

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
แนวคิดและทฤษฎี	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>14</b>
ขอบเขตการศึกษา	14
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	15
การเก็บรวบรวมข้อมูล	15
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา	16
ระยะเวลาในการศึกษา	17

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
ส่วนที่ 3 สิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการออม	112
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	116
สรุปผลการศึกษา	116
อภิปรายผลการศึกษา	131
ข้อค้นพบ	133
ข้อเสนอแนะ	135
<b>บรรณานุกรม</b>	137
<b>ภาคผนวก</b>	139
แบบสอบถาม	140
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	145

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงข้อมูลลูกค้าเงินฝากของธนาคารพาณิชย์รวมทุกสำนักในประเทศไทย ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2549	3
3.1 แสดงการกำหนดระดับคะแนนต่อระดับความสำคัญ	16
3.2 แสดงการกำหนดระดับค่าเฉลี่ย ต่อการแปลความหมายจัดอันดับ	17
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ	19
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	19
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	20
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	20
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	21
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สัดส่วนในการออมเงิน โดยเฉลี่ย	22
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์ใน การออมเงิน	23
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วิธีการออมเงิน	24
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทการฝากเงินกับ สถาบันการเงิน	25
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ประเภทของสื่อที่ผู้ตอบ แบบสอบถามได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่าง ๆ	26
4.12 แสดงจำนวน และร้อยละ สัดส่วนในการออมเงิน โดยเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	27
4.13 แสดงจำนวน และร้อยละ วัตถุประสงค์ในการออมเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	28
4.14 แสดงจำนวน และร้อยละ วิธีการออมเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	30

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 แสดงจำนวน และร้อยละ ประเภทการฝากเงินกับสถาบันการเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	31
4.16 แสดงจำนวน และร้อยละ ประเภทของสื่อที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและบริการต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	33
4.17 แสดงจำนวน และร้อยละ สัดส่วนในการออมเงินโดยเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	35
4.18 แสดงจำนวน และร้อยละ วัตถุประสงค์ในการออมเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	37
4.19 แสดงจำนวน และร้อยละ วิธีการออมเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	40
4.20 แสดงจำนวน และร้อยละ ประเภทการฝากเงินกับสถาบันการเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	42
4.21 แสดงจำนวน และร้อยละ ประเภทของสื่อที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและบริการต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	44
4.22 แสดงจำนวน และร้อยละ สัดส่วนในการออมเงินโดยเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	46
4.23 แสดงจำนวน และร้อยละ วัตถุประสงค์ในการออมเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	48
4.24 แสดงจำนวน และร้อยละ วิธีการออมเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	50
4.25 แสดงจำนวน และร้อยละ ประเภทการฝากเงินกับสถาบันการเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.26 แสดงจำนวน และร้อยละ ประเภทของสื่อที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการฝากเงินและบริการต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	54
4.27 แสดงจำนวน และร้อยละ สัดส่วนในการออมเงินโดยเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.28 แสดงจำนวน และร้อยละ วัตถุประสงค์ในการออมเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	58
4.29 แสดงจำนวน และร้อยละ วิธีการออมเงิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน	61
4.30 แสดงจำนวน และร้อยละ ประเภทการฝากเงินกับสถาบันการเงิน ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	63
4.31 แสดงจำนวน และร้อยละ ประเภทของสื่อที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารการฝากเงิน และบริการต่าง ๆ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	65
4.32 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของสิ่งกระตุ้น ด้านผลิตภัณฑ์	67
4.33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของสิ่งกระตุ้น ด้านราคา	68
4.34 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของสิ่งกระตุ้น ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย	69
4.35 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของสิ่งกระตุ้น ด้านส่งเสริมการตลาด	70
4.36 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของสิ่งกระตุ้น ด้านอื่น ๆ	72
4.37 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่ออารมณ์ของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	73
4.38 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านราคาที่มีผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้ตอบ แบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	74
4.39 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบ ต่ออารมณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	75
4.40 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลกระทบต่ออารมณ์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.41 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	78
4.42 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	80
4.43 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านราคาที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	82
4.44 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	84
4.45 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	86
4.46 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	89
4.47 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	92
4.48 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านราคาที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา	93
4.49 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	94
4.50 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	96
4.51 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	98
4.52 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
4.53 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านราคาที่มีผลกระทบท่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	102

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.54 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบต่อ ต่อการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	104
4.55 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลกระทบต่อ ออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	106
4.56 แสดงค่าเฉลี่ยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อ ออมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	109
4.57 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัญหาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มี ผลกระทบต่อออมของผู้ตอบแบบสอบถาม	112
4.58 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัญหาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านราคาที่มี ผลกระทบต่อออมของผู้ตอบแบบสอบถาม	113
4.59 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัญหาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่หรือ การจัดจำหน่ายที่มีผลกระทบต่อออมของผู้ตอบแบบสอบถาม	114
4.60 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ปัญหาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านส่งเสริม การตลาดที่มีผลกระทบต่อออมของผู้ตอบแบบสอบถาม	115
5.1 แสดงค่าเฉลี่ยของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อออม	120
5.2 แสดงค่าเฉลี่ยของปัญหาสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อออม	130