

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการออมของผู้มีรายได้ประจำ : กรณีศึกษา พนักงาน  
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ และพนักงาน  
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวธิดารัตน์ สวงวนศักดิ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข	ประธานกรรมการ
อาจารย์นันทนา คำนวน	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรพิน สันติธีรากุล	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผล  
กระทบต่อการออมของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ (กฟน.1) และ  
พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ (กฟจ.เชียงใหม่)

การศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามพนักงานการไฟฟ้า  
ส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ และพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่  
จำนวน 240 คน และนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ย  
ถ่วงน้ำหนัก ซึ่งสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ  
(กฟน.1) และพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ (กฟจ.เชียงใหม่) ส่วนใหญ่ออมเพื่อ  
เก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน  
ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ปีละ 600–1,000 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์แบบฝากออมทรัพย์  
โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคาร  
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อมากกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อ  
กรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่ซื้อแบบรายปี จ่ายเบี้ยประกันชีวิต

ปีละไม่เกิน 10,000 บาท ไม่ซื้อพันธบัตรรัฐบาลหรือหุ้นของบริษัทต่างๆ จำนวนเงินที่ซื้อตั้งแต่ 3,000 บาท จนถึง 1,000,000 บาท

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามยังอมในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ ทองคำรูปพรรณ ที่ดิน กองทุนรวม เก็บไว้กับตัวเอง จำนวนที่อมตั้งแต่ 10,000 บาท จนถึง 2,000,000 บาท

ผลการศึกษาปัจจัยต่างๆ ในรายละเอียดมีดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนการออมสูง ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีบริการรวดเร็ว สะดวกสบาย

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการออมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยี เช่น ตู้เอทีเอ็มกระตุ้นความต้องการให้ใช้บริการของธนาคารมากขึ้น

ปัจจัยจากภาครัฐที่มีผลต่อการออมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและมีเงินเหลือสำหรับการออมมากขึ้น

**Independent Study Title** The Saving Behavior of Fixed Income Officers : The Case Study of the Officers of Provincial Electricity Authority Area 1 (North) and Chiang Mai Electric Office.

**Author** Miss Tidarat Sa-nguansak

**M.B.A.**

**Examining Committee** Lecturer Petcharat Mesomboonpoonsuk Chairman  
Lecturer Nunthana Kumnuan Member  
Asst. Prof. Orapin Santidhirakul Member

### **Abstract**

The study aimed at investigating the saving behavior and factors affecting the saving behavior of officers of Provincial Electricity Authority Area 1 (North) and Chiang Mai Electric Office.

The data was collected through responses on a set of questionnaire assigned to the number of 240 officers of Provincial Electricity Authority Area 1 (North) and Chiang Mai Electric Office before being processed with frequencies, percentage, means and weighted means; the results showed that:

Most officers of Provincial Electricity Authority Area 1 (North) and Chiang Mai Electric Office had set aside some of their savings for medical cares and personal spending when growing older. They also set aside their 9–10% of the salaries for provident fund, and 600–1,000 baht from the salaries in Saving Cooperative while some of their saving, with the amount unspecified, was put in commercial bank's saving accounts. Most of them didn't buy lotto issued by the Government Savings Bank and the Bank for Agriculture and Agricultural Co-operatives while few of them did with the amount that mostly went beyond 10,000 baht. Some of them had annual life insurance packages with the annual premium rates of less than

10,000 baht. Some of them had invested in the public and private bonds with the amount ranging from 3,000 baht to 1,000,000 baht.

They also had put their savings on fine gold, estates and mutual fund as well as personal cash; the amount ranged from 10,000 baht to 2,000,000 baht.

However, the investigation on factors affecting their saving behavior revealed as followed:

The marketing mix factor of financial institution regarding the product factor that affected the saving behavior showed means at Much Level; among these, the highest means, shown at Much Level, was found in a certain item namely: High Rates of Return. The price factor showed the means at High Level; among these, the highest means, shown at Much Level, was found in a certain item namely: Free from Income Taxation. The place factor also showed its means at Much Level; among these, certain areas showing highest means, obviously at Much Level, were Conveniences and Modernization. The promotion factor showed its average at Fair Level; among these, the highest means, being quoted at Much Level, was found in the area of Consistent Publicizing. In personal factor, its general means was quoted at Fair Level; the highest means, being quoted at Much Level, were found in items regarding Fine Personality and Communication of the Personnel. As for the process factor, the means was quoted at Much Level; the highest means, being quoted at Much Level, were found in the items regarding Promptness and Conveniences.

Some outside factors affecting the saving behavior of theirs were quoted at Much Level; the factor showing the highest means, being quoted at Much Level, was found in the item regarding The Technological Development like the availability of ATMs that urged the bank's customers to make more use of the services rendered from the bank.

Some public factors affecting their saving behaviors were quoted at Much Level; the factor showing the highest average, being quoted at Much Level, was found in the area regarding the Thai Products Utilization Campaign. This campaign helped contribute more savings since they could pay less and save more.