

พฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ จำกัด Saving Behavior of Sales person, Masstec Link Company

นางสาวธมนต์พัทธ์ เอือนจิตร

สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

Thamonpatt Aueanjit

E- mail : Mata_2605@hotmail.com

Finance and Banking, Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออม ของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ จำกัด งานวิจัยนี้เป็นเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บข้อมูลพนักงานขายของ บริษัท แมสเทคลิงค์ จำกัด จากข้อมูลของฝ่ายบุคคลบริษัท แมสเทคลิงค์ จำกัด พบว่าเป็นพนักงานขาย จำนวน 100 คน จากจำนวนบุคลากรทั้งบริษัท 250 คน (ข้อมูล เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565) ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการคำนวณสูตรของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติพรรณนาประกอบด้วย การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ข้อมูลเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ จำกัด ใช้ค่าสถิติวิเคราะห์ โดย Independent Sample: (T-test) One Way ANOVA: (F-test) และหาความสัมพันธ์แบบทางสองทิศทาง โดย (Correlation) พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 63 คน คิด เป็น ร้อยละ 63 เพศชาย โดยมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 มีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 31-35 ปี มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และ อายุ 36 ปีขึ้นไป มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมา มีระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 มีสถานภาพโสด มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมามีสถานภาพสมรส มี

จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และมีสถานภาพหย่า-หม้าย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ส่วนใหญ่ รายได้ 35,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา มีรายได้ 25,001-35,000 บาท มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 กลุ่มรายได้ 15,001-25,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

คำสำคัญ: พฤติกรรม,รูปแบบการออม,การออม,วัตถุประสงค์การออม

Abstract

This study the objective is to study the behavior of saving. of sales staff, Masstec Link Co., Ltd. This research is quantitative. By collecting the data of the sales staff of Masstec Link Co., Ltd. From the information of the personnel department of Masstec Link Co., Ltd., it was found that there were 100 salespeople. From the total number of personnel in the company 250 people (data on January 1, 2022) was used to determine the size of the sample. by calculating the formula of Krejcie & Morgan (Krejcie & Morgan, 1970) at 95% confidence level and 5% tolerance in the sample calculations. Descriptive statistics were used for demographic characteristics of the respondents using descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean, standard deviation. and Inferential Statistic. The data is a questionnaire about the saving behavior of salespeople. Masstec Link Co., Ltd. The statistical values were analyzed by Independent Sample: (T-test) One Way ANOVA: (F-test) and the two-way correlation was determined by (Correlation) It was found that most of them were female, of 63 people, representing 63%, of which 37 people accounted for 37 percent. They were under 30 years old, with a total of 54 people, accounting for 54 percent. followed by the age range of 31-35 years old, there were 26 people, representing 26 percent, and aged 36 years and over, there were 20 people, accounting for 20 percent, having a bachelor's degree, totaling 83 people. accounted for 83 percent, followed by having higher education than a bachelor's degree, there were 12 people, accounting for 12 percent, and below a bachelor's degree, there were 5 people, accounting for 5%, with single status, amounting to 70 People, representing 70 percent of all respondents. followed by marital status with 26 people representing 26 percent and having divorced and widowed status of 4 people representing 4 percent Most of them had income of 35,001 baht or more, there were 45 people, representing 45%, followed by income 25,001-35,000 baht, consisting of 34 people, accounting for 34 percent, income groups 15,001-25,000 baht, 16 people, accounting for 16%, and groups with income below 15,000 baht, having 5 people, accounting for percentages. 11.5

Keywords: behavior, saving style, saving, objective saving

บทนำ

จากสถานการณ์หนี้ครัวเรือนของไทยจนถึงสิ้นปี 2563 จะพุ่งไปแตะระดับ 14 ล้านล้านบาท ซึ่งเป็นสถิติสูงสุดในรอบ 18 ปี แต่จำนวนเงินฝากในธนาคารกลับเพิ่มสูงขึ้นแตะ 14 ล้านล้านบาท เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 กระทบต่อสภาพเศรษฐกิจ ส่งผลให้คนมีเงินออมไม่กล้านำเงินออกไปใช้จ่ายหรือลงทุน จึงเลือกที่จะพักเงินไว้ที่ธนาคารเพื่อความปลอดภัย จากข้อมูลจำนวนเงินฝากของธนาคาร ณ เดือนธันวาคม 2563 คนไทยมีเงินฝากทั้งบัญชีออมทรัพย์และประจำรวม 106.5 ล้านบัญชี คิดเป็นจำนวนเงิน 14,748,055 ล้านบาท โดยในจำนวนนี้เป็นบัญชีออมทรัพย์มากที่สุด 65% เช็กจำนวนเงินฝากคนไทย ปี 2564 จำนวนเงินฝากที่มีในบัญชี ณ เดือนมิถุนายน 2564 จะพบว่ามียู่ประมาณ 110 ล้านบัญชี โดยมีเงินในบัญชีไม่เกิน 50,000 บาท เป็นสัดส่วนมากที่สุด ถึง 96 ล้านบัญชี คิดเป็น 87.23%

สำหรับการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการออม พบว่าสัดส่วนผู้มีเงินออมในกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 74.7 ในปี 2563 (จากร้อยละ 72.0 ในปี 2561) และคนส่วนใหญ่มีความตระหนักเรื่องการออมเงินเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน และการออมเพื่อการเกษียณ ซึ่งการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 น่าจะเป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนตระหนักถึงความจำเป็นของการเก็บเงินสำรองมากขึ้น อย่างไรก็ตาม มีเพียงร้อยละ 38 ที่มีเงินสำรองอยู่ได้เกิน 3 เดือนหากต้องหยุดงานกะทันหัน แสดงให้เห็นว่ายังมีความจำเป็นต้องส่งเสริมการออมให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้ แรงจูงใจสำคัญในการออมมาจากการมีเป้าหมายหรือแผนที่ชัดเจนที่จะต้องใช้จ่ายเงินในอนาคต แต่มีเพียงร้อยละ 19.7 ที่จัดสรรเงินเพื่อออมก่อนนำเงินไปใช้จ่ายจึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้เป้าหมายการออมไม่สำเร็จ

ความรู้ทางการเงิน ถือได้ว่าเป็นความรู้ที่จำเป็นพื้นฐานสำหรับประชาชน เพื่อให้การดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างเป็นปกติ ซึ่งนั่นหมายความว่า การดำเนินชีวิตที่ปราศจากภาระหนี้สิน และไม่ตกอยู่ในภาวะความยากจน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ดาเรน บัคลีย์ (Darren Buckley) กรรมการผู้จัดการใหญ่ ธนาคารซีทีแบงก์ กล่าวว่า ในสถานการณ์ที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทักษะหนึ่งที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิตของทุกๆ คนคือ ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) การมีความรู้ทางการเงินมิได้หมายความว่าเพียงการมีความรู้ด้านการเงินเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการนำความรู้ไปใช้เพื่อการสร้างความมั่นคง ในชีวิต เช่นเดียวกับปิยะบุตร ชลวิจารณ์ ประธานอำนวยการสถาบันคินันแห่งเอเชีย กล่าวว่า ความรู้ความเข้าใจ ทางการเงินเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดภาวะความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ และเกิดความยากจนขึ้นทั่วประเทศ และเนื่องจากการบริหารการเงินถือเป็นเรื่องหนึ่งที่เป็นรากฐานสำคัญของการกินดีอยู่ดี (สถาบันคินันแห่งเอเชีย, 2558) เรื่องของความรู้เข้าใจทางด้านการเงินคือปัญหาใหญ่ที่คนไทยส่วนใหญ่ ปัญหาเรื่องความรู้เรื่องการเงิน ไม่ใช่ปัญหาส่วนตัว แต่เป็นปัญหาระดับประเทศเลยทีเดียว และมีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคมในประเทศ มีผลสำรวจระบุว่าคนไทยเพียง 27% เท่านั้นที่มีความรู้ด้านการเงิน ซึ่งน้อยกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ที่ 33% เมื่อความเข้าใจทางด้านการเงินของคนไทยยังน้อย จะได้รับรู้จักการวางแผนทางการเงินถูกต้อง เพื่อชีวิตที่ดีในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1. ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด
- 1.2.2. ศึกษาพฤติกรรมการออม ของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด
- 1.2.3. เพื่อหาความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออมกับพฤติกรรมการออม

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด
2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมเงิน

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ พฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด จากข้อมูลของฝ่ายบุคคลบริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด พบว่ามีพนักงานขายทั้งสิ้น จำนวน 100 คน จากจำนวนบุคลากรทั้งบริษัท 250 คน (ข้อมูล เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565) ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณสูตรของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องการวางแผนการออมเงิน มีต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ข้อมูลของพฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด ได้แก่ 1.) รูปแบบการออม 2.) วัตถุประสงค์ในการออม

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

ลักษณะประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด โดยปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการออมเงิน หมายถึง หมายถึง การกระทำหรือลักษณะที่แสดงออกใน รูปแบบการออม ความถี่ในการออม และวัตถุประสงค์ในการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด

การออม คือ รายได้เมื่อหักรายจ่ายแล้วจะมีส่วนซึ่งเหลืออยู่ ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ซึ่งไม่ได้ถูกใช้สอยออกไปนี้เรียกว่า เงินออม $Incomes-Expenses=Savings$

แรงจูงใจ หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งต่างๆที่เป็นแรงผลักดัน กระตุ้นพฤติกรรมในตัวบุคคลแสดงออกซึ่งความต้องการ หรือโน้มน้าวโดยสิ่งจูงใจเพื่อให้บุคลากรในองค์การให้ความร่วมมือ ความเต็มใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในองค์การประสบความสำเร็จต่อไป

ความรู้ หมายถึง การได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบวิธีการกฎเกณฑ์แนวปฏิบัติสิ่งของ เหตุการณ์ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือจากสื่อต่างๆ ประกอบกับความรู้จึงเป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริงหรือความคิด ความหยั่งรู้หยั่งเห็น หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.) ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด
- 2.) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด มีความรู้ความเข้าใจในการออมเพื่อใช้จ่ายในปัจจุบันและอนาคตมากขึ้น
- 3.) เพื่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย นำไปใช้ประโยชน์และตระหนักถึงการวางแผนทางการเงินเพื่อใช้จ่ายในปัจจุบันและอนาคต

หลักการ แนวคิด ทฤษฎี

ความหมายของพฤติกรรม

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและภายนอก ซึ่งอาจทำไปโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวและอาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ หรือไม่พึงประสงค์ ผู้อื่นอาจสังเกตการกระทำนั้นได้และสามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้ (Jamkratoke, 1998)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกของจิตใจทั้งภายในและภายนอก เป็นการกระทำเพื่อสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นสังเกต และใช้เครื่องมือทดสอบได้(อาภรณ์ รัชไชย, 2560)

แนวคิดการออม

การออม (Saving) ตามหลักเศรษฐศาสตร์ หมายถึง การกันรายได้ส่วนหนึ่งเก็บเอาไว้เพื่อการใช้จ่ายในอนาคต โดยไม่ได้นำเงินรายได้ส่วนนี้ไปใช้จ่ายเพื่อการบริโภค และรายได้ที่เก็บไว้ส่วนนี้ต้องสามารถสร้างผลประโยชน์ให้เพิ่มพูนขึ้นได้ เช่น การฝากธนาคาร (ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2549)

การออม คือ รายได้เมื่อหักรายจ่ายแล้วจะมีส่วนซึ่งเหลืออยู่ ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ซึ่งไม่ได้ถูกใช้สอยออกไปนี้เรียกว่า เงินออม $Incomes-Expenses= Savings$ โดยทั่วไป การออม จะเกิดขึ้น ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีรายได้มากกว่าการจ่ายของเขา ทางที่จะเพิ่มเงินออมให้แก่บุคคล อาจทำได้โดย การพยายามหาทางเพิ่มรายได้ให้มากขึ้นด้วยการทำงานมากขึ้น ใช้เวลาว่างในการหารายได้พิเศษ หรือการปรับปรุงงาน ที่ทำอยู่ให้มีประสิทธิภาพมีรายได้สูงขึ้น เป็นต้น นอกจากนั้น การลดรายจ่าย ลงด้วยการรู้จักใช้จ่าย เท่าที่จำเป็น และเหมาะสมก็จะทำให้มีการออมเกิดขึ้นได้เหมือน

การออมเพื่อการบรรลุเป้าหมายของชีวิตของแต่ละคน ต่างก็มีเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถจำแนกการออมเพื่อบรรลุเป้าหมายได้ 3 ประเภท ดังนี้ (ตฤณกร, 2554)

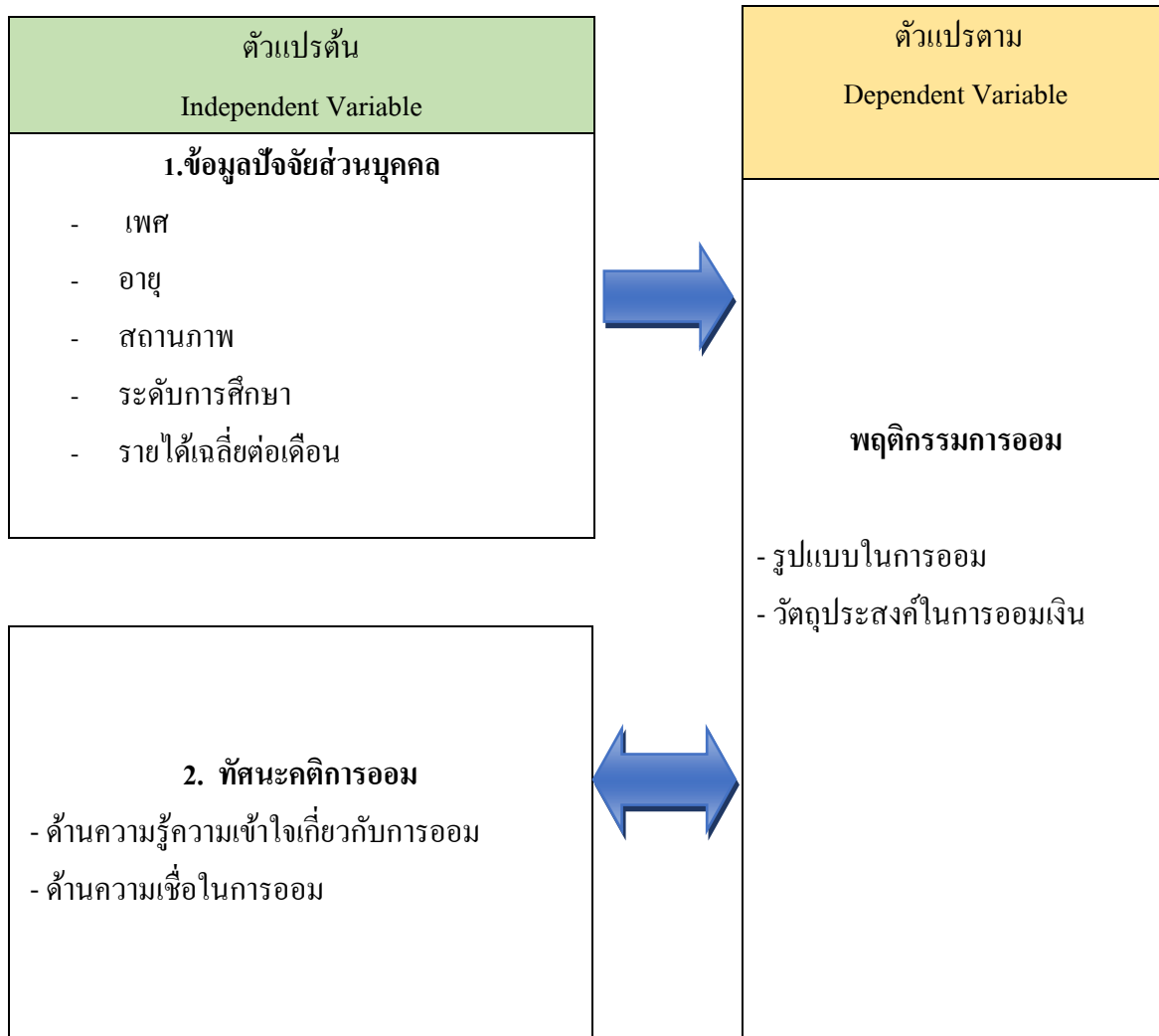
- 1.) เงินออมเพื่อใช้จ่ายฉุกเฉิน หรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันเกิดขึ้นก็ยังมีเงินใช้จ่ายใช้สอยและดำรงชีวิตได้ตามปกติ ได้แก่ การฝากเงินกับธนาคาร
- 2.) เงินออมเพื่อการเกษียณอายุ คือ การเก็บเงินสะสมไว้ใช้ในยามสูงอายุ โดยเงินออมประเภทนี้จะช่วยให้การใช้ชีวิตในวัยเกษียณมีอิสรภาพทางการเงิน ได้แก่ กองทุนประกันสังคม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ
- 3.) เงินออมเพื่อการลงทุน คือ เป็นการเก็บออมเงินเพื่อนำไปลงทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจหรือนำไปลงทุนในหลักทรัพย์ เช่น การลงทุนในตราสารหนี้ ตราสารทุน หรือการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

สุรพงษ์ โสภณะเสถียร (2533) กล่าวว่า บุคคลส่วนมากจะรับรู้เบื้องต้นผ่านประสบการณ์แล้ว จัดระบบเป็น โครงสร้างของความรู้ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตน ซึ่งความรู้ทำให้ผู้เรียน ได้รู้ถึงความสามารถในการจำและรำลึกถึงเหตุการณ์ และประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว ซึ่งบลูมได้แยกการประเมินระดับ ความรู้ไว้ 6 ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) เป็นระดับที่มีความสามารถในการดึงข้อมูลออกมาจากความจำ ได้
2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehensive) เป็นระดับที่สามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับสามารถเขียนข้อความด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพให้ความหมายแปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นต่อไปได้
3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดเห็นที่เป็นนามธรรมไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) เป็นระดับที่สามารถให้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกส่วน เป็นประเภทหรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับของการสังเคราะห์ (Analysis) คือการนำเอาข้อมูล แนวความคิด มาประกอบกัน แล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ที่ต่างจากเดิม
6. ระดับการประเมิน (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูล เพื่อตั้งเกณฑ์การ รวบรวมผล และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้สำหรับการทำวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานชายของ บริษัท แมสเทคลิงค์ จำกัด จากข้อมูลของฝ่ายบุคคลบริษัท แมสเทคลิงค์ จำกัด พบว่าเป็นพนักงานชาย จำนวน 100 คน จากจำนวนบุคลากรทั้งบริษัท 250 คน (ข้อมูล เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ คือ พนักงานขายบริษัท แมสเทค ลิ่งค์ จำกัด ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณสูตรของ เกรจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ

$$n = \frac{x^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + x^2 p(1-p)}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดประชากร
 e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้
 x^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($x^2 = 3.841$)
 p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด $p = 0.5$)

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยมีการเลือกตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบสะดวก ทั้งนี้ แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติการออมและพฤติกรรมการออม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ด้านความรู้ความเข้าใจในการออม ด้านความเชื่อการออม รูปแบบการออมเงิน วัตถุประสงค์ในการออมเงิน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- ระดับคะแนน 1 หมายถึง ส่งผลต่อการออมเงินน้อยที่สุด
 ระดับคะแนน 2 หมายถึง ส่งผลต่อการออมเงินน้อย
 ระดับคะแนน 3 หมายถึง ส่งผลต่อการออมเงินปานกลาง
 ระดับคะแนน 4 หมายถึง ส่งผลต่อการออมเงินมาก
 ระดับคะแนน 5 หมายถึง ส่งผลต่อการออมเงินมากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนวัดระดับความพึงพอใจ (แปลผล) จากการคำนวณอัตราภาคชั้น โดยใช้

$$\text{สูตร} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ได้เกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

- 4.21 - 5.00 หมายถึง ความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินจัด อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด
 3.41 - 4.20 หมายถึง ความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินจัด อยู่ในเกณฑ์มาก
 2.61 - 3.40 หมายถึง ความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินจัด อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
 1.81 - 2.60 หมายถึง ความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินจัด อยู่ในเกณฑ์น้อย
 1.00 - 1.80 หมายถึง ความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการออมเงินจัด อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

ระดับความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์ทางลบ		ความสัมพันธ์ทางบวก	
มีความสัมพันธ์สมบูรณ์	-1		1	
มีความสัมพันธ์สูง	-0.81	ถึง -1	0.19	ถึง 1
มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง	-0.61	ถึง -0.80	0.61	ถึง 0.80
มีความสัมพันธ์ปานกลาง	-0.41	ถึง -0.60	0.41	ถึง 0.60
มีความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ	-0.21	ถึง -0.04	0.21	ถึง 0.04
มีความสัมพันธ์ต่ำ	-0.01	ถึง -0.02	0.01	ถึง 0.20
ไม่มีความสัมพันธ์	0		0	

สรุปผลอภิปราย

ลักษณะประชากร

ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 63 คน คิด เป็น ร้อยละ 63 เพศชาย โดยมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 มีอายุอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 30 ปี มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 31-35 ปี มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และ อายุ 36 ปีขึ้นไป มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 83 รองลงมา มีระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 มีสถานภาพโสด มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมา มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และ มีสถานภาพหย่า-หม้าย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ส่วนใหญ่รายได้ 35,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา มีรายได้ 25,001-35,000 บาท มี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 กลุ่มรายได้ 15,001-25,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ทัศนคติในการออม

ทัศนคติการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยที่ 3.71) โดยการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ เชื่อว่าอัตราผลตอบแทนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบ

การออมเงิน(ค่าเฉลี่ยที่ 3.94) เชื่อว่าระดับความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออมเงิน(ค่าเฉลี่ยที่ 3.89) เชื่อว่าการออมเงินคือการสร้างความมั่นคงทางด้านการเงิน(ค่าเฉลี่ยที่ 3.69) อัตราผลตอบแทนเป็นเหตุในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการออมเงิน(ค่าเฉลี่ยที่ 3.67)มีความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการออมเป็นอย่างดี(ค่าเฉลี่ยที่ 3.6) และการออมเงินเป็นการลดความเสี่ยงทางการเงินของท่าน(ค่าเฉลี่ยที่ 3.47)

พฤติกรรมการออม

พฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยที่ 3.45) โดยการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ออมโดยรูปแบบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ(ค่าเฉลี่ยที่ 4.22) ออมเงินเพื่อเป็นเงินลงทุน/เก็งกำไร(ค่าเฉลี่ยที่ 4.01)ออมเงินเพื่อสร้างความมั่งคั่งระยะยาว เช่น การซื้อที่อยู่อาศัย(ค่าเฉลี่ยที่ 3.92) ออมเงินเพื่อซื้อความสุข เช่น สิ่งของที่อยากได้ ท่องเที่ยว(ค่าเฉลี่ยที่ 3.80) ออมอยู่ในรูปของการซื้อทองคำ(ค่าเฉลี่ยที่ 3.23) ออมโดยการซื้อกรรมกรรมประกันชีวิต(ค่าเฉลี่ยที่ 3.13) ออมเงินเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน เช่น เกิดอุบัติเหตุ เจ็บป่วย (ค่าเฉลี่ยที่ 3.12) ออมเงินเพื่อพัฒนาตนเอง เช่น การศึกษา เปลี่ยนอาชีพเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น(ค่าเฉลี่ยที่ 3.08) ออมโดยรูปแบบการลงทุน ดิจิทัล (ค่าเฉลี่ยที่ 3.04) และออมโดยการซื้อสลากออมสิน/พันธบัตรต่างๆ/ฝากประจำกับสถาบันการเงิน(ค่าเฉลี่ยที่ 3.00)

การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ จำกัด แตกต่างกัน โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นเรศ หนองใหญ่ (2560) ศึกษาถึงพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตพื้นที่ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยมีข้อสมมติฐานของงานวิจัยคือ สมมติฐานข้อที่ 1 เพศที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออมของประชากรที่แตกต่างกัน ซึ่งจากประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่าพฤติกรรมการออมในภาพรวมระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสมมติฐานข้อที่ 2 อายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการออมของประชากร จากการศึกษพบว่า อายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการออมที่แตกต่างกัน นอกจากจะพบว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมการออมในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ในแต่ละกลุ่มอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 31-35 ปี มีระดับการออมสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี, ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 36-40 ปี มีระดับการออมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี มีระดับการออม

มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี และสมมติฐานข้อที่ 3 ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการออมที่แตกต่างจากการศึกษาพบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความเห็นต่อพฤติกรรมการออมแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้ในกลุ่มประชากรเฉพาะ พนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ เท่านั้น เพื่อจะทราบถึงความรู้ความเข้าใจในการออม ซึ่งอาจไม่สามารถครอบคลุมเป็นตัวแทนของผู้ตัดสินใจออมได้ทั้งหมด จึงควรขยายขอบเขตการศึกษาออกไปทั้งในเขตปริมณฑลและภูมิภาค เพื่อให้ได้ข้อมูลของประชาชนทั้งหมดและเป็นฐานข้อมูลที่สามารถนำไปใช้และเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออมได้มากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาประชาชนกลุ่มอื่นเพิ่มเติม จะได้ทราบถึงพฤติกรรมการออมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการออมหรือทราบถึงความสัมพันธ์ ทั้งในแง่ทางธุรกิจสามารถให้ออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่สอดคล้องกับ อายุ อาชีพ ระดับรายได้ว่ากลุ่มไหนมีการตัดสินใจออมมากที่สุด ให้ทำให้เหมาะสมกับกลุ่มคนกลุ่มต่างๆ

3. การวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยเห็นว่าควรเพิ่ม ปัจจัยด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น ความถี่ในการออม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม มีผลต่อการออม อาจหาความสัมพันธ์และความสอดคล้องในแง่อื่นเพื่อจะได้ให้ความรู้หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการทำธุรกิจบริการทางการเงินได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.) ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการออมของพนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ จำกัด
- 2.) เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานขาย บริษัท แมสเทค ลิงค์ จำกัด มีความรู้ความเข้าใจในการออมเพื่อใช้จ่ายในปัจจุบันและอนาคตมากขึ้น
- 3.) เพื่อประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย นำไปใช้ประโยชน์และตระหนักถึงการวางแผนทางการเงินเพื่อใช้จ่ายในปัจจุบันและอนาคต