



การออมที่มีประสิทธิภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

โดย

วันดี หิรัญสถาพร
สุรัชฎา เมฆขลา
กฤติกา มาอินทร์
จุฑริชัย ลีมอรุโณทัย

สนับสนุนงบประมาณโดย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ประจำปีงบประมาณ 2556

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้กรุณาให้ความร่วมมือรวมถึงข้อมูลในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัยครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์หลายท่านที่ได้นำเอาความรู้จากหนังสือและตำราของท่านที่ปรากฏในการอ้างอิงครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณและขอบคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

อนึ่ง งานวิจัยฉบับนี้เกิดขึ้นจากนโยบายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยใช้งบประมาณผลประโยชน์ของมหาวิทยาลัย ที่ต้องการสนับสนุนให้คณาจารย์ได้ดำเนินการทำวิจัย เพื่อให้มีผลงานการวิจัยอันเป็นการสร้างองค์ความรู้ ในทางวิชาการ จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

วันดี ทิรัญสถาพร และคณะ
กันยายน 2556



บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : Uni 07/2/2556

ชื่อโครงการ : การออมที่มีประสิทธิภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ชื่อนักวิจัย : นางสาววันดี หิรัญสถาพร, นางสุรัชฎา เมฆขลา, นางสาวกฤติกา มาอินทร์ และ นายวุทธิชัย ลีมอรุโณทัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาการออมของแต่ละบุคคลในกลุ่มผู้สูงอายุ พฤติกรรมการออมและวิธีการออมเงินของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการออมของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นประชากรผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติ ไคร้สแควร์ (Chi-square) สรุปผลการวิจัยผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้มีมูลค่าสินทรัพย์และเงินออมมากกว่า 1 ล้านบาท ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมา ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.75 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนคิดเป็นร้อยละ 10.75 และ น้อยที่สุดประกอบอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 4.00 มีการออมโดยฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา มีการออมในรูปแบบประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ น้อยที่สุด มีการออมในรูปแบบการซื้อหุ้น คิดเป็นร้อยละ 7.00 2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมูลค่าสินทรัพย์และเงินออม พบว่า การซื้อหุ้น มีผลต่อประสิทธิภาพของมูลค่าสินทรัพย์และเงินออมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.68 ส่วนกลุ่มที่มีมูลค่าสินทรัพย์น้อยที่สุดคือ ฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 5.28 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

E-mail Address : wandee.hir@rmutr.ac.th

ระยะเวลาโครงการ : 1 ตุลาคม 2555 - 30 กันยายน 2556

Abstract

Code of Project : Uni 07/2/2556

Research Title : The Efficiency of Savings's Elderly People in Bangkok

Researcher Name : Ms.Wandee Hirunsathaporn, Mrs.Suratchada Makhala,
Ms.Krittika Ma-in and Mr.Wutthichai Limarunothai

The objectives of this research were 1) to study the saving condition problems of elderly people in Bangkok; 2) to study the saving behaviors and the ways of saving of elderly people in Bangkok; and 3) to examine the factors affecting the levels of saving in elderly people in Bangkok.

The Sample group was 400 elderly people in Bangkok. The parameters used for statistical analysis of this research were 1) frequency 2) percentages 3) mean 4) standard deviation and 5) chi-square

The result of this research indicated that 1) most people who own asset value and savings greater than one million baht are self employed or dealers with the percentage of 30.75%, while the least group of people who own asset value and saving greater than one million baht are employees with the percentage of 4% 2) most people tend to deposit in bank with the percentage of 56.76%, whereas buying debenture is the least favourable way of saving with the percentage of 7% and 3) for the analysis of the relationships between asset value and saving, buying debenture impacts the efficiency of asset value and saving with the percentage of 92.68%. The level was statistically significant at 0.05

E-mail Address: wandee.hir@rmutr.ac.th

Research Duration: October 1st, 2012 – September 30th, 2013

	หน้า
สารบัญ	
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
ABSTRACT	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพประกอบ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
สมมุติฐาน	2
ขอบเขตด้านประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
กรอบแนวคิดในการศึกษา	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดทฤษฎีการออม	4
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค	6
แนวคิดทฤษฎีการลงทุน	13
บทที่ 3 วิธดำเนินการวิจัย	18
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	18
การสร้างเครื่องมือ	18
การรวบรวมข้อมูล	19
การวิเคราะห์ข้อมูล	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	20
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	20
ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
ข้อมูลเกี่ยวกับการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ	23
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	25
สรุปผลการศึกษา	25
อภิปรายผลการศึก	26
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	26
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	27
บรรณานุกรม	28
ภาคผนวก	31



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	20
2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ จำนวน ร้อยละ	21
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสภาพสมรส	21
4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประกอบอาชีพที่ผ่านมา	21
5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้	22
6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ	22
7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการ	23
8	จำนวนและร้อยละของมูลค่าสินทรัพย์และเงินออม จำแนกตามอาชีพ	23
9	จำนวนและร้อยละของมูลค่าสินทรัพย์และเงินออม จำแนกวิธีการออม	24



สารบัญญภาพ

ภาพที่

- 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 2 การใช้ง่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิต

หน้า

- 3
- 6



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ประเทศไทยมีจำนวนประชากรประมาณ 63 ล้านคน และร้อยละ 13 ของประชากรเป็นวัยผู้สูงอายุ และต่อไปจะมีแนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยกลุ่มประชากรผู้สูงอายุเหล่านี้ จะไม่มีรายได้ หรือมีรายได้ลดลง เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประสิทธิภาพการทำงานลดลง แต่ผู้สูงอายุเหล่านี้ยังต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อดำรงชีพอยู่ อีกทั้งต้องมีรายจ่ายค่ารักษาพยาบาลเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากวัยผู้สูงอายุจะมีโอกาสเจ็บป่วยได้มากขึ้น เพราะจากการเสื่อมสภาพของวัยชรา

นอกจากนี้ ดร.เอกนิติ นิติทัณฑ์ประภาศ ยังได้กล่าวว่าโครงสร้างของครอบครัวไทยกำลังเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวแบบขยายที่มีพ่อแม่ลูกหลานหลายคน อาศัยอยู่ในครอบครัวเดียวกัน คอยช่วยเหลือเกื้อกูลกันมาเป็นครอบครัวเดี่ยวๆ ของตนเองทำให้เครือข่ายการเลี้ยงดูผู้สูงอายุในอดีตจะถูกเปลี่ยนแปลงจากการที่ลูกหลานเลี้ยงดูพ่อแม่ มาเป็นผู้สูงอายุต้องพึ่งพาตนเองมากขึ้น

ซึ่งถ้าผู้สูงอายุเหล่านี้ไม่มีเงินออมก็จะส่งผลต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุเหล่านั้นให้ดำรงชีวิตอย่างไม่มีความสุข ส่งผลกระทบต่อทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมไปถึงจะส่งผลกระทบต่อเป็นภาระของรัฐบาลอีกด้วย เพราะถ้าต่อไปประเทศไทยมีผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น แต่ผู้สูงอายุเหล่านั้นมีอัตราการออมอยู่ในระดับต่ำ จะส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ลดต่ำลงไปด้วย และจะส่งผลกระทบต่อเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเป็นปัญหาที่รัฐบาลต้องคอยดูแลผู้สูงอายุเหล่านี้ โดยในขณะนี้ปัจจุบันรัฐบาลใช้งบประมาณในการดูแลผู้สูงอายุ ผ่านเบี้ยยังชีพคนชรา 500 บาท ต่อเดือน รวมไปถึงระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ประมาณปีละเกือบแสนล้านบาท และมีแนวโน้มที่รัฐบาลต้องใช้จ่ายงบประมาณสำหรับผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีแนวโน้มประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มสูงขึ้น

โดยการออมของแต่ละบุคคลเพื่อนำมาใช้จ่ายในอนาคตนั้นมีหลายวิธีการด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเป็นการออมโดยการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ การลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล รวมถึงการออมที่นำเงินไปลงทุนในรูปแบบต่างๆ เช่น การสะสมทองคำ การลงทุนในตราสารการเงินต่างๆ การลงทุนในตราสารทุน ตราสารหนี้ การลงทุนในหน่วยกองทุน LTF RMF หรือการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ ก็เป็นการออมเงินในรูปแบบหนึ่งเหมือนกัน โดยการออมในรูปแบบต่างกันย่อมให้ผลตอบแทนต่างกัน

ดังนั้นการศึกษางานวิจัยนี้ จะช่วยให้ทราบถึงวิธีการออมของประชากรในประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงส่งเสริมให้ประชากรมีการออมมากยิ่งขึ้น และรัฐบาลสามารถที่จะทราบถึงปัญหาของกลุ่มประชากรที่มีเงินออมต่ำเมื่อเข้าสู่วัยเกษียณ และสามารถแก้ปัญหาโดยการจัดตั้งกองทุน หรือหาเงินสมทบให้กับกลุ่มประชากรเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ ดังนี้

- 1 เพื่อศึกษาปัญหาภาวะการออมของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ
- 2 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการออมและวิธีการออมเงินของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ
- 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการออมของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. อาชีพมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการออมเพื่อใช้จ่ายของประชาชนยามสูงอายุ
2. วิธีการออมมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการออมเพื่อใช้จ่ายของประชาชนยามสูงอายุ

1.4 ขอบเขตด้านประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยพัฒนาเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม และมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นประชากรผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. กลุ่มตัวอย่าง รวม 400 ตัวอย่าง โดยใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อมั่น 95% ของยามาเน ที่คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากจะเข้าใกล้จำนวนที่ 400 ตัวอย่าง (พงรัตน์ ทวีรัตน์. 2531 : 296; อ้างอิงมาจาก Yamane. 1967 : 886-887) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1 ทราบถึงปัญหาภาวะการออมของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ
- 2 ทราบถึงพฤติกรรมการออมและวิธีการออมเงินของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ
- 3 ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการออมของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ

1.6 นิยามคำศัพท์

ประสิทธิภาพ หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการดำเนินการใดๆ ก็ตามโดยมีสิ่งมุ่งหวังถึงผลสำเร็จ และผลสำเร็จนั้นได้มาจากการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด และการดำเนินการเป็นไปอย่างประหยัด ไม่ว่าจะเป็ระยะเวลา

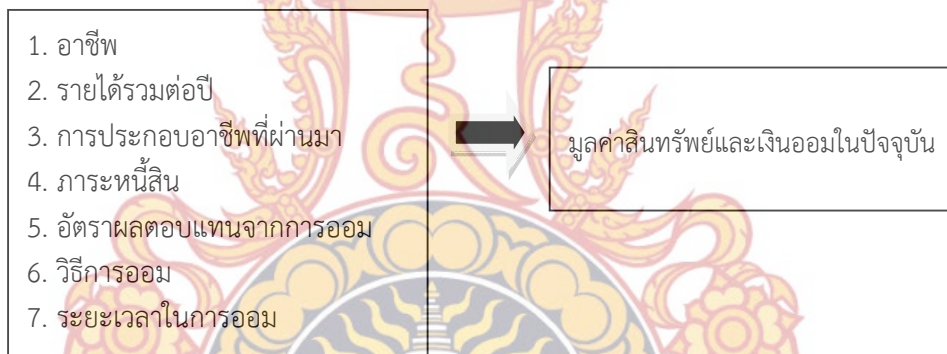
การออม หมายถึง การเก็บสะสมเงินทีละเล็กละน้อยให้พอกพูนขึ้นเมื่อเวลาผ่านไปซึ่งการออมส่วนใหญ่่มักจะอยู่ในรูปของเงินฝากกับธนาคาร หรือบริษัทเงินทุนโดยได้รับดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทน

ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย และจิตใจไปในทางที่เสื่อมลง มีบทบาททางสังคม และกิจกรรมในการประกอบอาชีพลดลง

1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.7.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ มูลค่าสินทรัพย์และเงินออมในปัจจุบัน

1. อายุ
2. รายได้รวมต่อปี
3. การประกอบอาชีพที่ผ่านมา
4. ภาวการณ์สิน
5. อัตราผลตอบแทนจากการออม
6. วิธีการออม
7. ระยะเวลาในการออม

1.7.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ มูลค่าสินทรัพย์และเงินออมในปัจจุบัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประสิทธิภาพการออมของผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีการออม
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
3. แนวคิดทฤษฎีการลงทุน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

และสามารถแสดงเนื้อหาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีการออม

ความหมายการออม

การออม คือ การเก็บสะสมเงินที่ละเล็กทีละน้อยให้พอกพูนขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งการออมส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของเงินฝากกับธนาคาร หรือบริษัทเงินทุน โดยได้รับดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทน (สืบค้นได้โดย www.bpcd.net) เมื่อเรามีเงินเหลือใช้เป็นประจำทุกเดือน สิ่งที่เราควรคำนึงถึง คือ เราจะจัดการกับเงินเหลือใช้นั้นอย่างเหมาะสมได้อย่างไร เพื่อให้เงินงอกเงยเพิ่มมากขึ้น โดยทั่วไปเรามักจะเก็บในรูปเงินสดหรือฝากธนาคาร บริษัทเงินทุน ซึ่งเราจะเรียกวิธีการนี้ว่า "การออม" หรือถ้าใช้วิธีการซื้อทองรูปพรรณ ทองแท่ง หรือที่ดินเก็บไว้ ซื้อพันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้ หุ้น หรือหลักทรัพย์อื่น ๆ ก็จะมีลักษณะที่เรียกว่า "การลงทุน" เครื่องมือสำหรับการออมที่รู้จักกันดี ได้แก่ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำและบัญชีเงินฝากธนาคารที่ถูกมองว่ามีความสะดวกปลอดภัย และมั่นคง แต่ในอีกทางหนึ่งผลตอบแทน (ดอกเบี้ย) จากการฝากเงินก็อาจไม่สูงนัก ทั้งนี้ด้วยความที่ระบบเงินฝากมีความเสี่ยงต่ำ ผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินจากการฝากเงินจึงอยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก แต่เป็นการตอบแทนความมั่นคงของการเก็บเงินนั้นไว้แทน ดังนั้น คนส่วนใหญ่จึงคุ้นเคยกับการจัดสรรเงินไว้ในระบบเงินฝาก เพื่อสามารถเบิกถอนออกมาใช้ได้สะดวกในยามที่ต้องการนั่นเอง

การออมกับกระแสรายได้และรายจ่าย

การออมนั้น หากจะกล่าวให้เต็มๆ ก็คือการออมทรัพย์ ซึ่งการออมทรัพย์ของครัวเรือนจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริงและการบริโภคของครัวเรือน อย่างมาก ด้วยเหตุที่ว่าหลังจากที่ครัวเรือนได้รับรายได้มาแล้วเมื่อนำไปหักภาษีออก รายได้ดังกล่าวถือเป็นรายได้ที่ครัวเรือนสามารถนำไปจับจ่ายใช้สอยได้จริง ครัวเรือนจะจัดสรรรายได้ ส่วนนี้ไปใช้เพื่อการบริโภค ส่วนที่เหลือจึงค่อยเก็บออมไว้เป็นเงินสะสม เรียกการออมเงินส่วนที่เหลือนี้ว่า "การออมทรัพย์" หาก

พิจารณาจะพบว่าการออมเปรียบเป็นส่วนร่วของวงจรการหมุนเวียนของกระแสรายได้ ซึ่งเป็นผลให้กระแสรายได้ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งมีค่าไม่เท่ากับกระแสรายจ่ายในช่วงเวลานั้น สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง ค่าใช้จ่าย และปริมาณการออมได้ ดังนี้

$$Y = S + C$$

Y คือ รายได้ที่สามารถจับจ่ายใช้สอยได้จริง

C คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค

S คือ ปริมาณการออม

ตัววัดค่าพฤติกรรมกรรมการออม :

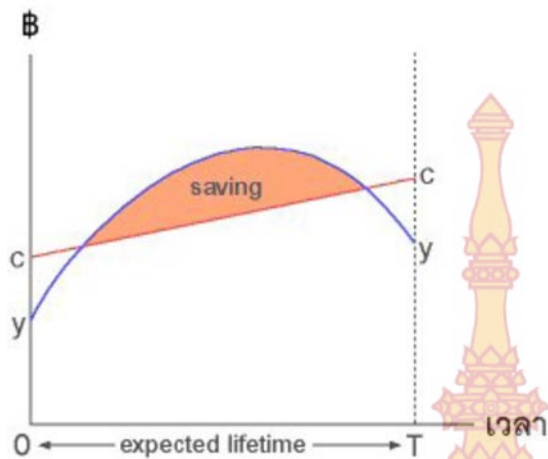
สำหรับตัววัดค่าพฤติกรรมกรรมการออมที่นิยมใช้กัน คือ APS (average propensity to save: ความโน้มเอียงเฉลี่ยในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่ารายได้ 1 หน่วย คราวเรือนจะทำการออมเก็บไว้เท่าไร บ่งชี้ให้ทราบถึงพฤติกรรมในการจัดสรรรายได้ไปในการออมของครัวเรือน และ MPS (marginal propensity to save: ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายในการออม) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่าเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย ปริมาณการออมจะเปลี่ยนแปลงไปเท่าไร บ่งชี้ให้ทราบถึงผลของการเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ที่กระทบต่อพฤติกรรมกรรมการออมว่ามีมากน้อยเพียงใด

การออมกับทฤษฎีการบริโภค

จากที่กล่าวไปแล้วว่าการบริโภคและการออมเป็นของคู่กัน ดังนั้น การออมจึงมีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการบริโภคอย่างใกล้ชิด

- ตามแนวคิดของ James S. Duesenberry เชื่อว่าครัวเรือนที่มีระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคและระดับรายได้อยู่ในระดับหนึ่งแล้วจะเป็นการยากที่จะทำให้เขาลดระดับค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภคให้ต่ำกว่าเดิมเมื่อระดับรายได้เปรียบเทียบกับระดับรายได้ที่เคยได้รับสูงสุด (previous peak income) ลด

- ตามแนวคิดของ Franco Modigliani, Albert Ando และ Richard Bromberg เชื่อว่าปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในงวดเวลาหนึ่งจะขึ้นอยู่กับราคาคะเนของรายได้ตลอดช่วงอายุขัยทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต หากพิจารณาการกระจายรายได้และปริมาณ การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิตที่ควรจะเป็นของบุคคลหนึ่งๆ ดังรูป



ภาพที่ 2 การใช้จ่ายเพื่อการบริโภคในวัฏจักรชีวิต

จากภาพที่ 2 จะได้เห็นว่าในช่วงชีวิตของบุคคลขณะที่มีอายุน้อย จะมีระดับรายได้อยู่ในระดับต่ำ และจะมีรายได้สูงขึ้นเมื่อมีอายุมากขึ้น ต่อมาเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุก็จะกลับมามีรายได้ลดลงอีกครั้ง การกระจายรายได้ตลอดช่วงอายุขัยจึงมีลักษณะเป็นไปตามเส้น yy ส่วนปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของบุคคลจะสูงขึ้นเป็นลำดับตามอายุขัยโดยมีลักษณะของการกระจายปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคตามเส้น cc เมื่อทำการเปรียบเทียบกันระหว่างเส้น yy และ cc แล้ว จะพบว่าในช่วงต้นของชีวิตบุคคลจะมีรายได้ไม่เพียงพอต่อการบริโภค ดังนั้นบุคคลจึงต้องประพடுத்தเงินเป็นผู้ออมเงิน ต่อมาในช่วงกลางของชีวิตจึงจะเริ่มที่จะมีรายได้เหลือจ่ายจนสามารถชดใช้หนี้เดิมได้ และเก็บเงินสะสมไว้สำหรับช่วงปลายของชีวิต เงินสะสมส่วนนี้ก็คือส่วนของเงินออมนั่นเอง

- ตามแนวคิดของ Milton Friedman เชื่อว่าครัวเรือนจะมีพฤติกรรมในจัดสรรรายได้เพื่อการบริโภคโดยอิงกับรายได้ในระยะยาว (long term income) ที่คาดว่าจะได้รับ พร้อมทั้งได้กำหนดให้รายได้ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ รายได้ถาวร (permanent income) และรายได้ชั่วคราว (transitory income) ซึ่งตามทฤษฎีนี้ปริมาณการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคของครัวเรือนจะขึ้นอยู่กับรายได้ถาวร โดยครัวเรือนจะไม่ทำการบริโภคในส่วน of รายได้ชั่วคราว ดังนั้นจากการที่การออมเป็นเงินส่วนเหลือที่ไม่ได้ทำการบริโภคแล้ว จึงสามารถเกิดได้ทั้งจากส่วนของรายได้ถาวรและรายได้ชั่วคราว

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) คือผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Needs) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Needs) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น

บุคคลนั้นต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ หรือบริการ แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีความต้องการก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค ความต้องการนั้นต้องเป็นนามธรรม เป็นความต้องการพื้นฐานเบื้องต้นที่ไม่ใช่กล่าวถึงสินค้า แต่กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตัวบุคคล สินค้า และบริการต่างๆ ก็สามารถนำออกมาขายเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นปฐมภูมิได้

2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่ต้องมีอำนาจซื้อด้วย ฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคต้องวิเคราะห์ที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใดใครเป็นคนซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ มากน้อยแค่ไหน

4. พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อย่างไร เช่น ซื้อกี่ครั้ง ครั้งละเท่าไร ซื้อกับใคร เป็นต้น

พฤติกรรมของผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ (Physical) และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา (Psychological) สภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว (Family) ครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม (Social) รวมถึงสังคมถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น (Cultural) ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค (เสรีวงษ์มณฑา. 2542: 32)

ลาวดอน และเดลลา กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และกิจกรรมกายภาพที่บุคคลกระทำ เมื่อเขาทำการประเมิน (Evaluating) แสวงหาและครอบครอง (Acquiring) การใช้ (Using) หรือบริโภค (Consuming) สินค้าและบริการ (Goods and Services) (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Loudon; & Della. 1993)

ชิฟแมน และคานุก กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลในการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมิน (Evaluating) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Schiffman; & Kanuk. 1997)

เอ็นเกล แบล็คเคิล และมินิเยด กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการดำเนินการ (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2546: 10; อ้างอิงจาก Engel Blackell; & Miniard. 1993)

ธงชัย สันติวงษ์ (2542: 34) ได้กล่าวไว้ว่า การเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือเข้าใจถึงกลไกภายใน ตลอดจนถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม นับว่าเป็นเรื่องราวที่นักการตลาดสมัยใหม่ต้องสนใจเป็นพิเศษ ทั้งนี้เพราะการตลาดในปัจจุบันเป็นยุคสมัยของการแข่งขันและสภาพแวดล้อมมีข้อจำกัดมากมายทำให้การศึกษาผู้บริโภคโดยละเอียดลึกลงไปกว่าเดิมจนถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องด้วยผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในลักษณะประชากรอยู่หลายประเด็น เช่น ด้านอายุ รายได้ ระดับการศึกษาและรสนิยม เป็นต้น ทำให้มีการซื้อสินค้าและบริการหลากหลายชนิดไปบริโภค นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าว ยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน (สุปัญญา ไชยชาญ. 2543: 121) ทำให้นักการตลาดต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing

Consumer Behavior) การค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 125)

จากความหมายทั้งหมดที่กล่าวมาพอจะสรุปรวมได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องการ โดยมี การตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำซึ่งมีอิทธิพลมาจากปัจจัยที่อยู่ภายในของบุคคล และปัจจัยที่อยู่ภายนอกของบุคคล

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมด้านการบริโภค เป็นการค้นคว้าหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดการกลยุทธ์การตลาด ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบไปด้วย Who? What? Why? Who? When? Where? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ 7Os ซึ่งประกอบไปด้วย Occupants Objects Objectives Organizations Occasions Outlets Operations มีต่างแสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงการประยุกต์ใช้ 7Os ของกลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค แสดงคำถาม 7 คำถาม ดังนี้

คำถาม 7 คำถาม (6 W และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6 W และ 1H)	คำถามที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือ จิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรม	กลยุทธ์การตลาด (4P) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) ประกอบด้วยความ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขา ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ (1) ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	แตกต่างกันด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์ กลยุทธ์ที่ใช้มากคือ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategies) (2) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขาย การให้ข่าว (3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price strategies) (4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
--	--	--

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. 194.

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) ของ Philip Kotler เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยมีจุดเริ่มต้น จากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อสิ่งกระตุ้นนั้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Buying's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ซึ่งความรู้สึกนึกคิดต่างๆ จะได้รับอิทธิพลต่างๆ ภายในใจผู้บริโภค แล้วจะมีการตอบสนองของผู้บริโภค (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's purchase decision)

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากร่างกาย (Inside stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากร่างกายนอก (Outside stimulus) นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้ซื้อสินค้าและบริการ (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวย งามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาถูกค่าเป็นเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สม่่าเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซื้อบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีการควบคุมระบบ การจัดเก็บสินค้า ระบบบาร์โค้ด ระบบการกระจายสินค้า

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political) เช่น อัตราการเพิ่มหรือลดลงในการเก็บภาษีเงินได้ มีบทบาทในการเพิ่มหรือลดการบริโภค

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้นมากขึ้น

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อมีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอนคือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังจากการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคแต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ เป็นผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ส่งผลให้การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2546: 38) สามารถแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

1. ปัจจัยภายใน (Internal factors) ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล ในด้านความคิดและการแสดงออก มีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อถือทัศนคติ บุคลิกภาพ และแนวคิดของตนเอง

1.1 การจูงใจ (Motivation) เป็นสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายใน และผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้นและเป็นแรงจูงใจที่อยู่บนพื้นฐานของความต้องการ เมื่อไรที่ผู้บริโภคมีแรงจูงใจแล้วความต้องการก็จะได้รับการสนองตอบ

1.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการของบุคคลในการยอมรับความคิดหรือการกระทำของบุคคลอื่น การรับรู้ของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไป แม้ว่าจะถูกกระตุ้นอย่างเดียวกันและสถานการณ์เดียวกัน ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับ

- ลักษณะของสิ่งกระตุ้น
- ความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นกับสิ่งรอบตัว
- สภาพภายในของบุคคล

1.3 การเรียนรู้ (Learning) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นได้แสดงพฤติกรรมแล้ว และเกิดขึ้นโดยผ่านสิ่งต่างๆคือ แรงขับภายใน สิ่งเร้า ตัวเร่งให้เกิดพฤติกรรมการตอบสนองและแรงขับ เสริมอื่นๆ การเรียนรู้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและประสบการณ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ได้ ใน 3 ลักษณะคือ

- ด้านการรับรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการไม่รู้ข้อมูลมาเป็นการรับรู้ข้อมูล หรือจากที่รู้น้อยมาเป็นรู้มากขึ้น
- ด้านความรู้สึก เป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกจากไม่ชอบเป็นชอบ หรือจากชอบน้อยมาเป็นชอบมาก
- ด้านทักษะ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกี่ยวกับความชำนาญ คือ จากสิ่งที่ทำไม่เป็นมาทำเป็นหรือจากที่เป็นน้อยมาทำให้คล่อง

1.4 ความเชื่อถือ (Beliefs) บุคคลย่อมมีความคิดที่ตนยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler. 2003: 198) หรือเป็นความคิดที่ยึดถือในใจ ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1.5 ทัศนคติ (Attitudes) การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึง แนวโน้มของการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องสร้างทัศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าและบริการ หรือศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคแล้วพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความสอดคล้อง

1.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นลักษณะนิสัยโดยรวมของบุคคลที่พัฒนามาจากความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และแสดงออกมาในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดรูปแบบในการสนองตอบของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพและพฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐาน 3 ระดับ คือ

- อิด (Id) ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์
- อีโก้ (Ego) ความต้องการด้านการยกย่อง ความภาคภูมิใจ ความเคารพ และสถานะของบุคคล
- ซุปเปอร์อีโก้ (Superego) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงศีลธรรมและจริยธรรมของสังคมในตัวบุคคล

1.7 แนวคิดของตนเอง (Self concept) เป็นความรู้สึกของบุคคลเป็นสิ่งที่ประทับใจของบุคคล ซึ่งจะกำหนดลักษณะของบุคคลนั้น แต่ละบุคคลจะมีบุคลิกส่วนตัวหรือแนวคิดของตนเองซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

2. ปัจจัยภายนอก (External factors) คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และไม่สามารถควบคุมได้ มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) เป็นผลรวมจากการเรียนรู้ระหว่างความเชื่อ ค่านิยม และประเพณี ซึ่งจะควบคุมพฤติกรรมผู้บริโภคของสมาชิกในสังคม (Schiffman; & Kanuk. 2000:G-4) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมแบ่งได้ ดังนี้

2.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมใดสังคมหนึ่ง (Etzel, Walker; & Stanton. 2001: G-3) หรือเป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและพฤติกรรม

2.1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มภายในสังคม ซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน (Schiffman; & Kanuk. 2000: G-13) หรือหมายถึง กลุ่มย่อยของวัฒนธรรม ซึ่งมีรูปแบบทางพฤติกรรมที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นภายในวัฒนธรรมเดียวกัน (Etzel, Walker; & Stanton. 2001: G-12) วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มย่อยด้านอายุ และกลุ่มย่อยด้านเพศ

2.1.3 ชั้นสังคม (Social class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน (Schiffman; & Kanuk. 2000: G-12) หรือหมายถึง การแบ่งหรือการจัดลำดับภายในสังคมซึ่งถือเกณฑ์การศึกษา อาชีพ และรูปแบบ ตลอดจนลักษณะที่อยู่อาศัย (Etzel, Walker; & Stanton. 2001: G-11) การแบ่งชั้นของสังคมโดยทั่วไปจะถือเกณฑ์รายได้ อาชีพ หรือพื้นที่อยู่อาศัย ชั้นทางสังคมเป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ ปัจจัยด้านสังคมแบ่งได้ ดังนี้

2.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) กลุ่มบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคลอื่น (Etzel, Walker; & Stanton. 2001: G-10) แบ่งได้เป็นอีก 2 ระดับ คือ

- กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนบ้าน หรือผู้ร่วมงาน

- กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนาในสังคม ศาสนา เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่างๆ

2.2.2 ครอบครัว (Family) ได้แก่ บิดามารดา และพี่น้อง ถือเป็นกลุ่มปฐมภูมิ

2.2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว องค์กร และสถาบัน โดยบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อสินค้าที่สามารถสื่อถึงบทบาทและสถานะของตนเองในสังคม

2.3 แนวคิดทฤษฎีทางการลงทุน

ทฤษฎีความต้องการถือเงิน

อัลเฟรด (Alfred อ้างถึงใน รัตนา สายคณิต, 2544, หน้า 179) นักเศรษฐศาสตร์จาก มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ได้เสนอทฤษฎีปริมาณเงินในรูปของความต้องการถือเงิน (cash balance quantity of theory of money) ซึ่งมีความเห็นว่า “บุคคลจะถือเงินไว้จำนวนหนึ่งเพื่อความสะดวกในการจับจ่ายและเพื่อมิให้เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่อง” พิกูว์ (Pigon อ้างถึงใน รัตนา สายคณิต, 2544, หน้า 179) มีแนวคิดว่าการถือเงินไว้ไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทน ไม่เหมือนการถือหลักทรัพย์หรือพันธบัตร ดังนั้นบุคคลจะถือเงินไว้จำนวนที่เหมาะสมที่จะทำให้สามารถจ่ายตามพันธะผูกพันได้เท่านั้น ทฤษฎีความต้องการถือเงินของเคนส์ (Kans อ้างถึงใน รัตนา สายคณิต, 2544, หน้า 179) มีรากฐานจากทฤษฎีความต้องการถือเงินของมาร์แชลล์ ในเรื่องปริมาณเงินในรูปของความต้องการถือเงิน (cash balance quantity theory of money) ซึ่งมีความเห็นว่าบุคคลจะถือเงินไว้จำนวนหนึ่งเพื่อความสะดวกในการจับจ่ายและ เพื่อมิให้เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่อง แต่ตามแนวคิดของเคนส์นั้นเห็นว่าเงินมิได้มีบทบาทเพียงสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเท่านั้น แต่เงินมีบทบาทในฐานะเป็นสินทรัพย์ (asset) ชนิดหนึ่งด้วยนอกเหนือจากสินทรัพย์อื่น ๆ ซึ่ง หมายถึง หลักทรัพย์ซึ่งได้แก่ หุ้นกู้ หรือพันธบัตร (bond) ประชาชนจะต้องเลือกระหว่างการถือเงินกับการถือพันธบัตร และปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกก็คือ ระดับรายได้ และอัตราดอกเบี้ย กล่าวคือถ้าอัตราดอกเบี้ยสูง ความต้องการถือเงินของประชาชนจะน้อยเพราะประชาชนจะเลือกถือหลักทรัพย์มากกว่า หรือในทางตรงกันข้ามถ้าอัตราดอกเบี้ยต่ำลง ความต้องการถือเงินของประชาชนจะมากขึ้น เพราะประชาชนจะเลือกที่จะถือหลักทรัพย์น้อยลงนอกจากนี้เคนส์ยังได้กล่าวถึง อุปสงค์ต่อเงิน หรือความต้องการถือเงินเกิดจากแรงกระตุ้นต่าง ๆ กันทำให้สามารถแบ่งความต้องการถือเงินออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ได้แก่

1. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน

2. ความต้องการถือเงินเพื่อสำรองใช้จ่ายฉุกเฉิน ซึ่งความต้องการถือเงินดังกล่าว จะมีความสัมพันธ์กับรายได้ประชาชาติ ในทิศทางเดียวกัน และไม่สัมพันธ์กับอัตราดอกเบี้ย (ยกเว้นกรณีอัตราดอกเบี้ยสูง ๆ อาจจะมีผลทำให้ความต้องการถือเงินเพื่อเหตุทั้งสองลดลงบ้าง)

3. สำหรับความต้องการถือเงินเพื่อเสี่ยงหากำไร ซึ่งก็จะผันแปรในทิศทางตรงข้ามกับอัตราดอกเบี้ย 20 ฟร็ดแมน (Fredman อ้างถึงใน รัตนา สายคณิต, 2544, หน้า 180) ยอมรับแนวคิดของเคนส์ ที่ว่า เงินมิได้มีบทบาทเพียงสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเท่านั้น แต่เงินมีบทบาทในฐานะเป็นสินทรัพย์ ด้วย แต่สินทรัพย์อื่น ๆ มิได้มีแต่เพียงหุ้นกู้ หรือพันธบัตรเท่านั้น แต่ยังมีหุ้นทุน (เช่น หุ้น

บุริมสิทธิของบริษัท) และสินค้าคงทนที่มีอายุการใช้งานนาน (durable goods เช่น บ้าน) ความต้องการถือเงินจึงมี ตัวแปรอื่น ๆ ด้วย นอกเหนือจากระดับรายได้ และดอกเบี้ย รูปแบบของการออมทรัพย์จึงแบ่งได้ดังนี้

1. เก็บไว้เพื่อเป็นเศรษฐกิจทรัพย์ อาจเป็นทรัพย์เพื่อบริโภค หรือทรัพย์เพื่อผลิตก็ได้
2. เก็บไว้เป็นตัวเงิน หรือวัตถุมีค่า เช่น ทองคำ ซึ่งเป็นวิธีธรรมดาสามัญที่พบโดยที่จะไป
3. เก็บไว้เป็นตัวเงินใบหุ้น พันธบัตร ซึ่งมีสภาพคล่อง สามารถขายได้เมื่อต้องการ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2526 อ้างถึงใน อรรถวณิช ยี่สาร, 2538, หน้า 9) เรื่องการออมภาคครัวเรือนปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการออมได้แก่ รายได้ ปัจจัยที่กำหนดแรงจูงใจในการออมได้แก่ อัตราดอกเบี้ย ระดับราคา อัตราเงินเฟ้อ และปัจจัยที่กำหนดโอกาสในการออมได้แก่ จำนวนสาขาของสถาบันการเงิน

โสภณ โรจน์ธำรง (2537) เรื่องพฤติกรรมการออมของครัวเรือนไทยในสมการการออมแยกตาม อัตราการพึ่งพิง และภูมิภาค ผลการศึกษาพบว่าอัตราการพึ่งพิงเป็นปัจจัยที่กำหนด การออม และมีความสัมพันธ์กันในทางลบความที่ได้ คาดหมายไว้ ยกเว้นใน เขตเทศบาลของภาคกลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้

อรรถวณิช ยี่สาร (2538, หน้า 9) เรื่อง พฤติกรรมการออมของครัวเรือน ผลการศึกษาพบว่า

1. ระดับการศึกษาของหัวหน้าครอบครัวเป็นปัจจัยที่กำหนดการออมของครัวเรือน ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลหัวหน้าครอบครัว มีการศึกษาสูงขึ้นจะส่งผลให้มีการออมในครัวเรือนมากขึ้นตามมา
2. ปัจจัยรายได้มีผลต่อการออมของครัวเรือน โดยมีทิศทางเดียวกับการออม คือ ถ้ามีรายได้มากการออมก็จะมากขึ้นตามไปด้วย

กรวิทย์ วงศ์ประเสริฐ (2539) เรื่องการวางแผนทางการเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ระดับตลาดในกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่า 1) การออมเป็นประจำโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน รองลงมาเพื่อการศึกษาของบุตรและออมเพื่อการซื้อบ้าน 2) การออมเงินนอกระบบโดยการเล่นแชร์ร้อยละ 38.50 และนำเงินที่เล่นแชร์มาเป็นทางเลือกในการแก้ปัญหาการซื้อบ้านร้อยละ 34.20 โดย (1) จ่ายเป็นเงินจองบ้าน ร้อยละ 5.13 (2) เพื่อเป็นเงินดาวน์ ร้อยละ 20.51 (3) ผ่อนงวดดาวน์ ร้อยละ 61.54 (4) ใช้ในการแต่งบ้าน ร้อยละ 12.82 3) พฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่างคือ (1) มีการออมเป็นประจำ ร้อยละ 85.50 และออมไม่เป็นประจำ ร้อยละ 14.50 (2) กลุ่มผู้มีรายได้ประจำมีการออมเป็นประจำร้อยละ 85.50 และผู้มีรายได้ ไม่ประจำมีการออมเป็นประจำ ร้อยละ 90.30

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2541) เรื่องพฤติกรรมการออมของครัวเรือนประจำปี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือน ซึ่งตัวแปรที่เกี่ยวกับหัวหน้าครอบครัว และครัวเรือนที่เกี่ยวข้องมีดังนี้ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ขนาดของครัวเรือน ทรัพย์สิน จำนวนผู้รับเงินรายได้ ภาษี อัตราการเกิด อัตราพึ่งพิง การมีอสังหาริมทรัพย์ ภาวะหนี้สิน ภาคหรือภูมิลาเนาที่อยู่อาศัย จำนวน 23 สาขาของสถาบันการเงิน อัตราดอกเบี้ย และอัตราเงินเฟ้อ ผลการศึกษาพบว่า 1) ครัวเรือนทั่วไป

ต้องการมีสวัสดิการ และความมั่นคงในชีวิตครอบครัว 2) การเก็บออมเงินในสถาบันการเงินเป็นทางหนึ่งที่ครัวเรือนที่มีศักยภาพในการเก็บออมเลือกใช้ 3) ครัวเรือนที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมดีกว่าและมีรายได้สูงกว่า มีโอกาสในการออมสูงกว่า ครัวเรือนที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคม และรายได้ต่ำกว่า มีการเก็บออมเพื่อการศึกษาในรูปแบบการฝากประจำกับธนาคารพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่ 4) ครัวเรือนที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมต่ำกว่า มักเก็บออมเพื่อไว้ใช้เวลาเจ็บป่วย หรือยามชรา และ เพื่อเป็นทุนในการประกอบอาชีพ โดยเก็บออมในรูปแบบการฝากออมทรัพย์กับธนาคารพาณิชย์ 5) ครัวเรือนกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 51.31) ของครัวเรือนทั้งหมด ไม่ได้ฝากเงินในสถาบันการเงิน ส่วนใหญ่ เนื่องจากรายได้ไม่มากพอ รายได้ที่มีได้ถูกใช้จ่ายไปในการครองชีพ และการสนทนาการหมด ยิ่งไปกว่านั้น ครัวเรือนเหล่านี้ ส่วนใหญ่ยังมีหนี้สินอีกด้วย ซึ่งทำให้โอกาสในการออมลดลง 6) ครัวเรือนส่วนใหญ่ยังมีหนี้สิน จึงทำให้โอกาสในการออมลดลง เนื่องจากมีรายได้ไม่มากพอ เพราะรายได้ที่มีได้ถูกใช้จ่ายในครอบครัวและการสนทนาการหมด จึงไม่มีเงินเหลือเก็บออม

โสภณ โจนธ์อำรง (2543) เรื่องวัฒนธรรมการออม ผลการศึกษาพบว่า 1) ครัวเรือนไทยมีเงินเหลืองานในปี 2541 ร้อยละ 17.30 และในปี 2543 มีเงินเหลือออมร้อยละ 18.50 2) เงินที่เหลือจากการใช้จ่ายหรือเงินออมที่ได้นำไปออมหรือลงทุนผ่านตลาดเงินตลาดทุน ตลาดตราสารหนี้ นอกจากจะได้รับผลตอบแทนในรูปอัตราดอกเบี้ยเงินปันผล และกำไรส่วนต่างจากการซื้อขาย นอกจากนี้ยังได้ประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม กล่าวคือการสะสมทุนในรูปการลงทุนใหม่ ต้องอาศัยแหล่งเงินทุนจากภายในประเทศในรูปเงินออมก่อให้เกิดผลผลิต การจ้างงาน การจับจ่ายใช้สอยที่ทำให้มีเงินหมุนเวียนในระบบ และทำให้รายได้เพิ่มขึ้นในที่สุด 3) การออมที่ไม่เอื้อประโยชน์แต่ตนเองและประเทศชาติ ได้แก่ การนำเงินใส่ตู้มึงดิน รวมถึงการเก็งกำไรในสินทรัพย์บางประเภท เช่น ที่ดินของมีค่า 4) ยิ่งการศึกษาของหัวหน้าครอบครัว ยิ่งสูงขึ้นเพียงใดย่อมมีแนวโน้มที่จะออมมากขึ้น

สมปอง แจ้งสุบิน (2544, หน้า 27) เรื่องเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือนก่อนและระหว่างเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าการเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบไปยังครัวเรือนทั้งที่มีรายได้แน่นอน และครัวเรือนที่มีรายได้ไม่แน่นอนทุกอาชีพ โดยครัวเรือนพยายามปรับตัวโดยการระมัดระวังในการจับจ่ายใช้สอย และหันมาให้ความสำคัญต้องการออมเพิ่มขึ้น เพื่อป้องกันความไม่แน่นอนของรายได้ที่เกิดขึ้นในอนาคต

จารณี บุญยะพงศ์ไชย (2545, หน้า 32) เรื่องพฤติกรรมกรรมการออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยระดับราคาปานกลาง ผลการศึกษาพบว่า 1) คนไทยทั่วประเทศพอจะมีเงินออมในรูปแบบต่าง ๆ ประมาณร้อยละ 19.53 ของรายรับทั้งหมด แม้ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำก็พยายามใช้ให้น้อยลง 2) พฤติกรรมการออมของกลุ่มผู้มีรายได้ประจำร้อยละ 51.35 ที่มีการออมอย่างสม่ำเสมอและร้อยละ 48.65 ไม่มีความสม่ำเสมอในการออมในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ไม่ประจำร้อยละ 75.00 ไม่มีความสม่ำเสมอในภาพรวมและร้อยละ 25.00 ที่มีการออมอย่างสม่ำเสมอ 3) ครัวเรือนมีหนี้สินร้อยละ 58.20 4) ครัวเรือนที่ทำการเกษตร 24 โดยการเช่าที่ดินมีหนี้สินสูงกว่าครัวเรือนกลุ่มอื่น ๆ ส่วนใหญ่เป็นหนี้ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ 5) ครัวเรือนที่มีรายได้สูงมีสัดส่วนการมีหนี้สูงกว่าครัวเรือนกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า ส่วนใหญ่เป็นหนี้สินในธนาคารพาณิชย์มากกว่าแหล่งเงินทุนอื่น ๆ 6) ครัวเรือนที่มีรายได้เป็นหนี้สินในธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์มากกว่าแหล่งอื่น ๆ 7) ครัวเรือนที่มีขนาดใหญ่มีสัดส่วนของการมีหนี้สินสูงกว่าครัวเรือนขนาดเล็ก 8) ครัวเรือนที่มีหัวหน้าครอบครัวเป็นเพศชายมีสัดส่วนของ

การมีหนี้สินสูงกว่าครัวเรือนที่มีหัวหน้าครอบครัวเป็นเพศหญิงในทุกกลุ่มอายุ 9) ช่วงระยะเวลาในการสะสมเงินออมเพื่อซื้อบ้าน ได้แก่ (1) ผู้ที่ใช้เวลาไม่ถึงปีในการออมเงินและเก็บออมมา 3 ปี ร้อยละ 10.70 (2) ตัดสินใจโดยใช้รายได้ปัจจุบัน เป็นเกณฑ์ร้อยละ 27.00 (3) มีการเก็บออมมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 17.90 (4) ออมเพียง 1 ปี ร้อยละ 11.10 (5) เก็บออมมากกว่า 2 ปี ร้อยละ 14.30 10) กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนดังนี้

(1) น้อยกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 44.90 (2) ระหว่าง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 25.60 (3) ระหว่าง 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 14.6 (4) ระหว่าง 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 7.50 (5) ระหว่าง 50,001-70,000 บาท ร้อยละ 50.50 (6) มากกว่า 70,000 บาท ร้อยละ 2.00 สรุปได้ว่าครัวเรือนมีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท สูงมากส่งผลทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการออม 11) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการวางแผนการออมเงินก่อนซื้อบ้าน ร้อยละ 66.70

ลันดอน (Landon, 1966 อ้างถึงใน อรรถรรณ ยี่สาร, 2538, หน้า 9) เรื่องความสัมพันธ์การออมบุคคลกับรายได้ ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการออมกับรายได้ต่อบุคคลมีความสัมพันธ์ในทางบวก โดยประเทศที่มีรายได้ต่อบุคคลสูงจะมีการออมสูงตามไปด้วย

วิลเลียม (William, 1968 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 17) เรื่องอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงในประเทศ พม่า อินเดีย เกาหลี ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน ผลการศึกษาพบว่าอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงมีผลในทางลบต่ออัตราการออมของประชาชนชาติ

บาร์นสัน และ เคลิฟริค (Branson & Klevorick, 1969 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 15) เรื่องผลการศึกษาพบว่าสถานะเงินเพื่อมีผลในทางลบต่อการออมในประเทศสหรัฐอเมริกา

กูปต้า (Gupta, 1971 อ้างถึงใน อรรถรรณ ยี่สาร, 2538, หน้า 12) เรื่องความสัมพันธ์ของการออมกับอัตราประชากรที่อยู่ในวัยไม่มีรายได้ ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการออมต่อรายได้ประชาชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับรายได้เฉลี่ยที่แท้จริง และอัตราการเจริญเติบโตมีความสัมพันธ์ ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราประชากรที่อยู่ในวัยไม่มีรายได้

จัสเตอร์ และ เวชทอล (Juster & Wechtel, 1972 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 16) เรื่อง Finance, Growth and Stability ผลการศึกษาพบว่าเมื่อเกิดสถานะเงินเพื่อ ผู้บริโภคจะเพิ่มการออมขึ้น

แม็คคินนอน (McKinnon, 1973 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 16) เรื่อง Money and Capital in Economic- Development ให้เหตุผลในทางตรงกันข้ามว่าสถานะเงินเพื่อจะบั่นทอนการออมและการลงทุนลงเนื่องจากผลตอบแทนในรูปเงินลดลง โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนา เศรษฐกิจจะเห็นได้ว่า เงินเพื่อมีความสัมพันธ์กับสัดส่วนของการออมกับรายได้ของครัวเรือนอย่างยิ่ง

แม็คเวลล์ (Maxwell, 1975 อ้างถึงใน อรรถรรณ ยี่สาร, 2538, หน้า 9) เรื่อง พฤติกรรมการออมจากประเทศด้วยพัฒนาผลการศึกษาพบว่า สัดส่วน เงินออมต่อรายได้ขึ้นอยู่กับอัตราการเติบโตของรายได้ที่แท้จริงต่อคน

เดททอน (Deaton, 1977 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 16) เรื่อง Involuntary Saving through- Unanticipated อธิบายเพิ่มเติมโดยใช้เรื่องของผลกระทบของการสับสนทางด้านราคา (price confusion) ว่าในการซื้อของสิ่งหนึ่งของผู้บริโภค คนหนึ่ง ๆ ณ เวลาหนึ่งไม่สามารถแยก

ความแตกต่างของราคาโดยเปรียบเทียบ (relative price) ได้อย่างชัดเจนจึงนำไปสู่การออมโดยสมัครใจ (involuntary saving)

ฟราย (Fry, 1978 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 15) เรื่อง Monetary policy and demetic saving in Developing ESCAP countries ศึกษาประเทศตัวอย่างใน เอเชีย ได้แก่ อินโดนีเซีย ฮองกง เกาหลี มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไต้หวัน และไทย ในช่วงปี 1961-1963) ผลการศึกษาพบว่า อัตราการออมประชาชาติจะเพิ่มขึ้นเพื่ออัตราดอกเบี้ยที่เป็นตัวเลข (nominal interest rate) เพิ่มขึ้นแต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวไม่สามารถยืนยันได้ในทางสถิติ

เฮวอร์ด (Howard, 1978 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 15) เรื่อง Personal Saving Behavior and the Rate of Inflation ผลการศึกษาพบว่าถึงแม้สภาวะเงินเฟ้อจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการออมในประเทศแคนาดา อังกฤษ และสหรัฐแล้ว และยังคาดว่าภาวะเงินเฟ้อจะนำไปสู่การบั่นทอนการออมภายในประเทศของญี่ปุ่น แต่มีการไม่เห็นด้วยอย่างมากเกี่ยวกับผลกระทบของภาวะเงินเฟ้อที่มีผลต่อการออมในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว

กีฟเวนมินิ และ โรสซี (Giovannini, 1983, Rossi, 1988 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 15) เรื่องอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงในประเทศตัวอย่างในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ผลการศึกษาพบว่า อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงในประเทศไม่มีผลต่ออัตราการออมของภาคครัวเรือน

กูปต้า (Gupta, 1984 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 15) เรื่องอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง ในประเทศอินโดนีเซีย เกาหลี มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไต้หวัน และไทย ในช่วงปี 1960-1977) ผลการศึกษาพบว่า มีเพียงประเทศไทย และฟิลิปปินส์ เท่านั้น ที่อัตราดอกเบี้ยมีผลในทางบวกต่อการออม

เอ็ดเวิร์ด (Edwards, 1995 อ้างถึงใน ชัยวุฒิ อัครวิจิตร, 2541, หน้า 17) ศึกษาเกี่ยวกับการออมของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ประเทศที่มีสัดส่วนของประชากรที่อายุต่ำกว่า 15 ปี หรือ อายุมากกว่า 65 ปี มีแนวโน้มที่ทำให้การออมภายในประเทศต่ำสรุปบางการศึกษา พบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง การออมของครัวเรือนกับอัตราดอกเบี้ย เป็นไปในทิศทางบวก (positive) ในขณะที่อีกหลายการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการออมของครัวเรือนกับอัตราดอกเบี้ยเป็นไปในทิศทางลบ (negative)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชน โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 11 ข้อ ได้แก่คำถามในประเด็นดังต่อไปนี้

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ สมรส
4. ประเภทของการเป็นตัวแทนประกันชีวิต
5. ระยะเวลาของการเป็นผู้บริหารศูนย์การชาย
6. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน
7. ระดับการศึกษา
8. รายได้รวมต่อปี
9. จำนวนคนในอุปการะ เช่น บุตร พ่อแม่ ญาติ
10. ภาระหนี้สิน
11. อัตราผลตอบแทนจากการออม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้แบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ ได้แก่คำถามในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ปริมาณในการออมต่อปีเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ
2. การวางแผนการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ
3. วัตถุประสงค์ต่อการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ
4. วิธีการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ
5. ระยะเวลาในการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ
6. ความถี่ในการเก็บออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุในอนาคต

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะแนวทางเพื่อให้เกิดการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้แบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด

3.2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นเองมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชน จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยกำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทาง

ในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของประชากรเพื่อใช้ง่ายและวิธีการออมเพื่อใช้ง่ายของประชากร และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่าน ตรวจสอบ content validity จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (try out) กับผู้สูงอายุ จำนวน 50 ท่าน เพื่อปรับแบบสอบถามให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างก่อนนำไปใช้จริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556

2. จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 400 ชุด

ตัวอย่างที่ใช้ที่ระดับความคาดเคลื่อนไม่เกิน 5 เปอร์เซ็นต์(กำหนดตามแนวคิดของ Taro Yamane ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกโดยเลือกเจาะจงไปที่พฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้น

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับ ลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ประเภทของการเป็นตัวแทนประกันชีวิต ระยะเวลาการเป็นผู้บริหารศูนย์การชาย ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน ระดับการศึกษา รายได้รวมต่อปี จำนวนคนในอุปการะ ภาระหนี้สิน อัตราผลตอบแทนจากการออมและอัตราเงินเฟ้อในอนาคต วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปริมาณเงินในการออมต่อปี การวางแผนการออม วัตถุประสงค์ต่อการออมเพื่อใช้จ่าย วิธีการออมเพื่อใช้จ่าย ระยะเวลาในการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคต และความถี่ในการออม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

3. การวิเคราะห์วิธีการออมของกลุ่มประชากร ผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ สถิติไควสแควร์ (Chi-square) ทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ .05 โดยในกรณีที่ จำนวนเซลล์ค่าคาดหวัง (expected value) มีจำนวนน้อยกว่า 5 มากกว่า ร้อยละ 20 ของจำนวนเซลล์ทั้งหมด ผู้ศึกษาเลือกใช้ สถิติไควสแควร์แบบ likelihood ratio (สมเพลิน เกษมรัตน์สันติ,2532)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาการออมที่มีประสิทธิภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 400 ชุด แล้วมาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ เป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ พฤติกรรม การออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะแนวทางการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในตอนนี้จะกล่าวถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. การประกอบอาชีพที่ผ่านมา
5. ระยะเวลาของการออม
6. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน
7. รายได้รวมต่อปี
8. ภาระหนี้สิน
9. อัตราผลตอบแทนจากการออม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	164	41.00
หญิง	236	59.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 59.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.00

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ จำนวน ร้อยละ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
60-70 ปี	148	37.00
71-80 ปี	165	41.25
81 ปีขึ้นไป	87	21.75
รวม	400	100.00

ตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 71-80 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมา มีอายุระหว่าง 60-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีอายุมากกว่า 81 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.75

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	41	10.25
สมรส	167	41.75
หย่า	43	10.75
หม้าย	149	37.25
รวม	400	100

ตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมา มีสถานภาพหม้ายคิดเป็นร้อยละ 37.25 มีสถานภาพหย่าคิดเป็นร้อยละ 10.75 และน้อยที่สุดมีสถานะเป็นโสดคิดเป็นร้อยละ 10.25

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการประกอบอาชีพที่ผ่านมา

การประกอบอาชีพที่ผ่านมา	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	103	25.75
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	123	30.75
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	98	24.50
เกษตรกร	43	10.75
รับจ้าง	16	4.00
อื่นๆ	17	4.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมา ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.75 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนคิดเป็นร้อยละ 10.75 และ น้อยที่สุดประกอบอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ การออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม
ในตอนนี้จะกล่าวถึงแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ได้แก่

1. อัตราผลตอบแทนการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ
2. วิธีการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ
3. ระยะเวลาในการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	196	49.00
21,000 – 40,000 บาท	112	28.00
40,001 – 100,000 บาท	43	10.75
มากกว่า 100,000 บาท	49	12.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา มีรายได้ 21,000 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28 และ น้อยที่สุด มีรายได้ 40,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.75

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุ

วิธีการออม	จำนวน	ร้อยละ
ออมโดยการซื้อสังหาริมทรัพย์	42	10.50
ออมโดยการซื้อหุ้นกู้	41	10.25
ออมโดยการฝากธนาคาร	227	56.75
ออมในรูปแบบการประกันชีวิต	62	15.50
ออมในรูปแบบการซื้อหุ้น	28	7.00
รวม	400	100.00

ตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการออมโดยฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา มีการออมในรูปแบบประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ น้อยที่สุด มีการออมในรูปแบบการซื้อหุ้น คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการออม

ระยะเวลาการออม	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10 ปี	61	15.25
10-15 ปี	149	37.25
16-20 ปี	159	39.75
20 ปีขึ้นไป	31	7.75
รวม	400	100

ตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาการออมอยู่ในช่วง 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมา มีระยะเวลาการออมอยู่ในช่วง 10-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.25 และน้อยที่สุด มีระยะเวลาการออมอยู่ในช่วง 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.75

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการออมยามสูงอายุ โดยทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) ผลปรากฏดังนี้ สมมติฐานที่ 1 อาชีพมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของมูลค่าสินทรัพย์และเงินออม จำแนกตามอาชีพ

	มูลค่าสินทรัพย์และเงินออม			ร้อยละ	χ^2	df	Sig
	ต่ำกว่า 500,000 บาท	500,001-1,000,000 บาท	มากกว่า 1,000,000 บาท				
อาชีพ							
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27 (26.21)	29 (28.16)	47 (45.63)	103 (100.00)	22.51	14	0.07
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	31 (25.20)	20 (16.26)	72 (58.54)	123 (100.00)			
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	39 (39.80)	46 (46.94)	13 (13.27)	98 (100.00)			
เกษตรกร	18 (41.86)	22 (51.16)	3 (6.98)	43 (100.00)			
รับจ้าง	14 (87.50)	2 (12.50)	0 (0.00)	16 (100.00)			
อื่นๆ	4 (23.53)	13 (76.47)	0 (0.00)	17 (100.00)			
รวม	244.10	231.49	124.41	600.00			

ตารางที่ 8 แสดงการเปรียบเทียบร้อยละมูลค่าสินทรัพย์และเงินออมจำแนกตามอาชีพ พบว่าในกลุ่มธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีมูลค่าสินทรัพย์และเงินออมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.54 ส่วนกลุ่มที่มีมูลค่าสินทรัพย์น้อยสุดคือ อาชีพรับจ้างคิดเป็นร้อยละ 87.50 เมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพไม่มีมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.5

สมมติฐานที่ 2. วิธีการออมมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการออมเพื่อใช้จ่ายขอประชาชนยามสูงอายุ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของมูลค่าสินทรัพย์และเงินออม จำแนกวิธีการออม

วิธีการออม	มูลค่าสินทรัพย์และเงินออม			ร้อยละ	χ^2	df	Sig
	ต่ำกว่า 500,000บาท	500,001- 1,000,000 บาท	มากกว่า 1,000,000 บาท				
ซื้อสังหาริมทรัพย์	5 (11.90)	8 (19.04)	29 (69.04)	42 (100)	15.1	9	0.03
ซื้อหุ้นกู้	1 (2.43)	2 (4.87)	38 (92.68)	41 (100)			
ฝากธนาคาร	187 (82.37)	28 (12.33)	12 (5.28)	227 (100)			
การประกันชีวิต	6 (9.67)	44 (70.96)	12 (19.35)	62 (100)			
ซื้อหุ้น	4 (14.28)	11 (39.28)	13 (46.42)	28 (100)			
รวม	120.68	146.51	232.80	500			

ตารางที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบร้อยละมูลค่าสินทรัพย์และเงินออม จำแนกตามวิธีการออม พบว่าในกลุ่มการซื้อหุ้นกู้ มีมูลค่าสินทรัพย์และเงินออมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.68 ส่วนกลุ่มที่มีมูลค่าสินทรัพย์น้อยสุดคือ ฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 5.28 เมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า วิธีการออมมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.5

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

เรื่องพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคตของประชาชน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาภาวะการออมของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ พฤติกรรมการออมและวิธีการออมเงินของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการออมของแต่ละบุคคล ในกลุ่มผู้สูงอายุ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นประชากรผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 400 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สถิติ ไค์สแควร์ (Chi-square) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05

1. สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 59.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีอายุระหว่าง 71-80 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมา มีอายุระหว่าง 60-70 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีอายุมากกว่า 81 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.75 มีสถานภาพสมรสมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.75 รองลงมา มีสถานภาพหม้ายคิดเป็นร้อยละ 37.25 มีสถานภาพหย่าคิดเป็นร้อยละ 10.75 และ น้อยที่สุดมีสถานะเป็นโสดคิดเป็นร้อยละ 10.25 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมา ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 25.75 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนคิดเป็นร้อยละ 10.75 และ น้อยที่สุดประกอบอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 4.00

2. การวิเคราะห์ การออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในตอนนี้จะกล่าวถึงแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา มีรายได้ 21,000 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28 และ น้อยที่สุด มีรายได้ 40,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.75 มีการออมโดยฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา มีการออมในรูปแบบประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 15.50 และ น้อยที่สุด มีการออมในรูปแบบการซื้อหุ้น คิดเป็นร้อยละ 7.00

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้สูงอายุในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ปัจจัยที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับมูลค่าการออมยามสูงอายุ ในกลุ่มการซื้อหุ้นกู้ มีมูลค่าสินทรัพย์และเงินออมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.68 ส่วนกลุ่มที่มีมูลค่าสินทรัพย์น้อยสุดคือฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 5.28 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. ข้อเสนอแนะและแนวทางการส่งเสริมให้เกิดการออมในผู้สูงอายุ ผลการศึกษาพบว่า

- 4.1 ควรมีการจัดสรรรายได้ของบุคคลออกเป็นส่วน ๆ ให้ชัดเจน
- 4.2 ควรมีการควบคุมบริหารรายจ่ายของบุคคลให้ดี เพื่อประสิทธิภาพ
- 4.3 ควรวางแผนการออมของบุคคล โดยมีการทำประกันความเสี่ยง

2. อภิปรายผล

1. การศึกษาการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 49 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จารณี บุญยะพงค์ไชย (2545, หน้า 32)

1.2 วิธีการออมเพื่อใช้จ่ายในอนาคต มีการออมโดยฝากธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 56.75 รองลงมา มีการออมในรูปแบบประกันชีวิต คิดเป็นร้อยละ 15.50 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2541) เรื่องพฤติกรรมการออมของครัวเรือนประจำปีที่ว่า การเก็บออมของครัวเรือนมีวิธีการเก็บออมในธนาคารพาณิชย์

2. การวิเคราะห์ การออมเพื่อใช้จ่ายยามสูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.1 การประกอบอาชีพผลการศึกษาพบว่า มูลค่าสินทรัพย์และมูลค่าเงินออมไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพ

2.2 วิธีการออม ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าสินทรัพย์และมูลค่าเงินออมมีความสัมพันธ์กับวิธีการออม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.5

3. ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากพบว่าการพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมของผู้บริหารศูนย์การชาย บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด ด้านปริมาณการออมต่อปีอยู่ที่ต่ำกว่า 50,000 บาท ซึ่งค่อนข้างต่ำสำหรับการวางแผนเพื่ออนาคต วัตถุประสงค์ต่อการออมส่วนใหญ่เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน เจ็บป่วย ชราและเพื่อประกอบอาชีพ แสดงถึงความไม่มั่นคงทางด้านชีวิตความเป็นอยู่และการเงินในอนาคต วิธีการออมส่วนใหญ่ทำประกันชีวิต ถือเงินสดและฝากธนาคารตามลำดับ ซึ่งแสดงถึงการไม่มีวิธีการออมที่หลากหลาย ไม่รู้ช่องทางการออมในด้านอื่น ๆ อัตราผลตอบแทนไม่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ด้านจำนวนคนในอุปการะถ้ามีการระดมอุปการะจำนวนบุคคลมากจะมีปริมาณการออมต่อปีสูง แต่ถ้ามีจำนวนคนในอุปการะถ้ามีการระดมอุปการะจำนวนบุคคลน้อยกลับมีปริมาณการออมต่อปีต่ำ ส่งผลกระทบถึงพฤติกรรมการออมของประชาชน ดังนั้นจึงทำข้อเสนอแนะได้ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1 ทางหน่วยงานภาครัฐ ตลาดหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์ ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทประกันชีวิต ควรจัดประชาสัมพันธ์ในเรื่องวิธีการออมและประโยชน์ที่ได้จากการออม เพื่อให้ประชาชนประชาชนจะได้มีเงินออมยามสูงอายุ

2 ควรนำผลการศึกษาไปวางแนวทางในการออมเงินสำหรับประชาชน เพื่อหาแนวทางการออมที่มีประสิทธิภาพในแต่ละบุคคล

3 ควรศึกษาระยะเวลาการออม ว่ามีผลกับประสิทธิภาพในการออมเงินมากน้อยเพียงใด

3.2 ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาการออมที่มีประสิทธิภาพของผู้สูงอายุ ว่ามีการออมมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการออมของผู้สูงอายุต่อไป ดังนั้นในการ

ศึกษาจะเน้นศึกษา วิธีการออมเงินที่ผ่านมาของผู้สูงอายุ อาชีพ รายได้ที่ผ่านมาของผู้สูงอายุที่ได้ ทำการศึกษา โดยการออมของผู้สูงอายุ จะมีการออมในวิธีที่ต่างกัน ซึ่งปัจจัยที่สำคัญอีกประการของการออมที่มีประสิทธิภาพ คือเรื่องของความเสี่ยงในการออมด้วยวิธีการต่างๆ ซึ่งแต่ละบุคคลรับความเสี่ยงได้ไม่เท่ากัน ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของความเสี่ยงกับการออมด้วย



บรรณานุกรม

- กรวิทย์ วงศ์ประเสริฐ. (2539). การวางแผนทางการเงินเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้ระดับปานกลางในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กลุ่มงานวิเคราะห์และพัฒนาข้อมูลเชิงเศรษฐกิจ กองสถิติแห่งชาติ. (2541). การสำรวจภาวะการทำงานของประชาชนประจำเดือนกุมภาพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- กลุ่มงานวิเคราะห์และพัฒนาข้อมูลเชิงเศรษฐกิจ กองสถิติแห่งชาติ. (2541). รายงานการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการออมของครัวเรือน พ.ศ.2541. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- กลุ่มงานวิเคราะห์และพัฒนาข้อมูลเชิงเศรษฐกิจ กองสถิติแห่งชาติ. (2548). การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน. กรุงเทพฯ : สำนักงานสถิติแห่งชาติ.โครงการพัฒนาความรู้เยาวชน สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- กลุ่มงานวิเคราะห์และพัฒนาข้อมูลเชิงเศรษฐกิจ กองสถิติแห่งชาติ. (2548). เงินทองของมีค่าคู่มือผู้สอนระดับมัธยมช่วงชั้นปีที่ 4 (ม.4 - 6). กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- จารณี บุญยะพงส์ไชย. (2545). พฤติกรรมการออมเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยระดับปานกลาง : กรณีศึกษาบริษัทวังทองกร จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาเคหะการ, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยวุฒิ อัครวิจิตร. (2541). การวิเคราะห์การออมโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐกิจในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูดา จิตพิทักษ์. (2525). พฤติกรรมเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สารมวลชน.ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- นพพร เรื่องสกุล. (2545). ออมก่อนรวยก่อน. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด. (2541). ทะเบียนรายงานบุคลากรฝ่ายขาย. ธนบุรี : บริษัทไทยประกันชีวิตจำกัด.
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็ม เอฟ ซี จำกัด (มหาชน). (15 มีนาคม 2548). กออม.(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: www.mfcfun.com.
- ประภาพัฒน์ สุวรรณ. (2526). ทศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โอเดียนโตร์.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2543). ประชากรศาสตร์: สารตั้งต้นเรื่องประชากรมนุษย์. กรุงเทพฯ : อัมรินทร์ พรินตติ้งแอนด์พับลิชชิง.
- พะยอม อิงคตะนุวัฒน์. (2525). ศัพท์จิตเวช. กรุงเทพฯ : ไทศาลศิลป์การพิมพ์. มานุษยวิทยา มหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- รัตนา สายคณิต. (2544). **มหาเศรษฐศาสตร์วิเคราะห์จากทฤษฎีสู่นโยบาย**. (พิมพ์ครั้งที่ 4).
กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการเอกสารวิชาการ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ :
นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิมลสิทธิ์ ทรยางกุล. (2535). **พฤติกรรมของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการรักษาความสะอาด เพื่อ
ส่งเสริมการท่องเที่ยวบริเวณตลาดนัดดำเนินสะดวกจังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ศึกษา -
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิวรรณ ธาราหิรัญโชติ. (2549, 15 พฤษภาคม). **คอลัมน์ Money Pro**. กรุงเทพธุรกิจ, หน้า 22.
- ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น. (2552). **การได้ประโยชน์จากการปันผล ทางประชากร : การศึกษาเชิงประจักษ์
ระหว่างประเทศ**. วารสารสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 41(2), 53 - 70.
- สมปอง แจ่งสุบิน. (2544). **เปรียบเทียบพฤติกรรมการออมของครัวเรือนก่อนและระหว่างเกิดวิกฤต
เศรษฐกิจในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์,
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมเพลิน เกษมรัตน์สันติ. (2532). **การวิเคราะห์ทวิตัวแปรและพหุตัวแปรของข้อมูลแบบตาราง.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2548, 10 เมษายน). **รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและ
สังคมของครัวเรือน**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: www.fpo.go.th.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2541). **การสำรวจภาวะการทำงานของประชาชน**. กรุงเทพฯ : สำนักงาน
สถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2548). **การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน**. กรุงเทพฯ :
สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สิทธิโชค วรรณสันติกุล. (2544). **การพัฒนาทีมงาน**. กรุงเทพฯ : อักษรพัฒนา.
- สุขใจ น้ำมุด. (2543). **กลยุทธ์การบริหารการเงินบุคคล**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี : มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- โสภณ ด้านศิริกุล. (2545). **เกษียณบนกองเงิน**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- โสภณ โรจน์ธำรง. (2537). **พฤติกรรมการออมของครัวเรือนไทยผลกาวิจัยปี 2536**. กรุงเทพฯ :
ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- อรวรรณ ยี่สาร. (2538). **พฤติกรรมการออมของครัวเรือน วิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวางในปี
2535/2536**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณ ภาณุพงศ์. (2502). **หลักเศรษฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ : โรงเรียนประชาสงเคราะห์.
- Andrew, B. A., Ben, S. B., & Dean, C. (2008). **Macroeconomics (6 ed.)** Boston, MA : The
Addison-Wesley.

- Asian Development Bank. (1990). **Existence Relatedness and Growth : Human Needs in Organizational Setting**. New York : Free Press.
- Bloom, D. E., & Freeman, R. B. (1986). The Effects of Rapid Population Growth on Labor Supply and Employment in Developing Countries. **Population and Development Review**, 12(3), 381-414.
- Fry, A. & Mason, W. (1982). **The Motivation to Work**. New York: McGraw-hill Book.
- Juster, B. & Wechtel, P. (1972). Online retrieval : **Canadian Handbook on Health Impact Assessment. Appendix I: Examples of health risks by economic sector (continued)**.
- Kuznets, S. (1960). **Population Change and Aggregate Output**. Princeton, NJ : Princeton University Press.
- Simon, J. (1981). **The Ultimate Resource**. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- United Nations. (2010a). **World Population Prospect: The 2008 Revision Population Database**. Retrieved May 23, 2010, from <http://esa.un.org/unpp/index>.
- United Nations. (2010b). **World Population Prospect: The 2010 Revision**. Retrieved November 2, 2010, (Online). Abstract from: DIALOG (R) File: www.pollutedplaces.org/region/e_europe/russia/volkhov.shtm.



ประวัติคณะผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ (ภาษาไทย) นางสาววันดี หิรัญสถาพร

(ภาษาอังกฤษ) Ms.Wandee Hirunsathaporn

เลขหมายประจำตัวประชาชน

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้พร้อมโทรศัพท์และโทรสาร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พื้นที่บึงพระพิมุข จักรวรรดิ
เลขที่ 264 ถนนจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร 10100 หมายเลขโทรศัพท์

0-2226-5925 หมายเลขโทรศัพท์มือถือ 0846-806495 หมายเลขโทรสาร 0-2226-4879

e-mail address: noi_wh@hotmail.co.th

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระดับปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์



ประวัติคณะผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ (ภาษาไทย) นางสาวสุรัชฎา เมฆขลา

(ภาษาอังกฤษ) Ms.Suratchada Makhala

เลขหมายประจำตัวประชาชน

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้พร้อมโทรศัพท์และโทรสาร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พื้นที่บพิตรพิมุข จักรวรรดิ

เลขที่ 264 ถนนจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร 10100 หมายเลขโทรศัพท์

0-2226-5925 หมายเลขโทรศัพท์มือถือ 0814-351653 หมายเลขโทรสาร 0-2226-4879

e-mail address: suratchada.m@gmail.com

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาระบบสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล



ประวัติคณะผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ (ภาษาไทย) นางสาวกฤติกา มาอินทร์

(ภาษาอังกฤษ) Ms.Krittika Ma-in

เลขหมายประจำตัวประชาชน

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้พร้อมโทรศัพท์และโทรสาร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พื้นที่บึงพระพิมุข จักรวรรดิ

เลขที่ 264 ถนนจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร 10100 หมายเลขโทรศัพท์

0-2226-5925 หมายเลขโทรศัพท์มือถือ 0851-707233 หมายเลขโทรสาร 0-2226-4879

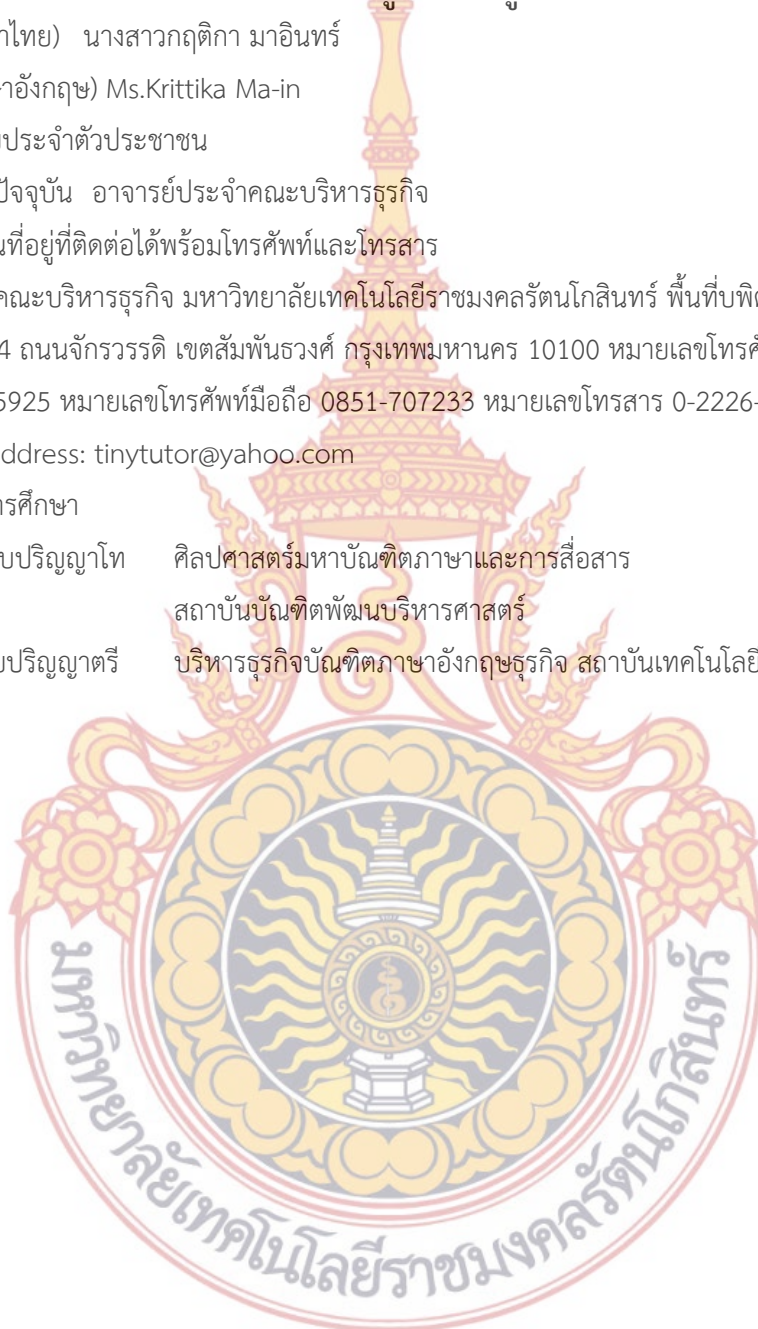
e-mail address: tinytutor@yahoo.com

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตภาษาและการสื่อสาร

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิตภาษาอังกฤษธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล



ประวัติคณะผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ (ภาษาไทย) นายวุฒิชัย ลีมอรุณไทย

(ภาษาอังกฤษ) MR. Wutthichai Limarunothai

เลขหมายประจำตัวประชาชน

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

หน่วยงานที่อยู่ติดต่อได้พร้อมโทรศัพท์และโทรสาร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พื้นที่ปทุมธานี
จักรวรรดิ เลขที่ 264 ถนนจักรวรรดิ เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร 10100 หมายเลขโทรศัพท์
0-2226-5925 หมายเลขโทรศัพท์มือถือ 0909-854759 หมายเลขโทรสาร 0-2226-4879

e-mail address: wutti_l@yahoo.com

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาโท เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ศ. 2550

ระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ

มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2546

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

การวิเคราะห์โครงการลงทุน

การวิเคราะห์ธุรกิจหลักทรัพย์

การประเมินความเสี่ยงทางการลงทุน

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุ
สถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยใน
แต่ละข้อเสนอการวิจัย เคยเป็นหัวหน้าโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการออมของผู้ปกครอง
และนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม และเคยเป็นผู้ร่วมวิจัยเรื่อง ความเป็นไปได้และความต้องการในการ
เปิดหลักสูตรภาษาจีนธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ ในโครงการวิจัย งบประมาณเงินรายได้ ประจำปี พ.ศ.
2554 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี