

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาในหัวข้อเรื่องพฤติกรรมการออมของผู้มีรายได้ประจำ กรณีศึกษาพนักงานไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ และพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ มีจุดประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ (กพน.1) และพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ (กพจ.เชียงใหม่)

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อายุงาน ตำแหน่ง จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต้องรับอุปการะเลี้ยงดู การมีรายได้พิเศษ รายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการครองชีพต่อเดือน ภาระค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบ้าน ภาระในการผ่อนชำระรถต่อเดือน ภาระค่าใช้จ่ายอื่นๆ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2. ข้อมูลพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

- 2.1 ข้อมูลพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ
- 2.2 ข้อมูลพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ
- 2.3 ข้อมูลพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ
- 2.4 ข้อมูลพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน (รวมเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และรายได้พิเศษอื่นๆ)

ส่วนที่ 3. ข้อมูลปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

- 3.1 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมจำแนกตามเพศ
- 3.2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมจำแนกตามอายุ
- 3.3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมจำแนกตามสถานภาพ
- 3.4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมจำแนกตามรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน (รวมเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และรายได้พิเศษอื่นๆ)

ส่วนที่ 4. ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในการออม ประกอบด้วย ปัญหาในการฝากเงินกับสถาบันการเงิน ปัญหาในการซื้อกรรมธรรม์จากบริษัทประกันชีวิต ปัญหาในการซื้อหลักทรัพย์ และ ปัญหาในการออมรูปแบบอื่นๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอายุงานมากกว่า 20 ปี เป็นพนักงานทั่วไป ใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องรับอุปการะเลี้ยงดูจำนวน 1 ถึง 2 คน ไม่มีรายได้พิเศษ รายได้รวมโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการครองชีพโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ไม่มีภาระการผ่อนซื้อหรือเช่าบ้าน ไม่มีภาระในการผ่อนซื้อรถ มีภาระค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่าเล่าเรียนของบุตรหรือตนเอง โดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ปีละ 600 – 1,000 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์แบบฝากออมทรัพย์ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำหรับผู้ที่ซื้อส่วนใหญ่จะซื้อมากกว่า 10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต สำหรับผู้ที่ซื้อจะซื้อแบบรายปี จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ซื้อพันธบัตรรัฐบาลหรือหุ้นของบริษัทต่างๆ สำหรับผู้ที่ซื้อจะซื้อในจำนวนเงินตั้งแต่ 3,000 บาท จนถึง 1,000,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออมในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ ทองคำรูปพรรณ ที่ดิน กองทุนรวม และเก็บไว้กับตัวเอง โดยจำนวนที่ออมตั้งแต่ 10,000 บาท จนถึง 2,000,000 บาท

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 93 พฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

พฤติกรรม	เพศชาย : 133 คน	เพศหญิง : 107 คน
เหตุผลในการออม	เพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว (37.0)	เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา (31.0)
อัตราการออมเงินกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (39.85)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (48.60)
จำนวนเงินฝากกับสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อเดือน	200 – 500 บาท (37.59)	600 – 1,000 บาท (42.06)
จำนวนเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปี	ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก (60.9)	ไม่เกิน 10,000 บาท และไม่ระบุจำนวนเงินฝาก (31.8)
ปริมาณการซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	ไม่ซื้อ (84.97)	ไม่ซื้อ (80.37)
ปริมาณเบี้ยประกันชีวิตต่อปี	ไม่ซื้อ (51.88)	ไม่ซื้อ (57.01)

จากตารางที่ 93 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 200 – 500 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่เกิน 1,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 600 – 1,000 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงินฝากหรือฝากไม่เกิน

10,000 บาท ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อมากกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละ 10,001 – 20,000 บาท

ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ตารางที่ 94 พฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

พฤติกรรม	20 – 30 ปี : 31 คน	31 – 40 ปี : 83 คน	41 – 50 ปี : 101 คน	มากกว่า 50 ปี : 25 คน
เหตุผลในการออม	เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา และเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว (6.5)	เพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว (25.5)	เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา (29.9)	เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา (8.7)
อัตราการออมเงินกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ร้อยละ 3 – 4 ของเงินเดือน (61.3)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (39.8)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (45.54)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (72.0)
จำนวนเงินฝากกับสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อเดือน	200 – 500 บาท (61.3)	200 – 500 บาท (47.0)	600 – 1,000 บาท (48.5)	600 – 1,000 บาท (68.0)
จำนวนเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปี	ไม่เกิน 10,000 บาท (41.9)	ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก (53.0)	ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก (53.5)	ไม่เกิน 10,000 บาท และไม่ระบุจำนวนเงินฝาก (24.0)

ตารางที่ 94 พฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ (ต่อ)

พฤติกรรม	20 – 30 ปี : 31 คน	31 – 40 ปี : 83 คน	41 – 50 ปี : 101 คน	มากกว่า 50 ปี : 25 คน
ปริมาณการซื้อสลาก ออมสินหรือสลาก ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร	ไม่ซื้อ (80.6)	ไม่ซื้อ (75.9)	ไม่ซื้อ (90.1)	ไม่ซื้อ (80.0)
ปริมาณเบี้ยประกัน ชีวิตต่อปี	ไม่ซื้อ (54.8)	ไม่ซื้อ (30.1)	ไม่ซื้อ (54.5)	ไม่ซื้อ (44.0)

จากตารางที่ 94 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชราและเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 3 - 4 ของเงินเดือน ผักเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 200 – 500 บาท ผักเงินกับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปีไม่เกิน 10,000 บาท ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่เกิน 1,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัวออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ผักเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 600 – 1,000 บาท ผักเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงิน ผัก ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่เกิน 1,000 บาท และมากกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละ 10,001 – 20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ผักเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 600 – 1,000 บาท ผักเงินกับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 50,000 บาท ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่มากกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ผ่าเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 200 – 500 บาท ผ่าเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงิน ผ่า ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อ 1,001 – 2,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละ 20,001 – 30,000 บาท

ส่วนที่ 2.3 ข้อมูลพฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 95 พฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

พฤติกรรม	โสด : 67 คน	สมรส : 163 คน	อื่นๆ : 10 คน
เหตุผลในการออม	เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา (17.4)	เพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว (46.6)	เพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว (3.0)
อัตราการออมเงินกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (40.3)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (46.5)	ร้อยละ 3 – 4 และ 9 – 10 ของเงินเดือน (40.0)
จำนวนเงิน ผ่ากับสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อเดือน	200 – 500 บาท (38.8)	600 – 1,000 บาท (41.1)	200 – 500 บาท (40.9)
จำนวนเงิน ผ่ากับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปี	ไม่ระบุจำนวนเงิน ผ่า (46.3)	ไม่ระบุจำนวนเงิน ผ่า (49.7)	ไม่เกิน 10,000 บาท (60.0)
ปริมาณการซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	ไม่ซื้อ (89.6)	ไม่ซื้อ (79.1)	ไม่ซื้อ (100.0)
ปริมาณเบี้ยประกันชีวิตต่อปี	ไม่ซื้อ (62.7)	ไม่ซื้อ (50.3)	ไม่ซื้อ (60.0)

จากตารางที่ 95 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 200 – 500 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่เกิน 1,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ที่มีสถานภาพสมรสส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 600 – 1,000 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อมากกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละ 10,001 – 20,000 บาท

ผู้ที่มีสถานภาพอื่นๆ ส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 และ 3 – 4 ของเงินเดือน ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 200 – 500 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปีไม่เกิน 10,000 บาท ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท

ส่วนที่ 2.4 ข้อมูลพฤติกรรมกรออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ทั้งหมด โดยเฉลี่ยต่อเดือน (รวมเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และรายได้พิเศษอื่นๆ)

ตารางที่ 96 พฤติกรรมกรออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ทั้งหมด โดยเฉลี่ยต่อเดือน (รวมเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และรายได้พิเศษอื่นๆ)

พฤติกรรม	ต่ำกว่า 10,000 บาท : 20 คน	10,000 – 20,000 บาท : 98 คน	20,001 – 30,000 บาท : 66 คน	30,001 – 40,000 บาท : 40 คน	สูงกว่า 40,000 บาท : 16 คน
เหตุผลในการออม	เพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว (5.7)	เพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว (26.0)	เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา (20.1)	เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา (12.9)	เพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา (5.1)
อัตรากรออมเงินกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	ร้อยละ 3 – 4 ของเงินเดือน (75.0)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (37.8)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (42.4)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (60.0)	ร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน (81.3)
จำนวนเงินฝากกับสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อเดือน	200 – 500 บาท (65.0)	200 – 500 บาท (49.0)	600 – 1,000 บาท (51.5)	600 – 1,000 บาท (45.0)	600 – 1,000 บาท (56.3)
จำนวนเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปี	ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก (60.0)	ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก (58.2)	ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก (43.9)	มากกว่า 50,000 บาท (37.5)	มากกว่า 50,000 บาท (56.4)

ตารางที่ 96 พฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ทั้งหมด โดยเฉลี่ยต่อเดือน (รวมเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และรายได้พิเศษอื่นๆ) (ต่อ)

พฤติกรรม	ต่ำกว่า 10,000 บาท : 20 คน	10,000 – 20,000 บาท : 98 คน	20,001 – 30,000 บาท : 66 คน	30,001 – 40,000 บาท : 40 คน	สูงกว่า 40,000 บาท : 16 คน
ปริมาณการซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	ไม่ซื้อ (90.0)	ไม่ซื้อ (74.5)	ไม่ซื้อ (92.4)	ไม่ซื้อ (87.5)	ไม่ซื้อ (75.0)
ปริมาณเบี้ยประกันชีวิตต่อปี	ไม่ซื้อ (80.0)	ไม่ซื้อ (50.0)	ไม่ซื้อ (54.5)	ไม่ซื้อ (57.5)	ไม่ซื้อ (37.5)

จากตารางที่ 96 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 3 – 4 ของเงินเดือน ผักเงินกับ สหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 200 – 500 บาท ผักเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่เกิน 1,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 - 10 ของเงินเดือน ผักเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 200 – 500 บาท ผักเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อไม่เกิน 1,000 บาท และมากกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน

ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 600 – 1,000 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์แต่ส่วนใหญ่ ไม่ระบุจำนวนเงินฝาก ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อมากกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ย 30,001 – 40,000 บาท ส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 600 – 1,000 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 50,000 บาท ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อมากกว่า 10,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่าย เบี้ยประกันชีวิตปีละ 10,001 – 20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยมากกว่า 40,000 บาท ส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์เดือนละ 600 – 1,000 บาท ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 50,000 บาท ไม่ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ส่วนที่ซื้อส่วนใหญ่ซื้อ 1,001 – 2,000 บาท ไม่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ส่วนที่ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตส่วนใหญ่จ่ายเบี้ยประกันชีวิตปีละ 20,001 – 30,000 บาท

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ด้านราคาที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ด้านบุคลากรที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวก สบาย

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยี

ปัจจัยที่เป็นปัจจัยจากภาครัฐที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ส่วนที่ 3.1 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 97 สรุปข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามเพศ

ปัจจัย	ชาย : 133 คน	หญิง : 107 คน
ผลิตภัณฑ์	ให้อัตราผลตอบแทนสูง (3.86)	ให้อัตราผลตอบแทนสูง (4.29)
ราคา	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (3.66)	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (4.01)
สถานที่หรือการจัดจำหน่าย	สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย (3.58)	สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย (4.09)
การส่งเสริมการตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (3.38)	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (3.64)
บุคลากร	ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรี พุดจาไพเราะ (3.66)	ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรี พุดจาไพเราะ (3.94)
ขบวนการให้บริการ	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย (4.02)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย (4.33)
ปัจจัยภายนอก	สภาพเศรษฐกิจ (3.74)	การพัฒนาเทคโนโลยี (4.10)
ปัจจัยจากภาครัฐ	การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย (3.61)	การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ (4.05)

จากตารางที่ 97 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้าน

สถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรี พุดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ให้บริการ รวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรี พุดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยี ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ

ส่วนที่ 3.2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามอายุ

ตารางที่ 98 สรุปข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามอายุ

ปัจจัย	อายุ 20 – 30 ปี : 31 คน	อายุ 31 – 40 ปี : 83 คน	อายุ 41 – 50 ปี : 101 คน	อายุ 50 ปีขึ้นไป : 25 คน
ผลิตภัณฑ์	ให้อัตราผลตอบแทนสูง (4.13)	ให้อัตราผลตอบแทนสูง (4.05)	ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน (4.08)	ให้อัตราผลตอบแทนสูง (4.04)
ราคา	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (4.00)	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (3.76)	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (3.76)	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (4.00)
สถานที่หรือการจัดจำหน่าย	สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย (3.90)	สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน (3.72)	สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย (3.86)	สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน (4.08)
การส่งเสริมการตลาด	มีของแถม สินค้าสมนาคุณในการใช้บริการ (3.32)	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (3.41)	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (3.64)	มีของแถม สินค้าสมนาคุณในการใช้บริการ (3.64)
บุคลากร	ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ (3.65)	ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ (3.67)	ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ (3.88)	ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ (3.96)
ขบวนการให้บริการ	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย (3.97)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย (4.18)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย (4.23)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย (4.04)
ปัจจัยภายนอก	สภาพเศรษฐกิจ (3.71)	สภาพเศรษฐกิจ (3.83)	การพัฒนาเทคโนโลยี (3.98)	สภาพเศรษฐกิจ (4.04)

ตารางที่ 98 สรุปข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัย	อายุ 20 – 30 ปี : 31 คน	อายุ 31 – 40 ปี : 83 คน	อายุ 41 – 50 ปี : 101 คน	อายุ 50 ปีขึ้นไป : 25 คน
ปัจจัยจากภาค รัฐ	แก่ การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ (3.26)	การรณรงค์ให้ใช้ ของที่ผลิตใน ประเทศไทยทำ ให้ช่วยประหยัด ค่าใช้จ่าย (3.70)	การส่งเสริมการ ใช้จ่ายอย่าง ประหยัด และการ รณรงค์ให้ใช้ของ ที่ผลิตในประเทศไทย ทำให้อายุ ประหยัดค่าใช้จ่าย (4.01)	การรณรงค์ให้ใช้ ของที่ผลิตใน ประเทศไทยทำ ให้ช่วยประหยัด ค่าใช้จ่าย (4.08)

จากตารางที่ 98 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมี ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีของแถม สินค้าสมนาคุณในการใช้บริการ ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่

หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยี ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการใช้จ่ายอย่างประหยัดและการรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

ได้แก่ สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีของแถม สินค้าสมนาคุณในการใช้บริการ ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ส่วนที่ 3.3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 99 สรุปข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัย	โสด : 67 คน	สมรส : 163 คน	อื่นๆ : 10 คน
ผลิตภัณฑ์	ให้อัตราผลตอบแทนสูง (4.16)	ให้อัตราผลตอบแทนสูง (4.00)	ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน (4.30)
ราคา	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (4.09)	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (3.69)	ไม่เสียภาษีเงินฝาก (4.00)
สถานที่หรือการจัดจำหน่าย	สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย(3.91)	สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงานและสถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย(3.75)	เปิดให้บริการทุกวันและสถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย(4.10)
การส่งเสริมการตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (3.34)	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (3.55)	มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง (3.70)
บุคลากร	ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรี พุดจาไพเราะ (3.78)	ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรี พุดจาไพเราะ (3.80)	ผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป (3.90)
ขบวนการให้บริการ	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย (4.09)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย (4.18)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย และมีพนักงานให้บริการถึงที่ (4.30)
ปัจจัยภายนอก	สภาพเศรษฐกิจ (3.91)	การพัฒนาเทคโนโลยี (3.90)	สภาพกฎหมายและการเมือง และสภาพสังคม (4.30)

ตารางที่ 99 สรุปข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามสถานภาพ (ต่อ)

ปัจจัย	โสด : 67 คน	สมรส : 163 คน	อื่นๆ : 10 คน
ปัจจัยจากภาครัฐ	การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ (3.64)	การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย (3.83)	การส่งเสริมการใช้จ่ายอย่างประหยัด การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ (4.30)

จากตารางที่ 99 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมี ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรี พุดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ

มาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่ หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงานและสถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยี ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เปิดให้บริการทุกวันและสถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ รวดเร็ว สะดวกสบาย และมีพนักงานให้บริการถึงที่ ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สภาพกฎหมายและการเมืองและสภาพสังคม ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากมี 3 ปัจจัย ได้แก่ การส่งเสริมการใช้จ่ายอย่างประหยัด การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ

ส่วนที่ 3.4 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน (รวมเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และรายได้พิเศษอื่นๆ)

ตารางที่ 100 สรุปข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน(รวมเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และรายได้พิเศษอื่นๆ)

ปัจจัย	ต่ำกว่า 10,000 บาท : 20 คน	10,000 – 20,000 บาท : 98 คน	20,001 – 30,000 บาท : 66 คน	30,001 – 40,000 บาท : 40 คน	สูงกว่า 40,000 บาท : 16 คน
ผลิตภัณฑ์	ให้อัตราผล ตอบแทนสูง (4.40)	ให้อัตราผล ตอบแทนสูง (4.02)	ให้อัตราผล ตอบแทนสูง (3.88)	ชื่อเสียงหรือ ภาพลักษณ์ของ สถาบันการเงิน (4.45)	ชื่อเสียงหรือ ภาพลักษณ์ของ สถาบันการเงิน (3.94)
ราคา	ไม่เสียภาษีเงิน ฝาก (4.35)	ไม่เสียภาษีเงิน ฝาก (3.73)	ไม่เสียภาษีเงิน ฝาก (3.73)	ไม่เสียภาษีเงิน ฝาก (3.85)	ไม่เสียภาษีเงิน ฝาก (3.94)
สถานที่ หรือการจัด จำหน่าย	สถานที่ให้ บริการมีความ สะดวกสบาย ทันสมัย (4.40)	มีระบบ ออนไลน์ เช่น ผู้เอทีเอ็ม การ ฝาก / ถอนเงิน ต่างสาขา (3.73)	สถานที่ให้ บริการมีความ สะดวกสบาย ทันสมัย (3.70)	สถาบันการเงิน อยู่ใกล้บ้าน หรือสถานที่ ทำงาน(4.13)	สถานที่ให้ บริการมีความ สะดวกสบาย ทันสมัย (3.94)
การส่งเสริม การตลาด	มีการประชาสัมพันธ์ ข่าว สารอย่างต่อเนื่อง (3.80)	มีการประชาสัมพันธ์ ข่าว สารอย่างต่อเนื่อง (3.44)	มีการประชาสัมพันธ์ ข่าว สารอย่างต่อเนื่อง (3.32)	มีการประชาสัมพันธ์ ข่าว สารอย่างต่อเนื่อง (3.70)	มีการประชาสัมพันธ์ ข่าว สารอย่างต่อเนื่อง (3.69)
บุคลากร	ผู้ให้บริการมี บุคลิกภาพดี มี อัธยาศัยไมตรี พูดจาไพเราะ (4.30)	ผู้ให้บริการมี บุคลิกภาพดี มี อัธยาศัยไมตรี พูดจาไพเราะ (3.62)	ผู้ให้บริการมี บุคลิกภาพดี มี อัธยาศัยไมตรี พูดจาไพเราะ (3.88)	ผู้ให้บริการมี บุคลิกภาพดี มี อัธยาศัยไมตรี พูดจาไพเราะ (3.85)	ผู้ให้บริการมี บุคลิกภาพดี มี อัธยาศัยไมตรี พูดจาไพเราะ (3.63)
ขบวนการ ให้บริการ	ให้บริการรวดเร็ว สะดวก สบาย (4.55)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวก สบาย (4.09)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวก สบาย (4.09)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวก สบาย (4.23)	ให้บริการรวดเร็ว สะดวก สบาย (4.19)

ตารางที่ 100 สรุปข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการออมจำแนกตามรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน(รวมเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง และรายได้พิเศษอื่นๆ) (ต่อ)

ปัจจัย	ต่ำกว่า 10,000 บาท : 20 คน	10,000 – 20,000 บาท : 98 คน	20,001 – 30,000 บาท : 66 คน	30,001 – 40,000 บาท : 40 คน	สูงกว่า 40,000 บาท : 16 คน
ปัจจัยภายนอก	สภาพเศรษฐกิจ (4.00)	สภาพเศรษฐกิจ และการพัฒนา เทคโนโลยี (3.73)	การพัฒนา เทคโนโลยี (3.89)	การพัฒนา เทคโนโลยี (4.15)	สภาพเศรษฐกิจ (4.13)
ปัจจัยจากภาครัฐ	การรณรงค์ให้ ใช้ของที่ผลิต ในประเทศไทย ทำให้ช่วย ประหยัดค่าใช้จ่าย (4.10)	การรณรงค์ให้ ใช้ของที่ผลิต ในประเทศไทย ทำให้ช่วย ประหยัดค่าใช้จ่าย (3.70)	การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ (3.64)	การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ (4.10)	การส่งเสริม การใช้จ่ายอย่าง ประหยัด (4.13)

จากตารางที่ 100 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยรวมแตกต่างกัน โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีธรรมาภิบาลไม่ตรีพุดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีระบบออนไลน์ เช่น ตู้เอทีเอ็ม การฝาก / ถอนเงินต่างสาขา ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ รวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจและการพัฒนาเทคโนโลยี ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ รวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยี ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ รวดเร็ว สะดวกสบาย ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยี ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ จากภาครัฐ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน ทางด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก ทางด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย ทางด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทางด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ทางด้านขบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการ รวดเร็ว สะดวกสบาย กับปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมการใช้จ่ายอย่างประหยัด

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในการออม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาในการฝากเงินกับสถาบันการเงินในเรื่องให้ผลตอบแทนต่ำ มีปัญหาในการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตในเรื่องไม่มั่นใจในตัวบริษัท มีปัญหาในการซื้อหลักทรัพย์ เช่น หุ้น พันธบัตร ตราสารหนี้ต่างๆ ฯลฯ ในเรื่องของการขาดข้อมูลข่าวสาร มีปัญหาในการออมรูปแบบอื่นๆ ในเรื่องเกี่ยวกับการขาดข้อมูลข่าวสาร

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการออมของผู้มีรายได้ประจำ กรณีศึกษาพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ และพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ ได้ใช้ทฤษฎีการตลาดและ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค โดยจากการเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้ ดังนี้

ทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

จากทฤษฎีโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ซึ่งเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของ ผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ

จากการศึกษารั้ครั้งนี้ พบว่า มีสิ่งกระตุ้นเป็น

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง โดยเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก โดยเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย โดยเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี ได้แก่ การพัฒนาเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง ได้แก่ สภาพกฎหมายและการเมือง

สิ่งกระตุ้นต่างๆ ข้างต้นจะผ่านเข้ามาในกล่องคำ ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้ตอบแบบสอบถาม และจะเกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม และกระบวนการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม (Buyer Characteristic) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41 – 50 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอายุงานมากกว่า 20 ปี เป็นพนักงานทั่วไป ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องรับอุปการะเลี้ยงดูจำนวน 1 ถึง 2 คน ไม่มีรายได้พิเศษ รายได้รวมโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการครองชีพโดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ไม่มีภาระค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบ้าน ไม่มีภาระค่าใช้จ่ายในการผ่อนชำระรถ มีภาระค่าใช้จ่ายอื่นๆ โดยเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท

ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามข้างต้นจะส่งผลให้มีการตอบสนองหรือการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ซื้อ (Buyer Decision Process)

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา มีการเลือกออมในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ ออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ผักเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ผักเงินกับธนาคารพาณิชย์ ซื้อสลากออมสินหรือสลากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต ซื้อพันธบัตรรัฐบาลหรือหุ้นของบริษัทต่างๆ และออมในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ ซื้อทองคำรูปพรรณ ที่ดิน กองทุนรวม เก็บไว้กับตัวเอง

แนวคิดปัจจัยและรูปแบบการออม

จากแนวคิดปัจจัยและรูปแบบการออมของ เตือนจิต สาริบุตร กล่าวว่า ปริมาณการออมส่วนบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ปัจจัย คือ การสร้างนิสัยให้ประหยัดคอดออม รายได้ที่แท้จริง และความสะดวกในการออม

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนมีปริมาณการออมในรูปแบบต่างๆ แตกต่างกัน โดยทั้ง 3 ปัจจัยมีผลต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

การสร้างนิสัยให้ประหยัดคอดออม จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนมีเหตุผลในการออม ได้แก่ ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา เพื่อการศึกษาของตนเองหรือนุทรหลาน เพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว เพื่อคอกเบี้ยและเงินปันผล เพื่อซื้อสินทรัพย์ เช่น บ้าน รถยนต์ เพื่อเป็นหลักประกันในการกู้เงิน และเพื่อการยอมรับในสังคม นอกจากนี้ปัจจัยจากภาครัฐก็มีส่วนในการสร้างนิสัยให้ประหยัดคอดออม ได้แก่ การส่งเสริมการใช้จ่ายอย่างประหยัด การรณรงค์ให้ใช้ของที่ผลิตในประเทศไทยทำให้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายทำให้มีการออมเพิ่มขึ้น

รายได้ที่แท้จริง จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออมแตกต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ การ

พัฒนาเทคโนโลยี สถาปัตยกรรมและการเมือง ซึ่งมีผลต่อรายได้ที่แท้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามก็เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความสะดวกในการออม จะเห็นได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถาบันการเงินทางด้านขบวนการให้บริการ ได้แก่ มีการให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย มีพนักงานให้บริการถึงที่ มีมาตรฐานการให้บริการที่เป็นแบบเดียวกันทุกสาขา ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากแนวคิดของ เบญจพล ศักรภณ์ แบ่งรูปแบบการออมออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การออมทางการเงิน และออมในรูปแบบสินทรัพย์

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการออมทั้ง 2 รูปแบบ คือ การออมทางการเงิน ได้แก่ การเก็บเงินสดไว้กับตัวเอง การออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ การฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ การซื้อสลากออมสินหรือสลากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต การซื้อพันธบัตรรัฐบาลหรือหุ้นของบริษัทต่างๆ กองทุนรวม

การออมในรูปแบบสินทรัพย์ ได้แก่ ทองคำรูปพรรณ ที่ดิน

แนวคิดทางการตลาดของธุรกิจบริการ

จากแนวคิดทางการตลาดของ Philip Kotler กล่าวว่าธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เช่นเดียวกับธุรกิจที่ขายสินค้า และนอกจากนั้นแล้ว ยังต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย บุคลากร(People) และขบวนการให้บริการ (Process)

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกปัจจัย โดยพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้อัตราผลตอบแทนสูง ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน สามารถใช้ลดหย่อนภาษีได้ ความคล่องตัวของการออม เช่น สามารถฝาก / ถอนได้ทุกวัน เป็นต้น

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลกระทบต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่เสียภาษีเงินฝาก เสียค่าใช้จ่ายต่ำหรือไม่เสียเลย เช่น ค่าธรรมเนียมในการโอน

ปัจจัยด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย เปิดให้

บริการทุกวัน สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน มีระบบออนไลน์ เช่น ตู้เอทีเอ็ม การฝาก / ถอนเงินต่างสาขา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ

ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อการออม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย มีมาตรฐานการให้บริการที่เป็นแบบเดียวกันทุกสาขา และมีพนักงานให้บริการถึงที่

ข้อค้นพบ

จากการจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามเพศ พบว่า พฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันในเรื่องเหตุผลของการออม ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ในด้านการฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ เพศชายฝากน้อยกว่าเพศหญิง คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ฝากเดือนละ 200 – 500 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงส่วนใหญ่ฝากเดือนละ 600 – 1,000 บาท

จากการจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยมีอัตราการออมน้อยกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า โดยเหตุผลในการออมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชราและออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ในส่วนของการออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ส่วนใหญ่ออมในอัตราร้อยละ 3 – 4 ของเงินเดือน ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่ออมในอัตราเดือนละ 9 – 10 ของเงินเดือน ในส่วนของการฝากเงินกับ สหกรณ์ออมทรัพย์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี และ 31 – 40 ปี ส่วนใหญ่ฝากเดือนละ 200 – 500 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่ฝากเดือนละ 600 – 1,000

จากการจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็น

หลักประกันให้ครอบครัว ในส่วนของการออมเงินสะสมกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี สถานภาพโสดและสถานภาพสมรสส่วนใหญ่ออมในอัตราร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพอื่นๆ ส่วนใหญ่ออมในอัตราร้อยละ 3 – 4 และ 9 – 10 ของเงินเดือน ในส่วนของการฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดและสถานภาพอื่นๆ ส่วนใหญ่ฝากเดือนละ 200 – 500 บาท ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสส่วนใหญ่ฝากเดือนละ 600 – 1,000 บาท

จากการจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยมากกว่ามีอัตราการออมมากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยน้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ออมเพื่อเป็นหลักประกันให้ครอบครัว ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่ออมเพื่อเก็บไว้ใช้ในยามเจ็บป่วยหรือชรา ในส่วนของการออมเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่ออมในอัตราร้อยละ 3 – 4 ของเงินเดือน ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่ออมในอัตราร้อยละ 9 – 10 ของเงินเดือน ในส่วนของการฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทั้งหมดโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่ฝากเดือนละ 200 – 500 บาท ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่ฝากเดือนละ 600 – 1,000 บาท

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการออมของผู้มีรายได้ประจำ กรณีศึกษา พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (เชียงใหม่) ภาคเหนือ และพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นประโยชน์ และเสนอแนะแนวทางเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้กับสถาบันการเงินที่สนใจใช้ประกอบการพิจารณาเสนอบริการแก่ลูกค้าต่อไปดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการออมในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยการให้ผลตอบแทนสูง ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบันการเงิน สามารถใช้ลดหย่อนภาษีได้ และความคล่องตัวของการออม เช่น ฝาก/ถอนได้ทุกวัน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาสินค้าในด้านอัตราผลตอบแทนที่ให้แก่ลูกค้า การพัฒนาชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถาบัน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า เพิ่มรูปแบบการออมที่สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ เช่น บริษัทประกันชีวิตเจรจาขอให้รัฐบาลขยายวงเงินเบี้ยประกันชีวิตที่สามารถนำไปลดฐานการคิดภาษีได้ นอกจากนี้ควรพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ที่เอื้อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทุกวันหรือตามความต้องการของลูกค้า

ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อการออมในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด 2 ปัจจัย คือ ด้านไม่เสียภาษีเงินฝากและเสียค่าใช้จ่ายต่ำหรือไม่เสียเลย ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าไม่เสียภาษีเงินฝากเพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น นอกจากนี้การไม่คิดค่าบริการหรือให้บริการฟรีจะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้นได้

ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลต่อการออมในด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสถานที่ให้บริการมีความสะดวกสบาย ทันสมัย สถาบันการเงินอยู่ใกล้บ้านหรือสถานที่ทำงาน เปิดให้บริการทุกวันและมีระบบออนไลน์ เช่น ตู้เอทีเอ็ม การฝาก/ถอนเงินต่างสาขา ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาสถานที่ให้บริการให้มีความสะดวกสบาย ทันสมัย อยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือย่านธุรกิจ เปิดทำการทุกวันเพื่อสร้างความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า และพัฒนาระบบออนไลน์ให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการในสาขาที่ลูกค้าต้องการได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผลต่อการออมในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น สถาบันการเงินควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีผลต่อการออมในด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพดี มีอัธยาศัยไมตรีพูดจาไพเราะ ดังนั้น สถานประกอบการควรพัฒนาให้พนักงานต้อนรับลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี พูดจาไพเราะ เพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าอยากมาใช้บริการมากขึ้น

ด้านขบวนการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการออมด้านขบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านขบวนการให้บริการในระดับมากในทุกปัจจัย ได้แก่ ให้บริการรวดเร็ว สะดวกสบาย มีมาตรฐานการให้บริการที่เป็นแบบเดียวกันทุกสาขา มีพนักงานให้บริการถึงที่ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาระบบการให้บริการให้มีความรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก สร้างมาตรฐานให้เป็นแบบเดียวกันทุกสาขาเพื่อไม่สร้างความสับสนให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้หากมีพนักงานให้บริการถึงที่จะช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าใช้บริการมากขึ้นได้

นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามยังได้ประสบกับปัญหาในการออมในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสถาบันการเงินควรดำเนินการแก้ไขปัญหเหล่านี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้รับบริการ ปัญหาต่างๆ ได้แก่

ปัญหาที่ประสบในการฝากเงินกับสถาบันการเงิน เรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประสบปัญหามากที่สุดไปหาน้อย ได้แก่ ผลตอบแทนต่ำ ให้บริการช้า ไม่สะดวกในการไปใช้บริการ ขาดข้อมูลข่าวสาร

ปัญหาที่ประสบในการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต เรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประสบปัญหามากที่สุดไปหาน้อย ได้แก่ ไม่มั่นใจในตัวบริษัท ตัวแทนไม่อำนวยความสะดวก ไม่เข้าใจรูปแบบกรรมธรรม์ ผลตอบแทนต่ำ

ปัญหาที่ประสบในการซื้อหลักทรัพย์ เช่น หุ้น พันธบัตร ตราสารหนี้ต่างๆ เรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประสบปัญหามากที่สุดไปหาน้อย ได้แก่ ขาดข้อมูลข่าวสาร ไม่สะดวกในการไปใช้บริการ สภาพคล่องต่ำ ผลตอบแทนต่ำ

ปัญหาในการออมรูปแบบอื่นๆ เรียงลำดับจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่ประสบปัญหามากที่สุดไปหาน้อย ได้แก่ ขาดข้อมูลข่าวสาร สภาพคล่องต่ำ ไม่สะดวกในการไปใช้บริการ ผลตอบแทนต่ำ