีขึ้นไป มีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 0.7 ของภาระหนี้สิน และมีหนี้สินระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด โดยมีความถี่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของอายุ และคิดเป็นร้อยละ 2.0 ของภาระหนี้สิน

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ ดังนี้ สถานภาพโสด และสมรส มีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.3 ร้อยละ 60.2 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 77.4 ร้อยละ 21.9 ของภาระหนี้สิน ตามลำดับ ในส่วนสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีภาระหนี้สินเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 ของสถานภาพ และคิดเป็นร้อยละ 4.1 ของภาระหนี้สิน

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ทุกช่วงระดับการศึกษา ดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท และสูงกว่าปริญญาโท มีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 82.7 ร้อยละ 70.4 ร้อยละ 60.7 ร้อยละ 100.0 ของระดับการศึกษา และคิดเป็นร้อยละ 15.2 ร้อยละ 72.4 ร้อยละ 12.0 ร้อยละ 0.3 ของภาระหนี้สิน ตามลำดับ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ทุกกลุ่มอาชีพ ดังนี้ ผู้ที่มีอาชีพรับราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจ/ค้าขาย รับจ้าง และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา มีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 ร้อยละ 94.4 ร้อยละ 70.4 ร้อยละ 59.2 ร้อยละ 88.9 และร้อยละ 77.3 ของอาชีพ และคิดเป็นร้อยละ 5.3 ร้อยละ 6.0 ร้อยละ 62.2 ร้อยละ 14.8 ร้อยละ 5.7 และร้อยละ 6.0 ของภาระหนี้สิน ตามลำดับ

สรุปผลจากการศึกษา ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างในทุกเพศ ทุกช่วงอายุ ทุกสถานภาพ ทุกระดับการศึกษา และอาชีพ กลุ่มตัวอย่างจะมีหนี้สินเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท

จากการทดสอบความความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ จำนวนคนในอุปการะ และจำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่างในการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์กับปัจจัยส่วนบุคคล

พฤติกรรมของผู้บริโภค	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	จำนวนคนในอุปการะ	จำนวนเงินฝากในธนาคาร
ปริมาณการออม	-	-	-	-	✓	✓	✓
ประเภทเงินฝาก	-	✓	✓	✓	-	✓	✓
ความถี่ในการออม	-	-	-	✓	✓	✓	✓
แนวโน้มการออม	-	✓	-	-	✓	-	-
ผู้มีอิทธิพลต่อการออม	-	✓	✓	✓	✓	-	✓
ข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน	-	✓	✓	✓	-	-	✓
รายได้รวมเฉลี่ย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รายจ่ายรวมเฉลี่ย	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓
ภาระหนี้สินรวมเฉลี่ย	✓	✓	✓	✓	✓	-	-

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

ส่วนที่ 6 วิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าใช้ค่าสถิติเชิงอนุมาน คือ ค่าสถิติ T-Test และ F-Test ในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร โดยได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.33 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ออม	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.00	0.842	3.99	0.807	0.207	0.836
1. ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	3.77	0.712	3.73	0.722	0.593	0.553
2. ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	3.97	0.893	3.92	0.827	0.568	0.571
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	4.02	0.751	4.15	0.719	-1.711	0.088
4. ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	4.19	0.833	4.22	0.775	-0.408	0.683
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	4.07	1.021	3.95	0.991	1.201	0.231

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ออม	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านราคา (Price)	3.82	1.029	3.69	1.037	1.547	0.123
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	3.66	1.012	3.57	1.051	0.845	0.399
2. อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	3.69	1.017	3.61	1.074	0.774	0.440
3. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	3.87	1.061	3.73	1.098	1.230	0.219
4. อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต	3.93	1.067	3.74	0.981	1.827	0.680
5. ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	3.94	0.987	3.81	0.983	1.326	0.186
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)	3.98	0.974	3.88	0.905	1.663	0.097
1. ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.03	1.049	4.04	0.973	-0.160	0.873
2. สถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ใช้บริการ	3.84	1.019	3.61	1.005	2.269	0.024*
3. จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร	4.03	0.869	3.98	0.780	0.615	0.539
4. เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ	4.08	0.947	3.91	0.824	1.919	0.056
5. สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	3.94	0.985	3.87	0.945	0.723	0.470

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ออม	เพศชาย		เพศหญิง		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.94	0.879	3.80	0.893	2.232	0.026
1. มีของที่ระลึกแจกในการ เปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ	3.29	1.068	3.17	1.115	1.094	0.274
2. พนักงานให้บริการด้วย ความถูกต้องและรวดเร็ว	4.28	0.765	4.09	0.860	2.328	0.020*
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ	4.21	0.754	4.15	0.808	0.697	0.486
4. พนักงาน Cell Center ให้ คำแนะนำและคำปรึกษาได้ อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย	4.22	0.838	4.03	0.819	2.216	0.027*
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ	3.71	0.969	3.57	0.861	1.591	0.112
ด้านอื่น ๆ (Others)	3.92	0.927	3.87	0.854	0.922	0.357
1. ความผันผวนของเศรษฐกิจ ในประเทศ	3.81	1.055	3.66	0.914	1.519	0.130
2. อัตราเงินเฟ้อ	3.69	0.923	3.57	0.856	1.399	0.163
3. ความมั่นคง ปลอดภัยของ ธนาคาร	4.43	0.773	4.36	0.800	0.927	0.354
4. การเปลี่ยนแปลงของอัตรา ดอกเบี้ยเงินฝาก	3.85	0.856	3.82	0.814	0.382	0.702
5. สถานการณ์ทางการเมือง	3.93	0.962	3.89	0.826	0.499	0.618
6. นโยบายการคุ้มครองเงิน ฝากโดยรัฐบาล	3.80	0.994	3.89	0.914	-0.860	0.390

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 10 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.33 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามเพศ โดยใช้ค่าสถิติ T-Test รายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามเพศ พบว่า ค่าเฉลี่ยทางสถิติเรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.024 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย เรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการมากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามเพศ พบว่า ค่าเฉลี่ยทางสถิติเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็วที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.020 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็วมากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และค่าเฉลี่ยทางสถิติเรื่องพนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่ายที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ เพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องพนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่ายมากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.34 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	น้อยกว่า 26 ปี		อายุ 26-35 ปี		อายุ 36-45 ปี		อายุ 46-55 ปี		อายุ 56 ปีขึ้นไป		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.99	0.864	4.02	0.806	3.89	0.852	4.19	0.723	3.70	0.346	1.631	0.166
1. ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	3.67	0.821	3.78	0.671	3.77	0.682	3.89	0.758	3.00	0.000	1.748	0.139
2. ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	3.98	0.903	3.91	0.841	3.93	0.884	4.28	0.752	3.50	0.577	1.084	0.364
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	4.14	0.769	4.11	0.725	3.89	0.724	4.11	0.758	4.00	0.000	1.197	0.312
4. ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	4.17	0.821	4.23	0.798	4.07	0.842	4.44	0.616	4.50	0.577	1.016	0.399
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	4.01	1.005	4.05	0.994	3.79	1.130	4.22	0.732	3.50	0.577	1.228	0.299

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	น้อยกว่า 26 ปี		อายุ 26-35 ปี		อายุ 36-45 ปี		อายุ 46-55 ปี		อายุ 56 ปีขึ้นไป		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านราคา (Price)	3.70	1.066	3.76	1.022	3.87	0.964	3.73	1.140	3.00	0.462	1.322	0.261
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	3.52	1.110	3.61	1.022	3.72	0.978	3.72	0.895	4.00	1.155	0.562	0.690
2. อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	3.58	1.001	3.66	1.092	3.63	1.029	4.00	0.840	3.00	0.000	1.022	0.396
3. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	3.84	1.076	3.73	1.117	4.04	0.944	3.83	1.098	3.00	0.000	1.497	0.202
4. อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต	3.77	1.067	3.84	0.992	4.00	0.992	3.72	1.406	3.00	1.155	1.197	0.312
5. ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	3.77	1.077	3.96	0.887	3.95	0.875	3.39	1.461	2.00	0.000	5.790	0.000*

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอม	น้อยกว่า 26 ปี		อายุ 26-35 ปี		อายุ 36-45 ปี		อายุ 46-55 ปี		อายุ 56 ปีขึ้นไป		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)	3.82	0.932	3.96	0.912	4.05	0.912	3.82	1.208	4.30	0.115	2.017	0.091
1. ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้ บ้าน/ที่ทำงาน	3.86	1.125	4.06	0.966	4.21	0.881	3.94	1.162	5.00	0.000	2.199	0.068
2. สถานที่จอดรถเพียงพอกับ ผู้ใช้บริการ	3.62	0.944	3.70	1.004	3.93	1.033	3.61	1.378	5.00	0.000	2.566	0.038*
3. จำนวนเครือข่ายสาขาของ ธนาคาร	3.89	0.819	3.99	0.799	4.09	0.830	4.39	0.979	5.00	0.000	3.176	0.014*
4. เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ	3.93	0.848	4.01	0.887	4.07	0.884	3.83	1.150	4.50	0.577	0.723	0.576
5. สามารถทำธุรกรรมผ่าน อินเทอร์เน็ตได้	3.80	0.926	4.02	0.905	3.95	0.934	3.33	1.372	2.00	0.000	7.056	0.000*

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	น้อยกว่า 26 ปี		อายุ 26-35 ปี		อายุ 36-45 ปี		อายุ 46-55 ปี		อายุ 56 ปีขึ้นไป		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.86	0.878	3.84	0.894	3.99	0.882	3.80	0.997	4.00	0.693	0.725	0.575
(Promotion)												
1. มีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ	3.21	1.154	3.21	1.081	3.30	1.085	3.28	1.127	3.00	0.000	0.133	0.970
2. พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว	4.04	0.781	4.18	0.890	4.32	0.890	4.39	0.698	4.50	0.577	1.559	0.185
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ	4.19	0.791	4.13	0.788	4.28	0.774	4.39	0.608	4.00	1.155	0.834	0.504
4. พนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย	4.14	0.769	4.09	0.824	4.32	0.783	3.78	1.215	4.00	1.155	1.670	0.156
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ	3.70	0.897	3.61	0.885	3.74	0.877	3.17	1.339	4.50	0.577	2.442	0.046*

ตารางที่ 4.34 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	น้อยกว่า 26 ปี		อายุ 26-35 ปี		อายุ 36-45 ปี		อายุ 46-55 ปี		อายุ 56 ปีขึ้นไป		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านอื่น ๆ (Others)	3.84	0.926	3.92	0.874	3.97	0.860	3.55	0.896	3.71	0.539	2.078	0.083
1. ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ	3.71	1.062	3.80	0.940	3.72	0.921	3.06	1.110	3.50	1.000	2.514	0.041*
2. อัตราเงินเฟ้อ	3.62	0.877	3.64	0.910	3.70	0.906	3.44	0.705	3.00	0.000	0.801	0.525
3. ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร	4.39	0.806	4.37	0.796	4.46	0.781	4.39	0.698	4.25	0.500	0.155	0.961
4. การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.72	0.821	3.88	0.799	4.05	0.833	3.39	1.092	3.00	0.000	4.064	0.003*
5. สถานการณ์ทางการเมือง	3.83	0.926	3.95	0.860	3.96	0.963	3.44	0.784	4.50	0.577	2.087	0.082
6. นโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล	3.78	1.065	3.88	0.941	3.93	0.753	3.56	0.984	4.00	1.155	0.744	0.562

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 11 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอายุ โดยใช้ค่าสถิติ F-Test รายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านราคา (Price) จำแนกตามอายุ พบว่า ค่าเฉลี่ยสำคัญทางสถิติเรื่องภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ ยิ่งมีอายุมากขึ้นจะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา เรื่องภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากน้อยลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอายุ พบว่า ค่าเฉลี่ยสำคัญทางสถิติเรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.038 0.014 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ อายุต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย เรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะเห็นได้ว่า เมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้นจะให้ความสำคัญในเรื่องของจำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคารมากขึ้น อาจเนื่องมาจากคนที่มีอายุเพิ่มมากขึ้นจนถึงวัยเกษียณนิยมเข้าใช้บริการที่สาขามากกว่าใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอายุ พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.046 ซึ่งมิต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ อายุต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านอื่นๆ (Others) จำแนกตามอายุ พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากจากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.041 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ อายุต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านอื่นๆ เรื่องความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.35 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มี
ผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจออม	โสด		สมรส		หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.00	0.823	4.00	0.829	3.66	0.592	1.247	0.288
1. ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	3.77	0.710	3.73	0.744	3.33	0.516	1.138	0.322
2. ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	3.96	0.872	3.94	0.826	3.33	0.516	1.549	0.214
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	4.11	0.730	4.03	0.747	4.00	0.894	0.501	0.606
4. ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	4.14	0.806	4.38	0.781	4.33	0.516	3.567	0.029*
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	4.04	0.996	3.94	1.046	3.33	0.516	1.735	0.178
ด้านราคา (Price)	3.77	1.031	3.70	1.058	3.83	0.721	0.349	0.705
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	3.60	1.040	3.63	1.029	3.83	0.753	0.181	0.835
2. อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	3.67	1.058	3.56	1.035	3.83	0.753	0.494	0.610
3. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	3.78	1.088	3.83	1.089	4.00	0.632	0.163	0.850
4. อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต	3.86	1.009	3.75	1.091	4.00	0.632	0.530	0.589
5. ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	3.93	0.962	3.71	1.044	3.50	0.837	2.376	0.094

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจออม	โสด		สมรส		หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านสถานที่หรือการจัด จำหน่าย (Place)	3.96	0.915	3.87	1.011	3.73	0.831	1.083	0.340
1. ทำเลที่ตั้งมีความสะดวก อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.06	0.993	3.96	1.056	4.17	0.983	0.406	0.667
2. สถานที่จอดรถเพียงพอ กับผู้ใช้บริการ	3.72	0.998	3.74	1.084	3.50	0.837	0.156	0.856
3. จำนวนเครือข่ายสาขา ของธนาคาร	4.04	0.789	3.92	0.915	3.83	0.753	0.882	0.415
4. เวลาเปิด-ปิด ในการ ให้บริการ	4.01	0.855	3.99	0.985	3.50	0.548	0.961	0.383
5. สามารถทำธุรกรรมผ่าน อินเทอร์เน็ตได้	3.97	0.939	3.75	1.017	3.67	1.033	2.147	0.118
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.88	0.868	3.79	0.935	4.10	0.961	1.346	0.261
1. มีของที่ระลึกแจกในการ เปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ	3.29	1.104	3.03	1.052	3.50	1.049	2.297	0.102
2. พนักงานให้บริการด้วย ความถูกต้องและรวดเร็ว	4.16	0.798	4.13	0.882	4.67	0.816	1.294	0.275
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ	4.18	0.788	4.17	0.747	4.33	1.211	0.120	0.887
4. พนักงาน Cell Center ให้ คำแนะนำและคำปรึกษาได้ อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย	4.11	0.777	4.15	0.984	4.00	0.632	0.120	0.887
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่างๆ	3.68	0.873	3.49	1.008	4.00	1.095	2.278	0.104

ตารางที่ 4.35 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจออม	โตด		สมรส		หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านอื่น ๆ (Others)	3.90	0.883	3.86	0.921	3.83	0.605	0.244	0.784
1. ความผันผวนของ เศรษฐกิจในประเทศ	3.79	0.969	3.58	1.024	3.33	0.816	2.202	0.112
2. อัตราเงินเฟ้อ	3.63	0.898	3.59	0.879	4.00	0.632	0.610	0.544
3. ความมั่นคง ปลอดภัย ของธนาคาร	4.38	0.777	4.41	0.834	4.33	0.516	0.048	0.953
4. การเปลี่ยนแปลงของ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.84	0.805	3.83	0.923	4.00	0.632	0.124	0.883
5. สถานการณ์ทางการเมือง	3.93	0.896	3.85	0.901	3.67	0.516	0.503	0.605
6. นโยบายการคุ้มครองเงิน ฝากโดยรัฐบาล	3.84	0.955	3.87	0.967	3.67	0.516	0.152	0.859

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 12 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.35 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้ค่าสถิติ F-Test รายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามสถานภาพ พบว่าค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องความสะดวกในการเบิกถอนเงินที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.029 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ สถานภาพต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องความสะดวกในการเบิกถอนเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.36 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.71	0.784	4.00	0.817	4.25	0.781	4.00	-	10.412	0.000
1. ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	3.50	0.804	3.73	0.677	4.07	0.735	4.00	-	6.197	0.000*
2. ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	3.54	0.717	3.99	0.839	4.09	0.940	4.00	-	4.777	0.003*
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	3.92	0.652	4.10	0.752	4.18	0.716	4.00	-	1.185	0.315
4. ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	4.21	0.750	4.14	0.822	4.50	0.688	4.00	-	3.153	0.025*
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.40	0.995	4.03	0.994	4.43	0.828	4.00	-	10.221	0.000*
ด้านราคา (Price)	3.55	1.091	3.77	1.002	3.86	1.109	3.00	-	1.834	0.140
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	3.48	1.111	3.63	0.993	3.64	1.167	3.00	-	0.438	0.726
2. อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	3.62	0.867	3.63	1.060	3.77	1.144	3.00	-	0.418	0.740
3. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	3.65	1.118	3.77	1.082	4.09	1.014	3.00	-	1.923	0.125
4. อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต	3.50	1.163	3.87	0.983	3.95	1.069	3.00	-	2.448	0.063
5. ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	3.48	1.196	3.94	0.894	3.86	1.151	3.00	-	3.540	0.015*

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)	3.81	0.875	3.92	0.949	4.09	0.928	4.00	-	1.959	0.120
1. ทำเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.15	0.937	3.99	1.034	4.14	0.943	4.00	-	0.621	0.602
2. สถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ	3.52	0.918	3.71	1.030	3.96	1.008	3.00	-	1.940	0.122
3. จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร	3.92	0.788	3.99	0.839	4.18	0.765	4.00	-	1.054	0.369
4. เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ	3.92	0.837	4.02	0.885	3.95	0.961	4.00	-	0.229	0.876
5. สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	3.52	0.896	3.91	0.956	4.20	0.961	5.00	-	5.007	0.002*
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.63	0.927	3.91	0.879	3.92	0.834	2.60	-	4.543	0.004
1. มีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ	2.96	0.949	3.26	1.138	3.32	0.917	1.00	-	2.650	0.049*
2. พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว	3.87	0.864	4.21	0.801	4.34	0.815	3.00	-	4.158	0.006*
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ	3.77	0.921	4.24	0.740	4.25	0.769	4.00	-	5.648	0.001*

ตารางที่ 4.36 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ต่ำกว่าปริญญาตรี		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		สูงกว่าปริญญาโท		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ต่อ)										
4. พนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย	3.90	0.995	4.13	0.799	4.29	0.803	3.00	-	2.559	0.055
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.63	0.908	3.69	0.918	3.39	0.867	2.00	-	2.763	0.042*
ด้านอื่นๆ (Others)										
1. ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ	3.56	0.895	3.71	1.027	4.00	0.786	3.00	-	2.171	0.091
2. อัตราเงินเฟ้อ	3.46	0.828	3.61	0.905	3.91	0.793	2.00	-	3.735	0.011*
3. ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร	4.02	0.828	4.42	0.8.3	4.59	0.532	4.00	-	5.435	0.001*
4. การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.50	0.700	3.89	0.836	3.86	0.883	4.00	-	3.306	0.020*
5. สถานการณ์ทางการเมือง	3.65	0.837	3.97	0.890	3.82	0.917	3.00	-	2.462	0.062
6. นโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล	3.54	0.939	3.95	0.953	3.64	0.883	3.00	-	4.062	0.007*

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 13 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้ค่าสถิติ F-Test รายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย มีค่าเท่ากับ 0.000 เรื่องประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ มีค่าเท่ากับ 0.003 เรื่องความสะดวกในการเบิกถอนเงินที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับ 0.025 และเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ ระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านราคา (Price) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก ที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ ระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา เรื่องภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ หากมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นจะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย เรื่องสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องมีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ ที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับ 0.049 เรื่องพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.006 เรื่องพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ ที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับ 0.001 และเรื่องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ มีค่าเท่ากับ 0.042 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ ระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด เรื่องมีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ และเรื่องการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านอื่นๆ (Others) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องอัตราเงินเพื่อมีค่าเท่ากับ 0.011 เรื่องความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคารที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับ 0.001 เรื่องการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีค่าเท่ากับ 0.020 และเรื่องนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาลมีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ ระดับการศึกษาต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านอื่นๆ เรื่องอัตราเงินเพื่อ ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และเรื่องนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.37 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.06	0.736	4.26	0.696	3.99	0.820	3.95	0.796	4.14	0.878	3.86	0.938	1.700	0.133
1. ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	3.90	0.625	4.28	0.461	3.68	0.677	3.76	0.706	3.94	1.056	3.73	0.935	2.912	0.014*
2. ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	4.00	0.837	4.33	0.686	3.91	0.841	3.96	0.853	4.06	0.938	3.77	1.110	1.069	0.377
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	4.19	0.680	4.17	0.707	4.17	0.738	3.82	0.639	4.17	0.857	3.77	0.752	3.671	0.003*
4. ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	4.52	0.680	4.17	0.786	4.12	0.817	4.32	0.770	4.44	0.705	4.27	0.827	1.920	0.090
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.67	0.856	4.33	0.840	4.06	1.026	3.87	1.013	4.11	0.832	3.77	1.066	1.536	0.178

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านราคา (Price)	3.48	1.069	3.27	1.286	3.75	1.034	3.96	0.887	3.95	0.924	3.56	1.049	3.326	0.006
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	3.19	0.680	3.28	1.227	3.62	1.070	3.75	0.967	3.94	0.938	3.50	0.859	1.761	0.120
2. อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	3.67	0.966	3.33	1.029	3.63	1.091	3.82	0.946	3.94	0.802	3.23	1.020	1.721	0.129
3. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	3.52	1.030	3.39	1.461	3.74	1.108	4.10	0.831	3.94	0.938	3.91	1.151	2.150	0.059
4. อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต	3.33	1.317	3.22	1.437	3.89	0.963	4.06	0.876	4.06	1.110	3.27	0.985	4.790	0.000*
5. ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	3.67	1.354	3.11	1.278	3.88	0.938	4.07	0.816	3.89	0.832	3.91	1.231	2.979	0.012*

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอม	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)	3.77	1.154	4.03	0.917	3.96	0.911	3.94	0.943	3.96	0.910	3.62	0.981	1.720	0.129
1. ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้ บ้าน/ที่ทำงาน	3.95	1.161	4.44	0.856	4.06	0.990	3.96	1.006	4.11	0.758	3.68	1.287	1.302	0.262
2. สถานที่จอดรถเพียงพอกับ ผู้ใช้บริการ	3.62	1.284	3.89	0.900	3.71	0.997	3.79	1.081	3.89	0.900	3.45	0.963	0.609	0.693
3. จำนวนเครือข่ายสาขาของ ธนาคาร	4.19	0.981	4.17	0.985	3.97	0.799	4.08	0.806	4.11	0.900	3.73	0.767	1.129	0.344
4. เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ	3.71	1.102	4.17	0.857	4.06	0.862	3.99	0.853	3.67	1.085	3.64	0.790	2.100	0.065
5. สามารถทำธุรกรรมผ่าน อินเทอร์เน็ตได้	3.38	1.244	3.50	0.985	4.01	0.905	3.87	0.970	4.00	0.907	3.59	1.098	3.044	0.010*

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอม	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.67	0.946	3.94	0.919	3.83	0.878	3.98	0.879	3.87	0.923	4.01	0.866	1.326	0.252
1. มีของที่ระลึกแจกในการเปิด บัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ	3.10	1.136	3.61	0.979	3.18	1.125	3.21	0.984	3.50	1.200	3.32	1.041	0.852	0.513
2. พนักงานให้บริการด้วยความ ถูกต้องและรวดเร็ว	3.86	0.655	4.17	0.786	4.16	0.822	4.28	0.865	4.11	0.832	4.41	0.796	1.259	0.281
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ	4.05	0.740	4.22	0.943	4.14	0.754	4.38	0.799	3.83	0.786	4.36	0.848	2.199	0.054
4. พนักงาน Cell Center ให้ คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่าง ถูกต้อง เข้าใจง่าย	3.81	1.167	3.89	0.963	4.09	0.773	4.30	0.852	4.06	0.938	4.41	0.734	2.136	0.060
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อต่างๆ	3.52	1.030	3.83	0.924	3.60	0.918	3.73	0.894	3.83	0.857	3.55	0.912	0.672	0.645

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	รับราชการ		รัฐวิสาหกิจ		พนักงาน บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย		รับจ้าง		อื่นๆ		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านอื่นๆ (Others)	3.68	0.979	3.73	0.872	3.92	0.894	3.97	0.776	3.90	0.981	3.65	0.949	1.535	0.178
1. ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ	3.71	1.231	3.50	0.985	3.71	1.021	3.76	0.870	4.06	0.805	3.82	0.795	0.662	0.652
2. อัตราเงินเฟ้อ	3.62	0.921	3.56	0.856	3.56	0.909	3.85	0.749	3.83	1.043	3.64	0.902	1.398	0.224
3. ความมั่นคง ปลอดภัยของ ธนาคาร	4.38	0.590	4.17	0.786	4.43	0.805	4.48	0.673	4.11	0.900	4.09	0.921	1.690	0.136
4. การเปลี่ยนแปลงของอัตรา ดอกเบี้ยเงินฝาก	3.43	1.028	3.67	0.767	3.85	0.830	4.07	0.743	3.72	0.895	3.50	0.740	3.160	0.008*
5. สถานการณ์ทางการเมือง	3.52	1.030	3.78	0.943	3.99	0.864	3.89	0.803	3.78	1.166	3.59	0.959	1.962	0.083
6. นโยบายการคุ้มครองเงินฝาก โดยรัฐบาล	3.43	1.076	3.72	0.895	3.95	0.932	3.76	0.819	3.89	1.079	3.45	1.224	2.346	0.041*

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 14 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพที่ต่างกัน

จากตารางที่ 4.37 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้ค่าสถิติ F-Test รายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่าเฉลี่ยสำคัญทางสถิติเรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย และชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.014 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ อาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย และชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านราคา (Price) จำแนกตามอาชีพพบว่า ค่าเฉลี่ยสำคัญทางสถิติเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.000 และ 0.012 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ อาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา เรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะเห็นได้ว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว รับจ้าง ให้ความสำคัญเรื่องค่าธรรมเนียมและภาษีดอกเบี้ยเงินฝากมากกว่าอาชีพอื่น

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ อาชีพต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย เรื่องสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านอื่นๆ (Others) จำแนกตามอาชีพ พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และนโยบายการคุ้มครองเงินฝาก โดยรัฐบาล จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.008 และ 0.041 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ อาชีพแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านอื่นๆ เรื่องการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.38 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ไม่มี		1-2 คน		3-4 คน		ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.98	0.839	4.08	0.796	3.90	0.787	3.57	0.902	5.152	0.002
1. ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	3.70	0.720	3.83	0.712	3.72	0.600	3.50	1.168	1.510	0.211
2. ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	3.97	0.852	3.97	0.879	3.88	0.781	3.50	1.000	1.323	0.266
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	4.03	0.769	4.21	0.720	4.03	0.661	3.50	0.522	4.529	0.004*
4. ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	4.13	0.838	4.29	0.741	4.12	0.857	4.33	0.778	1.388	0.246
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	4.09	1.018	4.10	0.928	3.74	1.035	3.00	1.044	6.669	0.000*
ด้านราคา (Price)	3.83	1.030	3.80	1.072	3.49	0.994	3.47	0.891	3.589	0.014
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	3.68	0.986	3.61	1.124	3.46	0.903	3.50	1.000	0.716	0.543
2. อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	3.70	1.132	3.71	0.994	3.37	0.977	3.50	0.798	1.958	0.120
3. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	3.78	1.085	3.92	1.099	3.48	1.047	4.00	0.603	2.809	0.039*
4. อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต	4.01	0.920	3.82	1.099	3.55	1.000	3.17	0.937	4.943	0.002*
5. ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	3.98	1.026	3.92	1.042	3.58	1.044	3.17	1.115	4.798	0.003*

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอม	ไม่มี		1-2 คน		3-4 คน		ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)	3.98	0.891	4.04	0.959	3.66	0.924	3.30	0.875	11.315	0.000
1. ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.04	0.980	4.17	1.004	3.80	0.955	3.33	1.303	4.200	0.006*
2. สถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ใช้บริการ	3.85	0.932	3.82	1.030	3.31	1.060	2.83	1.017	8.466	0.000*
3. จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร	3.99	0.782	4.12	0.90	3.89	0.687	3.33	0.497	4.182	0.006*
4. เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ	4.11	0.798	4.04	0.956	3.66	0.853	3.67	0.778	4.810	0.003*
5. สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้	3.92	0.964	4.03	0.907	3.66	1.065	3.33	0.778	3.810	0.010*
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.86	0.898	3.99	0.824	3.63	0.953	3.57	1.014	6.389	0.000
1. มีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ	3.04	1.161	3.53	0.941	2.89	1.134	3.17	0.937	8.367	0.000*
2. พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว	4.20	0.825	4.27	0.776	4.00	0.810	3.67	1.155	3.386	0.018*
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ	4.25	0.821	4.24	0.772	3.89	0.831	4.00	1.044	3.890	0.009*

ตารางที่ 4.38 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ไม่มี		1-2 คน		3-4 คน		ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป		F	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ต่อ)										
4. พนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย	4.22	0.708	4.20	0.782	3.77	1.042	3.67	1.155	6.493	0.000*
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.61	0.976	3.70	0.850	3.60	0.949	3.33	0.778	0.815	0.486
ด้านอื่นๆ (Others)										
1. ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ	3.88	0.931	3.97	0.842	3.74	0.894	3.75	0.733	2.324	0.075
2. อัตราเงินเฟ้อ	3.77	1.035	3.84	0.885	3.38	1.100	3.67	0.492	3.457	0.017*
3. ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร	3.56	0.961	3.72	0.840	3.51	0.850	4.00	0.603	1.975	0.117
4. การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	4.38	0.842	4.44	0.744	4.32	0.773	4.17	0.718	0.730	0.534
5. สถานการณ์ทางการเมือง	3.87	0.812	3.90	0.821	3.60	0.898	3.67	0.778	2.389	0.068
6. นโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล	3.91	0.933	3.95	0.857	3.78	0.927	4.00	0.603	0.553	0.647
	3.81	1.004	3.95	0.906	3.85	0.815	3.00	1.206	3.917	0.009*

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 15 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะ โดยใช้ค่าสถิติ F-Test รายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะ พบว่า ค่าเฉลี่ยทางสถิติเรื่องชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.004 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนคนในอุปการะต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านราคา (Price) จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะ พบว่า ค่าเฉลี่ยทางสถิติเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.039 0.002 และ 0.003 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนคนในอุปการะต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา เรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะมากขึ้นจะให้ความสำคัญในเรื่องของภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากน้อยลง

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะ พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องทำเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน สถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ให้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.006 0.000 0.006 0.003 และ 0.010 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนคนในอุปการะต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย เรื่องทำเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน สถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ให้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะมากขึ้นจะให้ความสำคัญในเรื่องของสถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ให้บริการ น้อยลง

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะ พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องมีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ และพนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.000 0.018 0.009 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนคนในอุปการะต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย เรื่องมีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ และพนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่ายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะเห็นได้ว่า ผู้ที่มีจำนวนคนในอุปการะมากขึ้นจะให้ความสำคัญในเรื่องของพนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่ายขึ้น

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านอื่นๆ (Others) จำแนกตามจำนวนคนในอุปการะพบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ และนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.017 และ 0.009 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนคนในอุปการะแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านอื่นๆ เรื่องความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ และนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.39 ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	น้อยกว่า		10,001-		50,001-		100,001-		500,001-		มากกว่า		F	P
	10,000		50,000		100,000		500,000		1,000,000		1,000,000			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.93	0.813	3.87	0.876	4.12	0.785	4.07	0.786	4.15	0.711	4.20	0.664	3.467	0.004
1. ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	3.64	0.736	3.76	0.810	3.87	0.733	3.71	0.574	4.06	0.443	3.70	0.675	1.577	0.165
2. ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	3.86	0.852	3.74	0.949	4.12	0.760	4.13	0.799	3.75	0.856	4.20	0.632	3.346	0.006*
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	4.00	0.697	3.96	0.753	4.13	0.750	4.24	0.734	4.19	0.750	4.50	0.527	2.382	0.038*
4. ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	4.27	0.753	4.19	0.755	4.24	0.794	4.01	0.919	4.50	0.730	4.40	0.699	1.729	0.127
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.86	1.028	3.72	1.115	4.22	0.889	4.26	0.902	4.25	0.775	4.20	0.789	4.400	0.001*

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	น้อยกว่า		10,001- 50,000		50,001- 100,000		100,001- 500,000		500,001- 1,000,000		มากกว่า 1,000,000		F	P
	10,000		50,000		100,000		500,000		1,000,000		1,000,000			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านราคา (Price)	3.69	1.076	3.72	1.045	3.83	0.984	3.74	1.035	3.93	0.827	3.78	0.875	0.434	0.825
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	3.63	1.080	3.58	1.024	3.68	1.017	3.49	1.054	3.44	0.814	4.30	0.675	1.311	0.259
2. อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	3.66	0.972	3.74	1.000	3.56	1.101	3.56	1.149	3.88	1.025	3.50	1.080	0.564	0.728
3. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	3.85	1.104	3.71	1.143	3.83	1.098	3.75	1.057	4.13	0.719	3.80	0.789	0.514	0.766
4. อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต	3.62	1.135	3.73	1.068	4.10	0.883	3.86	0.966	4.13	0.806	4.30	0.675	3.001	0.011*
5. ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	3.70	1.087	3.86	0.991	3.96	0.823	4.05	0.950	4.06	0.772	3.00	1.155	3.055	0.010*

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอม	น้อยกว่า		10,001- 50,000		50,001- 100,000		100,001- 500,000		500,001- 1,000,000		มากกว่า 1,000,000		F	P
	10,000		50,000		100,000		500,000		1,000,000		1,000,000			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)	3.80	0.927	3.90	0.923	4.06	0.909	3.89	0.975	4.23	0.807	4.30	0.882	3.755	0.002
1. ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้ บ้าน/ที่ทำงาน	4.00	1.005	4.01	0.955	4.11	0.994	3.91	1.140	4.31	0.704	4.70	0.675	1.530	0.179
2. สถานที่จอดรถเพียงพอกับ ผู้ใช้บริการ	3.52	1.024	3.67	0.984	4.01	0.936	3.56	1.040	4.13	1.025	4.60	0.699	4.838	0.000*
3. จำนวนเครือข่ายสาขาของ ธนาคาร	3.84	0.871	3.95	0.746	4.12	0.880	4.00	0.772	4.63	0.500	4.40	0.843	3.691	0.003*
4. เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ	3.93	0.827	4.00	0.907	4.07	0.858	3.92	0.978	4.13	0.806	4.40	0.843	0.844	0.519
5. สามารถทำธุรกรรมผ่าน อินเทอร์เน็ตได้	3.73	0.906	3.85	1.023	4.00	0.875	4.04	0.944	3.94	0.998	3.40	1.350	2.382	0.038*

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอม	น้อยกว่า		10,001- 50,000		50,001- 100,000		100,001- 500,000		500,001- 1,000,000		มากกว่า 1,000,000		F	P
	10,000		50,000		100,000		500,000		1,000,000		1,000,000			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.83	0.937	3.80	0.916	3.98	0.839	3.85	0.846	4.04	0.691	4.00	0.878	1.213	0.302
1. มีของที่ระลึกแจกในการเปิด บัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ	3.28	1.136	2.99	1.071	3.37	1.117	3.26	1.071	3.31	1.014	3.40	0.843	1.365	0.237
2. พนักงานให้บริการด้วยความ ถูกต้องและรวดเร็ว	4.09	0.893	4.11	0.803	4.33	0.754	4.13	0.828	4.44	0.629	4.70	0.675	2.188	0.055
3. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ	4.11	0.913	4.22	0.766	4.17	0.681	4.12	0.762	4.56	0.512	4.40	0.699	1.287	0.269
4. พนักงาน Cell Center ให้ คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่าง ถูกต้อง เข้าใจง่าย	4.05	0.907	4.08	0.926	4.37	0.658	3.99	0.748	4.25	0.683	4.20	0.919	2.196	0.054
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อต่างๆ	3.63	0.838	3.58	1.015	3.66	0.984	3.74	0.819	3.63	0.619	3.30	1.252	0.574	0.720

ตารางที่ 4.39 (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	น้อยกว่า		10,001-		50,001-		100,001-		500,001-		มากกว่า		F	P
	10,000		50,000		100,000		500,000		1,000,000		1,000,000			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านอื่นๆ (Others)	3.83	0.877	3.82	0.974	3.92	0.844	4.01	0.858	3.87	0.722	4.06	0.848	1.353	0.241
1. ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ	3.67	0.939	3.67	1.106	3.74	0.914	3.89	1.012	3.50	0.816	3.80	0.632	0.805	0.547
2. อัตราเงินเฟ้อ	3.66	0.855	3.68	0.972	3.46	0.892	3.68	0.876	3.75	0.683	3.40	0.699	0.919	0.469
3. ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร	4.34	0.758	4.29	0.870	4.39	0.828	4.52	0.734	4.44	0.512	4.80	0.422	1.429	0.213
4. การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.68	0.827	3.81	0.929	3.99	0.711	3.96	0.808	3.63	0.719	3.70	0.949	1.962	0.083
5. สถานการณ์ทางการเมือง	3.86	0.875	3.81	1.001	4.02	0.816	3.96	0.851	3.81	0.750	4.20	1.033	0.939	0.455
6. นโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล	3.74	1.005	3.65	0.967	3.93	0.900	4.06	0.864	4.06	0.854	4.20	1.135	2.584	0.026*

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

สมมติฐานที่ 16 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.39 ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามจำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน โดยใช้ค่าสถิติ F-Test รายละเอียดดังนี้

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามจำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน พบว่า ค่าเฉลี่ยทางสถิติเรื่องประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการซื้อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.006 0.038 และ 0.001 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการซื้อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านราคา (Price) จำแนกตามจำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน พบว่า ค่าเฉลี่ยทางสถิติเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.011 และ 0.010 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา เรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝากแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามจำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ให้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.000 0.003 และ 0.038 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย เรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ให้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ด้านอื่นๆ (Others) จำแนกตามจำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน พบว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติเรื่องนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน คือ จำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันแตกต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านอื่นๆ เรื่องนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.40 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานเรื่องของความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	จำนวนคนในอุปการะ	จำนวนเงินฝากในธนาคาร
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)							
1. ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย	-	-	-	✓	✓	-	-
2. ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ	-	-	-	✓	-	-	✓
3. ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน	-	-	-	-	✓	✓	✓
4. ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน	-	-	✓	✓	-	-	-
5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	-	-	-	✓	-	✓	✓
ด้านราคา (Price)							
1. อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี	-	-	-	-	-	-	-
2. อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM	-	-	-	-	-	-	-
3. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ	-	-	-	-	-	✓	-
4. อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ	-	-	-	-	✓	✓	✓
5. ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก	-	✓	-	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถาน ภาพ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	จำนวน คนใน อุปการะ	จำนวน เงินฝาก ใน ธนาคาร
ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)							
1. ท่าเลที่ตั้งมีความ สะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน	-	-	-	-	-	✓	-
2. สถานที่จอดรถ เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการ	✓	✓	-	-	-	✓	✓
3. จำนวนเครือข่ายสาขา ของธนาคาร	-	✓	-	-	-	✓	✓
4. เวลาเปิด-ปิด ในการ ให้บริการ	-	-	-	-	-	✓	-
5. สามารถทำธุรกรรม ผ่านอินเทอร์เน็ตได้	-	✓	-	✓	✓	✓	✓
ด้านส่งเสริมการตลาด(Promotion)							
1. มีของที่ระลึกแจกใน การเปิดบัญชีใหม่/ โอกาสพิเศษ	-	-	-	✓	-	✓	-
2. พนักงานให้บริการ ด้วยความถูกต้องและ รวดเร็ว	✓	-	-	✓	-	✓	-
3. พนักงานมีมนุษย สัมพันธ์ มารยาทในการ ให้บริการ	-	-	-	✓	-	✓	-
4. พนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและ คำปรึกษาได้อย่าง ถูกต้อง เข้าใจง่าย	✓	-	-	-	-	✓	-

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถาน ภาพ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	จำนวน คนใน อุปการะ	จำนวน เงินฝาก ใน ธนาคาร
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ต่อ)							
5. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่างๆ	-	✓	-	✓	-	-	-
ด้านอื่นๆ (Others)							
1. ความผันผวนของ เศรษฐกิจในประเทศ	-	✓	-	-	-	✓	-
2. อัตราเงินเฟ้อ	-	-	-	✓	-	-	-
3. ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร	-	-	-	✓	-	-	-
4. การเปลี่ยนแปลงของ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	-	✓	-	✓	✓	-	-
5. สถานการณ์ทาง การเมือง	-	-	-	-	-	-	-
6. นโยบายการคุ้มครอง เงินฝากโดยรัฐบาล	-	-	-	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- หมายถึง ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์และบัญชีเงินฝากประจำ ผ่านทางธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มตามเขตในกรุงเทพมหานครที่มีประชากรมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เขตบางแค เขตสายไหม เขตบางเขน เขตคลองสามวา และเขตบางขุนเทียน ในช่วงเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2557 จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square), t-test และ F-test สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ สามารถสรุปผลการศึกษาตามทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีคนในอุปการะจำนวน 1 - 2 คน และมีเงินฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันน้อยกว่า 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท แหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่ได้มาจากเงินเดือนประจำ และค่าอาหารเป็นรายจ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการออมเงินโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ร้อยละ 10 – 20 ของรายได้ นิยมฝากเงินกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ประเภทออมทรัพย์ มากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ในการเงินฝากเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างออมเงินสม่ำเสมอในทุกๆ เดือน และมีแนวโน้มในการออมเงินมากขึ้นในอนาคต ในการฝากเงินกับธนาคารจะตัดสินใจฝากเงินด้วยตนเอง และได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝากเงินและบริการต่างๆ จากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านอื่นๆ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือปัจจัยด้านราคา โดยเมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายปัจจัยในด้านต่างๆ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน รองลงมา คือ ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ ตามลำดับ ส่วนอันดับที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย

ปัจจัยด้านราคา (Price) โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM ตามลำดับ ส่วนอันดับที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี

ปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน รองลงมา คือ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร เวลาเปิด-ปิดในการให้บริการ สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ตามลำดับ ส่วนอันดับที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สถานที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว รองลงมา คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ พนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ตามลำดับ ส่วนอันดับที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ มีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ

ปัจจัยด้านอื่นๆ (Others) โดยภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร รองลงมา คือ สถานการณ์ทางการเมือง นโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ ตามลำดับ ส่วนอันดับที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ อัตราเงินเฟ้อ

ดังนั้น ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัจจัยด้านอื่นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยด้านราคา น้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่างในการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์กับปัจจัยส่วนบุคคล

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ในเรื่องของรายได้ รายจ่าย และภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ในเรื่องของประเภทเงินฝากที่กลุ่มตัวอย่างเลือกฝาก แนวโน้มในการเงินฝากในอนาคต บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝากเงิน รายได้ รายจ่าย และภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ในเรื่องของประเภทเงินฝากที่กลุ่มตัวอย่างเลือกฝาก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝากเงิน รายได้ รายจ่าย และภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ในเรื่องของประเภทเงินฝากที่กลุ่มตัวอย่างเลือกฝาก ความถี่ในการฝากเงิน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝากเงิน รายได้ รายจ่าย และภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ในเรื่องของปริมาณการออมที่กลุ่มตัวอย่างออมในแต่ละเดือน ความถี่ในการฝากเงิน แนวโน้มในการเงินฝากในอนาคต บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน รายได้ รายจ่าย และภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนคนในอุปการะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ในเรื่องของปริมาณการออมที่กลุ่มตัวอย่างออมในแต่ละเดือน ประเภทเงินฝากที่กลุ่มตัวอย่างเลือกฝาก ความถี่ในการฝากเงิน และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ ในเรื่องของปริมาณการออมที่กลุ่มตัวอย่างออมในแต่ละเดือน ประเภทเงินฝากที่กลุ่มตัวอย่างเลือกฝาก ความถี่ในการฝากเงิน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน แหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝากเงิน รายได้ และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 6 วิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

เพศที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ และปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว พนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่ายแตกต่างกัน

อายุที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทางด้านราคา (Price) ในเรื่องภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในเรื่องโปรโมชั่นประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และปัจจัยทางด้านอื่นๆ (Others) ในเรื่องความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากแตกต่างกัน

สถานภาพที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในเรื่องความสะดวกในการเบิกถอนเงินแตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในเรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยทางด้านราคา (Price) ในเรื่องภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในเรื่องมีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ และเรื่องโปรโมชั่น ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ

ต่างๆ และปัจจัยทางด้านอื่นๆ (Others) ในเรื่องอัตราเงินเพื่อ ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และเรื่องนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาลแตกต่างกัน

อาชีพที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในเรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย และชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน ปัจจัยทางด้านราคา (Price) ในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ และปัจจัยทางด้านอื่นๆ (Others) ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาลแตกต่างกัน

จำนวนคนในอุปการะที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในเรื่องชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยทางด้านราคา (Price) ในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องทำเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน สถานที่จอดรถเพียงพอกับผู้ใช้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ปัจจัยทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องมีช่องที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/โอกาสพิเศษ พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็ว พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาทในการให้บริการ และพนักงาน Cell Centerให้คำแนะนำและคำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย และปัจจัยทางด้านอื่นๆ (Others) ในเรื่องความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ และนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาลแตกต่างกัน

จำนวนเงินที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันที่ต่างกันให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในเรื่องประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยทางด้านราคา (Price) ในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต และ ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก ปัจจัยทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place) ในเรื่องสถานที่จอดรถเพียงพอกับ

ผู้ให้บริการ จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร และสามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ และปัจจัยทางด้านอื่นๆ (Others) ในเรื่องนโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาลแตกต่างกัน

อภิปรายผล

1. มุมมองของพฤติกรรมการออมเงินโดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการออมเงินโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ร้อยละ 10 – 20 ของรายได้ นิยมฝากเงินกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ประเภทออมทรัพย์ มากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ในการเงินฝากเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างออมเงินสม่ำเสมอในทุกๆเดือน และมีแนวโน้มในการออมเงินมากขึ้นในอนาคต ในการฝากเงินกับธนาคารจะตัดสินใจฝากเงินด้วยตนเอง และได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝากเงินและบริการต่างๆมาจากอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจุฑาธิบดิ์ ฤกษ์สันต์ (2555) พบว่ารูปแบบในการออมส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะออมประเภทออมทรัพย์ และมีแนวโน้มการออมในอนาคตเพิ่มขึ้น แต่ไม่สอดคล้องในเรื่องวัตถุประสงค์ในการออมเก็บไว้เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน สอดคล้องกับผลการศึกษาของสัมฤทธิ์ อัมพรทิพาพิทย์ (2550) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการออมร้อยละ 10 – 20 ของรายได้ มีวัตถุประสงค์ของการออมเงินเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง โดยใช้วิธีฝากเงินกับสถาบันการเงินในประเภทเงินฝากออมทรัพย์ และไม่สอดคล้องในเรื่องการได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข่าวสารการฝากเงินและบริการต่างๆ จะมาจากพนักงานธนาคาร แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของรุ่งนภา ศรีบุญญะ โขติ (2550) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการออมเป็นครั้งคราว (ทุก 6 เดือน) มีวัตถุประสงค์ในการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน, เจ็บป่วย, ชรา

พฤติกรรมการออม ในส่วนของปริมาณการออมจะแปรผันไปตามรายได้ และการบริโภคอย่างเช่น ผู้ที่มีอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอนจะทำให้ปริมาณการออมก็จะไม่แน่นอน ครอบครัวมีผู้อุปการะเพิ่มมากขึ้น ระดับการออมจะลดลงอย่างมาก หรือผู้ที่มีจำนวนเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบันมากขึ้น ย่อมมีปริมาณการออมโดยเฉลี่ยมากขึ้นตามไปด้วย ประเภทการออมจะเลือกฝากเงินประเภทออมทรัพย์มากที่สุด เนื่องจาก เงินฝากออมทรัพย์มีความสะดวกในการฝาก-ถอนเงิน ไม่มีกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำ และระยะเวลาในการรับฝากเงิน ความถี่ในการออม หากมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น มีอาชีพที่มีรายได้ที่แน่นอน มีจำนวนคนในอุปการะน้อยกว่า 4 คน และมีเงินฝาก

ในธนาคารเพิ่มมากขึ้น จะมีความถี่ในการออมเงินที่สม่ำเสมอทุกเดือน แนวโน้มปริมาณการออมในอนาคต แสดงถึงความตั้งใจในการออมเงินในอนาคต ซึ่งทุกอาชีพมีความหวังที่จะมีการออมที่มากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ทำธุรกิจ/ค้าขาย แต่ถ้าพิจารณาที่อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มนี้มีรายได้ที่แน่นอน และมีการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนไม่มากนัก ทำให้ความหวังที่จะออมมากขึ้นในอนาคตน้อยว่ากลุ่มนักธุรกิจ/ค้าขาย ผู้มีอิทธิพลในการออมเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่แล้วมีตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการออม ไม่ว่าจะเป็นการเลือกธนาคารในการออม การเลือกประเภทการออมตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือก สำหรับการได้รับข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงานอายุตั้งแต่ 26 - 45 ปี สถานภาพโสดหรือสมรส มีระดับการศึกษาสูงตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จะมีการค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์

2. มุมมองของปัจจัยทางด้านข้อมูลทั่วไปของการออมเงินโดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไปมีประสบการณ์ในการทำงาน ประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ในขณะที่ถ้าพิจารณาถึงการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ผู้ที่เป็นเพศชาย อยู่ในวัยทำงานอายุตั้งแต่ 26 - 45 ปี สถานภาพสมรส และผู้ที่มีเงินฝากในธนาคาร ณ ปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น จะมีรายจ่ายมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ในส่วนของภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน ทุกเพศ ทุกช่วงอายุ ทุกสถานภาพ ทุกระดับการศึกษา และอาชีพ กลุ่มตัวอย่างจะมีหนี้สินเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ มีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์วางแผนการส่งเสริม การระดมเงิน เพื่อวางกลยุทธ์ด้านการตลาดของธนาคารพาณิชย์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ดังนั้นผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้ที่ออมเงินโดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1. จากผลการศึกษาข้อมูลการออมในส่วนของเงินฝากที่อยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเงินฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบันน้อยกว่า 10,000 บาท ดังนั้นทางภาครัฐดำเนินนโยบายกระตุ้นการออมภาคบังคับและภาคสมัครเพิ่มส่งเสริมให้เกิดการออมเงินระยะยาว ควรเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมจูงใจให้มีการออมอย่างเป็นระบบในรูปแบบการออมทั้งบังคับระยะยาวในรูปแบบต่างๆ เช่น เบี้ยสะสมประกันชีวิต กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เป็นต้น และทางภาครัฐควรส่งเสริมผลิตภัณฑ์เงินฝากปลอดภาษีมากขึ้น
2. จากผลการศึกษาข้อมูลปริมาณการออมโดยเฉลี่ย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณการออมโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ร้อยละ 10 – 20 ของรายได้ ดังนั้นทางภาครัฐควรออกนโยบายให้กับประชาชนที่สามารถออมเงินได้มากขึ้น โดยสามารถนำเงินส่วนเกินไปลดหย่อนภาษีได้

ข้อเสนอแนะต่อธนาคารพาณิชย์

1. จากผลการศึกษาข้อมูลการออมในส่วนของอายุ พบว่า ประเทศไทยมีผู้ที่เข้าสู่วัยเกษียณมากขึ้น ทางธนาคารพาณิชย์ควรมีการพัฒนารูปแบบการฝากเงินให้เหมาะสมสำหรับลูกค้าวัยเกษียณ อย่างเช่น ออกผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ได้รับความคุ้มครองยาว อัตราดอกเบี้ยสูง สามารถจ่ายเบี้ยประกันทดต้นและนำไปลดหย่อนภาษีได้ เมื่อฝากครบกำหนดสามารถเลือกรับเงินคืนครั้งเดียวหรือทยอยคืนก็ได้
2. จากผลการศึกษาข้อมูลการออมในส่วนของอาชีพ พบว่า อาชีพที่ทำการศึกษามีหลายอาชีพทั้งอาชีพที่มีรายได้ที่แน่นอนและอาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน ดังนั้น ธนาคารพาณิชย์ควรมองหาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ๆ มานำเสนอให้กับลูกค้า เพื่อเพิ่มทางเลือกและความหลากหลาย อาจจะมีการจัดการออมให้เหมาะสมกับรายได้ของประชาชน เพื่อให้ประชาชนหันมาออมเงินมากขึ้น และมีทางเลือกในการออมอย่าง

เหมาะสมกับสัดส่วนของรายได้ อย่างเช่น อาชีพที่มีรายได้ไม่แน่นอน อาจจะเลือกผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทออมทรัพย์ ดอกเบี้ยสูง ไม่จำกัดขั้นต่ำในการฝากเงิน มีการคุ้มครองชีวิตและอุบัติเหตุ หรือในกรณีประกอบอาชีพที่มีรายได้แน่นอน อาจจะเลือกผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทฝากประจำ จำกัดขั้นต่ำในการฝากเงิน ดอกเบี้ยสูง

3. จากผลการศึกษาในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในเรื่องของปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยทางด้านสถานที่ ทางธนาคารพาณิชย์ควรจะประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้ประชาชนเริ่มทำธุรกรรมทางการเงินทั้งการโอนเงินระหว่างธนาคารเดียวกัน การโอนเงินต่างธนาคาร และการชำระสินค้าบริการผ่านทางระบบอีโมบาย เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรมและลดระยะเวลาในการเดินทาง ทางธนาคารพาณิชย์ควรมีนโยบายค้ำประกันค่าธรรมเนียมในการโอนเงินในต่างธนาคารและค่าธรรมเนียมในการชำระสินค้า เพื่อเป็นแรงจูงใจ ดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการผ่านทางระบบอีโมบายมากขึ้น นอกจากนี้ทางภาคธนาคารพาณิชย์ควรมีมาตรการดูแลทางด้านความปลอดภัยของข้อมูลให้มากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในส่วนของการให้บริการและทางด้านระบบซอฟต์แวร์อินเทอร์เน็ตอีโมบาย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษานี้ มีข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาต่อไปในอนาคตเพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ควรจะทำการศึกษาการออมในรูปแบบอื่นๆ เช่น การออมในรูปแบบถือครองอสังหาริมทรัพย์ การออมในกรมธรรม์ประกันชีวิต การออมโดยการซื้อกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นต้น เพื่อจะได้ทราบถึงพฤติกรรมการออมในรูปแบบอื่น
2. ควรจะทำการศึกษาพฤติกรรมการออมในภาคเศรษฐกิจอื่นๆ เช่น ภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการออมในแต่ละภาคเศรษฐกิจว่ามีพฤติกรรมการออมอย่างไร

ข้อจำกัดของการศึกษา

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ดังนั้นข้อมูลที่ได้มาจึงเป็นเพียงทัศนคติของประชาชนบางกลุ่มเท่านั้น ไม่สามารถนำมาอธิบายทัศนคติของประชาชนทั้งหมดได้
2. เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลปัจจัยทางเศรษฐกิจ และพฤติกรรมส่วนบุคคล ซึ่งเป็นข้อมูลที่ค่อนข้างมีความเป็นส่วนตัว อย่างเช่น ข้อมูลด้านรายได้ รายจ่าย หนี้สิน ปริมาณการออม อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างตอบไม่ตรงกับความเป็นจริงได้

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรัณท์รัตน์ ดวงใจสืบ. (2555). พฤติกรรมการออมของครัวเรือนในประเทศไทย. เศรษฐศาสตร์
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จุฑาธิบดิ์ ฤกษ์สันทัต. (2555). เปรียบเทียบพฤติกรรมการออมของพนักงานบริษัทเอกชนและ
ข้าราชการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี.

ดร.วรรณรา ชื่นวัฒนาและคณะ. (2552). รูปแบบการออมและแนวทางส่งเสริมการออมสำหรับ
ประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 4 จังหวัด. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
วิจัย (สกว).

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ระบบออนไลน์). รายงานเศรษฐกิจและการเงิน เดือนมีนาคม 2557.

สืบค้นจาก: [http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/report/Documents/
06Part2_4_April2014.pdf](http://www.bot.or.th/Thai/EconomicConditions/Thai/report/Documents/06Part2_4_April2014.pdf).

_____. (ระบบออนไลน์). รายชื่อธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. สืบค้นจาก:

<http://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/WebsiteFI/Pages/instList.aspx>.

_____. (ระบบออนไลน์). อัตราดอกเบี้ยประจำวันของธนาคารพาณิชย์.

สืบค้นจาก: [http://www.bot.or.th/thai/statistics/financialmarkets/interestrates/_layouts/
application/interest_rate/IN_Rate.aspx](http://www.bot.or.th/thai/statistics/financialmarkets/interestrates/_layouts/application/interest_rate/IN_Rate.aspx).

_____. (ระบบออนไลน์). ปริมาณเงินรับฝากของธนาคารพาณิชย์. สืบค้นจาก:

[http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions/CommercialBank/Pages/index.
aspx](http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions/CommercialBank/Pages/index.aspx).

รุ่งนภา ศรีชัยญะโชติ. (2550). พฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชน: กรณีศึกษา
ผู้บริหารศูนย์การขยาย บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด สาขารัตนาบุรี กรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

รองศาสตราจารย์ธานีทร ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ
AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนสามัญบิสซิเนสอาร์เอนด์ดี.

วิมลรัตน์ ศรีรัตนกุล. (2550). ปัจจัยที่มีผลการออมในระบบธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย.
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (ระบบออนไลน์). (2557). องค์ประกอบดัชนีภาวะเศรษฐกิจของครัวเรือน.
สืบค้นจาก: [http://portal.settrade.com/brokerpage/IPO/Research/upload/2000000235754/
KR-ECI_Mar-14%20TH.pdf](http://portal.settrade.com/brokerpage/IPO/Research/upload/2000000235754/KR-ECI_Mar-14%20TH.pdf) [27 มีนาคม 2557].

สถาบันคุ้มครองเงินฝาก. (ระบบออนไลน์). พระราชบัญญัติสถาบันคุ้มครองเงินฝาก พ.ศ. 2551.
สืบค้นจาก: http://www.dpa.or.th/ewt_dl_link.php?nid=11&filename=index.

โสภา เหมือนหม้อ. (2552). ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของครัวเรือนผ่าน
ธนาคารพาณิชย์. เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (ระบบออนไลน์). สถิติกรุงเทพมหานคร 2556. สืบค้นจาก:
<http://office.bangkok.go.th/pipd/07Stat%28Th%29/Stat%20.php>.

เหมือนขวัญ รอดเดช. สถานการณ์การออมและการลงทุน และการพัฒนาตลาดทุนไทย.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา



แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งเพื่อประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท สาขา เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออม และปัจจัยที่มีผลต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานครโดยการฝากเงินผ่านทางธนาคารพาณิชย์ โดยคำตอบที่ได้จะใช้เป็นส่วนในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้

แบบสอบถามชุดนี้ใช้สอบถาม กลุ่มเป้าหมาย คือ บุคคลที่ใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์และบัญชีเงินฝากประจำ ผ่านทางธนาคารพาณิชย์ โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

นัตรากรณ์ เมฆรัตน์

นิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โปรดใส่เครื่องหมาย (/) หรือเติมข้อความที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ปริมาณการออมโดยการฝากเงินผ่านธนาคาร โดยเฉลี่ย ท่านออมเงินในสัดส่วนเท่าใดต่อเดือน

- | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| () ออมน้อยกว่า ร้อยละ 10 ของรายได้ | () ออมร้อยละ 10 – 20 ของรายได้ |
| () ออมร้อยละ 21 – 40 ของรายได้ | () ออมมากกว่า ร้อยละ 40 ของรายได้ |
| () ไม่มีกำหนดที่แน่นอน | |

2. สถาบันการเงินที่ท่านฝากเงิน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| () ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) | () ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) |
| () ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) | () ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) |
| () ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) | () ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) |
| () ธนาคารออมสิน | () อื่นๆ โปรดระบุ..... |

3. ในการฝากเงินกับสถาบันการเงิน ท่านเลือกฝากประเภทใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|----------------------------------|---------------------------|
| () เงินฝากออมทรัพย์ | () เงินฝากประจำ 3 เดือน |
| () เงินฝากประจำ 6 เดือน | () เงินฝากประจำ 12 เดือน |
| () เงินฝากประจำมากกว่า 12 เดือน | |

4. ท่านมีวัตถุประสงค์ในการออมเงินเพื่ออะไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| () เพื่อดอกเบี้ยและเงินปันผล | () เพื่อการศึกษาของตนเอง / บุตร หลาน |
| () เพื่อซื้อทรัพย์สิน | () เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วย/ยามฉุกเฉิน |
| () เพื่อเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพ | () เพื่อเป็นหลักประกันในการกู้ยืม |
| () เพื่อเป็นทุนให้กับบุตร หลานในอนาคต () เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง | |

5. ความถี่ในการออม

- | | |
|---------------------------------|--------------------------------|
| () สมำเสมอ (ทุกเดือน) | () ค่อนข้างบ่อย (ทุก 3 เดือน) |
| () เป็นครั้งคราว (ทุก 6 เดือน) | () นานๆ ครั้ง (1-2 ปี) |

6. แนวโน้มปริมาณการออมในอนาคต

- | | |
|-------------|--------------|
| () มากขึ้น | () เท่าเดิม |
| () น้อยลง | |

7. ผู้มีอิทธิพลต่อการออมเงินโดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

- | | |
|-----------------|-------------------------|
| () บิดา มารดา | () เพื่อน |
| () ตนเอง | () คู่สมรส |
| () ครู/อาจารย์ | () อื่นๆ โปรดระบุ..... |

8. ท่านได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ จากสื่อประเภทใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | | |
|---------------------------|-----------------------------|----------------------|
| () วิทยุ / โทรทัศน์ | () นิตยสาร / วารสาร | () ใบปลิว / แผ่นพับ |
| () ป้ายโฆษณา / คัทเอ้าท์ | () พนักงานธนาคาร | () เพื่อนแนะนำ |
| () ทางจดหมาย | () อินเทอร์เน็ต / เว็บไซต์ | () อื่นๆ..... |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินในธนาคารพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ในช่องที่เป็นคำตอบของท่าน โดยแทนระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

- | | | |
|------------------------|-------------------------|----------------------|
| 5 มีความสำคัญมากที่สุด | 4 มีความสำคัญมาก | 3 มีความสำคัญปานกลาง |
| 2 มีความสำคัญน้อย | 1 มีความสำคัญน้อยที่สุด | |

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการออม				
	5	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.1 ผลิตภัณฑ์เงินฝากมีความหลากหลาย					
1.2 ประเภทเงินฝากตรงตามความต้องการ					
1.3 ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน					
1.4 ความสะดวกในการเบิกถอนเงิน					
1.5 อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก					
2. ด้านราคา (Price)					
2.1 อัตราค่าธรรมเนียมในการเปิดบัญชี					
2.2 อัตราค่าธรรมเนียมการทำบัตร ATM					
2.3 อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา/ธนาคารอื่นๆ					
2.4 อัตราค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและบริการ/บัตรเครดิต					
2.5 ภาษีเงินได้สำหรับดอกเบี้ยเงินฝาก					

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออม	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการออม				
	5	4	3	2	1
3. ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย (Place)					
3.1 ท่าเลที่ตั้งมีความสะดวกอยู่ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน					
3.2 สถานที่จอดรถเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ					
3.3 จำนวนเครือข่ายสาขาของธนาคาร					
3.4 เวลาเปิด-ปิด ในการให้บริการ					
3.5 สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้					
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
4.1 มีของที่ระลึกแจกในการเปิดบัญชีใหม่/ โอกาสพิเศษ					
4.2 พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและ รวดเร็ว					
4.3 พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ มารยาท ใน การให้บริการ					
4.4 พนักงาน Cell Center ให้คำแนะนำและ คำปรึกษาได้อย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย					
4.5 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ					
5. ด้านอื่น ๆ (Others)					
5.1 ความผันผวนของเศรษฐกิจในประเทศ					
5.2 อัตราเงินเฟ้อ					
5.3 ความมั่นคง ปลอดภัยของธนาคาร					
5.4 การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย เงินฝาก					
5.5 สถานการณ์ทางการเมือง					
5.6 นโยบายการคุ้มครองเงินฝากโดยรัฐบาล					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| () น้อยกว่า 15,000 บาท | () 15,000 – 30,000 บาท |
| () 30,001 – 50,000 บาท | () 50,001 – 75,000 บาท |
| () 75,001 – 100,000 บาท | () มากกว่า 100,000 บาท |

2. รายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| () น้อยกว่า 15,000 บาท | () 15,000 – 30,000 บาท |
| () 30,001 – 50,000 บาท | () 50,001 – 75,000 บาท |
| () 75,001 – 100,000 บาท | () มากกว่า 100,000 บาท |

3. ภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| () น้อยกว่า 15,000 บาท | () 15,000 – 30,000 บาท |
| () 30,001 – 50,000 บาท | () 50,001 – 75,000 บาท |
| () 75,001 – 100,000 บาท | () มากกว่า 100,000 บาท |

4. แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--------------------------------|
| () เงินเดือนประจำ | () ค่าคอมมิชชั่น |
| () ค่าเช่า | () ดอกเบี้ย/เงินปันผล |
| () คู่สมรส (จากสามี/ภรรยา) | () เงินช่วยเหลือจากบิดา มารดา |
| () เงินช่วยเหลือจากองค์กรหรือหน่วยงาน | () อื่นๆ โปรดระบุ..... |

5. ประเภทของรายจ่าย (ให้เรียงลำดับรายจ่ายจากมากไปหาน้อย โดย ลำดับที่ 1 คือ มีรายจ่ายประเภทนั้นมากที่สุด และ 2, 3, 4, 5 คือ มีรายจ่ายประเภทนั้นน้อยลงไปตามลำดับ)

- () ค่าอาหาร
- () ค่าน้ำมัน/ค่าพาหนะ/ค่าคมนาคม
- () ผ่อนชำระสินเชื่อบ้าน
- () ผ่อนชำระสินเชื่อรถยนต์
- () เลี้ยงบุตร/บิดา มารดา/คนในอุปการะ
- () กิจกรรมบันเทิง
- () เสริมความงาม
- () ซอปปิ้ง เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับ
- () อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

- ☐ น้อยกว่า 26 ปี ☐ อายุ 26 – 35 ปี ☐ อายุ 36 – 45 ปี
☐ อายุ 46 – 55 ปี ☐ อายุ 56 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย / หย่า / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี
☐ ปริญญาโท ☐ สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

- ☐ รับราชการ ☐ รัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
☐ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ☐ รับจ้าง ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. จำนวนคนในอุปการะ เช่น บุตร พ่อแม่ ญาติ

- ☐ ไม่มี ☐ 1-2 คน
☐ 3-4 คน ☐ ตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป

7. จำนวนเงินออมที่ฝากอยู่ในธนาคาร ณ ปัจจุบัน

- ☐ น้อยกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001 – 50,000 บาท
☐ 50,001 – 100,000 บาท ☐ 100,001 – 500,000 บาท
☐ 500,001 – 1,000,000 บาท ☐ มากกว่า 1,000,000 บาท

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างยิ่ง ที่เสียสละเวลาอันมีค่าของท่านมาตอบแบบสอบถาม
 ข้อมูลนี้จะเป็นสิ่งสำคัญในการศึกษาค้นคว้า

ภาคผนวก ข

การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ตารางผนวกที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผล
ต่อผู้ออมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการฝากเงินผ่านธนาคารพาณิชย์

Details	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
Q1 (ปริมาณการออม)	114.9667	185.9644	-.2010	.8180
Q2 (สถาบันการเงินที่ฝาก)	113.7333	177.2368	.0063	.8042
Q3_1 (ฝากออมทรัพย์)	116.8667	178.6023	.1397	.7940
Q3_2 (ฝากประจำ 3 เดือน)	117.7667	180.4609	-.1795	.7962
Q3_3 (ฝากประจำ 6 เดือน)	117.7667	179.6333	-.0108	.7952
Q3_4 (ฝากประจำ 12 เดือน)	117.7333	180.4092	-.1262	.7963
Q3_5 (ฝากประจำมาก 12 เดือน)	117.6667	178.8506	.0696	.7947
Q4_1 (เพื่อดอกเบี้ย)	117.4333	178.9437	.0328	.7955
Q4_2 (เพื่อการศึกษา)	117.7000	180.6310	-.1354	.7968
Q4_3 (เพื่อซื้อทรัพย์สิน)	117.5000	183.3621	-.3142	.8008
Q4_4 (เพื่อยามป่วย)	117.2333	178.4609	.0667	.7949
Q4_5 (เพื่อเป็นทุน)	117.5333	176.8092	.2176	.7925
Q4_6 (เพื่อหลักประกัน)	117.6333	175.2747	.4180	.7901
Q4_7 (เพื่อให้บุตร หลาน)	117.7333	182.2713	-.3973	.7986
Q4_8 (เพื่อความมั่นคง)	117.2333	179.0126	.0257	.7956
Q5 (ระยะเวลาการออม)	116.1333	185.9816	-.3075	.8067
Q6 (แนวโน้มในอนาคต)	116.5667	179.9782	-.0450	.7976
Q7 (ผู้มีผลต่อการออม)	115.1667	193.9368	-.5206	.8178
Q8 (ข้อมูลข่าวสาร)	112.3000	190.1483	-.2360	.8569
Q9_1 (เงินฝากหลากหลาย)	114.3667	176.6540	.1745	.7930
Q9_2 (ประเภทเงินฝาก)	114.0667	171.7195	.3137	.7890
Q9_3 (ชื่อเสียง)	113.9333	166.3402	.5963	.7809

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

Details	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
	if Item	if Item	Total	if Item
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
Q9_4 (ความสะดวก)	113.9333	172.0644	.2856	.7898
Q9_5 (อัตราดอกเบี้ย)	113.9000	160.5069	.6462	.7754
Q9_6 (เปิดบัญชี)	114.4333	163.2195	.5413	.7796
Q9_7 (ทำบัตร ATM)	114.2667	165.9954	.4852	.7825
Q9_8 (โอนเงินระหว่างสาขา)	114.5000	162.6034	.5707	.7785
Q9_9 (ชำระสินค้า)	114.3000	163.3207	.5161	.7803
Q9_10 (ภาษีดอกเบี้ย)	114.0000	162.9655	.6406	.7774
Q9_11 (ทำเลที่ตั้ง)	113.8667	165.5678	.6273	.7798
Q9_12 (ที่จอดรถ)	114.3667	166.8609	.4187	.7846
Q9_13 (สาขา)	113.9333	168.1333	.6234	.7822
Q9_14 (เวลาเปิด – ปิด)	114.0333	172.4471	.3761	.7882
Q9_15 (ทำธุรกรรม)	113.7000	171.5276	.3538	.7880
Q9_16 (มีของขวัญ)	114.8000	164.6483	.5790	.7798
Q9_17 (บริการถูกต้อง)	113.7333	160.7540	.7201	.7743
Q9_18 (มีมนุษยสัมพันธ์)	113.8000	164.9241	.6953	.7785
Q9_19 (Cell Center บริการดี)	113.8667	167.4299	.4620	.7838
Q9_20 (การโฆษณา)	114.1667	166.4885	.5370	.7818
Q9_21 (ความผันผวน)	114.2667	161.5126	.6668	.7758
Q9_22 (อัตราเงินเฟ้อ)	114.4000	162.2483	.6658	.7764
Q9_23 (ความมั่นคงธนาคาร)	113.5000	165.1552	.6398	.7793
Q9_24 (เปลี่ยนอัตราดอกเบี้ย)	114.2000	162.5103	.7511	.7755
Q9_25 (การเมือง)	114.0333	166.5161	.5580	.7815
Q9_26 (คุ้มครองเงินฝาก)	114.1667	165.3851	.5362	.7811

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 45

Alpha = .7945

ผลสรุปการทดสอบค่าความเชื่อมั่น โดยคำนวณจากโปรแกรมทางสถิติ พบว่า มีค่า Alpha อยู่ที่ 0.7945 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง

ภาคผนวก ค
สรุปวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ตารางผนวกที่ 2 สรุปวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้วิจัย	ศึกษาเรื่อง	วิธีการศึกษา	ตัวแปร	ผลการศึกษา
กรัณฐรัตน์ ดวงใจสืบ (2555)	พฤติกรรมการออม ของครัวเรือนใน ประเทศไทย	ใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอวิธีการแจกแจง ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ไคสแควร์ สหสัมพันธ์และการ ถดถอย	- ศึกษาพฤติกรรมการ ออมของครัวเรือนมีการ ออมเงินหรือไม่ - มีมูลค่าการออมเงิน รูปแบบการออมเงิน และ วัตถุประสงค์ของการออม เงินแต่ละครัวเรือนเป็น อย่างไร	ผลการศึกษาพบว่า หัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุมากกว่า 50 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่า หรือเท่ากับประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรหรือประมง มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 1 - 3 คน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีจำนวนหนี้สินมากกว่า 100,000 บาท จะนิยมออมเงินด้วยวิธีการฝากธนาคารผ่าน สถาบันการเงินหรือสหกรณ์ออมทรัพย์ วัตถุประสงค์ของ การออมส่วนใหญ่นิยมออมเงินเพื่อเก็บไว้ใช้เวลาเจ็บป่วย หรือชรา ข้อเสนอแนะ ต้องการให้ครัวเรือนมีการออมเงิน เพิ่มมากขึ้น อันดับแรกเพิ่มระดับการออมของครัวเรือน ภาครัฐต้องมีการดำเนินงานในระยะยาว เพื่อให้ครัวเรือน เห็นความสำคัญในการออม และส่งเสริมให้เงินออมเข้ามา สู่ในระบบซึ่งทำให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้อย่าง เต็มที่

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ศึกษาเรื่อง	วิธีการศึกษา	ตัวแปร	ผลการศึกษา
จุฑาริบัติ ฤกษ์สันศักดิ์ (2555)	ศึกษาเปรียบเทียบ พฤติกรรมกรรมการออม ของพนักงาน บริษัทเอกชน และ ข้าราชการ ในเขต กรุงเทพมหานคร	ใช้แบบสอบถามโดย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจง แบบโควตา การ วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ พรรณนาวิเคราะห์ ปัจจัย ส่วนบุคคล ปัจจัยด้าน เศรษฐกิจ พฤติกรรมการ ออม ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยและ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติไคสแควร์เพื่อ ทดสอบสมมติฐานและนำ เสนอผลเชิงเปรียบเทียบ	- ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วน บุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา จำนวนผู้อยู่ในอุปการะ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น รายได้ รายจ่าย - ตัวแปรตาม พฤติกรรม การออมด้านจำนวนเงิน วัตถุประสงค์การออม รูปแบบการออม สัดส่วน เงินออมเป็นเปอร์เซ็นต์ของ จำนวนเงินออม	ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริษัทเอกชนและ ข้าราชการที่มีการออมเงินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี สถานภาพโสดและไม่มีผู้อยู่ในอุปการะเลี้ยงดู พนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001 – 25,000 บาท ส่วนข้าราชการมี รายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท ด้านรายจ่าย พนักงานเอกชนมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ข้าราชการมีรายจ่ายเฉลี่ยต่ำกว่าพนักงานบริษัทเอกชน โดยมี รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ด้านพฤติกรรมการ ออมพบว่าทั้งพนักงานเอกชน และข้าราชการไม่มีการวางแผน การออม คือ ไม่มีการกำหนดไว้แน่นอนในแต่ละเดือนจะออม ตามเงินที่เหลือ มีจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 1,000 – 5,000 บาท และมีวัตถุประสงค์การออม คือ เก็บไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน ด้านรูปแบบการออมส่วนใหญ่ออมประเภทเงินฝากออมทรัพย์ และมีแนวโน้มการออมในอนาคตเพิ่มขึ้น ด้านปัจจัยกำหนด การออมจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านระดับรายได้มากที่สุด

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ศึกษาเรื่อง	วิธีการศึกษา	ตัวแปร	ผลการศึกษา
ดร.วรรณรา ชื่นวัฒนาและ คณะ (2552)	ศึกษารูปแบบการ ออมและแนวทาง ส่งเสริมการออม สำหรับประชาชนใน ภาคตะวันออกเฉียง เหนือตอนล่าง 4 จังหวัด	วิเคราะห์หาต้นทุนแบบ การออมที่ดีที่สุด (Best Practice) ในพื้นที่ ด้วย การใช้แบบสอบถาม ร่วมกับการเก็บข้อมูล เชิงคุณภาพ (การสัมภาษณ์เชิงลึก In-depth Interview การสนทนากลุ่ม Focus Group และการ จัดประชุมสัมมนา)	ศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างข้อมูลครอบครัว กับรูปแบบการออม การใช้จ่ายเงินออมและ เป้าหมายการออม	ผลการศึกษาพบว่า ครีวเรือนมีทรัพย์สินเป็น อสังหาริมทรัพย์ หนี้เป็นกองทุนเงินล้าน รูปแบบการออม ในกรมธรรม์ ประกันชีวิต มีวิธีการออมด้วยการเก็บออม หลังจากได้รับเงินจากการประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นการออม รายเดือน เงินที่ออมส่วนใหญ่จะอยู่ที่ร้อยละ 6 - 15 ของ รายได้ เป้าหมายของการออมเงินเพื่อใช้จ่ายยามเจ็บป่วย จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการ ออมทุกรูปแบบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย การออมเงินในครอบครัวที่มีจำนวนสมาชิก 4 - 6 คน มีการ ออมสูงกว่าครอบครัวขนาดอื่นๆ ข้อเสนอแนะ หาวีธีส่งเสริมการออมที่เหมาะสม กับอาชีพ พัฒนาเครือข่ายและสนับสนุนกลุ่มการออม ควร มีการศึกษาเพื่อหารูปแบบการออมที่เหมาะสม พัฒนากลุ่ม การออมให้มีความเข้มแข็ง

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ศึกษาเรื่อง	วิธีการศึกษา	ตัวแปร	ผลการศึกษา
โสภา เหมือง หม้อ (2552)	ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือนผ่านธนาคารพาณิชย์	โครงสร้างการออม ศึกษาเชิงพรรณนาการปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการออม ทำโดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีโคอินทิเกรชั่นและวิธีเออเรอร์เรคชั่น แนวโน้มของการออม ทำโดยการสร้างสมการกำลังสองน้อยที่สุด	- ตัวแปรอิสระ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเฉลี่ย, ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป, รายได้ประชาชาติ, จำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์, ค่าใช้จ่ายในการบริโภค - ตัวแปรตาม ปริมาณเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์	ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างการออมพบว่าดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป รายได้ประชาชาติและจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามกับดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป แต่มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับรายได้ประชาชาติและจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการออม พบว่าปัจจัยด้านรายได้ ประชาชนมีผลต่อการออมภาคครัวเรือนมากที่สุด ส่วนด้านการศึกษาแนวโน้มปริมาณเงินฝากธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2552 - พ.ศ. 2556 พบว่าปริมาณเงินฝากของภาคครัวเรือนผ่านธนาคารพาณิชย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ข้อเสนอแนะ ควรส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น การเพิ่มสาขาของธนาคารพาณิชย์ถือเป็นการเพิ่มโอกาสของประชาชนในการฝากเงิน

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ศึกษาเรื่อง	วิธีการศึกษา	ตัวแปร	ผลการศึกษา
สัมฤทธิ์ อัมพรทิวา ทิพย์ (2550)	ศึกษาพฤติกรรมกร ออมลูกค้ารายใหญ่ ของธนาคารพาณิชย์ ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	รวบรวมได้จากแบบ สอบถาม จะนำมา วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิง พรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ที่ระดับความ เชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 คือ ยอมรับระดับความ คลาดเคลื่อนจากการสุ่ม ตัวอย่างร้อยละ 5	หาความสัมพันธ์ระหว่าง ข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรม การออม และความ สัมพันธ์ระหว่างข้อมูล ทั่วไปกับสิ่งกระตุ้น ทางการตลาดที่มี ผลกระทบต่อกรออม	ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วน ใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 – 45 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงาน บริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมกรออมเงินอยู่ที่ร้อยละ 10 - 20 ของรายได้ วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง โดยใช้วิธี ฝากเงินกับสถาบันการเงินประเภทออมทรัพย์และรับทราบ ข้อมูลข่าวสารการฝากเงินมาจากพนักงานธนาคาร สิ่งกระตุ้น ทางการตลาดให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมากที่สุด ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยพิเศษ รองลงมาด้านสถานที่หรือการ จัดจำหน่าย ในเรื่องทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่บ้าน/ที่ทำงานมีความ สะดวก ด้านส่งเสริมการตลาด ในเรื่องพนักงานมีมนุษย สัมพันธ์ มารยาท และให้บริการที่ดี และด้านอื่นๆ ในเรื่อง ความมั่นคงของเงินออม และด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง ชื่อเสียงหรือเอกลักษณ์ของสถาบันการเงิน

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ศึกษาเรื่อง	วิธีการศึกษา	ตัวแปร	ผลการศึกษา
รุ่งนภา ศรีธัญญะโชติ (2550)	ศึกษาพฤติกรรมกรอ อมเพื่อใช้จ่ายใน อนาคตของ ประชาชน กรณีศึกษา ผู้บริหารศูนย์การขยาย บริษัทไทยประกัน ชีวิตจำกัดสาขานบุรี กรุงเทพมหานคร	ดำเนินการเก็บข้อมูล จากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่และร้อยละ ด้านข้อมูลทั่วไปและ ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมกรออม วิเคราะห์ปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์ต่อ พฤติกรรมกรออมโดย สถิติไคว์สแควร์	- ตัวแปรอิสระ ข้อมูล ทั่วไปของผู้ตอบแบบ สอบถาม - ตัวแปรตาม พฤติกรรม การออมเพื่อใช้จ่ายใน อนาคต	ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมกรออม มีความถี่ ในการออมทุก 6 เดือน ปริมาณการออมต่อปีอยู่ระหว่าง 50,000 - 100,000 บาท มีการวางแผนการออมไว้ล่วงหน้า ออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน, เจ็บป่วย, ชรา วิธีการออมโดยการทำประกันชีวิต ด้านปัจจัยทางด้าน การศึกษา รายได้รวม จำนวนคนในอุปการะ ภาระหนี้สิน อัตราเงินเฟ้อในอนาคต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรอ อมเงิน แต่เรื่องของอัตราผลตอบแทนจากการออมไม่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการออมของผู้บริหารศูนย์ การขยาย ข้อเสนอแนะ ควรมีการจัดสรรรายได้ของบุคคล ออกเป็นส่วนๆให้ชัดเจน มีการควบคุมบริหารรายจ่ายของ บุคคลให้มีประสิทธิภาพ ควรวางแผนการออมเพื่อให้เกิด ประสิทธิผลในแผนการออมตามเป้าหมาย

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ชื่อผู้วิจัย	ศึกษาเรื่อง	วิธีการศึกษา	ตัวแปร	ผลการศึกษา
วิมลรัตน์ ศรีรัตนกุล (2550)	ปัจจัยที่มีผลต่อการออม ในระบบธนาคาร พาณิชย์ในประเทศไทย	อาศัยสมการถดถอย เชิงซ้อนแล้วประมาณค่า ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลอนุกรมเวลาราย ไตรมาส ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536 - 2547 เป็นระยะ เวลา 12 ปี	ศึกษาในเรื่องของปัจจัยที่มี ผลกระทบต่อปริมาณเงิน ฝากออมทรัพย์ และปัจจัยที่ มีผลกระทบต่อปริมาณเงิน ฝากประจำในระบบธนาคาร พาณิชย์	ผลการศึกษาพบว่า หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 พฤติกรรมการออมของประชาชนได้เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่เคยออกเงินในรูปแบบบัญชีเงินฝากประจำ กลับเปลี่ยน มาออมในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์แทน ส่วนปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่มีผลกระทบต่อปริมาณเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์มวล รวมประชาชาติ รองลงมา คือ ราคาทองคำแท่ง ตัวแปรหุ่นซึ่งใช้ แทนการเปลี่ยนแปลงจำนวนสาขาของธนาคารพาณิชย์ และส่วน ต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยต่ำสุดของเงินฝากประจำกับอัตราดอกเบี้ย สูงสุดของเงินฝากออมทรัพย์ ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณเงิน ฝากประจำมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ รองลงมา คือ ราคาทองคำแท่ง ดังนั้น หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควร ดำเนินนโยบายรักษาเสถียรภาพของระดับราคา และสร้างความ มั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนสร้างความมั่นใจให้กับ ประชาชนในการออมเงินกับธนาคารพาณิชย์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ ธนาคารพาณิชย์สามารถเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการพัฒนา เศรษฐกิจให้เจริญต่อไป

ที่มา: ผู้ศึกษา (2557)

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวนัตราภรณ์ เมฆรัตน์
วัน เดือน ปีที่เกิด	31 กรกฎาคม 2531
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	บัญชีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	Business Process Improvement officer
สถานที่ทำงาน	บริษัท ดี.เอส.เอ. สยามวาตา จำกัด