

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคล
ของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

ศิริภา เท่าเทียมตน

TNI

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2559

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE PERCEPTION OF INFORMATION AND
THE PERSONAL SAVINGS BEHAVIOR OF EMPLOYEERS WORKING
IN JAPANESE FACTORIES

Siripha Thaothiamton

TNI

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program

in Japanese Business Administration

Graduate School

Thai-Nichi Institute of Technology

Academic Year 2016

หัวข้อสารนิพนธ์

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม

การออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

โดย

ศิริภา เท่าเทียมตน

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจญี่ปุ่น

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้นับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ดร. เอิบ พงษ์ทอง)

..... กรรมการ

(ดร. นฤตย์ร่ำภา ทรัพย์ไพบูลย์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์)

ศิริภา เท่าเทียมตน : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น. อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์, 68 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น 2. ศึกษาพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น 3. ศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านปริมาณการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง และหาค่าความสัมพันธ์

พนักงานให้ความเห็นต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลางในทุกด้าน โดยพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าด้านการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ด้านความรู้ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 และด้านภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89

พนักงานส่วนใหญ่ออมเงินเพื่อใช้ในยามจำเป็น ร้อยละ 36.06 รองลงมาออมเงินเพื่อเก็บเอาไว้สำหรับอนาคต ร้อยละ 32.47 ส่วนใหญ่ออมเงินในรูปแบบการฝากธนาคารจำนวน ร้อยละ 41.07 รองลงมาออมในรูปแบบเก็บเป็นเงินสด (เก็บรักษาเอง) ร้อยละ 21.38 ส่วนใหญ่ออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 29.00 รองลงมาออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาท ร้อยละ 21.00

ผลการทดสอบ พบว่าด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงิน ด้านภาวะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ $Eta = 0.28$, $Eta = 0.28$, $Eta = 0.20$ ตามลำดับ

SIRIPHA THAOTHIAMTON : THE RELATIONSHIP BETWEEN THE PERCEPTION OF INFORMATION AND THE PERSONAL SAVINGS BEHAVIOR OF EMPLOYEERS WORKING IN JAPANESE FACTORIES. ADVISOR : DR. BOONYADA NASOMBOON, 68 PP.

The purposes of this research are to 1. Study the perception of information of workers in Japanese factories, 2. Study the personal savings behavior of employees in Japanese factories, and 3. Study the relationship between the perception of information and the personal savings behavior of employees in Japanese factories. The number of the samples is 400 employees. The data collection method used is a questionnaire survey. The data analysis methods used are Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, One-way Analysis of Variance(ANOVA), and Eta.

The research shows that the employees have the perception of information and the understanding of personal savings plan at a medium level. When considering in details, it is found that the mean of the perception of general information equals to 3.28, the perception of the information circulated at work place equals to 3.22, the understanding of personal financial planning and savings equals to 3.07 and the perception of economic conditions equals to 2.89.

The research also found that most of the sample population build up savings in case of emergency which equals to 36.06%, followed by for future which equals to 32.47%. In terms of savings methods, most of the sample deposit their savings at banks which equals to 41.07%, and followed by keeping savings in cash (by themselves which equals to 21.38%. In terms of the monthly savings amount, most of the sample collect 1,001– 2,000 THB for monthly savings which equals to 29.00%, and followed by less than 1,000 THB which equals to 21.00%

The research found that the perception of general information is not related to the monthly savings amount, but the perception of the information circulated at work place, the understanding of personal financial planning and savings, the perception of economic conditions was statistically significant at 0.05 level, and they are related with the monthly savings amount at a low level (Eta = 0.28, 0.28, 0.20 respectively).

Graduate School
Field of Study Business Japanese
Academic Year 2016

Student's Signature.....
Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ดร. บุญญาดา นาสมบูรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษา รวมถึงคณาจารย์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจชั้นสูงทุกท่าน ที่ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบตราแก้ไขเนื้อหา รวมทั้ง ดร. เอิบ พงษ์ทอง และ ดร. นฤตย์ร่ำภา ทรัพย์ไพบุลย์ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการและกรรมการในการสอบสารนิพนธ์นี้ ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านต่างๆ เหล่านี้เป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถาม ตลอดจนมารดาที่ทำให้กำลังใจในการทำสารนิพนธ์ด้วยดีเสมอมา จึงทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดีสุดท้ายนี้ทางผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับท่านที่สนใจเพื่อนำไปใช้ในการประกอบความรู้ในอนาคต หากมีสิ่งใดขาดตกบกพร่องหรือผิดพลาดประการใดผู้วิจัยจึงขออภัยเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ศิริภา เท่าเทียมตน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูป	ฉ

บทที่

1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
	สมมติฐานการวิจัย.....	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
	ขอบเขตของงานวิจัย.....	4
	สมมติฐานการวิจัย.....	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2	เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
	แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการข่าวสาร.....	6
	แนวคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อ	7
	แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในองค์กร	10
	แนวความคิดการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล	12
	ปัจจัยทางเศรษฐกิจกับการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล.....	15
	แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการออม	17
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
3	วิธีการดำเนินการวิจัย	29
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
	การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
	สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	34
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
	สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
	ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
	ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป	
	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจ	
	เรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทาง	
	เศรษฐกิจ.....	39
	ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานใน	
	โรงงานญี่ปุ่น.....	44
	ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	47
5	บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	51
	สรุปผลการวิจัย.....	51
	อภิปรายผลการวิจัย.....	54
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	55
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	56
	บรรณานุกรม.....	57
	ภาคผนวก.....	62
	ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	63
	ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์.....	68

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูล ทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทาง เศรษฐกิจ	32
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	36
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม...	37
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	38
6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	38
7 ระดับของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	39
8 ปัจจัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไปโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	40
9 ระดับความรู้ความเข้าใจโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน.....	41
10 ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน.....	42
11 ระดับความรู้ความเข้าใจด้านภาวะเศรษฐกิจโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	43
12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์การออมของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	44
13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการออมของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	45
14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการออมในแต่ละเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
15 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป และปริมาณการออม ในแต่ละเดือน.....	47

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน และปริมาณการออมในแต่ละเดือน	48
17 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผน ทางการเงินและปริมาณการออมในแต่ละเดือน	49
18 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจด้านภาวะทางเศรษฐกิจ และปริมาณการออมในแต่ละเดือน	50



สารบัญรูป

รูป

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
---	----------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาพสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงจากอดีตที่เป็นสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรม มีการเคลื่อนย้ายแรงงานจากต่างจังหวัดเข้าไปอยู่ตามแหล่งอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศไทยที่มีมากกว่า 50 นิคมอุตสาหกรรม กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ และนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครเป็นนิคมอุตสาหกรรมชั้นนำของประเทศไทยซึ่งเป็นนิคมที่มีจำนวนโรงงานที่เปิดดำเนินการกิจการ 820 โรงงาน ซึ่งถือว่ามากเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทย นับได้ว่าเป็นแหล่งรองรับแรงงานและผู้ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญของภาคตะวันออก โดยมีการขยายตัวของแรงงานที่เคลื่อนย้ายเข้ามารับจ้างเป็นพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นจำนวนมาก (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2559)

การดำเนินชีวิตของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับการทำงานตั้งแต่เช้าจนเย็น ทั้งการทำงานในเวลาปกติและการทำงานล่วงเวลา เพราะต้องการเงินมาใช้ในการอุปโภคและบริโภคเพื่อดำรงชีพ ปัจจุบันเงินนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญมากต่อการดำรงชีพของเราโดยมีรายได้ที่เข้ามาในช่วงปลายเดือนหรือต้นเดือนแล้วแต่กำหนดการจ่ายเงินเดือนพนักงานของแต่ละบริษัท แต่รายรับที่เข้ามานี้จะถูกใช้จ่ายออกไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นค่าอาหาร ค่าเช่าห้องพัก ค่าผ่อนบ้าน ค่าผ่อนรถ ค่าผ่อนบัตรเครดิต เงินที่ส่งกลับไปให้ลูกหรือพ่อแม่ที่ต่างจังหวัด เป็นต้น และด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ เหล่านี้เองทำให้พนักงานแทบจะไม่มีเงินเหลือพอใช้ไปจนถึงสิ้นเดือน และยังต้องไปก่อหนี้สินใหม่เรื่อยไป ไม่ว่าจะเป็นจากบัตรเครดิต บัตรกดเงินสด หรือแม้กระทั่งหนี้ในระบบที่ดอกเบี้ยแพงมากๆ จึงเกิดปัญหาว่าพนักงานวางแผนทางการเงินอย่างไร หรือบริษัทควรให้ความรู้กับพนักงานอย่างไรเพื่อให้พนักงานมีเงินออมสำรองเก็บไว้ใช้สำหรับอนาคต และสามารถใช้จ่ายได้อย่างไม่ขาดแคลน พร้อมทั้งมีเงินไว้ใช้หลังเกษียณอย่างสุขสบาย

เงินออมในระบบเศรษฐกิจมีความหมายกว้าง รวมถึงเงินออมทั้งของภาครัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ และเงินออมของภาคเอกชนที่เป็นภาคธุรกิจและครัวเรือนทั้งหมด การออมนอกจากจะมีความสำคัญต่อประชาชนในแง่ทำให้เกิดความมั่นคงในอนาคตแล้ว ยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างเพราะช่วยสนับสนุนการลงทุนและการผลิตของประเทศ หากประเทศมีเงินออมและเงินลงทุนค่อนข้างสมดุล การลงทุนในประเทศก็ไม่ต้องอาศัยเงินทุนจากต่างประเทศมากนักเป็นการแก้ปัญหาความไม่สมดุลของการออมและการลงทุนในประเทศ

จากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรายได้ ค่าใช้จ่าย ภาวะหนี้สิน และทรัพย์สินของครัวเรือน ตลอดจนลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่าครัวเรือนทั่วประเทศตั้งแต่ปี 2549 ถึง 2558 มีรายได้เฉลี่ยมากกว่าค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการยังชีพ และพบว่ารายได้และค่าใช้จ่ายฯ ตั้งแต่ปี 2549 ถึง 2558 เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ คือ รายได้เพิ่มจาก 17,787 บาท เป็น 27,545 บาท และค่าใช้จ่ายฯ เพิ่มจาก 14,311 บาท เป็น 21,818 บาท ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาผลต่างของรายได้ และค่าใช้จ่ายฯ ในปี 2558 พบว่ารายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในการยังชีพ 5,727 บาทต่อครัวเรือน หรือประมาณ 1,975 บาทต่อคน (ขนาดของครัวเรือนเฉลี่ยเท่ากับ 2.9 คน) ซึ่งส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้ในการชำระหนี้ เช่น หนี้เพื่อการซื้อบ้าน/ที่ดิน หนี้อุปโภคบริโภค และรายได้ส่วนที่เหลือจากการชำระหนี้และไม่ได้ถูกใช้สอยออกไปก็มีเหลือไว้สำหรับการเก็บออม เป็นต้น เมื่อเปรียบเทียบหนี้สินต่อรายได้ของครัวเรือนในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ลดลงจากปี 2549 คือ 6.6 เท่า เป็น 5.9 เท่าในปี 2558 มีเพียงปี 2556 เท่านั้นที่หนี้สินต่อรายได้ปรับตัวสูงขึ้น อาจเป็นเพราะมีการก่อหนี้อย่างต่อเนื่องอย่างเช่น เพื่อการซ่อมแซมหลังน้ำท่วมในปี 2554 รวมทั้งการกู้เงินเพื่อซื้อบ้านหลังแรก รถยนต์คันแรก ตามโครงการของรัฐในช่วงปี 2555-2556 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2558)

เมื่อพูดถึงปัญหาทางการเงินของมนุษย์เงินเดือน พอแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ “กลุ่มมีเงินไม่พอใช้” และ “กลุ่มมีเงินเหลือ” แต่มนุษย์เงินเดือนส่วนใหญ่น่าจะอยู่ในกลุ่ม “มีเงินไม่พอใช้” ซึ่งมักจะเผชิญกับปัญหาการเงิน ชักหน้าไม่ถึงหลังมากกว่ากลุ่มมีเงินเหลือใช้ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะมีรายได้น้อย แต่มีค่าใช้จ่ายเยอะ ทำให้เงินไม่พอใช้ซึ่งสาเหตุน่าจะมาจากข้าวของที่แพงขึ้น หรือเป็นเพราะนิสัยการใช้จ่ายฟุ่มเฟือยใช้จ่ายเกินตัว จึงทำให้รายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย เป็นเหตุให้ต้องกู้ยืมเพื่อนำมาใช้จ่ายภายในครอบครัว รวมถึงยังเกิดจากปัญหาอื่นๆ เช่น อุบัติเหตุ การเจ็บป่วย เป็นต้นการแก้ปัญหาเมื่อถึงเวลาคับขัน คนส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีการกู้ยืมเงินจากแหล่งต่างๆ มากกว่าจะลดค่าใช้จ่ายซึ่งแหล่งที่เข้าถึงได้ง่ายที่สุดก็คือ “เงินกู้นอกระบบ” ซึ่งต้องจ่ายดอกเบี้ยแพงถึงร้อยละ 10-20 ต่อเดือน และยังเสี่ยงต่อการถูกทวงหนี้ด้วยวิธีรุนแรง เพราะลูกหนี้ส่วนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องกฎหมายจึงมักถูกเอารัดเอาเปรียบจากเจ้าหนี้เป็นอย่างมากภาระหนี้สินส่วนตัวของพนักงานในโรงงานจึงเป็นปัญหาใหญ่ที่จึงจำเป็นต้องเร่งแก้ไข และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน เพื่อไม่ให้นำไปสู่การเกิดวิกฤติการเงิน จนส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรเพราะหากเงินเดือนที่ได้รับในแต่ละเดือนต้องเอาไปจ่ายหนี้ ไม่เหลือเงินพอที่จะใช้จ่ายในแต่ละเดือนย่อมทำให้พนักงานไม่มีกำลังใจในการทำงาน และส่งผลกระทบต่อองค์กรโดยรวมในที่สุด (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2559)

การสื่อสารจะช่วยให้พนักงานได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการออมและการวางแผนทางการเงินมากขึ้น โดยการแบ่งปันข้อมูล ความคิด หรือทัศนคติ ทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารเป็นการสื่อสารทั้งจากบนลงล่าง จากล่างขึ้นบน และการสื่อสารแนวนอน ที่เกิดขึ้น

ได้ภายในบริษัท และการสื่อสารนั้นต้องอาศัยวิธีการที่หลากหลายสำหรับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความแตกต่างกัน และบางครั้งการสื่อสารข้อมูลต้องมีระยะเวลาที่เหมาะสม และการกำหนดวิธีการในการสื่อสารข้อมูล รวมทั้งการฟังอย่างตั้งใจและติดตามผลการสื่อสารและให้ข้อมูลย้อนกลับ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพด้านการสื่อสารมากที่สุด (สุนทรี หาญเสมอ. 2556)

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปกำหนดแนวทางการบริหารจัดการทางการเงินส่วนบุคคล และเป็นประโยชน์ต่อแผนกทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้ในการชี้แนะหรืออบรมให้ความรู้กับพนักงานในบริษัท

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น
2. เป็นแนวทางและแรงกระตุ้นต่อพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น
3. เป็นแนวทางให้แผนกทรัพยากรมนุษย์ได้ใช้เป็นฐานข้อมูลให้การอบรมให้ความรู้แก่พนักงานของพนักงานตนเอง
4. รองรับสถานการณ์ความไม่แน่นอนในอนาคต

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาสำรวจตามขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหาที่ทำการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งทำการศึกษถึง “การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น”

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานที่ทำงานอยู่ในโรงงานญี่ปุ่นนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ซึ่งเป็นนิคมอุตสาหกรรมที่มีบริษัทเปิดดำเนินการกิจการมากที่สุด 820 โรงงาน และมีจำนวนพนักงานมากกว่า 100,000 คน (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2559)

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานโรงงานญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จำนวน 400 คน

3. ข้อมูลที่ทำการศึกษา

3.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น ได้แก่

3.1.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป

3.1.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน

3.1.3 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

3.1.4 ภาวะทางเศรษฐกิจ

3.2 พฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น ได้แก่

3.2.1 วัตถุประสงค์ในการออม

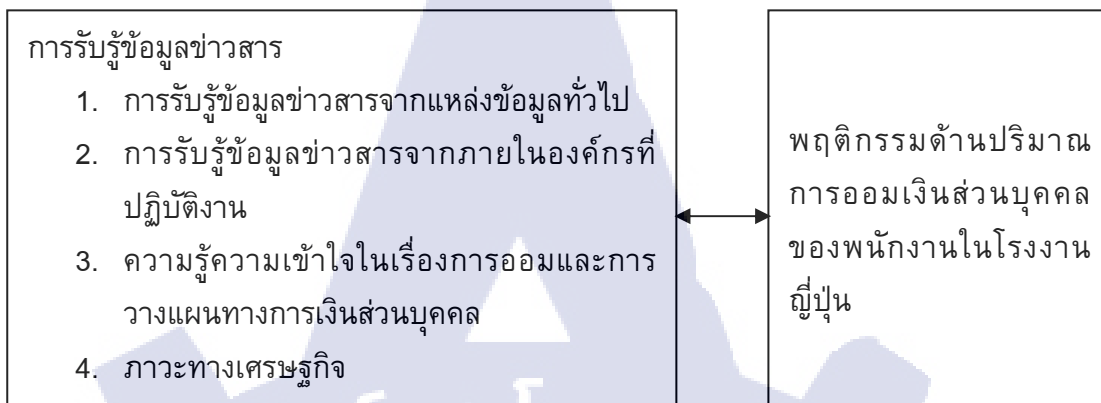
3.2.2 รูปแบบการออม

3.2.3 ปริมาณเงินออมในแต่ละเดือน

4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2559 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ. 2560

สมมุติฐานการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การออมและการวางแผนทางการเงินจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น รวมถึง จากบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว หรือ เพื่อน เป็นต้น
2. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน หมายถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการออมและการวางแผนทางการเงินจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานอยู่ เช่น ฝ่ายบุคคล หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน หรือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นต้น
3. ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล หมายถึง ความรู้และความเข้าใจหลักการ กระบวนการ แนวคิด ในการออมหรือการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล
4. ภาวะทางเศรษฐกิจ หมายถึง ความรู้และความเข้าใจในเรื่องภาวะทางเศรษฐกิจ เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด วิกฤตเศรษฐกิจโลก เป็นต้น
5. วัตถุประสงค์ในการออมเงิน หมายถึง เป้าหมาย หรือสิ่งที่บุคคลต้องการจะได้รับจากออมเงินส่วนบุคคลของตน เช่น เพื่อใช้ในยามจำเป็น เพื่อการศึกษา เป็นต้น
6. รูปแบบในการออมเงิน หมายถึง รูปแบบที่ใช้ในการเก็บรักษาเงินตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เช่นฝากธนาคาร ซื้อทองคำ พันธบัตร เป็นต้น
7. ปริมาณเงินออมในแต่ละเดือน หมายถึง จำนวนเงินที่พนักงานออมในแต่ละเดือนโดยเฉลี่ย
8. พนักงาน หมายถึง พนักงานที่ทำงานในองค์กรญี่ปุ่นในนิคมอมตะนคร

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตัวพนักงานในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการทางการเงินส่วนบุคคล และเป็นประโยชน์ต่อแผนกทรัพยากรมนุษย์ที่ใช้ในการชี้แนะหรืออบรมให้ความรู้กับพนักงานในบริษัทของตนเอง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการข่าวสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในองค์กร
4. แนวความคิดการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล
5. ปัจจัยทางเศรษฐกิจกับการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล
6. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการออม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการข่าวสาร

การอ่านหนังสือพิมพ์ การเปิดรับวิทยุ และการชมรายการโทรทัศน์ของแต่ละบุคคลแต่ละคนนั้นขึ้นอยู่กับเหตุผลที่ต่างกัน ดังนี้ (จิราภรณ์ สุวรรณวาทกิจ. 2547 : 17)

ก. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์รอบตัวที่จะรู้ได้ว่าอะไร กำลังจะเกิดขึ้นเพื่อให้เห็นเหตุการณ์

ข. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลในแต่ละวัน

ค. เพื่อนำเอาข้อมูลข่าวสารนั้นไปใช้ในการสนทนา (Participated Communication)

ง. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) สร้างความรู้สึกเสมือนอยู่ในเหตุการณ์จริง

การศึกษาเรื่องความต้องการเกี่ยวกับสื่อ หรือเหตุที่ต้องการใช้สื่อนั้น มีต้นแบบมาจากงานวิจัย ที่เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1973 เป็นกรณีศึกษาที่เก็บข้อมูลจากผู้ใช้ในประเทศอิสราเอล ด้วยการสร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมมนุษย์ขึ้น (The social and Psychological Needs) ด้วยการนำเอาองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ มารวมกันกลายเป็นความต้องการในด้านต่างๆ คือ แคทซ์, อี.; กูเรวิช, เอ็ม.; และฮาซ, เฮช. (Katz, E.; Gurevitch, M.; and Haas, H. 1973 : 44)

ก. Mode คือ แบบ หรือลักษณะความต้องการ เช่น ต้องการมากขึ้น ต้องการลดลง หรือต้องการให้ได้มา

ข. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของมนุษย์ต่อสิ่งภายนอกเช่น ต้องการติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้ การติดต่อเพื่อความพึงพอใจ เพื่อความน่าเชื่อถือความมั่นใจ หรือเพื่อเชื่อมโยงสานสัมพันธ์

ค. Reference คือ บุคคล หรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่สิ่งนั้น เช่น ตนเอง ครอบครัว เพื่อนฝูง สังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม โลก สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายนัยลบ องค์ประกอบเหล่านี้ ได้นำมาสร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้น 35 ข้อ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการต่างๆ หากบุคคลที่สื่อสารต้องการพอใจให้ได้ ข้อความที่สร้างขึ้นมาจากการรวบรวม 3 องค์ประกอบต่างๆ เข้าด้วยกันเช่น ความต้องการที่จะเพิ่มพูนติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัวหรือความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง (Escape) จากสถานะที่เป็นจริง และเพื่อสื่อความบันเทิงก็สามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

ความต้องการข่าวสารแต่ละคนนั้น จึงขึ้นอยู่กับเหตุผลส่วนตัวเป็นหลัก และส่วนใหญ่ก็คล้าย ๆ กัน แต่ที่น่าสนใจคือ มีการแยกชุดตัวแปรความพึงพอใจของบลูเมอร์ (Blumer. 1969 : 51) ซึ่งแยกเป็น 4 กลุ่ม คือ

ก. ความเพลิดเฟลิน (Diversion) คือ จะออกไปในรูปของการใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลายความตึงเครียด และหลีกเลี่ยงปัญหาความจำเจในชีวิตประจำวัน

ข. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) คือ ใช้ในลักษณะของการพูดคุยกับผู้อื่นเพื่อจะได้มีโอกาสใช้เวลาร่วมกับบุคคลอื่นในครอบครัว

ค. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Person Identity) คือ เป็นเรื่องของการใช้อ้างอิงบุคคลอื่น เพื่อสนับสนุนหรือตอกย้ำ ความน่าเชื่อถือของตนเอง

ง. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) คือ เกาะติดข้อมูลข่าวสารที่ตนสนใจใคร่รู้ (กิจติพร สิทธิพันธุ์. 2552)

แนวคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อ

การจัดประเภทของสื่อ ซึ่งสามารถจัดประเภทของสื่อ ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ; กัจจร หลุยยะพงศ์; รุจิรา สุภาษา; และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. 2543 : 36)

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง ช่องทางที่สามารถสื่อสารให้เข้าถึงคนจำนวนมากมีความหลากหลาย และแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกัน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร เป็นต้น

2. สื่อเฉพาะกิจ (Specific Media) หมายถึง สื่อที่ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มนอกจากนี้ยังกล่าวถึงการจัดประเภทของสื่อโฆษณา (Advertising Media) ได้ 4 ประเภท คือ

2.1 สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่

ก. หนังสือพิมพ์ (Newspaper) โดยเป็นหัวข้อเรื่องต่างๆ เช่น การเมือง กีฬา บันเทิง ซึ่งในการเลือกลงโฆษณา ต้องให้เหมาะสมกับตัวสินค้า ซึ่งหนังสือพิมพ์มีทั้งท้องถิ่น (Local) แบบทั่วประเทศ (National) และแบบต่างประเทศ (International)

ข. นิตยสาร (Magazine) เป็นสื่อเฉพาะเจาะจง โดยแบ่งกลุ่มผู้อ่าน เช่น เพศ หรือความสนใจของผู้อ่าน เช่น นิตยสารรถยนต์ เครื่องเสียง ซึ่งบางครั้งเจ้าของสินค้าทำนิตยสารขึ้นเอง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับตัวสินค้า และทำออกมาเพื่อขายสินค้าโดยเฉพาะ

2.2 สื่อกระจายเสียง (Broadcast Media)

ก. วิทยุ (Radio) เป็นสื่อที่เลือกกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านรูปแบบรายการที่แตกต่างกันจัดเป็นสื่อที่มีการแบ่งกลุ่มผู้ฟัง เช่น เพลงช้า เพลงร็อค เพลงต่างประเทศ กลุ่มเป้าหมายของสื่อวิทยุ ได้แก่ วัยรุ่น นักศึกษามหาวิทยาลัย คนที่เริ่มทำงาน เพราะกลุ่มคนเหล่านี้สื่อวิทยุเข้าถึงได้ง่ายกว่าสื่ออื่น

ข. โทรทัศน์ (Television) ในประเทศไทยจะเป็นแบบรายการหลากหลายมากกว่ารายการเฉพาะเจาะจง เช่น เคเบิลทีวี และจะเป็นแบบออกอากาศทั่วประเทศมากกว่าออกอากาศภายในท้องถิ่น ข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์ คือ เป็นสื่อที่สร้างภาพพจน์ได้ดี เพราะผู้ชมได้เห็นภาพ และได้ยินเสียง

ค. สื่อกลางแจ้ง (Outdoor Media)

3. สื่อกลางแจ้งไม่เคลื่อนที่ ได้แก่ บิลบอร์ด (Billboard) ป้ายคัตเอาต์ (Cutout) แบนเนอร์ (Banner) และป้ายรถเมล์มี 2 แบบ คือ แบบมีกล่องไฟ และแบบไตรวิช

4. สื่อกลางแจ้งเคลื่อนที่ (Transit Media) เป็นการใช้ยานพาหนะต่างๆ เช่น รถโดยสารประจำทาง รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า เครื่องบิน เป็นต้น

5. สื่อเสริมอื่นๆ เช่น

5.1 สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงคนอื่นได้ทั่วโลก

5.2 สื่อภาพยนตร์ คือ การฉายภาพยนตร์โฆษณา ก่อนที่ภาพยนตร์จะฉาย

5.3 สื่อการวางสินค้าในภาพยนตร์ คือ การนำสินค้าไปประกอบ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ วิดีโอ นวนิยาย และเพลง

6. สื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ SMS เป็นสื่อเคลื่อนที่ และเป็นสื่อชนิดเดียวในตอนนี้ที่สามารถติดต่อไปทุกหนทุกแห่ง สำหรับนักการตลาด และนักโฆษณา นิยมสื่อชนิดนี้เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่เข้าถึงตัว อีกทั้งยังรองรับได้ว่าทุกข้อความ ผู้รับ SMS ต้องได้เปิดอ่าน

การวางแผน และการประเมินผลการประชาสัมพันธ์กล่าวถึงการจัดประเภทของสื่อได้ 4 ประเภทคือ (ธนวดี บุญลือ; และมนทรา วิโรจน์นันต์. 2550 : 52)

ก. สื่อบุคคล (Human Media) คือ ตัวบุคคลที่นำพาสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล และกลุ่มบุคคล สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามความมุ่งหวัง รวมทั้งยังช่วยจัดการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) ของผู้รับสารให้น้อยลง

ข. สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งหรือจากองค์กรหนึ่ง ไปยังมวลชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ การเผยแพร่ในสื่อมวลชนส่วนหนึ่งต้องจ่ายเงินเพื่อซื้อเวลา ซื้อพื้นที่ในการเผยแพร่ข่าว อย่างไรก็ตามองค์กรสามารถใช้สื่อมวลชนแบบให้เปล่าได้ หากองค์กรนั้นมีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่การเผยแพร่

ค. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) เป็นสื่อที่องค์กรผลิตขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งมักจะกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างเจาะจงให้ตรงตามความจำเป็น ความเกี่ยวข้อง และความสนใจของผู้รับสาร และมีแนวโน้มในการเข้าถึงผู้แสวงหาข่าวสารซึ่งมีความกระตือรือร้น สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) เช่น โปสเตอร์ใบปลิว (Leaflet) แผ่นพับ (Folder) หนังสือเล่มเล็ก (Pamphlet) เอกสารแนะนำ (Brochures) จดหมายข่าว (Newsletter) รายงานประจำปี (Annual Report)

ง. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) คือ ตัวกลางในการสื่อสารที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เครื่องข่าย World Wide Web ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การประชุมทางไกล (Teleconference) โทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านทาง SMS เป็นต้น

การแบ่งประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารยังแบ่งได้อีก 3 ประเภท คือ สื่อมวลชนสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ดังนี้ (สายฤดี วานิกานกุล. 2545 : 60)

ก. สื่อมวลชน เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมาก มีความรวดเร็วในการสื่อสารเป็นจำนวนมาก บรรจุเนื้อหาหลากหลาย ได้รับการสื่อสารกลับที่จำกัดเป็นการสื่อสารทางเดียว ความถูกต้องของสารมีมาก ไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ประสิทธิภาพของการสื่อสารมีอยู่จำกัด การไม่สามารถจัดการเลือกของส่งสารให้ข่าวสารและความรู้มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

ข. สื่อบุคคล เป็นช่องทางที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคลสองคน หรือมากกว่าสองคนขึ้นไป แบบนี้จะมีประสิทธิภาพมากกว่าช่องทางที่เป็นสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสาร ตัวตนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้า การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสาร จึงกระทำได้ทั้งในรูปแบบของการสนทนากับผู้รับสารเพียงคนเดียว หรือในรูปของการประชุม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพผู้ส่งสารต้องเลือกช่องทางสื่อสารโดยคำนึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เนื้อหาของสารและธรรมชาติของผู้รับสาร

ค. สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่ถูกผลิตมีเนื้อหาเฉพาะ และจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ภาพสไลด์

นิทรรศการ เทปตลับ ภาพทัศน์ ผู้ใช้ยังสามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งของโครงการใดโครงการหนึ่งซึ่งต้องการที่จะทำการรณรงค์เฉพาะเรื่องนั้นกับประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเป็นเป้าหมายของโครงการพัฒนาได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของประชาชนเป้าหมาย (ดิศภูมิ ศรีทองอุ่น. 2555)

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในองค์กร

กลุ่มพนักงานลูกจ้างหรือกลุ่มพนักงานภายในบริษัท จัดเป็นกลุ่มประชาชนภายใน (Internal Public) ขององค์กร กลุ่มบุคคลเหล่านี้ ย่อมจะสนใจและต้องการสวัสดิภาพความมั่นคงในการทำงานที่ตนกำลังทำอยู่ รวมทั้งยังต้องการค่าจ้างแรงงานที่ยุติธรรมจากบริษัทต้องการสภาพบรรยากาศการทำงานที่ดี ต้องการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวหรือความเป็นไปของบริษัทที่ตนเป็นลูกจ้าง ต้องการให้เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานและเพื่อนร่วมงานนอกจากนี้ กลุ่มพนักงานลูกจ้างยังต้องการโอกาสแห่งความก้าวหน้าในการงานหรือการได้รับเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมทั้งการได้รับเงินผลประโยชน์ตอบแทนที่ตนพึงจะได้รับเมื่อเกษียณออกจากงานหรือเงินตอบแทนเมื่อตนต้องประสบอุบัติเหตุถึงขั้นพิกลพิการ อันเนื่องมาจากการทำงานสิ่งเหล่านี้ คือผลประโยชน์หรือผลตอบแทนที่เขามีสิทธิพึงจะได้รับจากบริษัทผู้เป็นนายจ้าง

เฟรดเดอร์ริก เฮอร์เบิร์ก (Federick Herzberg. 1959) กล่าวว่า “ภาระหน้าที่ขององค์กรทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นองค์กรทางการเมือง ศาสนา หรือ ธุรกิจอุตสาหกรรมก็ตาม ล้วนแล้วแต่มีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงเหมือนกันอยู่สิ่งหนึ่ง นั่นคือ การตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจแก่พนักงานหรือลูกจ้างภายในองค์กรของตน สิ่งนี้ คือหัวใจของการสร้างสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน” นอกจากนี้ การมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างกับพนักงานลูกจ้างภายในหน่วยงานยังมีความเกี่ยวพันกันอย่างสูง (Highly Correlated) กับผลงานของพนักงานลูกจ้าง กลุ่มพนักงานลูกจ้างที่มีนายจ้างคอยให้ความสนทนสนม มีสัมพันธ์ภาพที่ดีและมีความเป็นมิตรไมตรีต่อกันนั้น จะเป็นกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือมีผลงานสูงสุด (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546 : 48)

ดังนั้น เพื่อให้เป็นที่มั่นใจได้ว่า กลุ่มพนักงานลูกจ้างจะมีภาพลักษณ์หรือจินตภาพ (Image) ที่ดีต่อบริษัทของตน รวมทั้งมีความเข้าใจต่อบริษัทด้วยนั้น การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพภายในบริษัท ย่อมจะมีส่วนช่วยในการสร้างหรือส่งเสริมบรรยากาศแห่งความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นภายในหน่วยงาน ก่อให้เกิดความพึงพอใจร่วมกัน ฉะนั้น กลุ่มพนักงานลูกจ้างจึงต้องมีความเข้าใจนโยบายและการดำเนินงานของบริษัท บริษัทเองก็ต้องมีระบบการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มพนักงานลูกจ้างอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการสร้างระบบการติดต่อสื่อสารสองทางขึ้น (Two-Way Communication) กล่าวคือ เผยแพร่กระจายข่าวสารไปพนักงานลูก ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นและปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)

มาจากกลุ่มพนักงานลูกจ้างต่าง ๆ ซึ่งนับเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มลูกจ้างสามารถแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานของพวกเขา และนโยบายตลอดจนการบริหารงานของบริษัท

โครงการสื่อสารประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ควรจะเน้นหนักไปในการให้ข่าวสารแก่พนักงานให้เกิดความรู้ความเข้าใจในบริษัท ทั้งทางด้านนโยบายและการดำเนินงานของบริษัท รวมทั้งการให้ความสนใจ เอาใจใส่ในด้านสวัสดิการแก่พนักงานลูกจ้างของตน อาทิเช่น การจ้างทำ ค่าจ้างแรงงาน สภาพบรรยากาศการทำงาน ผลประโยชน์พิเศษที่ตอบแทนแก่พนักงานลูกจ้างฐานะความมั่นคงและการเงินของบริษัท การขยายโรงงานและเปิดกิจการหรือสาขาใหม่ของบริษัท การออกผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ ๆ เป็นต้น หากหน่วยงานหรือบริษัทประสบความล้มเหลวในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับพนักงานลูกจ้างหรือมีการประชาสัมพันธ์ภายในที่ไร้ประสิทธิภาพแล้ว ผลเสียย่อมเกิดขึ้นแก่บริษัทเอง ทำให้พนักงานได้รับข่าวสารไม่ดีพอ เกิดความเข้าใจผิด เกิดความไม่เข้าใจกัน หรือเกิดความขัดแย้งกัน จนอาจนำไปสู่การนิทนาวิพากษ์วิจารณ์ หรือเกิดข่าวลือในทางอวกุศล เป็นต้น ซึ่งแน่นอนเหลือเกินว่าสิ่งเลวร้ายดังกล่าวนี้ ย่อมไม่เป็นผลดีแก่บริษัทและบริษัทเองก็คงไม่พึงปรารถนาที่จะให้สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นแก่หน่วยงานของตนเองเช่นกัน

จากการสำรวจวิจัยของ The Opinion Research Corporation ได้ทำการสำรวจวิจัยความคิดเห็นของบรรดาพนักงานลูกจ้าง ถึงเรื่องการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายบริหารกับบรรดาพนักงานลูกจ้าง ผลปรากฏดังนี้

จำนวน 86% ของบรรดาพนักงานลูกจ้างตอบว่า เมื่อบริษัทสื่อสารกับพวกเขานั้น พวกเขามักจะได้รับทราบข่าวสารนั้นมาจากแหล่งที่อื่นก่อนแล้ว

จำนวน 70% ของบรรดาพนักงานลูกจ้างตอบว่า พวกเขาได้รับทราบข่าวต่าง ๆ จากบริษัทไม่เพียงพอ ในเรื่องเกี่ยวกับแผนงานของบริษัท รวมทั้งนโยบายและการดำเนินงานของบริษัท

จำนวน 67% ของบรรดาพนักงานลูกจ้างตอบว่า พวกเขาได้รับทราบข่าวสารของบริษัทจากวิธี “การแพร่กระจายข่าวจากปากต่อปาก” (Grapevine)

จำนวน 60% ของบรรดาพนักงานระดับสูงตอบว่า พวกเขาต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับบริษัทเพิ่มเติมให้มากขึ้นกว่าเดิมอีก

จากการสำรวจวิจัยในครั้งนี้ยังค้นพบต่อไปว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้บรรดาพนักงานลูกจ้างไม่ได้รับทราบข่าวความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับบริษัทของตนนั้น เป็นเพราะว่าเกิดความล้มเหลวในการส่งผ่านข่าวสารภายในบริษัทจากฝ่ายบริหารระดับสูง ผ่านมาสู่ระดับอื่นๆ ตามขั้นตอนลงมามากมายหลายระดับ จนกว่าจะถึงมือบรรดาพนักงานลูกจ้างก็ทำให้ข่าวสารที่สำคัญตกหล่นสูญหายไประหว่างการส่งผ่านข่าวสารลงมา ส่วนข่าวสารบางชิ้นที่ส่งมาถึงมือพนักงาน

ลูกจ้างอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ก็มักจะถูกเพิกเฉยละเลยเสีย เพราะเหตุผลของข่าวสารนั้นไม่เป็นที่เข้าใจและไม่เป็นที่ยอมรับกันให้หมู่ของพนักงานลูกจ้าง (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546 : 49)

อนึ่ง จากการสำรวจวิจัยของ Cox พบว่าฝ่ายบริหารหรือบรรดาผู้จัดการของบริษัทมักจะประสบปัญหายุ่งยากเกี่ยวกับด้านการติดต่อสื่อสารกับบรรดาพนักงานลูกจ้างเสมอ ต่อข้อถามของผู้วิจัยที่มีว่า “อะไรคือสาเหตุแห่งความยุ่งยากลำบากในในการทำงานของท่าน” ผลวิจัยปรากฏว่าผู้จัดการจำนวนมากกว่า 80% ขึ้นไป พากันตอบว่า สาเหตุแห่งความยุ่งยากลำบากในการทำงานของตนนั้น คือ ปัญหาในการติดต่อสื่อสาร และจากการศึกษาวิจัยก็ค้นพบเช่นเดียวกันว่า ฝ่ายจัดการหรือผู้จัดการของบริษัทต่างๆ ได้แสดงความต้องการที่จะให้มีการจัดอบรมให้ความรู้ทางด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication Training) มากกว่าวิชาอื่นๆ ในจำนวนนี้มีถึง 75% ที่แสดงความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะให้มีการเปิดอบรมทางด้านการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546 : 50)

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การมีระบบการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการมีอาจละเลยเสียได้ นอกจากนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการและผลประโยชน์ต่าง ให้แก่บรรดาพนักงานลูกจ้างภายในบริษัททั้งเกิดความพึงพอใจร่วมกัน ผู้บริหารภายในบริษัทจะต้องวางหลักพื้นฐานในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบรรดาพนักงานลูกจ้าง (Good Employee Relations) เพื่อความราบรื่นปลอดโปร่งในการดำเนินงานธุรกิจของตน (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546 : 47-50)

แนวความคิดการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

ความหมายของการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

การวางแผนการเงินส่วนบุคคล เป็นกระบวนการในการประเมินและปรับปรุงเพื่อให้เกิดฐานะการเงินที่มั่นคงของบุคคล ด้วยการศึกษปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องและการตัดสินใจของแต่ละบุคคลการวางแผนทางการเงินจะเกี่ยวข้องกับการจัดหา ใช้ไปในทรัพยากร “เงิน” ของบุคคล เช่น การออม การลงทุน ตามเป้าหมายของบุคคล รางวัลของการจัดการทางการเงินที่เหมาะสมก็คือ การยกระดับมาตรฐานการดำรงชีวิตที่สูงขึ้นและมีความมั่นคงในชีวิต

ฮอแมน จี วิกเตอร์; และโรเซนบลูม เจอร์รี่ (Hallman, G. Victor; and Rosenbloom, Jerry. 2000) ให้คำนิยามของการวางแผนทางการเงิน เป็นกระบวนการประเมิน สรรค์สร้าง และนำแผนการทางการเงินของแต่ละบุคคลไปปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายทางการเงินแต่ละบุคคลต้องการให้บรรลุภายใต้เงื่อนไขเฉพาะของแต่ละบุคคล ในสหรัฐอเมริกาองค์กรที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลในเรื่องนี้โดยเฉพาะ ชื่อ The Certified Financial Planner Board of Standards (CFP Board) ได้ให้คำนิยามว่า การวางแผนทางการเงิน เป็นการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินชีวิต (Life Goals) ของบุคคล โดยผ่านการบริหารและวางแผนทางการเงินซึ่งถูกออกแบบมาของแต่ละบุคคลและเกี่ยวข้อง ตั้งแต่การรวบรวมข้อมูลทางการเงินของบุคคล กำหนด

วัตถุประสงค์ ตรวจสอบฐานะการเงินในปัจจุบัน กำหนดกลยุทธ์และแผนทางการเงิน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ในอนาคต

กล่าวโดยสรุป การวางแผนทางการเงินเป็นการพยายามเชื่อมทางด้านการเงินระหว่าง “เราอยู่ ณ ที่ใดในปัจจุบัน” กับ “เราต้องการไป ณ ที่ใดในอนาคต” ภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดเฉพาะของแต่ละบุคคล การจัดทำแผนให้แต่ละบุคคลไม่ใช่เรื่องง่ายแต่สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ เพราะต้องการกลุ่มความรู้และทักษะพิเศษต่างๆ (A Whole Set of Special and Technical Knowledge) เช่น การลงทุนในหลักทรัพย์ หน่วยลงทุน ประกันชีวิต อสังหาริมทรัพย์ การจัดการมรดก และการวางแผนภาษี เป็น (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุนสถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2553 : 4-5)

ความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน

การวางแผนทางการเงินมีความสำคัญต่อคนทุกช่วงอายุ นักศึกษาจบใหม่อายุ 23 จากมหาวิทยาลัย วางแผนการซื้อรถ เก็บออมเพื่อซื้อบ้านหลังแรก การคำนวณค่าใช้จ่ายสำหรับประกันชีวิต คนวัยทำงานอายุ 35 อาจวางแผนการลงทุนในสินทรัพย์ประเภทต่างๆ และคนวัย 50 ก็วางแผนการลงทุนหลังวัยเกษียณเพื่อให้มีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต เป็นต้น

ดังนั้น จึงเป็นข้อเท็จจริงว่า การวางแผนทางการเงินเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นตลอดช่วงชีวิต (A Life-Long Activity) และจะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ทางการเงินที่ตั้งไว้ ไม่จำเป็นต้องคงที่ตลอดเวลา มีการเปลี่ยนแปลงได้ทั้งลักษณะและความสำคัญ เช่น การวางแผนเพื่อวัยเกษียณควรถูกพิจารณาตั้งแต่เริ่มต้นเข้ามาทำงานในอาชีพ แต่จะอยู่ในลักษณะการสะสมเงินออมและลงทุนไป จนเมื่อใกล้เกษียณ การวางแผนทางการเงินเพื่อวัยเกษียณและการวางแผนมรดก (Retirement and State Planning) จะเริ่มมีความสำคัญมากขึ้น การวางแผนสำหรับแต่ละบุคคลก็อาจจะต่างกันไปตามปัจจัยต่างๆ เช่น แผนของคนมีครอบครัวอายุ 30 ปี มีบุตร 2 คน กับแผนของคนอายุ 65 ก็จะแตกต่างกัน เป็นต้น

แผนทางการเงินมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแต่ละบุคคลเนื่องมาจากเหตุผลดังต่อไปนี้

1. ทำให้เกิดความมั่นคงในชีวิต การวางแผนทางการเงินที่ครอบคลุมกิจกรรมทางการเงินทั้งหมดที่เกี่ยวข้องของแต่ละบุคคล เรียกว่า Comprehensive Financial Planning ซึ่งประกอบด้วยแผนการลงทุน แผนการประกัน แผนทางภาษี และการวางแผนเพื่อวัยเกษียณ จะช่วยให้เกิดความมั่นคงทางการเงินและความมั่นคงในชีวิต มีทรัพย์สินเงินทองพอใช้ตามอัตรากทางเศรษฐกิจสำหรับแต่ละช่วงวงจรชีวิต ยกตัวอย่างเช่น การวางแผนเพื่อวัยเกษียณที่ดีจะช่วยให้มีชีวิตในบั้นปลายภายหลังเกษียณจากการทำงานได้อย่างมีความสุข มีทรัพย์สินเงินทองเพียงพอตามอัตรากสำหรับการใช้จ่ายในแต่ละเดือนและสำหรับการดูแลสุขภาพ ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการวางแผนการออมและการลงทุนที่ดีมีประสิทธิภาพมีการนำทรัพย์สินเงินทอง

ดังกล่าวไปลงทุนทำให้ทรัพย์สินเงินทองที่มีอยู่อกเงยมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นมีการเจริญเติบโตเพิ่มสูงกว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของเงินเฟ้อ พร้อมกันนี้จะต้องมีการวางแผนทางภาษีที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายทางด้านภาษีและทำให้เงินได้สุทธิเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการวางแผนการประกันที่ดีเพื่อรองรับกับเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดหวัง เช่นประสบอุบัติเหตุ ต้องสูญเสียทรัพย์สินเงินทองเพื่อเป็นค่ารักษาพยาบาล หรืออาจเลวร้ายจนถึงขั้นกลายเป็นบุคคลพิการ ทุพพลภาพไม่สามารถประกอบวิชาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้เป็นผลให้เกิดการสูญเสียของทรัพย์สินเงินทองที่มีอยู่โดยไม่จำเป็น

2. สามารถตอบสนองความต้องการและเป้าหมายเฉพาะของบุคคลได้ เป็นลักษณะของแผนทางการเงินที่ เรียกว่า Special Needs Planning ซึ่งแผนทางการเงินในลักษณะนี้จะช่วยให้บุคคลสามารถบรรลุวัตถุประสงค์เฉพาะของแต่ละบุคคลที่ต้องการได้ถ้ามีการวางแผนทางการเงินที่ดีและมีการปฏิบัติตามแผนทางการเงินดังกล่าวอย่างเคร่งครัด เช่น การวางแผนเพื่อจัดหาเงินสำหรับการเรียนในมหาวิทยาลัย การออมเพื่อซื้อบ้านหลังแรก หรือซื้อรถ เป็นต้น (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุนสถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2553 : 6-7)

ประเภทของเป้าหมายทางการเงิน

ประเภทของเป้าหมายทางการเงินโดยทั่วไป สามารถแบ่งตามระยะเวลาที่ต้องการบรรลุตามเป้าหมายทางการเงินดังกล่าวออกได้เป็น 3 ประเภท คือ เป้าหมายทางการเงินระยะสั้น เป้าหมายทางการเงินระยะกลาง และเป้าหมายทางการเงินระยะยาว ซึ่งแต่ละประเภทมีรายละเอียด ดังนี้

1. เป้าหมายทางการเงินระยะสั้น มีระยะเวลาในการที่จะบรรลุตามเป้าหมายทางการเงินที่ตั้งไว้ภายใน 3 ปี โดยส่วนใหญ่เป้าหมายทางการเงินระยะสั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองต่อความสะดวกรสบาย ต้องการให้ตนเองและครอบครัวมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เช่น ต้องการมีรถคันใหม่ภายใน 2 ปี เป้าหมายทางการเงินระยะสั้นนี้ควรกำหนดให้พอเหมาะ มิฉะนั้นจะกระทบต่อเป้าหมายทางการเงินในระยะยาวได้

จุดมุ่งหมายอีกอย่างของเป้าหมายทางการเงินระยะสั้นคือ การให้ผู้รับบริการได้เริ่มต้นกำหนดเป้าหมายทางการเงินที่ไม่ยากเกินไป และลงมือทำจนสำเร็จ อันจะส่งผลให้เกิดกำลังใจที่จะไปสู่เป้าหมายทางการเงินระยะกลางและระยะยาว

2. เป้าหมายทางการเงินระยะปานกลาง เป็นการเตรียมการเพื่อที่จะไปสู่เป้าหมายทางการเงินระยะยาว เป้าหมายทางการเงินระยะกลาง มีระยะเวลาสำหรับการที่จะบรรลุตามเป้าหมายทางการเงินที่ตั้งไว้ภายใน 3-7 ปี เป้าหมายทางการเงินระยะสั้นเน้นที่ความสุขสบายในปัจจุบัน ในขณะที่เป้าหมายทางการเงินระยะกลางเน้นที่การสร้างสินทรัพย์ อันจะก่อให้เกิดความมั่งคั่งเพิ่มพูนมากขึ้น และยังมีส่วนทำให้ชีวิตมีความสุขสบายมากขึ้นด้วย เช่น ต้องการมี

บ้านเป็นของตัวเองภายในระยะเวลา 5 ปี เป็นต้น เป้าหมายทางการเงินระยะกลางนอกจากจะทำให้ชีวิตในอนาคตมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้ว ยังเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อไปสู่เป้าหมายทางการเงินในระยะยาวต่อไป

3. เป้าหมายทางการเงินระยะยาว คือเป้าหมายทางการเงินที่สำคัญที่สุด แต่คนส่วนใหญ่มักจะละเลย อาจจะเพราะเป็นเรื่องไกลตัว หรือเพราะติดอยู่กับความสะดวกสบายในปัจจุบัน อีกทั้งเป้าหมายทางการเงินระยะยาวยังเห็นผลช้าไม่ทันใจ เป้าหมายทางการเงินระยะยาวเป็นเป้าหมายทางการเงินที่ยาวกว่า 7 ปี

เพื่อให้เห็นภาพความสำคัญของเป้าหมายทางการเงินระยะยาว ลองจินตนาการว่าชายคนหนึ่งทำงานอยู่กับบริษัทที่มั่นคง มีรายรับมากเพียงพอ ถึงแม้จะไม่มีเงินเหลือเก็บแต่ก็มีเงินเดือนใช้ทุกเดือน อาชีพการงานก้าวหน้า ได้เลื่อนตำแหน่งด้วยความสามารถทุกปี แต่อยู่มาวันหนึ่ง ประสบอุบัติเหตุ ทำให้ไม่สามารถทำงานได้อีกต่อไป ที่ผ่านมาก็ไม่เคยทำประกัน ไม่เคยวางแผนทางการเงินในอนาคต ไม่เคยลงทุน ไม่เคยศึกษาหาความรู้แขนงอื่นเพิ่มเติม ลองนึกภาพดูว่าหากเป็นเช่นนี้ ชีวิตที่เหลือจะเป็นอยู่อย่างไร

เป้าหมายทางการเงินระยะยาวจึงสำคัญมาก ที่ไม่ควรจะละเลยและทุกคนควรที่จะมีการจัดทำและปฏิบัติตามแผนทางการเงินในระยะยาวดังกล่าวอย่างเคร่งครัด เพื่อที่จะได้มีชีวิตในบั้นปลายภายหลังเกษียณอายุอย่างมีความสุข เพราะในช่วงเวลาดังกล่าวจะเป็นช่วงที่ไม่มีรายได้เข้ามาแล้ว ในขณะที่รายจ่ายยังมีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายจ่ายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาลและดูแลสุขภาพเมื่อมีอายุมากขึ้น นอกจากนี้ผู้สูงอายุบางท่านยังมีภาระค่าใช้จ่ายที่จะต้องดูแลลูกหลานหรือผู้อยู่ในอุปการะคนอื่น ๆ ที่ยังไม่สามารถตั้งตัวได้อีกด้วย และเมื่ออายุมากขึ้น ร่างกายอ่อนแอลง หากยังต้องทำงานหนักเหมือนเดิม ท้ายที่สุดแล้วร่างกายก็จะรับไม่ไหว ดังนั้น การกำหนดเป้าหมายทางการเงินระยะยาวที่ดีจะทำให้ชีวิตหลังเกษียณอายุมีความเป็นอยู่อย่างสุขสบาย (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุนสถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2553 : 20-21)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจกับการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

ศิริสุข อินละคร (2548) กล่าวว่า ในการวางแผนการเงินส่วนบุคคลนอกจากจะต้องคำนึงถึงช่วงอายุของบุคคลแล้วยังต้องคำนึงถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจต่าง ๆ อีกด้วย โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึงได้แก่ เงินเฟ้อ การใช้จ่ายของผู้บริโภค และอัตราดอกเบี้ย

1. เงินเฟ้อ (Inflation) คือ ภาวะการที่ระดับราคาสินค้าและบริการโดยทั่วไปเพิ่มขึ้น เมื่อเกิดภาวะเงินเฟ้อจะทำให้อำนาจซื้อ (Purchasing Power) ของประชาชนลดลง เช่น เมื่อหลายปีก่อนทองคำบาทละ 4,500 บาท แต่ในขณะนี้ (พ.ศ. 2552) ราคาทองคำสูงขึ้น จึงทำให้เงิน 4,500 บาทที่เคยซื้อทองคำได้ 1 บาท นั้น จะซื้อทองคำได้ไม่ถึง 1 บาท

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อเนื่องมาจาก ปัจจัยแรกคือระบบเศรษฐกิจมีความต้องการสินค้าและบริการ (Demand) มากกว่าสินค้าและบริการที่มีอยู่ (Supply) จึงทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ปัจจัยที่สองคือเกิดจากต้นทุนการผลิตสูงขึ้นทำให้ผู้ผลิตต้องปรับราคาสินค้าให้สูงขึ้น อัตราเงินเฟ้อสามารถพิจารณาได้จากดัชนีราคาผู้บริโภค (Customer Price Index : CPI) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการ โดยเฉลี่ยที่ผู้บริโภคได้จ่ายไปสำหรับกลุ่มสินค้าและบริการที่กำหนด

ในการวางแผนการเงินส่วนบุคคลต้องคำนึงถึงภาวะเงินเฟ้อด้วย เนื่องจากภาวะเงินเฟ้อจะทำให้รายจ่ายของบุคคลเพิ่มขึ้น เงินเฟ้อจะส่งผลต่อบุคคลกลุ่มต่างๆ โดยบุคคลบางกลุ่มอาจได้รับผลดีจากภาวะเงินเฟ้อ บุคคลบางกลุ่มอาจได้รับผลเสียจากภาวะเงินเฟ้อ ภาวะเงินเฟ้อจะส่งผลดีต่อบุคคลดังต่อไปนี้

- ผู้ที่เป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์ เนื่องจากราคาอสังหาริมทรัพย์จะเพิ่มสูงขึ้นตามภาวะเงินเฟ้อ

- ผู้กู้ยืม เงินเฟ้อจะส่งผลดีต่อผู้กู้ยืมในกรณีที่ผู้กู้ยืมเงินมาเพื่อซื้อทรัพย์สิน เนื่องจากภาวะเงินเฟ้อจะทำให้ทรัพย์สินที่ซื้อจะมีมูลค่าสูงขึ้น ในขณะที่ผู้กู้ยืมยังคงชำระหนี้ในจำนวนเงินเท่าเดิม และภาวะเงินเฟ้อจะส่งผลเสียต่อบุคคลดังต่อไปนี้

- 1) ผู้ที่มีรายได้ประจำ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างที่มีเงินเดือนประจำ นั่นคือเงินเฟ้อจะทำให้รายจ่ายของบุคคลสูงขึ้น เนื่องจากราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น ในขณะที่รายได้ของบุคคลกลุ่มนี้ยังคงเท่าเดิม

- 2) ผู้ให้กู้ เงินเฟ้อจะส่งผลเสียต่อผู้ให้กู้ในกรณีที่ผู้ให้กู้คิดดอกเบี้ยจากการให้กู้ไม่เพียงพอที่จะครอบคลุมอัตราเงินเฟ้อ เช่น สมมติให้สมศรีกู้เงินโดยคิดอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 7 ต่อปี หากอัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นเป็นร้อยละ 8 ต่อปีจะทำให้สมศรีเสียประโยชน์เนื่องจากผลตอบแทนจากดอกเบี้ยที่ได้รับไม่คุ้มกับอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง

2. การใช้จ่ายของผู้บริโภค (Consumer Spending) คือ ความต้องการสินค้าหรือบริการ (Demand) ของผู้บริโภค การใช้จ่ายของผู้บริโภคจะส่งผลต่ออัตราการว่างงานและรายได้ของประชาชนด้วย นั่นคือ หากผู้บริโภคมีการใช้จ่ายมาก ความต้องการสินค้าหรือบริการจะสูงขึ้น ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องทำการผลิตสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น ในการเพิ่มการผลิตนี้จะทำให้ใช้วัตถุดิบเพิ่มขึ้นและมีการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้อัตราการว่างงานลดลง และประชาชนในประเทศก็จะมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย ในทางกลับกันหากผู้บริโภคมีการใช้จ่ายลดลง ความต้องการสินค้าหรือบริการจะลดลงทำให้ผู้ผลิตต้องลดระดับการผลิตสินค้า ซึ่งอาจจะต้องมีการลดจำนวนพนักงานลงทำให้อัตราการว่างงานสูงขึ้นและผู้ว่างงานจะไม่มีรายได้ด้วย ในการวางแผนการเงินส่วนบุคคลจึงต้องพิจารณาถึงระดับการใช้จ่ายของผู้บริโภคด้วย เพื่อจะได้พิจารณาวางแผนในส่วนของรายได้ของบุคคลนั่นเอง

3. อัตราดอกเบี้ย (Interest Rates) อัตราดอกเบี้ยจะถูกกำหนดโดยพิจารณาจากความต้องการเงินทุน (Demand) และปริมาณของเงินทุน (Supply) นั่นคือ หากประชาชนมีการออมหรือการลงทุนเพิ่มขึ้น ปริมาณเงินจะเพิ่มสูงขึ้นซึ่งจะส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยลดลง แต่หากประชาชน ธุรกิจ หรือรัฐบาลต้องการเงินไปลงทุนเพิ่มขึ้น ความต้องการเงินจะสูงขึ้นซึ่งจะส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น นอกจากนี้การวางแผนการเงินส่วนบุคคลต้องพิจารณาอัตราดอกเบี้ย ในเรื่องของการวางแผนการออมและลงทุน นั่นคือในกรณีที่อัตราดอกเบี้ยต่ำ หากบุคคลออมเงินโดยการฝากเงินกับธนาคารจะทำให้บุคคลได้รับผลตอบแทนต่ำ ดังนั้นบุคคลควรจะวางแผนเงินออมที่มีอยู่ไปลงทุนในรูปแบบอื่นๆ เช่น หุ้นสามัญ หุ้นกู้ พันธบัตร ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคาร แต่บุคคลต้องยอมรับว่าการนำเงินไปลงทุนอย่างอื่นที่มีผลตอบแทนสูงกว่าการฝากเงินกับธนาคารย่อมมีความเสี่ยงสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยยังมีผลต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลในเรื่องของการกู้ยืม นั่นคือกรณีที่อัตราดอกเบี้ยต่ำการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อหรือการกู้ยืมจะทำให้ผู้กู้มีต้นทุนในการกู้ยืมต่ำ แต่หากอัตราดอกเบี้ยสูงการซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อหรือการกู้ยืมจะทำให้ผู้กู้มีต้นทุนในการกู้ยืมสูงด้วย ดังนั้นบุคคลที่กำลังวางแผนซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อหรือวางแผนกู้ยืมต้องพิจารณาอัตราดอกเบี้ยด้วย (กิจติพร สิทธิพันธุ์. 2552)

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการออม

ความหมายของการออม

การออม (Saving) ตามความหมายในพจนานุกรมศัพท์เศรษฐศาสตร์ หมายถึง การนำเงินออมไปลงทุนเพื่อหาผลประโยชน์ตอบแทน ซึ่งเงินออมเป็นส่วนหนึ่งของรายได้ปัจจุบันที่ไม่ได้ใช้จ่ายไปเพื่อการบริโภค หากแต่เก็บไว้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้จ่ายต่างๆ ในอนาคต การมีเงินออมอาจทำได้หลายรูปแบบ เช่น ถูไว้เป็นเงินสด การนำเงินออมไปฝากธนาคาร หรือนำเงินออมไปซื้อหลักทรัพย์ เป็นต้น

การออม หมายถึง ส่วนต่างระหว่างรายได้กับการบริโภค เงินที่ออมไว้โดยการฝากไว้กับสถาบันการเงิน เงินออมเป็นแหล่งที่มาของการลงทุน (วิทยากร เชียงกุล. 2547)

กล่าวโดยสรุป การออม หมายถึง การเก็บเงินส่วนหนึ่งหรือส่วนที่เหลือจากรายได้ที่มิได้ใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไว้ใช้จ่ายในอนาคต จำนวนเงินที่ออมขึ้นอยู่กับรายได้ ค่าใช้จ่าย การคาดการณ์เกี่ยวกับรายได้ในอนาคต อัตราดอกเบี้ย ส่วนรูปแบบการออมนั้นทำได้หลายรูปแบบ เช่น การถือไว้เป็นเงินสด การฝากกับสถาบันการเงิน การซื้อหลักทรัพย์ การซื้อสังหาริมทรัพย์ หรือ อสังหาริมทรัพย์

วัตถุประสงค์ของการออม

การตัดสินใจที่จะออมของครัวเรือนนั้นมีเหตุผลหลายประการ โดยแต่ละคนอาจจะมีเหตุผลแตกต่างกันออกไป แต่โดยรวมๆ แล้วการตัดสินใจที่จะออมมีประกอบไปด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้คือ (วิไลลักษณ์ ไทยอุตสาหะ; และวลัยภรณ์ อัดตะนันท์. 2530 : 33-35)

1. เพื่อใช้จ่ายในยามชรา บุคคลทั่วไปเมื่อขณะที่ยังมีงานทำย่อมมีรายได้ไว้ใช้จ่าย แต่เมื่อถึงคราวชรามักเป็นช่วงที่รายได้ลดลงหรืออาจไม่มีรายได้เลยแต่ยังมีความจำเป็นในการใช้จ่ายซึ่งการใช้จ่ายอาจจะมีเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้เกิดการเก็บออมในช่วงชีวิตที่มีรายได้มากพอที่จะเหลือเก็บไว้ใช้จ่ายเมื่ออยู่ในวัยสูงอายุ
2. เพื่อใช้จ่ายในยามจำเป็น/ยามฉุกเฉิน ยามฉุกเฉิน คือยามที่เกิดเหตุการณ์ที่คาดคิดมาก่อนทำให้ต้องมีการใช้จ่ายอย่างกะทันหัน เช่น การเจ็บไข้ได้ป่วยหรือประสบอุบัติเหตุ โดยบุคคลที่ไม่ประมาทมักเก็บออมสำรองไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน
3. เพื่อใช้จ่ายในการศึกษา อาจจะเป็นการศึกษาสำหรับตนเองหรือสำหรับทุกคนในครอบครัว โดยผู้วางแผนชีวิตที่ดีจะต้องพยายามเพิ่มพูนความรู้ความสามารถด้วยการพยายามให้มีการศึกษาสูงขึ้นทั้งของตนเองและทุกคนในครอบครัว
4. เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย ที่อยู่อาศัยเป็นส่วนหนึ่งในปัจจัยที่จำเป็นแก่การดำรงชีวิต สำหรับผู้ที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง เมื่อใดที่มีรายได้เหลือจากการบริโภคที่จำเป็น ก็จะต้องเก็บออมไว้เพื่อเหตุผลนี้
5. เพื่อลงทุนในการประกอบอาชีพ ผู้มีอาชีพที่จำเป็นต้องอาศัยอุปกรณ์บางอย่างในการประกอบอาชีพ เช่น ชาวไร่ ชาวนา มักจะพยายามทำการเก็บออมรายได้ส่วนหนึ่งไว้ซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เพื่อช่วยให้การประกอบอาชีพของตนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
6. เพื่อไว้ซื้อทรัพย์สินที่อำนวยความสะดวก ความสะดวกเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนาจึงมีคนจำนวนมากที่เก็บออมไว้เพื่อซื้อทรัพย์สินหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น รถยนต์ เครื่องใช้ในครัวเรือน
7. เพื่อสร้างหลักประกัน ได้แก่ การประกันชีวิต ประกันภัย ประกันอุบัติเหตุ ฯลฯ เพื่อช่วยบรรเทาความเดือดร้อนที่คาดไม่ถึง
8. เพื่อหาผลประโยชน์ คือ ผลตอบแทนที่ได้จากการออม เช่น ดอกเบี้ย เงินปันผล ส่วนลด เป็นต้น
9. เพื่อจัดตั้งธุรกิจ คนจำนวนมากเชื่อกันว่าประกอบธุรกิจจะทำให้ฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ทำธุรกิจดีขึ้น เมื่อผู้ใดมีฐานะจะประกอบธุรกิจได้ก็ย่อมพยายามที่จะทำ โดยปัจจัยในการประกอบธุรกิจก็คือ เงินทุน ดังนั้นการออมจึงเป็นวิธีหนึ่งที่จะได้เงินทุนมาประกอบธุรกิจสมดังความตั้งใจ

10. เพื่อซื้อเครื่องประดับ อาจเป็นเหตุผลในการออมอย่างหนึ่งของผู้มีรสนิยมในการประดับประดาเครื่องแต่งกาย ถ้าเมื่อใดที่อยู่ในฐานะที่จะออม ผู้ที่มีรสนิยมดังกล่าวก็จะออมไว้เพื่อสิ่งนี้

11. เพื่อใช้จ่ายในกิจกรรมทางด้านสังคม ในระบบสังคมไทย ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมทางสังคม เช่น การให้ของขวัญวันเกิด แต่งงาน ขึ้นบ้านใหม่ ฯลฯ มักเกิดขึ้นเสมอและมีได้มีการคาดคะเนมาก่อน ผู้ที่วางแผนการใช้จ่ายในครอบครัวอย่างดีจึงมักกันเงินส่วนหนึ่งไว้เพื่อกิจกรรมนี้ เงินส่วนนี้ก็คือ เงินออม นั่นเอง

12. เพื่อเก็บไว้เป็นมรดก เป็นค่านิยมของสังคมไทยที่บิดา มารดา และปู่ย่า ตายาย มักเก็บออมทรัพย์สินไว้ให้ลูกหลาน

รูปแบบการออม

การออมนั้นมิได้มีความหมายแต่เฉพาะรายได้ที่เป็นตัวเงินซึ่งเป็นส่วนที่เหลือจากค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภคเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเก็บออมในรูปของสินทรัพย์ต่างๆ ได้ กองบัญชีรายได้ประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (วิไลลักษณ์ ไทยอุตสาหะ; และวลัยภรณ์ อัดตะนันท์. 2530 : 36-39)

1. การออมในรูปของทรัพย์สินถาวร เป็นการออมโดยการนำรายได้ส่วนที่เหลือจากการบริโภคไปใช้จ่ายซื้อสินทรัพย์ถาวร (Real Assets) มาถือไว้ โดยเป้าหมายในการถือทรัพย์สินดังกล่าวอาจจะแตกต่างกันออกไป บางคนไว้เพราะความจำเป็น หรือถือไว้เป็นหลักประกันในอนาคต บางคนก็ถือไว้เพื่อป้องกันการลดค่าเงิน ฯลฯ ชนิดของสินทรัพย์ถาวร ได้แก่

1.1 ที่ดินเป็นทรัพย์สินอย่างหนึ่งที่ครัวเรือนส่วนใหญ่นิยมถือไว้ โดยคาดว่ามูลค่าของทรัพย์สินนี้จะเพิ่มขึ้นในอนาคตและเป็นหลักประกันความมั่นคงของครัวเรือน

1.2 อาคารและสิ่งก่อสร้างเพื่ออยู่อาศัย เป็นลักษณะการออมอย่างหนึ่ง ซึ่งครัวเรือนทั่วๆ ไปมักจะกระทำ กล่าวคือ เมื่อมีรายได้เกินกว่ารายจ่ายเพื่อการบริโภค ก็จะนำรายได้ส่วนที่เหลือ ไปซื้อที่อยู่อาศัย โดยจ่ายซื้อเต็มราคา หรือผ่อนชำระก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าผู้ออมจะมีเงินออมมากน้อยเพียงใด

1.3 ทรัพย์สินประเภททุนที่ใช้ในการผลิต การซื้อทรัพย์สินประเภททุน (Capital Goods) เช่นเครื่องจักร เครื่องมือต่างๆ สำหรับการผลิตนั้น อาจถือได้ว่าเป็นการออมอย่างหนึ่ง เพราะรายได้ส่วนที่เหลือจากการบริโภค เมื่อนำมาซื้อทรัพย์สินดังกล่าวไว้กับเป็นการสะสมการออมไว้ประเภทหนึ่งเช่นกัน

1.4 การเพิ่มขึ้นของสินค้านำคลังเหลือ อาจจัดได้ว่าเป็นการออมเช่นกัน เนื่องจากจำนวนของสินค้านำคลังเหลือก็คือส่วนหนึ่งของรายได้ที่ไม่ได้ใช้จ่ายนั่นเอง

1.5 การซื้อโลหะมีค่า และอัญมณี

2. การออมในรูปของทรัพย์สินทางการเงิน อีกรูปแบบหนึ่งของการออม คือการถือไว้เป็นทรัพย์สินทางการเงิน โดยมีเหตุผลในการออมที่แตกต่างกันออกไป เช่น สภาพคล่องสูง เปลี่ยนเป็นเงินสดง่าย ให้ผลตอบแทน ความเสี่ยงน้อย ซึ่งการออกในลักษณะนี้อาจทำได้หลายวิธี คือ

2.1 การออมในรูปของทรัพย์สินทางการเงินในระบบ หมายถึง การออมโดยถือทรัพย์สินทางการเงินที่สร้างขึ้นภายใต้ขอบเขตที่กฎหมายคุ้มครองอยู่ รูปแบบการออมประเภทนี้ เช่น เงินสดในมือเงินฝากที่สถาบันการเงินต่างๆ การซื้อหลักทรัพย์ทางการเงิน การให้กู้ยืมที่มีสัญญาเงินกู้ถูกต้องตามกฎหมาย เงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ กรมธรรม์ประกันชีวิต เงินค่าหุ้น สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์

2.2 การออมในรูปทรัพย์สินทางการเงินนอกระบบ หมายถึง การถือทรัพย์สินทางการเงินที่ไม่อยู่ในขอบเขตของกฎหมาย ซึ่งกฎหมายจะคุ้มครองไปถึงได้ยาก เช่น การเล่นแชร์ การให้กู้ยืมเป็นการส่วนตัวโดยไม่มีสัญญาเงินกู้

ชาลินี ฉัตรไชยสิทธิกุล (2543) แบ่งรูปแบบการออมออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การออมทางการเงิน เช่น เงินสดในมือ เงินฝากธนาคาร เงินฝากสหกรณ์
2. การออมในรูปสินทรัพย์ ได้แก่ ทรัพย์สินที่เพิ่มขึ้นไม่ใช่สิ่งของหรือเครื่องใช้ในครัวเรือน หรือได้แก่อสังหาริมทรัพย์

จารวรรณ กองแก้ว (2556) กล่าวว่า รูปแบบการออมสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม

1. การออมในรูปสินทรัพย์ทางการเงิน เป็นการออมไว้ในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินในสถาบันการเงิน โดยมีเหตุผลคือ การมีสภาพคล่องที่เปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย

- 1.1 เงินสดในมือ
- 1.2 เงินฝากที่สถาบันการเงินต่างๆ
- 1.3 การซื้อหลักทรัพย์ทางการเงินต่างๆ เช่น หุ้นกู้ พันธบัตร
- 1.4 การให้กู้ยืม
- 1.5 เบี้ยประกันตามกรมธรรม์ประกันชีวิต
- 1.6 อื่นๆ เช่น ค่าสมาชิกฌาปนกิจสงเคราะห์

2. การออมในรูปสินทรัพย์ถาวร เช่น

- 2.1 ที่ดิน
- 2.2 ก่อสร้างที่อยู่อาศัย

3. การออมในรูปสินทรัพย์อื่นๆ เช่น ซื้อเครื่องประดับ ของมีค่า

การลงทุน (Investment) หมายถึงการซื้อสินทรัพย์หรือหลักทรัพย์ของบุคคลหรือสถาบัน ซึ่งให้ผลตอบแทนเป็นสัดส่วนกับความเสี่ยงตลอดเวลาอันยาวนานประมาณ 10 ปี แต่อย่างต่ำไม่เกิน 3 ปี การลงทุนแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 3 ประเภท

3.1 การลงทุนเพื่อการบริโภค (Consumer Investment) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการซื้อสินค้าประเภทคงทนถาวรเช่น รถยนต์ รวมทั้งการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (Real Estate Investment) การลงทุนในลักษณะนี้ไม่ได้หวังกำไรในรูปตัวเงิน แต่หวังความพอใจในการใช้ทรัพยากรเหล่านั้น การซื้อทองคำเพื่อเป็นเครื่องประดับเป็นการลงทุนเพื่อการบริโภคอย่างหนึ่งของผู้บริโภค เงินที่จ่ายเป็นเงินที่ได้จากการออม การซื้อทองคำเพื่อเป็นเครื่องประดับให้ความพอใจแก่เจ้าของแล้ว ในกรณีที่ทองคำมีมูลค่าสูงขึ้นหากขายได้ ถือได้ว่าเป็นเพียงผลพลอยได้

3.2 การลงทุนในธุรกิจ (Business or Economic Investment) หมายถึงการซื้อสินทรัพย์เพื่อประกอบธุรกิจหารายได้ โดยหวังว่ารายได้ที่ได้นี้จะเพียงพอที่จะชดเชยกับความเสี่ยงในการลงทุน ได้แก่ การลงทุนในสินค้าประเภททุน เครื่องจักร โรงงาน เพื่อผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค การลงทุนลักษณะนี้มุ่งหวังกำไรจากการลงทุนกำไรจะเป็นตัวดึงดูดผู้ลงทุนนำเงินมาลงทุน การลงทุนตามความหมายนี้เป็นการนำเงินออม (Saving) หรือ เงินที่สะสมไว้ (Accumulated Fund) หรือกู้ยืมเงินจากธนาคาร (Bank Credit) มาลงทุนเพื่อจัดสร้างหรือจัดหาสินค้าประกอบด้วย เครื่องจักรและสินทรัพย์ ประเภทอสังหาริมทรัพย์ ได้แก่ การลงทุนในที่ดิน อาคารสิ่งปลูกสร้างเพื่อนำมาใช้ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

3.3 การลงทุนในหลักทรัพย์ (Financial or Securities Investment) การลงทุนตามความหมายทางการเงินหรือการลงทุนในหลักทรัพย์ (Asset) ในรูปของหลักทรัพย์ (Securities) เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ หุ้นทุน ตราสาร เป็นต้น การลงทุนในลักษณะนี้เป็นการลงทุนทางอ้อมที่แตกต่างจากการลงทุนทางธุรกิจ ผู้ที่มีเงินแต่เมื่อไม่ต้องการเป็นผู้ประกอบธุรกิจเอง เนื่องจากมีความเสี่ยงหรือผู้ออมยังมีเงินไม่มากพอ ผู้ลงทุนนำเงินที่ออมได้ไปซื้อหลักทรัพย์ลงทุนโดยให้ผลตอบแทนในรูปของอัตราดอกเบี้ยหรือเงินปันผล (Yield) และ ส่วนต่างราคา (Capital Gain) ซึ่งมากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับความเสี่ยงของหลักทรัพย์ที่ลงทุน

ประโยชน์ของการออม (Utility of Saving)

การออมมีผลดีเกิดขึ้นทั้งในด้านส่วนตัวและส่วนรวม ซึ่งจะได้แยกอธิบายออกเป็นประเภทๆ ดังนี้

1. ประโยชน์ต่อตัวผู้บริโภค แยกออกเป็นข้อๆ ได้แก่

1.1 ทำให้เกิดการวางแผนเพื่ออนาคต และสามารถเตรียมพร้อมเมื่อมีภัยพิบัติการเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุอันอาจจะเกิดขึ้นโดยไม่ทราบล่วงหน้า

1.2 ทำให้เกิดอำนาจซื้อ เช่น ต้องการสินค้าที่มีราคาสูง คุณภาพดี แต่มีรายได้อันจำกัด

1.3 ทำให้เกิดการสะสม นำไปใช้จ่ายเมื่อถึงวัยชราหรือเมื่อถึงออกจากงาน

1.4 ทำให้มีโอกาสดแสวงหาความรู้เพิ่มเติม เพราะการศึกษาจะต้องมีค่าใช้จ่าย ทั้ง เอกสาร ตำรา และอื่นๆ เป็นต้น

1.5 สามารถนำเงินออมไปใช้จ่ายเพื่อการลงทุน อันก่อให้เกิดรายได้

2. ประโยชน์ต่อส่วนรวม เกิดการนำทรัพย์สินที่เก็บออมได้ไปใช้เพื่อการลงทุนต่อไป เช่น นำไปฝากธนาคารหรือนำไปประกอบธุรกิจ ซื้อพันธบัตร เป็นการผันเงินไปสู่ระบบตลาดเงินในลักษณะต่างๆ ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ บริษัทการเงิน บริษัทประกันภัย ประกันชีวิต เป็นต้น ล้วนแล้วแต่ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางด้านการลงทุนซึ่งมีผลในการจ้างงานอันเป็นประโยชน์สำหรับการประกอบอาชีพของประชาชนและประเทศชาติ (กฤษฎี ยิวคิม. 2555)

จากแนวความคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยนำแนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านภาวะทางเศรษฐกิจ และพฤติกรรมการออม ด้านวัตถุประสงค์ในการออม ด้านรูปแบบการออม ด้านปริมาณการออมในแต่ละเดือน มาทำการศึกษาในครั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทะนงศักดิ์ นิ่มนวล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้จ่าย การออมและการก่อหนี้สินของพนักงานธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารของรัฐการกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง (รัฐวิสาหกิจ) และธนาคารพาณิชย์ไทย พบว่าลักษณะทั่วไปของทั้ง 2 ตัวอย่าง (Sample) มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่างในช่วง 25-34 ปี มีสถานะภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ไม่มีบุตร ไม่มีผู้ที่อยู่ในอุปการะ การอยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นเจ้าของบ้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของพนักงานธนาคารของรัฐ ส่วนใหญ่น้อยกว่าพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทย ค่าใช้จ่ายในการครองชีพเฉลี่ยต่อเดือนพบว่า พนักงานธนาคารของรัฐ มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนส่วนใหญ่สูงกว่าพนักงานธนาคารพาณิชย์ไทย ทั้ง 2 กลุ่มมีเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 1,000-4,999 บาท มีระยะเวลาในการออมเงินที่ผ่านมาอยู่ในช่วง 1-4 ปี ส่วนใหญ่มีหนี้สินรวมอยู่ในช่วงน้อยกว่า 10,000 บาท และมีแหล่งที่มาของเงินหนี้สินส่วนใหญ่จากบัตรเครดิต จากการศึกษาคำสัมภาษณ์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่าย การออม และภาระหนี้สิน ของพนักงานธนาคารทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า เมื่อพิจารณาในภาพรวมที่ระบุนัยสำคัญทางสถิติทั้ง 3 ระดับ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 2 กลุ่ม ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายทั้ง 9 หมวด รวมถึงจำนวนเงินออม และภาระหนี้สิน แต่เมื่อพิจารณาที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในแต่ละหมวดเป็นส่วนใหญ่ รวมถึงจำนวนเงินออม และภาระหนี้สิน

จารุวรรณ กองแก้ว (2556) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการออมและการลงทุนของพนักงานภาคเอกชน ในเขตเทศบาลจังหวัดอุดรธานี พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับขนาดการออมและการลงทุน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับ ประสิทธิภาพการลงทุน รายได้ ต่อเดือน และภาระหนี้สินต่อเดือน มีเพียงการยอมรับความเสี่ยงเท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กับขนาดการออมและการลงทุน เมื่อจำแนกตามรูปแบบของการออมและการลงทุน พบว่า พนักงานเอกชนจะลงทุนลงทุนในรูปแบบตัวเงินมากที่สุด จากผลการศึกษาพบว่าจุดมุ่งหมายของการออมและการลงทุนที่พนักงานภาคเอกชนให้ความสำคัญสูงสุด ได้แก่ สร้างความมั่นคงในระยะยาว เพื่อเป็นหลักประกันให้กับครอบครัว และมีรายได้และผลตอบแทนแน่นอน ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับรองลงมา ได้แก่ เพื่อการศึกษาของตนเองหรือบุตร เพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายยามชราภาพ เพื่อความมั่งคั่งของเงินทุน (กำไร) ส่วนจุดมุ่งหมายที่ภาคเอกชนให้ความสำคัญในระดับน้อย ได้แก่ สภาพคล่องในการซื้อขาย การกระจายเงินในการลงทุน เพื่อการยอมรับทางสังคมจากการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยหลายตัวแปร (Multiple Regressions) พบว่า ขนาดการออมและการลงทุนพิจารณาจากจำนวนเงินออมและเงินลงทุนของพนักงานภาคเอกชน สามารถอธิบายได้จากปัจจัยลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมร่วมกันร้อยละ 49.1 และเป็นไปตามสมมติฐานที่ว่า ขนาดของการออมและการลงทุน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับรายได้ อายุ การศึกษา และภาระหนี้สิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วริพร สุธรรม (2556) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการออมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูนหลังจากปรับขึ้นค่าแรงงานขั้นต่ำ พบว่าพฤติกรรมการออมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ภายหลังจากที่มีการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ มีการเลือกออมเพิ่มขึ้น ซึ่งใช้วิธีการออมในรูปของเงินฝากสถาบันการเงินแบบออมทรัพย์มีมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน จากการทดสอบหาค่าเฉลี่ยนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการออมคือ เพื่อเก็บไว้ใช้เมื่อยามเจ็บป่วยหรือยามชรา และหลังจากเกษียณอายุราชการ ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ประยงค์ คูศิริสิน. 2551) ที่พบว่าวัตถุประสงค์การออมเพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงของครอบครัว เพื่อเก็บไว้ยามเจ็บป่วย และใช้จ่ายยามฉุกเฉิน และจากการทดสอบไคสแควร์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนบุคคลกับปริมาณเงินออม พบว่า อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้หลัก, รายได้เสริม, ภาระหนี้สิน, อาชีพของคู่สมรส, รายได้ของคู่สมรส, สถานภาพ, อายุงาน และรายจ่ายของครอบครัว, จำนวนผู้พึ่งพิง มีความสัมพันธ์กับการออม นอกจากนี้ยังมีการทดสอบระหว่างปัจจัยด้านอื่นๆ กับปริมาณเงินออม พบว่า ปัจจัยด้านได้รับการยกเว้นภาษีและการลดหย่อนภาษี, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการเงิน, ปัจจัยด้านความผันผวนของเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ออมมีสภาพคล่องสูง มีความสัมพันธ์กับการออม ซึ่งเมื่อภาวะเศรษฐกิจเกิดความผันผวนจะทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกถึงความเสี่ยงในการลงทุนด้านต่างๆ ประชาชนจึงต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีสภาพคล่องสูง ความเสี่ยงน้อย และไม่มีกำหนด

ระยะเวลา นอกจากนี้ความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นได้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น เกิดอุบัติเหตุ จึงทำให้ประชาชนหันมาออมเงินและทำประกันชีวิตมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงและรู้สึกถึงความมั่นคงในชีวิต จากการศึกษาถึงรูปแบบการออมของพนักงานที่เลือกรูปแบบการออมกับสถาบันการเงินโดยการฝากเงินแบบออมทรัพย์มากที่สุด อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างสามารถฝากและถอนเงินสดได้ทุกวัน รวมถึงมีความเชื่อมั่นและความมั่นคงของสถาบันการเงิน และเป็นการออมที่มีความเสี่ยงต่ำ สภาพคล่องสูงสามารถปรับเปลี่ยนเป็นเงินสดได้เร็วที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาการทดสอบปัจจัยด้านผลตอบแทนจากอัตราดอกเบี้ย, เงินปันผลและส่วนต่างราคากับการออมที่ไม่มีผลต่อการออมของพนักงาน

สิทธิราถ สมยาภักดี (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกร ในเขตอำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่าการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกร ในเขตอำเภอร้อยบุรีจังหวัดร้อยเอ็ดได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอร้อยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ดจำนวน 400 ครัวเรือนโดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลเศรษฐกิจรวมทั้งสถานะการออมของครัวเรือนเกษตรกรและปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการออมของครัวเรือนเกษตรกรส่วนสถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สถิติขั้นพื้นฐานและการวิเคราะห์ข้อมูลอาศัยการทดสอบสมมติฐานและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

จากการวิจัยพบว่าครัวเรือนเกษตรกรมีการออมเฉลี่ยครัวเรือนละ 17,779.30 บาทต่อปีโดยมีการออมส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32 และมีการออมส่วนน้อยอยู่ในช่วง 60,001-70,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 1.30 ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกรในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ รายได้รวมสุทธิของครัวเรือนเกษตรกร (X_4) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกรในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ หนี้สิน (X_6)

ในขณะที่การศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการออมของครัวเรือนเกษตรกร ปัญหาส่วนใหญ่ของครัวเรือน ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับเกษตรกรนั้นขาดแคลนเงินทุน การกู้ยืมมาใช้ผิดวัตถุประสงค์ เกษตรกรรับขายผลผลิตเพื่อนำเงินมาชำระดอกเบี้ยและเงินกู้ยืม ปัญหาเกี่ยวกับราคาผลผลิตที่ออกสู่ตลาดไม่มีความแน่นอน ปัญหาเกี่ยวกับธรรมชาติภัยแล้งและน้ำท่วม ปัญหาบางครัวเรือนขาดความรู้การศึกษาต่ำ และครัวเรือนเกษตรกรบางครัวเรือนมีที่ทำกินน้อย

วรรณมณ อินทवास (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครูในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 พบว่าข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 51 ปี ขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุราชการมากกว่า 15 ปี ขึ้นไป สถานภาพสมรส และมีบุตรจำนวน 2 คน กลุ่มสมรสส่วนใหญ่สำเร็จศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการข้าราชการครูในเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 35,001 บาทต่อเดือน รายได้ของกลุ่มสมรสมากกว่า 35,001 บาทต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 35,001 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายเพื่อการบริโภค ข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4 ทั้งหมดมีการออมส่วนใหญ่มีการออมมากกว่า 10 ปี ออมเงินระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากทำการออมเงินกับกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการครูมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกออมเพราะเป็นหลักประกันแก่ตนเองและครอบครัวเป็นสำคัญการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า จำนวนบุตร การศึกษาของบุตร ระยะเวลาการออม ค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์กับการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นารัตน์ หน่อใหม่ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของพนักงานเทศบาลและพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ภายหลังจากที่มีการปรับโครงสร้างเงินเดือน ข้าราชการ พบว่า พนักงานเทศบาลและพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ภายหลังจากที่มีการปรับโครงสร้างเงินเดือนข้าราชการ พนักงานมีการออมเพิ่มขึ้น ซึ่งเลือกวิธีการออมในรูปของเงินฝากสถาบันการเงินแบบออมทรัพย์ มีมากที่สุด เนื่องจากการออมที่สามารถฝากถอนได้สะดวก และมีความเสี่ยงน้อย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานโดยการทดสอบหาค่าเฉลี่ยนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการออมคือ เพื่อเก็บไว้ใช้เมื่อยามเจ็บป่วยหรือยามชรา และหลังจากเกษียณอายุราชการ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ปัจจัยด้านส่วนบุคคลกับปริมาณเงินออม พบว่า สถานภาพ, ระดับการศึกษา, รายได้หลัก, รายได้เสริม, ภาระหนี้สิน, รายได้ของกลุ่มสมรส, อาชีพของกลุ่มสมรส, รายจ่ายของครอบครัว และจำนวนผู้พึ่งพิง มีความสัมพันธ์กับการออม นอกจากนี้ยังมีการทดสอบไคสแควร์ ระหว่างปัจจัยด้านอื่นๆ กับปริมาณเงินออม พบว่า ปัจจัยด้านอัตราภาษี, ปัจจัยด้านความผันผวนของเศรษฐกิจ, ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการเงินและปัจจัยด้านภาวะเงินเฟ้อ มีความสัมพันธ์กับการออมเช่นกัน ซึ่งเมื่อภาวะเศรษฐกิจเกิดความผันผวนจะทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกถึงความเสี่ยงในการลงทุนด้านต่างๆ และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินชีวิตประจำวันจึงทำให้ประชาชน หันมาออมเงินและทำประกันชีวิตมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงและรู้สึกถึงความมั่นคงในชีวิต

จักรกฤษณ์ แปะคำ (2555) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการออมของพนักงานมหาวิทยาลัย กรณีศึกษา พนักงานมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านลักษณะส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ไม่มีบุตร การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอายุการทำงาน 5-10 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,000-15,000 บาท รายได้พิเศษเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท ด้านพฤติกรรมการออมพบว่า ส่วนใหญ่มีการออมเงิน มีสัดส่วนการออมเงินอยู่ระหว่าง 10%-20% ของรายได้ ส่วนใหญ่เป็นมีการออมแบบฝากออมทรัพย์ ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการออมเงินเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง และ

เพื่อใช้ในยามเจ็บป่วย/ชรา/ฉุกเฉิน โดยนำฝากกับสถาบันการเงิน และสหกรณ์ออมทรัพย์ ได้รับข้อมูลข่าวสาร การออมจากสถาบันการเงิน และกลุ่มเพื่อนแนะนำ ในด้านปัจจัยทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการออมของพนักงานมหาลัยกรณีศึกษา พนักงานมหาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ โดยปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีระดับความสำคัญของอิทธิพลอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับได้แก่ ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านกายภาพ, ปัจจัยด้านสถานที่, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคล, ปัจจัยด้านกระบวนการ, และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

พิรารวรรณ จิระนันทรพร (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนวัยทำงานในภาคเหนือของประเทศไทยต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการวางแผนการเงินส่วนบุคคลระดับปานกลาง มีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดในเรื่อง องค์ประกอบของกิจกรรมทางการเงิน และมีความรู้ความเข้าใจน้อยที่สุดในเรื่องการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการวางแผนการลงทุนมากที่สุด รองลงมาเห็นด้วยกับการจัดการด้านการเงิน การวางแผนด้านประกันภัย การวางแผนมรดกและการวางแผนเพื่อวัยเกษียณด้านพฤติกรรม การวางแผนการเงินส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ นั้น พบว่า มีแนวโน้มความถี่ของพฤติกรรมอยู่ในระดับปานกลาง รายได้เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ปัจจัยรองลงมาคือ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และเพศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจวางแผนการเงินส่วนบุคคลมากที่สุด คือปัจจัยการจัดการด้านการเงิน รองลงมาคือการวางแผนการลงทุน การวางแผนด้านเงินประกัน การวางแผนเพื่อวัยเกษียณ และการวางแผนมรดก

ดิศฎุมิ ศรีทองอุ่น (2555) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี พบว่า สื่อที่ใช้ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป ความถี่ระยะเวลา ช่วงเวลา และประเภทรายการในการรับรู้ข้อมูลลักษณะประชากรของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลกระทบกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยพนักงานโรงงานที่มีอายุในช่วงอายุต่ำที่สุดจากการวิจัย (18-25 ปี) สถานภาพสมรสโสด ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (สูงที่สุดในการวิจัย) มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงที่สุดพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานโรงงานข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ ความถี่ ระยะเวลา ช่วงเวลา สถานที่รับฟัง และประเภทรายการในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ รวมถึงระยะเวลา ช่วงเวลา สถานที่อ่าน และประเภทคอลัมน์/หัวข้อในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ มีผลกระทบกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยพนักงานโรงงานรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ ด้วยเครื่องรับคอมพิวเตอร์และรับฟังรายการกีฬา มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงที่สุดการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่าน

ช่องทางต่างๆ ทั้ง 4 ช่องทาง ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ บุคคล การจัดกิจกรรม และเทคโนโลยีใหม่ที่ทันสมัยรวมถึงความน่าสนใจของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรีโดยพนักงานโรงงานรับรู้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากจดหมายเวียน และกิจกรรมการจัดนิทรรศการ มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงที่สุดการสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร พบว่าหัวข้อเรื่อง รูปแบบของการนำเสนอข้อมูล ความถี่ในการสื่อสาร ความเหมาะสมของข้อมูล และการเสนอแนะข้อมูล que สือสารภายในองค์กรได้มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี โดยพนักงานโรงงานรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการสื่อสารภายในองค์กรเรื่องนโยบายขององค์กร ข้อมูลที่มีความชัดเจนและถูกต้องและข้อมูลที่ได้รับเพียงพอและสม่ำเสมอ มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงที่สุด

กฤษฎี ยิวคิม (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมกรออมของบุคลากรกรณีศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลในด้าน อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา มีผลต่อทักษะคิดในการออมของบุคลากรคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง คุณลักษณะส่วนบุคคลในด้าน อายุ และสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมในการออมของบุคลากรคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทักษะคิดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการออมของบุคลากรคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทักษะคิดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการออมของบุคลากรคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้แก่ ทักษะคิดในเรื่องการออมเพื่อสิทธิพิเศษ การออมในเรื่องเกี่ยวกับเวลา/ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและทักษะคิดในเรื่องการออมเพื่อผลตอบแทน ตามลำดับ

พิชามญชุ์ ไพโรพฤกษ์ลักษณ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานเอกชนใน จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาด้านสถานะทั่วไปของพนักงานภาคเอกชนใน จังหวัดภูเก็ตพบว่าพนักงานภาคเอกชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสดระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้จากอาชีพหลักเฉลี่ย 15,176 บาทต่อเดือน รายได้เสริมเฉลี่ย 1,600 บาทต่อเดือน มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน ส่วนใหญ่ไม่มีผู้พึ่งพิง(บุคคลที่ต้องเลี้ยงดู) ด้านพฤติกรรมการใช้จ่าย ภาระหนี้สินและการออม พบว่าพนักงานมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 11,350 บาทต่อเดือน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายด้านอาหารมากที่สุดมีจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พนักงานมีสัดส่วนการเป็นหนี้ร้อยละ 66 โดยพนักงานที่ประกอบอาชีพในสาขาอาชีพบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าและบริการทางธุรกิจมีสัดส่วนการเป็นหนี้มากที่สุดถึงร้อยละ 75.3 พนักงานทั้งหมดมีค่าใช้จ่ายด้านภาระหนี้สินที่ต้องผ่อนชำระเฉลี่ย 4,352 บาทต่อเดือน มีภาระหนี้สินรวมเฉลี่ยอยู่ที่ 200,037 บาท โดยมีวัตถุประสงค์ของการเป็นหนี้ส่วนใหญ่คือเพื่อเช่าซื้อยานพาหนะมีอยู่ร้อยละ 42.1 ซึ่งเป็นพนักงานส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอยู่ในสาขาอาชีพบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ การให้เช่าและบริการทางธุรกิจมีร้อยละ 41.8 โดยร้อยละ 81 ของพนักงานทั้งหมดเป็นพนักงานที่มีเงินออม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอยู่ในสาขา

อาชีพโรงแรมและภัตตาคาร มีเงินออมเฉลี่ยอยู่ที่ 2,397 บาทต่อเดือน มีระยะเวลาการออมมากที่สุดอยู่ในช่วง 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.7 โดยรูปแบบการออมส่วนใหญ่เลือกการออมรูปแบบฝากเงินไว้กับธนาคารมากประเภทออมทรัพย์มากที่สุดมีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8 โดยสาขาอาชีพการก่อสร้างมีสัดส่วนการออมในประเภทนี้มากที่สุดมีร้อยละ 97.4 รองลงมาคือ ออมในรูปแบบสินทรัพย์ประเภทเงินสดมีร้อยละ 64.5 ส่วนสาเหตุที่ไม่มีการออมส่วนใหญ่คือมีภาระค่าใช้จ่ายด้านอุปโภคบริโภคในครอบครัวสูงซึ่งมีอยู่ร้อยละ 51.3 และสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีเงินออมส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การออมเพื่อออมเงินเพื่อเก็บไว้ใช้ยามฉุกเฉินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมาคือออมเงินเพื่อเก็บไว้ใช้หลังเกษียณมีร้อยละ 52.8 ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 5% พบว่ามี 4 ปัจจัยได้แก่ เพศ ระดับรายได้ ภาระหนี้สิน และพนักงานภาคเอกชนของนิติบุคคลสาขาโรงแรมและภัตตาคาร ที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงการออมของพนักงานภาคเอกชนในจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 5% ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการออมมากที่สุดคือระดับรายได้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.436 โดยมีค่าประมาณการเงินออมเฉลี่ยกรณีที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายประกอบอาชีพอยู่ในสาขาโรงแรมและภัตตาคารเท่ากับ 1,134.482 บาทต่อเดือน กรณีที่ 2 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงประกอบอาชีพอยู่ในสาขาโรงแรมและภัตตาคาร เท่ากับ 2,918.15 บาทต่อเดือน กรณีที่ 3 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายประกอบอาชีพอยู่ในสาขาการก่อสร้างเท่ากับ 843.169 บาทต่อเดือน กรณีที่ 4 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงประกอบอาชีพอยู่ในสาขาการก่อสร้างเท่ากับ 1,545.309 บาทต่อเดือน

The logo of the Thai-Nichi Institute of Technology (TNI) is centered at the bottom of the page. It features the letters 'TNI' in a large, bold, red serif font. The letters are superimposed on a light blue circular background that resembles a gear or a stylized sun. The words 'THAI-NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY' are written in a smaller, blue, sans-serif font around the perimeter of the circular background.

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งในการศึกษาได้กำหนดวิธีวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

พนักงานในโรงงานญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี มีจำนวนมากกว่า 100,000 คน (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. 2559)

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Size) ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง (Finite Population) มีจำนวนมากกว่า 100,000 คน และเพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่จะยอมรับได้อยู่ที่ $\pm 5\%$ โดยใช้ตารางสถิติของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane. 1967) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรที่สามารถเชื่อถือได้จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดผู้วิจัยจึงสำรองแบบสอบถามจึงเก็บแบบสอบถาม 460 ชุด

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) คือ การแจกแบบสอบถามให้แก่พนักงานโรงงานญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาจากตำรา บทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 1 มากำหนดเป็นกรอบแนวคิด ตามลักษณะปัจจัยที่จะศึกษา และนำมาสร้างแบบสอบถาม

3. สร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อดูภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 5 หัวข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจ โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แบบสอบถามของ (กิจติพร สิทธิพันธุ์, 2552) โดยมีข้อคำถามทั้งสิ้น 11 ข้อ (ตามภาคผนวกแนบ) ได้แก่

ข้อ 6.1-6.3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป

ข้อ 7.1-7.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน

ข้อ 8.1-8.3 ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล

ข้อ 9.1-9.3 ภาวะทางเศรษฐกิจ

แบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) เป็นมาตราส่วนแบบวัดประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert's Scale 5 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนน ดังต่อไปนี้

5	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นในระดับมาก
3	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นในระดับน้อย
1	หมายถึง	ให้ความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินผลเฉลี่ยของแบบสอบถามโดยแบ่งเป็นคะแนนออกเป็น 5 ช่วง ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

เกณฑ์การแปลความหมายเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

คะแนน	ความหมาย
4.21-5.00	ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	ในระดับมาก
2.61-3.40	ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	ในระดับน้อย
1.00-1.80	ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น เพื่อดูภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) จำนวน 3 หัวข้อ

4. ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นใช้ในงานศึกษาครั้งนี้สามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดและมีความแม่นยำในการวัด ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือดังนี้

4.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

4.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาไปทำการทดสอบ (Pretest) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างพนักงานในโรงงานญี่ปุ่นในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี จากนั้นนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

(กัลยา วาณิชยปัญญา; และจิตา วาณิชยปัญญา. 2558 :164) ซึ่งต้องมีค่าความเชื่อมั่นไม่ต่ำกว่า 0.7 ถือว่า แบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ได้ ซึ่งแจกแจงค่าความเชื่อมั่นได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น เกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออม และการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจ

ข้อคำถาม	Cronbach's Alpha
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป	0.826
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน	0.904
ความรู้ความเข้าใจ	0.868
ภาวะทางเศรษฐกิจ	0.946
N of Cases = 30	

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเภทและแหล่งที่มาของข้อมูล (Source of Data) การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง“การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น” ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แบ่งตามแหล่งที่มา 2 ประเภทดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้มาจากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเช่นเอกสารบทความวิทยานิพนธ์รายงานการวิจัยแนวคิดทฤษฎีต่างๆ จากผู้ที่ได้รับการศึกษาเรื่องนี้ไว้ก่อนแล้วโดยมุ่งเน้นศึกษาข้อมูลที่มาหลักวิชาการบทความเพื่อใช้ประกอบอ้างอิงการวิจัยและมีในกรอบที่วางไว้ในเบื้องต้น

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาโดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากผู้จัดการแผนกทรัพยากรมนุษย์ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครเพื่อแจกให้กับพนักงานและส่งแบบสอบถามคืนให้ผู้วิจัยภายใน 2 สัปดาห์ ตรวจสอบความสมบูรณ์แบบของแบบสอบถามและนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ผลทางสถิติและสรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดเรียบร้อยแล้วผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามมาดำเนินการตามรายละเอียดดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
 2. การลงรหัส (Coding) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ตามคู่มือการลงรหัส
 3. วิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's Alpha Coefficient) เป็นแบบสอบถามแบบมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale)
 4. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (Multiple Choices) วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางบรรยาย
 5. การวิเคราะห์ข้อมูลการด้านรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และด้านภาวะทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราวัดประเมินค่า (Rating Scale) วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.) แปรผล นำเสนอในรูปแบบตารางบรรยาย และจัดอันดับ
 6. การวิเคราะห์พฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (Multiple Choices) วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางบรรยาย
 7. การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และภาวะทางเศรษฐกิจใช้เปรียบเทียบกับปริมาณการออมในแต่ละเดือน โดยใช้ One-Way Analysis of Variance (ANOVA) ในการวิเคราะห์
- ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ทางสถิติในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ One-Way Analysis of Variance (ANOVA) และหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สถิติค่า Eta วัดค่าความสัมพันธ์หาค่าความสัมพันธ์

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window วิเคราะห์จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคล ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการออม รูปแบบการออม ปริมาณการออมในแต่ละเดือน

2. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคล ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการออม รูปแบบการออม ปริมาณการออมในแต่ละเดือน

3. ค่าเฉลี่ย (Mean = $\bar{X}$) ใช้แปลความหมายการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจ

4. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation = S.D.) ใช้คู่กับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจ

5. การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way Analysis of Variance (ANOVA) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่มมากกว่า 2 ตัวเลือก และหาค่าความ สัมพันธ์โดยใช้สถิติ ค่า Eta วัดค่าความสัมพันธ์ (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2558)

เกณฑ์การแปลความหมาย

- | | |
|--|------------------------------------|
| 1. ค่าน้อยกว่าเท่ากับ 0.30 | ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ |
| 2. ค่ามากกว่า 0.30 และน้อยกว่าเท่ากับ 0.50 | ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| 3. ค่ามากกว่า 0.50 และน้อยกว่าเท่ากับ 0.70 | ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูง |

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอรายงานผลการศึกษาเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 460 ชุด และได้รับกลับมาทั้งหมดจำนวน 416 ชุด โดยพบว่ามีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด

ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติและทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะนำเสนอผลการทดสอบและการวิเคราะห์ไว้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและโดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และภาวะทางเศรษฐกิจ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล และภาวะทางเศรษฐกิจ เปรียบเทียบกับปริมาณการออมในแต่ละเดือน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way Analysis of Variance (ANOVA) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่มมากกว่า 2 ตัวเลือก และหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สถิติค่า Eta วัดค่าความสัมพันธ์

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในการเสนอผลการวิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ดังนี้

$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย (Mean)
n	หมายถึง	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
N	หมายถึง	ขนาดของประชากร (Population Size)
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ (f-distribution)
S.D.	หมายถึง	Standard Deviation
Sig	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน
Eta	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้วัดขนาดความสัมพันธ์
H ₀	หมายถึง	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	หมายถึง	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ชาย	179	44.75
2. หญิง	221	55.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานเพศหญิง จำนวน 221 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 55.25 และเป็นเพศชายจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 20 ปี	8	2.00
2. 21-25 ปี	91	22.75
3. 26-30 ปี	122	30.50
4. 31-35 ปี	110	27.50
5. 36-40 ปี	42	10.50
6. 40 ปีขึ้นไป	27	6.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มากที่สุด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 กลุ่มตัวอย่างที่อายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตัวอย่างที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 กลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. โสด	219	54.75
2. สมรส	153	38.25
3. หย่า/ม่าย/แยกกันอยู่	28	7.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 และสถานภาพหย่า/ม่าย/แยกกันอยู่ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	164	41.00
2. อนุปริญญา	63	15.75
3. ปริญญาตรี	159	39.75
4. ปริญญาโทหรือสูงกว่า	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 10,000 บาท	11	2.75
2. 10,001-20,000 บาท	190	47.50
3. 20,001-30,000 บาท	126	31.30
4. 30,001-40,000 บาท	36	9.00
5. 40,001-50,000 บาท	21	5.25
6. 50,001 บาทขึ้นไป	16	4.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001-50,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจโดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 7 ระดับของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป	3.28	0.696	ปานกลาง	1
2. ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน	3.07	0.941	ปานกลาง	3
3. ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ	3.22	0.739	ปานกลาง	2
4. ปัจจัยด้านการรับรู้ภาวะทางเศรษฐกิจ	2.89	0.833	ปานกลาง	4
รวม	3.11	0.613	ปานกลาง	

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.11$) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป เป็นอันดับ 1 ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.28$) อันดับ 2 มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$) อันดับ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.07$) อันดับ 4 มีความรู้ความเข้าใจในภาวะทางเศรษฐกิจในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.89$)

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จำแนกเป็นรายด้านแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 8 ปัจจัยการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไปโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารจาก แหล่งข้อมูลทั่วไป	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	S.D.	ความ หมาย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. การรับรู้ข่าวสาร การออมหรือการ วางแผนทางการเงิน จากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่าน ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หรือ แผ่นพับของสถาบัน ทางการเงินต่างๆ	43 10.75%	126 31.50%	187 46.75%	37 9.25%	7 1.75%	3.40	0.865	ปาน กลาง	1
2. บทความต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการออม หรือวางแผนการ ทางการเงินจาก นิตยสารวารสารและ หนังสือพิมพ์	19 4.75%	101 25.25%	200 50.00%	72 18.00%	8 2.00%	3.13	0.829	ปาน กลาง	3
3. ได้รับข้อมูล ข่าวสารการออมหรือ การวางแผนทาง การเงินจากคนใกล้ชิด เช่น บุคคลใน ครอบครัว หรือ เพื่อน	33 8.25%	133 33.25%	165 41.25%	61 15.25%	8 2.00%	3.30	0.897	ปาน กลาง	2
ผลรวม						3.28	0.696	ปาน กลาง	

จากตารางที่ 8 ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไปในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.28$) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้ข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น

โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หรือ แผ่นพับของสถาบันทางการเงินต่างๆ เป็นอันดับ 1 ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) อันดับ 2 ได้รับข้อมูลข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากคนใกล้ชิด เช่น บุคคลในครอบครัว หรือ เพื่อน ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.30$) อันดับ 3 บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออมหรือวางแผนการทางการเงินจากนิตยสารวารสารและหนังสือพิมพ์ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.13$)

ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ

ตารางที่ 9 ระดับความรู้ความเข้าใจโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. มีความรู้ความเข้าใจหลักการการออมหรือการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล	32 8.00%	138 34.50%	174 43.50%	47 11.75%	9 2.25%	3.34	0.870	ปานกลาง	1
2. มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลที่ถูกต้อง	24 6.00%	87 21.75%	223 55.75%	55 13.75%	11 2.75%	3.14	0.828	ปานกลาง	3
3. ความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลพื้นฐาน	25 6.25%	92 23.00%	212 53.00%	66 16.50%	5 1.25%	3.16	0.818	ปานกลาง	2
ผลรวม						3.22	0.739	ปานกลาง	

จากตารางที่ 9 ผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยมีความรู้ความเข้าใจ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.22$) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจหลักการการออมหรือการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล เป็นอันดับ 1 ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.34$) อันดับ 2 มีความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลพื้นฐาน ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.16$) อันดับ 3 มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลที่ถูกต้อง ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.14$)

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน

ตารางที่ 10 ระดับการรับรู้ข้อมูลสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยด้านการรับรู้ ข้อมูลสารจาก ภายในองค์กรที่ ปฏิบัติงาน	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	S.D.	ความ หมาย	ลำดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. การรับรู้ข่าวสาร การออมหรือการ วางแผนทางการเงิน จากฝ่ายทรัพยากร บุคคล หรือ บอร์ด ประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กร	19 4.75%	123 30.75%	153 38.25%	77 19.25%	28 7.00%	3.07	0.984	ปาน กลาง	2
2. การรับรู้ข่าวสาร การออมหรือการ วางแผนทางการเงิน จากหัวหน้างานหรือ เพื่อนร่วมงาน	23 5.75%	129 32.25%	138 34.50%	77 19.25%	33 8.25%	3.08	1.035	ปาน กลาง	1
ผลรวม						3.07	0.941	ปาน กลาง	

จากตารางที่ 10 ผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยการรับรู้ข้อมูลสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.07$) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบรับรู้ข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงาน เป็นอันดับ 1 ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.08$) อันดับ 2 รับรู้ข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.07$)

ปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ

ตารางที่ 11 ระดับความรู้ความเข้าใจด้านภาวะเศรษฐกิจโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจ	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. อัตราเงินเฟ้อ	19 4.75%	65 16.25%	204 51.00%	93 23.25%	19 4.75%	2.93	0.879	ปานกลาง	1
2. อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด	21 5.25%	61 15.25%	202 50.50%	93 23.25%	23 5.75%	2.91	0.905	ปานกลาง	2
3. ภาวะเศรษฐกิจโลก เช่น วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์	15 3.75%	55 13.75%	200 50.00%	101 25.25%	29 7.25%	2.82	0.893	ปานกลาง	3
ผลรวม						2.89	0.833	ปานกลาง	

จากตารางที่ 11 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจด้านภาวะเศรษฐกิจ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.89$) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจอัตราเงินเฟ้อ เป็นอันดับ 1 ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.93$) อันดับ 2 มีความรู้ความเข้าใจเรื่องอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.91$) อันดับ 3 มีความรู้ความเข้าใจภาวะเศรษฐกิจโลก เช่น วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.82$)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่นโดย โดยใช้สถิติแบบความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์การออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์การออม	จำนวนคนที่เลือก	ร้อยละ	ลำดับ
1. ใช้ในยามจำเป็น	291	36.06	1
2. ใช้ซื้อสินค้าที่อยากได้เป็นพิเศษ	77	9.54	3
3. ใช้เพิ่มมูลค่าสินทรัพย์	69	8.55	5
4. เก็บเอาไว้สำหรับอนาคต	262	32.47	2
5. เพื่อการศึกษา	75	9.29	4
6. ซอบออมเป็นนิสัยส่วนตัว	33	4.09	6
รวม		100.00	

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์การออมตามรายละเอียดดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ออมเงินเพื่อใช้ในยามจำเป็น จำนวนคนที่เลือก 291 คน คิดเป็นร้อยละ 36.06 รองลงมาออมเงินเพื่อเก็บเอาไว้สำหรับอนาคต จำนวนคนที่เลือก 262 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 ออมเงินเพื่อใช้ซื้อสินค้าที่อยากได้เป็นพิเศษ จำนวนคนที่เลือก 77 คน คิดเป็นร้อยละ 9.54 ออมเงินเพื่อการศึกษา จำนวนคนที่เลือก 75 คน คิดเป็นร้อยละ 9.29 ออมเพื่อใช้เพิ่มมูลค่าสินทรัพย์ จำนวนคนที่เลือก 69 คน คิดเป็นร้อยละ 8.55 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดออมเพราะชอบออมเป็นนิสัยส่วนตัว จำนวนคนที่เลือก 33 คน คิดเป็นร้อยละ 4.09

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม

รูปแบบการออม	จำนวนคนที่เลือก	ร้อยละ	ลำดับ
1. ฝากธนาคาร	315	41.07	1
2. เก็บเป็นเงินสด (เก็บรักษาเอง)	164	21.38	2
3. ซื้อทองคำ	147	19.17	3
4. ลงทุนในหุ้น	29	3.78	6
5. พันธบัตร	37	4.82	5
6. สหกรณ์ต่างๆ	47	6.13	4
7. ลงทุนในตราสารทุนและตราสารหนี้	14	1.83	7
8. อื่นๆ	14	1.83	7
รวม		100.00	

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรูปแบบการออมตามรายละเอียดดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่ออมเงินในรูปแบบการฝากธนาคาร จำนวนคนที่เลือก 315 คน คิดเป็นร้อยละ 41.07 รองลงมาออมในรูปแบบเก็บเป็นเงินสด (เก็บรักษาเอง) จำนวนคนที่เลือก 164 คน คิดเป็นร้อยละ 21.38 ออมเงินในรูปแบบการซื้อทองคำ จำนวนคนที่เลือก 147 คน คิดเป็นร้อยละ 19.17 ออมเงินในรูปแบบสหกรณ์ต่างๆ จำนวนคนที่เลือก 47 คน คิดเป็นร้อยละ 6.13 ออมเงินในรูปแบบพันธบัตร จำนวนคนที่เลือก 37 คน คิดเป็นร้อยละ 4.82 ออมเงินในรูปแบบลงทุนในตราสารทุนและตราสารหนี้ จำนวนคนที่เลือก 14 คน คิดเป็นร้อยละ 1.83 ออมเงินในรูปแบบอื่นๆ จำนวนคนที่เลือก 14 คน คิดเป็นร้อยละ 1.83

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปริมาณการออมในแต่ละเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปริมาณการออมในแต่ละเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
1. ไม่เกิน 1,000 บาท	84	21.00	2
2. 1,001-2,000 บาท	116	29.00	1
3. 2,001-3,000 บาท	77	19.25	3
4. 3,001-4,000 บาท	49	12.25	4
5. 4,001-5,000 บาท	30	7.50	6
6. 5,001 บาทขึ้นไป	44	11.00	5
รวม	400	100.00	

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปริมาณการออมในแต่ละเดือนตามรายละเอียดดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ส่วนใหญ่ออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 1,001-2,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมาออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 กลุ่มตัวอย่างที่มีออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 2,001-3,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 กลุ่มตัวอย่างที่มีออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 3,001-4,000 บาทขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 กลุ่มตัวอย่างที่มีออมเงินเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 บาทขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดมีออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 4,001-5,000 บาทขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

TNI

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ทางสถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวน One-Way Analysis of Variance (ANOVA) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่มมากกว่า 2 ตัวเลือก และหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้สถิติค่า Eta วัดค่าความสัมพันธ์

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

สมมติฐานข้อที่ 1.1

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

H_1 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

ตารางที่ 15 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป และปริมาณการออมในแต่ละเดือน

ปริมาณการออม ในแต่ละเดือน	การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจาก แหล่งข้อมูลทั่วไป		ค่าสถิติที่ใช้ ทดสอบความ แตกต่าง		ค่าสถิติที่ใช้ วัดขนาด ความสัมพันธ์
	Mean	S.D.	F	Sig.	Eta
1. ไม่เกิน 1,000 บาท	3.10	0.808	2.074	0.068	0.258
2. 1,001-2,000 บาท	3.24	0.650			
3. 2,001-3,000 บาท	3.42	0.755			
4. 3,001-4,000 บาท	3.31	0.629			
5. 4,001-5,000 บาท	3.38	0.545			
6. 5,001 บาทขึ้นไป	3.36	0.583			

จากตารางที่ 15 การวิเคราะห์การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA และวัดขนาดของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติ Eta ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.068 นั่นคือไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) สรุปได้ว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

สมมติฐานข้อที่ 1.2

H_0 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

H_1 : การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

ตารางที่ 16 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน และปริมาณการออมในแต่ละเดือน

ปริมาณการออม ในแต่ละเดือน	การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากภายใน องค์กรที่ปฏิบัติงาน		ค่าสถิติที่ใช้ ทดสอบความ แตกต่าง		ค่าสถิติที่ใช้ วัดขนาด ความสัมพันธ์
	Mean	S.D.	F	Sig.	Eta
1. ไม่เกิน 1,000 บาท	2.84	0.932	4.286	0.001	0.280
2. 1,001-2,000 บาท	3.28	0.926			
3. 2,001-3,000 บาท	3.18	0.966			
4. 3,001-4,000 บาท	3.19	0.889			
5. 4,001-5,000 บาท	3.08	0.696			
6. 5,001 บาทขึ้นไป	2.67	0.982			

จากตารางที่ 16 การวิเคราะห์การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA และวัดขนาดของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติ Eta ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.001 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.280

สมมติฐานข้อที่ 1.3

H_0 : ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

H_1 : ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงิน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

ตารางที่ 17 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินและปริมาณการออมในแต่ละเดือน

ปริมาณการออม ในแต่ละเดือน	ความรู้ความเข้าใจ		ค่าสถิติที่ใช้ ทดสอบความ แตกต่าง		ค่าสถิติที่ใช้ วัดขนาด ความสัมพันธ์
	Mean	S.D.	F	Sig.	Eta
1. ไม่เกิน 1,000 บาท	3.03	0.890	2.762	0.018	0.282
2. 1,001-2,000 บาท	3.22	0.669			
3. 2,001-3,000 บาท	3.24	0.698			
4. 3,001-4,000 บาท	3.16	0.660			
5. 4,001-5,000 บาท	3.30	0.691			
6. 5,001 บาทขึ้นไป	3.52	0.709			

จากตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA และวัดขนาดของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติ Eta ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.018 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่าความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงิน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.282

สมมติฐานข้อที่ 1.4

H_0 : ความรู้ความเข้าใจด้านภาวะทางเศรษฐกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

H_1 : ความรู้ความเข้าใจด้านภาวะทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน

ตารางที่ 18 ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจด้านภาวะทางเศรษฐกิจ และปริมาณการออมในแต่ละเดือน

ปริมาณการออม ในแต่ละเดือน	ภาวะทางเศรษฐกิจ		ค่าสถิติที่ใช้ ทดสอบความ แตกต่าง		ค่าสถิติที่ใช้ วัดขนาด ความสัมพันธ์
	Mean	S.D.	F	Sig.	Eta
1. ไม่เกิน 1,000 บาท	2.60	0.992	3.362	0.005	0.196
2. 1,001-2,000 บาท	2.91	0.769			
3. 2,001-3,000 บาท	3.08	0.651			
4. 3,001-4,000 บาท	2.82	0.839			
5. 4,001-5,000 บาท	3.00	0.816			
6. 5,001 บาทขึ้นไป	3.02	0.840			

จากตารางที่ 18 การวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจด้านภาวะทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA และวัดขนาดของความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติ Eta ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ 0.005 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) สรุปได้ว่าความรู้ความเข้าใจด้านภาวะทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.196

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การเสนอรายงานผลการศึกษารื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการวิจัยได้นำข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้ จำนวน 400 คน มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติและทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่นสามารถสรุปผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัย สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 และเป็นเพศชายจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75

ด้านอายุ พนักงานส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มากที่สุดจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50

ด้านสถานภาพ พนักงานส่วนใหญ่สถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมาคือสถานภาพสมรสจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25

ด้านการศึกษา พนักงานส่วนใหญ่มีระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่ามากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พนักงานส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มากที่สุดจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและความรู้ความเข้าใจเรื่องการวางแผนการออมเงินส่วนบุคคล

พนักงานมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 (S.D. = 0.613) โดยพิจารณาในรายละเอียด พบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง เช่น ด้านการรับรู้ข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 (S.D. = 0.696) ด้านความรู้ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 (S.D. = 0.739) ด้านการรับรู้ข้อมูลสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 (S.D. = 0.941) และ ด้านภาวะเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 (S.D. = 0.833) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปน้อยแยกตามรูปแบบได้ดังนี้

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 (S.D. = 0.696) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

1.1 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หรือ แผ่นพับของสถาบันทางการเงินต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 (S.D. = 0.865)

1.2 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากคนใกล้ชิด เช่น บุคคลในครอบครัว หรือ เพื่อน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 (S.D. = 0.897)

1.3 ได้รับบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออมหรือวางแผนทางการเงินจากนิตยสารวารสารและหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 (S.D. = 0.829)

2. ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.22 (S.D. = 0.739) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

2.1 มีความรู้ความเข้าใจหลักการการออมหรือการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 (S.D. = 0.870)

2.2 มีความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลพื้นฐานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 (S.D. = 0.818)

2.3 มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล ที่ถูกต้องอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 (S.D. = 0.828)

3. การได้รับรู้ข้อมูลสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.07 (S.D. = 0.941) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

3.1 รับรู้ข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 (S.D. = 1.035)

3.2 รับรู้ข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 (S.D. = 0.984)

4. ความรู้ความเข้าใจด้านภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.89 (S.D. = 0.833) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

4.1 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 (S.D. = 0.879)

4.2 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 (S.D. = 0.905)

4.3 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจโลก เช่น วิกฤตแฮมเบอร์เกอร์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 (S.D. = 0.893)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ส่วนใหญ่ออมเงินเพื่อใช้ในยามจำเป็น จำนวนคนที่เลือก 291 คน คิดเป็นร้อยละ 36.06 รองลงมาออมเงินเพื่อเก็บเอาไว้สำหรับอนาคต จำนวนคนที่เลือก 262 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47

ส่วนใหญ่ออมเงินในรูปแบบการฝากธนาคาร จำนวนคนที่เลือก 315 คน คิดเป็นร้อยละ 41.07 รองลงมาออมในรูปแบบเก็บเป็นเงินสด (เก็บรักษาเอง) จำนวนคนที่เลือก 164 คน คิดเป็นร้อยละ 21.38

ส่วนใหญ่ออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 1,001-2,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมาออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาทจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ผลการทดสอบการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน พบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน พบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.280

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.3 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงิน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน พบว่าความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงิน มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.282

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.4 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านภาวะทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน พบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านภาวะทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.196

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น สามารถนำผลวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่าระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติ ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงิน ปัจจัยด้านการรับรู้ภาวะทางเศรษฐกิจ อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับ (พิราวรรณ จิระนนทรพร. 2555) ศึกษาเกี่ยวกับ “เรื่องทัศนคติของประชาชนวัยทำงานในภาคเหนือของประเทศไทยต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการวางแผนการเงินส่วนบุคคลระดับปานกลาง แสดงว่าองค์กรให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องดังกล่าวค่อนข้างน้อย เพราะบริษัทอาจจะมองว่าเป็นเรื่องส่วนตัวของพนักงานแต่ละคน และไม่ได้เห็นความสำคัญเนื่องจากไม่เกี่ยวข้องกับผลผลิตของบริษัท แต่ความเป็นจริงแล้วเรื่องดังกล่าวมีผลต่อสภาพจิตใจของพนักงาน ถ้าหากพนักงานมีปัญหาด้านการเงินก็มีแนวโน้มว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงาน เพราะพนักงานไม่มีสมาธิจดต่อกับงานที่ทำ หรือถึงขั้นหยุดงาน ลางานไปจัดการปัญหาต่างๆ เหล่านี้

2. ด้านการพฤติกรรมการออม พบว่าพนักงานออมเพื่อใช้ในยามจำเป็นมากที่สุด ร้อยละ 36.06 โดยส่วนใหญ่ออมในรูปแบบการฝากธนาคาร สอดคล้องกับ (นาริรัตน์ หน่อใหม่. 2556) ศึกษาเกี่ยวกับ “เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของพนักงานเทศบาลและพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ภายหลังจากที่มีการปรับโครงสร้างเงินเดือนข้าราชการ” ผลการศึกษาพบว่า พนักงานเทศบาลและพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ภายหลังจากที่มีการปรับโครงสร้างเงินเดือนข้าราชการ พนักงานมีการออมเพิ่มขึ้น ซึ่งเลือกวิธีการออมในรูปของเงินฝากสถาบันการเงินแบบออมทรัพย์มีมากที่สุด

3. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน อย่างมีนัยทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นองค์กรต่างๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องการออม และการวางแผนการเงินส่วนบุคคลให้พนักงานได้รับทราบ ผ่านทางสื่อต่างๆ ของบริษัท เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ วารสารของบริษัทของบริษัท หรืออีเมลความรู้ต่างๆ ส่งให้พนักงาน หรือจัดมุมให้คำปรึกษาสำหรับพนักงานที่มีปัญหาอยากปรึกษาส่วนตัว

4. ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน อย่างมีนัยทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นองค์กรควรจัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องการออมและการวางแผนการเงินส่วนบุคคลโดยมีการเชิญวิทยากรที่มีความรู้เฉพาะด้านมาอบรมให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้พนักงานเป็นครั้งคราว

5. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน อย่างมีนัยทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นองค์กรควรแนะนำช่องทางการหาความรู้และติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจ เช่นเว็บไซต์ต่างๆ นิตยสาร หรือจัดมุมความรู้ให้พนักงานได้ติดตามข่าวสารได้อย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ดังต่อไปนี้

1. จากการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่ออมเงินในรูปแบบการฝากธนาคาร ดังนั้นบริษัทควรให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เงินฝากของแต่ละธนาคาร ที่คาดว่าจะประโยชน์ต่อพนักงาน เช่น ให้ข้อมูลเรื่องดอกเบี้ยเงินฝากรวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของธนาคาร และให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อื่นที่ได้ผลตอบแทนมากกว่าการเงินฝากเงินแบบออมทรัพย์ เช่น การฝากประจำ กองทุน LTF RMF กองทุนรวมต่างๆ เป็นต้น

2. จากการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่ออมเงินเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 1,001-2,000 บาท ดังนั้นบริษัทสนับสนุนการออมเงินของพนักงาน หรือกระตุ้นให้พนักงานออมเงินมากขึ้น เช่น กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ที่มีผลตอบแทนมากกว่าการออมเงินรูปแบบอื่นๆ เพื่อจูงใจให้พนักงานออมเงินมากขึ้น

3. จากการวิจัยพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น ดังนั้นบริษัทต่างๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ จัดอบรมให้ความรู้ ในเรื่องการออมและการวางแผนการเงินส่วนบุคคลให้พนักงานได้รับทราบ

4. ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน ดังนั้นองค์กรควรจัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องการออมและการวางแผนการเงินส่วนบุคคลโดยมีการเชิญวิทยากรที่มีความรู้เฉพาะด้านมาอบรมให้ความรู้และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้พนักงานเป็นครั้งคราว และส่งเสริมให้บุคลากรที่มีความรู้ในเรื่องการออมและการวางแผนการเงินส่วนบุคคลจัดกิจกรรมตั้งทีมที่ปรึกษาเพื่อช่วยเหลือพนักงานที่มีปัญหาด้านการเงิน เป็นต้น

5. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับปริมาณการออมในแต่ละเดือน ดังนั้นองค์กรควรแนะนำช่องทางการหาความรู้และติดตามข่าวสารด้านเศรษฐกิจ เช่นเว็บไซต์ต่างๆ นิตยสาร หรือจัดมุมความรู้ให้พนักงานได้ติดตามข่าวสารได้อย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงสาเหตุของการไม่ออมเพิ่มเติมเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุปัญหาของพนักงานมากขึ้น เพื่อจะได้ช่วยให้ความรู้พนักงานได้ตรงจุดมากขึ้น
2. การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึง “การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลในของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น” ในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมการออมเงินในพื้นที่อื่น ซึ่งอาจมีความแตกต่างกัน เพื่อที่จะสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้กับแต่ละองค์กรได้

TNI

บรรณานุกรม

TNI

บรรณานุกรม

- กฤษฎี ยิวคิม. (2555). **ทัศนคติและพฤติกรรมการออมของบุคคลคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การเงินและการธนาคาร).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา; และจิตา วานิชย์บัญชา. (2558). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ; กำจร หลุยยะพงศ์; รุจิรา สุภาษา; และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2559). **นิคมอุตสาหกรรมในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.ieat.go.th/investment/about-industrial-estates/industrial-estates-in-thailand>.
- กิตติพร ลิทธิพันธ์. (2552). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จักรกฤษณ์ แปะคำ. (2555). **พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการออมของพนักงานมหาวิทยาลัย**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- จิราภรณ์ สุวรรณวาทกิจ. (2547). **เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน (หน่วยที่ 2)**. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จารุวรรณ กองแก้ว. (2556). **รูปแบบการออมและการลงทุนของพนักงานภาคเอกชนในเขตเทศบาลจังหวัดอุดรธานี**. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชาลินี ฉัตรไชยสิทธิกุล. (2543). **การวิเคราะห์การออมของครัวเรือนในจังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดิศภูมิ ศรีทองอ่อน. (2555). **การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์ ศป.ม. (การจัดการทรัพยากรมนุษย์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ทะนงศักดิ์ นิ่มนวล. (2557). **พฤติกรรมการใช้จ่าย การออมและการก่อหนี้สินของ พนักงานธนาคาร กรณีศึกษาธนาคารของรัฐการกำกับดูแลของกระทรวง การคลัง (รัฐวิสาหกิจ) และธนาคารพาณิชย์ไทย**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนวดี บุญลือ; และมนทิดา วิโรจน์อนันต์. (2550). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นาริรัตน์ หน่อใหม่. (2556). **เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของพนักงานเทศบาลและ พนักงานองค์กรบริหารส่วนตำบล อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ภายหลังจากที่มี การปรับโครงสร้างเงินเดือน ข้าราชการ**. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประยงค์ คูศิริสิน. (2551). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิชามญช์ ไพโรพทุกษลักษณ์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานเอกชนใน จังหวัดภูเก็ต**. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิรารรรถ จิระนนทราพร. (2555). **ทัศนคติของประชาชนวัยทำงานในภาคเหนือของ ประเทศไทยต่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคล**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีรพร สุธรรม. (2556). **พฤติกรรมการออมของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูนหลังจากปรับขึ้นค่าแรงงานขั้นต่ำ**. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรมณ อินทवास. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครูในเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 4**. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทยากร เขียงกุล. (2547). **อธิบายศัพท์เศรษฐศาสตร์สมัยใหม่**. กรุงเทพฯ : สายธาร การพิมพ์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- วิสิฐ ตันตีสุนทร. (2559). **รู้รอบด้าน การวางแผนการเงิน**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2559, จาก https://www.ncb.co.th/finance_planning_th.html.

- วิไลลักษณ์ ไทยอุตสาห์; และวลัยภรณ์ อัดตะนันท์. (2530). รายงานผลการวิจัยเรื่องการ
 เร่งการออมของครัวเรือนในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและพัฒนา
 แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2558). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ :
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริสุข อินละคร. (2548). การเงินบุคคล. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุนตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). ปัญหา
 ทางด้านการเงินของมนุษย์เงินเดือน. สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2559, จาก
https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/TSI-Document_PF_012.pdf.
- ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุนสถาบันกองทุนเพื่อพัฒนาตลาดทุนตลาดหลักทรัพย์แห่ง
 ประเทศไทย. (2553). พื้นฐานการวางแผนการเงิน. กรุงเทพฯ : ฝ่ายศูนย์
 การเรียนรู้.
- สายฤดี วานิกานุกุล. (2545). ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของ
 ประชาชนชาวจังหวัดปทุมธานี ในโครงการ 30 บาท รักษาทุกโรค. วิทยานิพนธ์
 รส.ม. (พัฒนาแรงงานและสวัสดิการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
 ธรรมศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน
 ในช่วง 6 เดือนแรก ของปี 2558. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2560, จาก [http://
 service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/SocioPocket58M6.pdf](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/SocioPocket58M6.pdf).
- สำนักงานประชาสัมพันธ์ชลบุรี. (2560). ชลบุรีเปิดศูนย์บริการประชาชน ในนิคม
 อุตสาหกรรมอมตะนคร. สืบค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2560, จาก [http://www.
 thailandchonburi.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538799143&Ntype=1](http://www.thailandchonburi.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538799143&Ntype=1).
- สิทธิารถ สมยาภักดี. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนเกษตรกรในเขต
 อำเภอรวิชัยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). ขอนแก่น :
 บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุนทรี หาญเสมอ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารของหัวหน้าหอผู้ป่วย/
 หัวหน้างานกับการมีส่วนร่วมของพยาบาลวิชาชีพในการพัฒนาคุณภาพ
 โรงพยาบาลชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2560, จาก [https://
 www.tci-thaijo.org/index.php/jnat-ned/article/view/16736/15119](https://www.tci-thaijo.org/index.php/jnat-ned/article/view/16736/15119).
- สุพพตา ปิยะเกศิน. (2546). การเงินส่วนบุคคล. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.

Blumer. (1969). **Symbolic interaction : Perspective and Method.** New Jersey :
Prentice-Hall.

Federick Herzberg. (1959). **Participation Management : Concept Theory and
Implementation Atlanta.** New York : Consulting Psychologists Press.

Hallman, G. Victor; and Rosenbloom, Jerry. (2000). **Personal Financial Management.**
New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

Katz, E.; Gurevitch, M.; and Haas, H. (1973). **On the Use of the Mass Media for
Important Things.** Boston Houghton : Mifflin Company.

Taro Yamane. (1967). **Statistics and Introductory Analysis.** New York : Harper and
Row Publication.



THAI-NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

TNI

ภาคผนวก

TNI

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถาม

TNI



แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้ข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคล ของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น ของนักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดสละเวลาตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์ เนื่องจากมีข้อความสำคัญยิ่งต่อการวิเคราะห์และมีความค่าอย่างมากต่อการศึกษารั้งนี้ ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เพื่อเป็นแนวทางและแรงกระตุ้นในต่อพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น และเป็นแนวทางให้แผนกทรัพยากรมนุษย์ได้ใช้เป็นฐานข้อมูลให้การอบรมให้ความรู้แก่พนักงานตนเอง ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ โดยแบบสอบถามแบ่ง 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่นประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการออมและการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานญี่ปุ่น

ศิริภา เท่าเทียมตน

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่านเพียง 1 ข้อ

1. เพศ

☐ 1.1) ชาย

☐ 1.2) หญิง

2. อายุ

☐ 2.1) ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 2.2) 21-25 ปี

☐ 2.3) 26-30 ปี

☐ 2.4) 31-35 ปี

☐ 2.5) 36-40 ปี

☐ 2.6) 40 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ 3.1) โสด

☐ 3.2) สมรส

☐ 3.3) หย่า/ม่าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

☐ 4.1) มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า

☐ 4.2) อนุปริญญา

☐ 4.3) ปริญญาตรี

☐ 4.4) ปริญญาโทหรือสูงกว่า

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 5.1) ไม่เกิน 10,000 บาท

☐ 5.2) 10,001-20,000 บาท

☐ 5.3) 20,001-30,000 บาท

☐ 5.4) 30,001-40,000 บาท

☐ 5.5) 40,001-50,000 บาท

☐ 5.6) 50,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน ความรู้ความเข้าใจเรื่องการวางแผนการออมเงินส่วนบุคคล ภาวะทางเศรษฐกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยอื่น ๆ	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
6. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลทั่วไป					
6.1) การรับรู้ข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต หรือ แผ่นพับของสถาบันทางการเงินต่างๆ					
6.2) บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออมหรือวางแผนทางการเงินจากนิตยสารวารสารและหนังสือพิมพ์					
6.3) ได้รับข้อมูลข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากคนใกล้ชิด เช่น บุคคลในครอบครัว หรือ เพื่อน					
7. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากภายในองค์กรที่ปฏิบัติงาน					
7.1) การรับรู้ข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากฝ่ายทรัพยากรบุคคล หรือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร					
7.2) การรับรู้ข่าวสารการออมหรือการวางแผนทางการเงินจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงาน					
8. ความรู้ความเข้าใจ					
8.1) มีความรู้ความเข้าใจหลักการการออมหรือการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล					
8.2) มีความรู้ความเข้าใจกระบวนการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลที่ถูกต้อง					
8.3) มีความรู้ความเข้าใจเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับการออมและการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลพื้นฐาน					
9. ภาวะทางเศรษฐกิจ					
9.1) อัตราเงินเฟ้อ					
9.2) อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด					
9.3) ภาวะเศรษฐกิจโลกเช่นวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์					

ตอนที่ 3 คำถามด้านพฤติกรรมการออมเงินส่วนบุคคลค่าชี้แจง

10. ท่านออมเพื่อวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ 10.1) ใช้ในยามจำเป็น | ☐ 10.2) ใช้ซื้อสินค้าที่อยากได้เป็นพิเศษ |
| ☐ 10.3) ใช้เพิ่มมูลค่าสินทรัพย์ | ☐ 10.4) เก็บเอาไว้สำหรับอนาคต |
| ☐ 10.5) เพื่อการศึกษา | ☐ 10.6) ซอบออมเป็นนิสัยส่วนตัว |

11. รูปแบบการออม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 11.1) ผักธนาคาร | ☐ 11.2) เก็บเป็นเงินสด (เก็บรักษาเอง) |
| ☐ 11.3) ซื้อทองคำ | ☐ 11.4) ลงทุนในหุ้น |
| ☐ 11.5) พันธบัตร | ☐ 11.6) สหกรณ์ต่างๆ |
| ☐ 11.7) ลงทุนในตราสารทุนและตราสารหนี้ | |
| ☐ 11.8) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

12. ปริมาณการออมในแต่ละเดือน (ถ้าไม่ได้ออมเงินไม่ต้องตอบคำถามนี้)

- | | |
|--|---|
| ☐ 12.1) ไม่เกิน 1,000 บาท | ☐ 12.2) 1,001-2,000 บาท |
| ☐ 12.3) 2,001-3,000 บาท | ☐ 12.4) 3,001-4,000 บาท |
| ☐ 12.5) 4,001-5,000 บาท | ☐ 12.6) มากกว่า 5,000 บาท ขึ้นไป |

TNI

TAHITI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY