ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมและทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร[1]

The relationship between the behavior and attitude of the savings bank customers Big C Bangpakok. Bangkok

พจรินทร์ รังศรีสัมพันธ์
Potjarin Rungsrisumphan
บัณฑิตวิทยาลัยด้านบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
Graduate School of Business Administration Siam University
E-mail: yaya_rabbitgirl@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมและทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร และความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 3,000 - 6,000บาท และประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ ด้านพฤติกรรมการออมและรูปแบบการออมของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่า การจัดส่วนเงินออมต่อรายได้ในแต่ละเดือนไว้ประมาณ 1 – 10 % ของรายได้ เหตุผลหลักในการเลือกออมคือเพื่อซื้อทรัพย์สินต่างๆ เช่น บ้าน ที่ดิน รถยนต์ เป็นต้น การเลือกออมทรัพย์กับสถาบันการเงินประเภทเงินฝากออมทรัพย์ รูปแบบการออมนอกสถาบันการเงินคือ เพื่อซื้อบ้าน ที่ดิน รถยนต์ และทราบถึงประโยชน์การเก็บออมในรูปแบบต่างๆจากแหล่งสื่อสารต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ ผลการวิจัย พบว่าก่อนตัดสินใจออม มีความรู้ ความเข้าใจ ในรูปแบบการออมทรัพย์เป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก การออมทรัพย์เป็นการลดความเสี่ยงด้านการเงินเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมากที่สุด อัตราผลตอบแทนเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออม ระดับความสำคัญมาก ด้านความเชื่อการออม ผลการวิจัย พบว่า เชื่อว่าการออมทรัพย์คือการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับตนเองและครอบครัว ระดับความสำคัญมากที่สุด เชื่อว่าระดับความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออม ระดับความสำคัญมาก เชื่อว่าอัตราผลตอบแทนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออม ระดับ

[1] ปรับปรุงจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5 “มองภาพรวมประชาคมอาเซียน” มหาวิทยาลัยสยาม

ความสำคัญมาก เชื่อว่าผลตอบแทนจากการออมในระบบมีความแน่นอนมากกว่าการออมนอกระบบ ระดับความสำคัญมากที่สุด ด้านพฤติกรรมการออม ผลการวิจัย พบว่า มีการออมทรัพย์อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ระดับความสำคัญมากมีความพึงพอใจต่อการได้รับสิทธิประโยชน์จากการออม เช่น ดอกเบี้ย เงินปันผล กำไรส่วนต่าง ระดับความสำคัญมาท่านมีมีการออมวันนี้ เพื่อเตรียมพร้อมทางการเงินก่อนวัยเกษียณอายุงาน ระดับความสำคัญมากที่สุด ผลการวิจัยนี้ทำขึ้นเพื่อเป็นการกำหนดแนวทางในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากและการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์, พฤติกรรมการออม, ทัศนคติ

Abstract

This research The purpose is to study the relationship between savings and customer attitudes Bank. Big C Bangpakok. Bangkok And the relationship between demographic characteristics and attitudes of bank customers. Big C Bangpakok. Bangkok The sample used in this study is that customers who use the service Savings Bank Big C Bangpakok. 400 Bangkok statistics used for data analysis were frequency, percentage, average, and standard deviation. For the chi-square test.

The findings showed that the majority of respondents were female than male. Aged between 31-35 years of undergraduate education, single, with a monthly income of 10,001 to 15,000 baht per month cost 3000-6000 baht, workers and the general / self-employed. The behavior of savings and savings patterns of the samples found that most respondents. The section on savings income each month for approximately 1-10% of savings is the main reason for choosing to buy assets such as land, houses, cars, etc. The selected financial institutions, savings, savings. Forms of savings outside the banking institutions. To buy a house, land, car and know the benefits of saving in various forms of communication such as radio, television, newspaper sources. Attitude, cognition research found that before making a saving knowledge in the form of savings, as well. Top priority The savings will reduce the financial risks as well. The most important The yield is the main reason to choose a form of savings. Top priority The belief Savings findings showed that the savings is to build financial security for themselves and their families. The most important Believes that the risks affecting the decision to form savings. Top priority Believe that yields have to decide the form of savings. Top priority Believes that the return on savings in the system is definitely more savings out of the system. The most important The results showed that savings behavior are saving regularly and continuously. Top priority Satisfied to get benefits from savings, such as interest, dividends, profit levels are important to you are saving today. To prepare financially before retirement age. The most important The research was done to determine the. Develop deposit products and services to meet the needs of the customer.

Keywords: relationship, saving behavior, attitude.

บทนำ

ปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตามสภาวะทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงมีประชาชนที่รักในการออมเงินและต้องการแสวงหาผลตอบแทนจากผลิตภัณฑ์ทางการเงินประเภทต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคสามารถ เลือกผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากให้ตรงกับความต้องการของตนเองได้ และสามารถวางแผนการออมเงินของตนเองได้ ธนาคารออมสินได้มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง พัฒนาระบบงานและการให้บริการทางการเงินในทุกด้านที่ทันสมัยโดยมีเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่ลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงิน ธนาคารออมสินเป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกัน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลังปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 1,121 สาขาทั่วประเทศ และมีอายุครบ 102 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558 (ธนาคารออมสิน, 2558)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะทำวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมและทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซี บางปะกอก กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมและทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก และทราบความต้องการของลูกค้า ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของธนาคารออมสิน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากและการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมและทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาบิ๊กซี บางปะกอก กรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทางประชากรศาสตร์และทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซี บางปะกอก กรุงเทพมหานคร

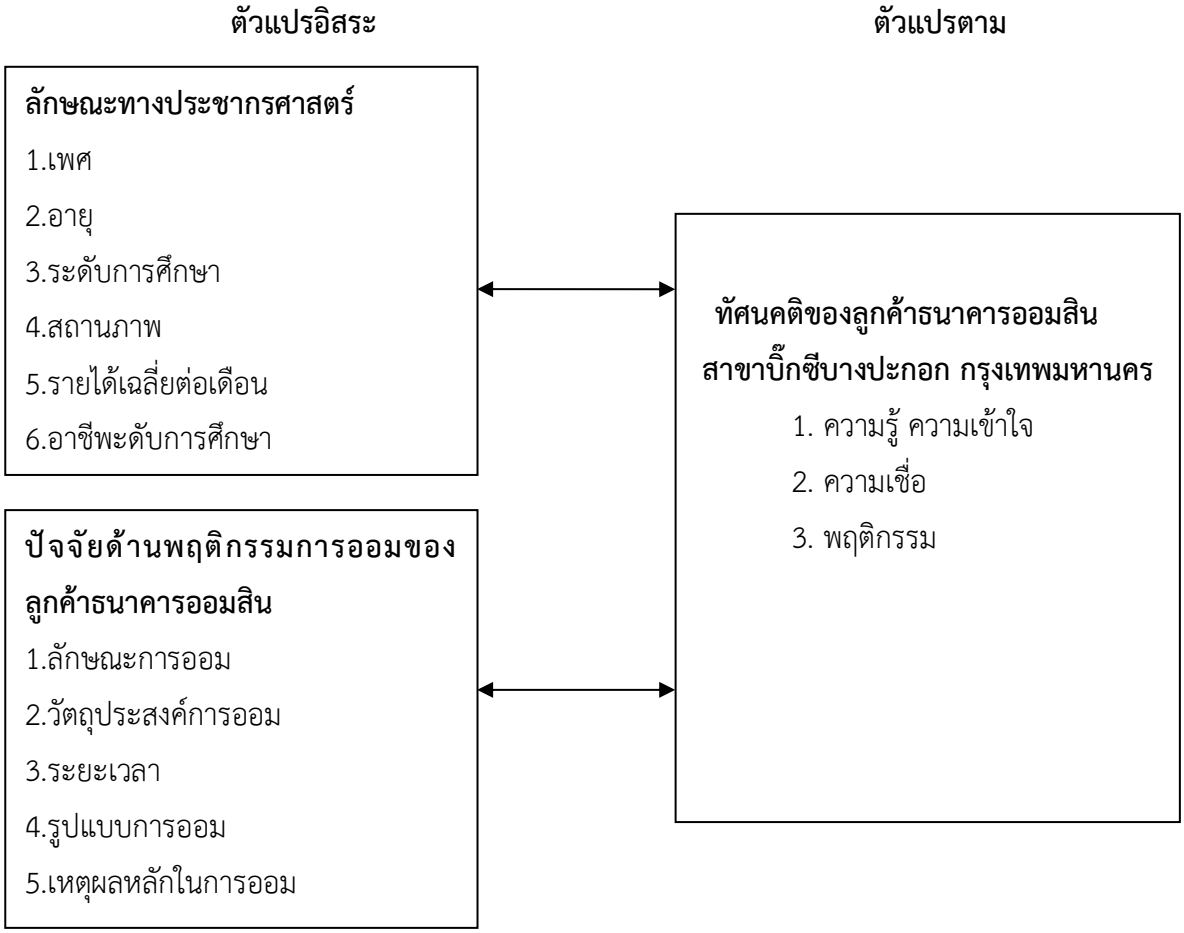
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทเงินฝากและการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการออมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซี บางปะกอก กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรม

ทัศนคติ เป็นเรื่องของจิตใจ ความรู้สึกนึกคิด ของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ได้พบเจอ ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา หรือกล่าวได้ว่า ทัศนคติ ประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาทางพฤติกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค

1.ข้อจำกัดต่าง ๆ ของผู้บริโภค หมายความว่า ในขณะที่วัดทัศนคติของลูกค้าอยู่นั้น ลูกค้าจะ ตอบสนองโดยมิได้คำนึงถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ว่าตนเองจะสามารถแสดงพฤติกรรมดังกล่าวได้หรือไม่

2. การกระทำที่ต้องการวัดต้องมีความชัดเจนและแน่นอนว่าต้องการจะดูการกระทำใด ๆ ของ ลูกค้า เช่น ความถี่ในการเข้ามาใช้บริการ ระยะเวลาที่เข้าพักหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือไม่ เป็นต้น

3. เป้าหมาย คือ ทัศนคติที่ลูกค้ามีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆหรือการบริการที่ได้รับ ซึ่งส่งผลต่อ พฤติกรรมที่มีรูปแบบที่แตกต่างกันโดยอาจสอดคล้องกับทัศนคติหรือไม่ก็ได้

4. เวลา เมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมและทัศนคติอาจเปลี่ยนแปลงไปด้วย

5. สภาพการณ์และสิ่งแวดล้อม มีผลทำให้พฤติกรรมเบี่ยงเบนไป เช่น อิทธิพลจากคนรอบข้าง หรือเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดขึ้นทำให้ต้องแสดงพฤติกรรมที่อาจไม่สอดคล้องกับทัศนคติขึ้นได้

แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ กล่าวว่า บุคคลที่มีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ รายได้ สถานภาพของครอบครัว และอาชีพจะมีความต้องการความคิดเห็นต่างๆ แตกต่างไปตามปัจจัยเหล่านี้ ดังนั้น จึงต้องศึกษาพื้นฐานเฉพาะบุคคล ผู้มีอายุแตกต่างกันไม่ต้องการเป้าหมายในชีวิตเหมือนกัน เด็ก ๆ ต้องการความสนุกสนาน วัยรุ่นต้องการให้เพื่อนฝูงยอมรับ ต้องการอิสระเสรีในการแสดงออก ผู้ใหญ่ต้องการประสบความสำเร็จในอาชีพและมีฐานะมั่นคง ผู้สูงอายุต้องการความสงบสุข เป็นต้น ผู้มีรายได้น้อยต้องการสินค้าราคาพอสมควร คุณภาพพอใช้ได้ปริมาณให้เพียงพอ แต่ผู้มีรายได้สูงต้องการสินค้าคุณภาพเยี่ยม ราคาไม่เกี่ยงปริมาณไม่ต้องมาก ในสมัยก่อน เพศหญิงและชายจะแสดงออกถึงความแตกต่างที่แยกกันอย่างชัดเจน แต่ปัจจุบันนี้มีผลิตภัณฑ์หลายชนิดที่สามารถเสนอขายชายหญิงโดยไม่แยกเพศ เช่น เสื้อผ้าลำลอง รองเท้า กีฬา กิจกรรมด้านบันเทิง รวมไปถึงการเลือกอาชีพ เป็นต้น

แนวคิดทฤษฎีความต้องการถือเงินของ Milton Friedman

ทฤษฎีความต้องการถือเงินของ Milton Friedman อธิบายไว้ในปี 1968 ได้พัฒนามาจากแนวคิดของนักทฤษฎีปริมาณเงินของสำนักเคมบริดจ์ซึ่งอธิบายปัจจัยที่กำหนดความต้องการถือเงินโดยมองว่าเงินเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ บุคคลมีอุปสงค์ต่อเงินเพราะเห็นว่าเงินจะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ขึ้นได้พฤติกรรมการเลือกถือเงินของบุคคลเป็นสัดส่วนโดยตรงกับรายได้ที่เป็นตัวเงินและมีบางส่วนมีความคล้ายคลึงกับ John Maynard Keynes ที่เรียกว่าทฤษฎีความพอในสภาพคล่อง ซึ่งอธิบายความต้องการถือเงินของบุคคลออกเป็น 3 ประการ

1. ความต้องการถือเงินไว้ใช้สอยในชีวิตประจำวัน
2. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน
3. ความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร

โดยความต้องการในการเลือกถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวันและยามฉุกเฉินมีความสัมพันธ์โดยตรงกับรายได้ส่วนความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไรขึ้นอยู่กับคาดคะเนอัตราดอกเบี้ยในอนาคต

วรวรรณ ศิลมัฐ (2555) ได้วิจัยเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาแกลงจังหวัดระยอง พบว่าปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่ส่งผลทำให้ธนาคารออมสิน ขาดประสิทธิภาพในการให้บริการเรื่องนโยบายการบริหารงานที่ไม่ชัดเจน พนักงานได้รับข้อมูลที่ผิดพลาด มีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของธนาคารไม่ครอบคลุม จึงมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะกับลูกค้า และการสื่อสารระหว่างลูกค้ากับพนักงานมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน

ณัฐดนัย ใจชน (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เหตุผลที่ใช้ธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญกับระดับปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพพบว่าไม่ต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการเข้าใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในด้านบริการมีความสอดคล้องกันตามสมติฐานที่ตั้งไว้

สิรินดา กลิ่นจันทร์หอม (2555) ได้วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการออมเงินของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่มีปริมาณเงินออมเฉลี่ยค่อนข้างต่ำและมีนักศึกษามากกว่า 50% ที่

มีจำนวนเงินออมเท่ากับศูนย์หรือไม่มีจำนวนเงินออมเลยซึ่งสาเหตุนี้ทำให้จำนวนเงินของนักศึกษาแตกต่างกันไปก็มาจากจำนวนรายรับและรายจ่ายจึงส่งผลให้นักศึกษาส่วนมากมีเงินออมในระดับที่ค่อนข้างต่ำในแต่ละเดือน

กฤตภาส เลิศสงคราม (2555) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัทอสังหาริมทรัพย์ พบว่าพฤติกรรมการออมของพนักงานส่วนใหญ่ออมในสถาบันการเงิน และจำนวนต่ำกว่า 5,000 บาท โดยมีจุดมุ่งหมายส่วนใหญ่มีการออมเพื่อใช่จ่ายยามฉุกเฉิน มีความต้องการออมระยะยาว แต่จำนวนเงินออมยังต่ำอยู่ ดังนั้นจึงต้องวางแผนด้านค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

ชารวี บุตรบำรุง (2555) ได้ศึกษาเรื่องรายได้และรูปแบบการออมเพื่อการเตรียมพร้อมสู่วัยสูงอายุ ของประชาชนอายุระหว่าง 30-40 ปีในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนอายุระหว่าง 30-40 ปี ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร มีแรงบันดาลใจในการออมในระดับมากที่สุด คือ เพื่อความมั่นคงในวัยสูงอายุ เก็บไว้ใช้ยามเจ็บป่วยหรือยามชรา เก็บไว้ให้บุตรหลาน มีแรงบันดาลใจในการออมระดับมาก คือ สำหรับประกอบพิธีฌาปนกิจ ลดการพึ่งพิงภาครัฐ สำหรับแรงบันดาลใจในการออม ระดับปานกลาง คือให้ความคุ้มครองหลายด้าน และสำหรับแรงบันดาลใจในการออม ระดับน้อย คือมีผลตอบแทนคุ้มค่าและแน่นอน

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่าพฤติกรรมการออมและทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของ ธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมและทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสินของสาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าธนาคารออมสินของสาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานครได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูกตามตัวเลือกที่กำหนดไว้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการออมและรูปแบบการออม โดยให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายถูกตามตัวเลือกที่กำหนดไว้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลทัศนคติที่มีผลต่อการออมโดยผู้วิจัยได้ใช้การวัดระดับความสำคัญ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ซึ่งในการตรวจให้คะแนน โดยให้คะแนน 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานครที่เต็มใจให้ข้อมูล เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนด

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) วิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson‘s Correlation Coefficient) โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัย

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ

พฤติกรรมการออมและรูปแบบการออม ผลการวิจัย พบว่า การจัดส่วนเงินออมต่อรายได้ในแต่ละเดือนไว้ประมาณ 1 – 10 % ของรายได้ เหตุผลหลักในการเลือกออมคือเพื่อซื้อทรัพย์สินต่างๆ เช่น บ้าน ที่ดิน รถยนต์ เป็นต้น การเลือกออมทรัพย์กับสถาบันการเงินประเภทเงินฝากออมทรัพย์ รูปแบบการออมนอกสถาบันการเงินคือ เพื่อซื้อบ้าน ที่ดิน รถยนต์ และทราบถึงประโยชน์การเก็บออมในรูปแบบต่างๆจากแหล่งสื่อสารต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์

ทัศนคติที่มีผลต่อการออม

ด้านความรู้ความเข้าใจ ผลการวิจัย พบว่าก่อนตัดสินใจออม มีความรู้ ความเข้าใจ ในรูปแบบการออมทรัพย์เป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมาก การออมทรัพย์เป็นการลดความเสี่ยงด้านการเงินเป็นอย่างดี ระดับความสำคัญมากที่สุด อัตราผลตอบแทนเป็นเหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออม ระดับความสำคัญมาก

ด้านความเชื่อการออม ผลการวิจัย พบว่า เชื่อว่าการออมทรัพย์คือการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับตนเองและครอบครัว ระดับความสำคัญมากที่สุด เชื่อว่าระดับความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออม ระดับความสำคัญมาก เชื่อว่าอัตราผลตอบแทนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออม ระดับความสำคัญมาก เชื่อว่าผลตอบแทนจากการออมในระบบมีความแน่นอนมากกว่าการออมนอกระบบ ระดับความสำคัญมากที่สุด

ด้านพฤติกรรมการออม ผลการวิจัย พบว่า มีการออมทรัพย์อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ระดับความสำคัญมากมีความพึงพอใจต่อการได้รับสิทธิประโยชน์จากการออม เช่น ดอกเบี้ย เงินปันผล กำไรส่วนต่าง ระดับความสำคัญมาท่านมีมีการออมวันนี้ เพื่อเตรียมพร้อมทางการเงินก่อนวัยเกษียณอายุงาน ระดับความสำคัญมากที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสินของสาขาบิ๊กซีบางปะกอก กรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสันพันธ์ต่อทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสินเนื่องจากปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันอาจส่งผลต่อให้มีทัศนคติที่แตกต่างกัน เพราะความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมการออมของแต่ละบุคคลย่อมไม่เหมือนกัน ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลก็ย่อมแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับตัดสินใจออม พฤติกรรมการออมและความสามารถในการออมของแต่ละบุคคล

สมมติฐานข้อ 2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการออมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาบิ๊กซี บางปะกอก กรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการออมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาบิ๊กซี บางปะกอก กรุงเทพมหานคร จากผลสำรวจพบว่าผู้ที่มีทัศนคติในการออมที่ดีนั้นย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของที่ดีด้วย ไม่ว่าจะเป็นการจัดสัดส่วนเงินออม ระยะเวลาที่เลือกออม และรูปแบบการออม ล้วนมีผลมาจากทัศนคติการออมของแต่ละบุคคล

เอกสารอ้างอิง

กฤตภาส เลิศสงคราม. (2555).*พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัทอสังหาริมทรัพย์.* สารนิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชารวี บุตรบำรุง. (2555).*รายได้และรูปแบบการออมเพื่อการเตรียมพร้อมสู่วัยสูงอายุ ของประชาชนอายุระหว่าง 30-40 ปีในเขตดุสิต.* กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ณัฐดนัย ใจชน. (2555) .*ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ธนาคารออมสิน. (ออนไลน์). สืบค้นจาก http://www.gsb.or.th.

ปพิชญา บุญศรี. (2555).*พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.* คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรทิพย์ เกิดขำ และ ศิรภัสสร โรจนสัญชัยกุล. (2553).*พฤติกรรมการออมส่วนบุคคลของพนักงาน บริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน).*ปริญญาศิลปะศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วรวรรณ ศิลมัฐ. (2555). *การเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาแกลง จังหวัดระยอง. การศึกษา*ค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

สิรินดา กลิ่นจันทร์หอม. (2555).*พฤติกรรมการออมเงินของนักศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.* คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.