

# การออมเงินเพื่อการเตรียมตัวเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

## Saving for retirement of Income Earners in Bangkok and Perimeter

วิชา แก้วคำมา [wicha\\_eak@hotmail.com](mailto:wicha_eak@hotmail.com)

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติด้านการออมเงินเพื่อการเตรียมตัวเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (multiple regression analysis)

ผลการศึกษาทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อยู่ในระดับตำแหน่งพนักงาน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อายุงาน ระหว่าง 0 – 3 ปี รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001- 30,000 บาท สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล 1 – 2 คน หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน สัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ อยู่ระหว่าง 1% - 10% ของรายได้ และส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการลงทุน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ผลการทดสอบสมมติฐานทางด้านประชากรศาสตร์พบว่า เพศ อายุ สถานะภาพ ระดับตำแหน่งงาน อาชีพ อายุงาน รายได้ต่อเดือน สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน สัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ และประสบการณ์การลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการออมเงิน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านบุคลากร

## Abstract

This research was to study the attitudes of saving money for retirement preparation of 400 income persons in Bangkok and Perimeter by using questionnaires as a tool to collect data. Data were analyzed using statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation. And multiple regression analysis

The results of the general study showed that most respondents were female, aged between 31-40 years, single status, education was at the bachelor's degree level. In the position of staff Most of them are company employees, working experience between 0 - 3 years, income between 15,001- 30,000 baht, family members see is 1 - 2 people. Liabilities per month are between 5,000 - 10,000 baht. Debt to Income ratio is between 1% - 10% and most have no investment experience. Marketing mix factors that the most important sample groups are product factors And Place factors is very important With the Price factor Promotion factors People factors Physical And Process factors

The results of the demographic hypothesis test showed that gender, age, status, job position, occupation, working experience, income Family members Liabilities payable per month Debt to income ratio And investment experience Had a significant effect on saving decisions And the test results showed that Marketing mix factors affecting money saving, product Price Place and People

## บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ หรือ Aging Society ไปเรียบร้อยแล้ว ยิ่งไปกว่านั้น สำนักงานสถิติแห่งชาติคาดการณ์ไว้ว่า ไทยจะเป็นสังคมประชากรผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ภายในปี 2568 จากการมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเกิน 20% ของประเทศ เด็กมีจำนวนน้อยกว่า ผู้สูงอายุ สถานการณ์นี้เป็นผลมาจากสภาวะเจริญพันธุ์ลดลง ขณะที่มนุษย์มีอายุยืนยาวขึ้น จากความก้าวหน้าทางการแพทย์และเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้การออมและความมั่งคั่งของประเทศลดลง เนื่องจากต้องรับภาระด้านค่าใช้จ่ายสาธารณสุขและการดูแลผู้สูงอายุมากขึ้น จึงอาจเป็นปัญหาต่อประเทศไทยในอนาคตที่คนในประเทศรวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ควรมองข้าม

ดังนั้นสิ่งที่น่าเป็นห่วงสำหรับผู้สูงอายุที่จะเกิดขึ้นในอนาคต คือ รายได้ที่จะยังชีพที่ไม่สามารถทำงานหาเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ตลอดจนสุขภาพที่เริ่มทรุดและต้องมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจำนวนมาก การออม เป็นปัจจัยกำหนดความมั่นคงทางการเงินในอนาคตได้ ถ้าเรามีการออมเงินอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้มีทุนชีวิตในช่วงที่เกิดปัญหาหรือเกิดความสั่นสะเทือนทางฐานะทางการเงิน มีทางเลือกในการใช้ชีวิตมากขึ้น ทั้งในด้านการจัดหาปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต การรักษาพยาบาล การดูแลสมาชิกในครอบครัว และการใช้ชีวิตหลังเกษียณ การออมจึงเป็นพฤติกรรมที่สำคัญทั้งในระดับประเทศและในระดับบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้สูงอายุ การออมทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีได้หลังจากเกษียณ มีความมั่นคงในการดำรงชีวิตในสังคมได้ด้วยตนเอง มีเงินใช้ในยามฉุกเฉินโดยไม่ต้องพึ่งพาเงินค่าใช้จ่ายจากลูกหลาน ในระดับประเทศ การออมช่วยแบ่งเบาภาระรัฐบาลในการดูแลช่วยเหลือผู้สูงอายุโดยเฉพาะประเทศไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรไปสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดต่อการออมเงินเพื่อการเตรียมตัวเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจออมเงินเพื่อการเตรียมตัวเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
4. เพื่อศึกษาการตัดสินใจการออมเงินเพื่อการเตรียมตัวเกษียณอายุ จำแนกตาม ลักษณะประชากรศาสตร์ ของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล
5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านสภาพแวดล้อมที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ที่มีต่อ การตัดสินใจออมเงินเพื่อการเตรียมตัวเพื่อวัยเกษียณอายุ

## สมมุติฐานของการวิจัย

ผู้สมมุติฐานที่ 1 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ชายและหญิง มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีอายุต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีสถานะภาพต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 4 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 5 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีตำแหน่งงานต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 6 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีอาชีพต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 7 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีอายุงานต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 8 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 9 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแลต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 10 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีหนี้สินที่ต้องชำระในแต่ละเดือนต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 11 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีสัดส่วนหนี้สินที่ต้องชำระแต่ละเดือนเทียบกับรายได้รายเดือนต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 12 ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่มีประสบการณ์การลงทุนต่างกัน มีการออมเพื่อวัยเกษียณอายุต่างกัน

สมมุติฐานที่ 13 ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สมมุติฐานที่ 14 ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สมมุติฐานที่ 15 ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สมมุติฐานที่ 16 ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สมมุติฐานที่ 17 ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลการส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สมมุติฐานที่ 18 ส่วนประสมทางการตลาดด้านสภาพแวดล้อมสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

สมมุติฐานที่ 19 ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการส่งผลต่อการออมเงินเพื่อเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

## ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 400 คน (ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 400 คน ในการกำหนดขนาด กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้หลักการคำนวณใช้สูตร Yamane (กฤษฎดา ตั้งชัยศักดิ์, 2559, หน้า 184) ระยะเวลาที่ศึกษา มีนาคม 2562 - มิถุนายน 2562

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

- ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์**
- 1.เพศ
  - 2.อายุ
  - 3.สถานะภาพ
  - 4.ระดับการศึกษา
  - 5.ตำแหน่งงาน
  - 6.อาชีพ
  - 7.อายุงาน
  - 8.รายได้ต่อเดือน
  - 9.สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล
  - 10.หนี้สินที่ต้องชำระในแต่ละเดือน
  - 11.สัดส่วนหนี้สินที่ต้องชำระแต่ละเดือนเทียบกับรายได้รายเดือน
  - 12.ประสบการณ์การออม

- ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด**
- 1.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
  - 2.ปัจจัยด้านราคา
  - 3.ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
  - 4.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
  - 5.ปัจจัยด้านบุคคล
  - 6.ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์
  - 7.ปัจจัยด้านกระบวนการ

**การออม**  
เงินเพื่อการเตรียมตัวเกษียณอายุ

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 ความสนใจในการออมเงิน

## สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics analysis) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ (percentage) , ค่าเฉลี่ย (mean) , ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
2. การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (multiple regression analysis) เปรียบเทียบความแตกต่างโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน

## สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อยู่ในระดับตำแหน่งพนักงาน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อายุงาน ระหว่าง 0 – 3 ปี รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001- 30,000 บาท สมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล และ 1 – 2 คน หนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน สัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ อยู่ระหว่าง 1% - 10% ของรายได้ และส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์ในการลงทุน

2. ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อวัยเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และให้ความสำคัญมาก กับปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ



3. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการออมเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 11 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับตำแหน่งงาน ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยด้านอายุงาน ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล ปัจจัยด้านหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน ปัจจัยด้านสัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ และปัจจัยด้านประสบการณ์การลงทุน

4. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการออมเงินเพื่อวัยเกษียณอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 4 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านบุคลากร

#### อภิปรายผล

การออมเงินเพื่อการเตรียมตัวเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการออมเงินเพื่อวัยเกษียณแตกต่างกัน เช่น ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านระดับตำแหน่งงาน ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยด้านอายุงาน ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล ปัจจัยด้านหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน ปัจจัยด้านสัดส่วนหนี้สินต่อรายได้ และปัจจัยด้านประสบการณ์การลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เปรียบเทียบพฤติกรรมการออมของพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต้องดูแล รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน (ซึ่งเทียบเคียงได้กับหนี้สินที่ต้องชำระต่อเดือน)

ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการออมเงินเพื่อวัยเกษียณอายุของผู้มีเงินได้ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการออมเงินของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนประสมทางการตลาด มีความสอดคล้องในด้านส่วนประสมทางการตลาดกับงานวิจัยค่อนข้างมาก

## ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้มีเงินได้สนใจออมเงินเพื่อวัยเกษียณ ดังนั้นควรเน้น ผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือ มีสภาพคล่องที่ดี
2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยด้านราคาทำให้ผู้มีเงินได้สนใจออมเงินเพื่อวัยเกษียณ ดังนั้นควรเน้น ผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนสูง ราคาหลายหลาย สามารถเลือกซื้อได้ตามงบประมาณ
3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทำให้ผู้มีเงินได้สนใจออมเงินเพื่อวัยเกษียณ ดังนั้นควรเน้น ผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกให้การซื้อ-ขาย เน้น App ซื้อขายในโทรศัพท์มือถือ หรือ website
4. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยด้านบุคคลากรทำให้ผู้มีเงินได้สนใจออมเงินเพื่อวัยเกษียณ ดังนั้นควรเน้น การอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับลูกค้าที่จะ Walk-in เข้ามาสอบถามข้อมูลกับพนักงาน
5. การศึกษาในครั้งนี้เลือกศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์แค่บางปัจจัยบางปัจจัยเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาตัวแปรอิสระหรือปัจจัยตัวอื่น ๆ ที่อาจจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมออม เช่น อัตราการว่างงาน สภาพภูมิศาสตร์หรือเขตที่อยู่อาศัย อัตราภาษี ต้นทุนค่าเสียโอกาสในการออม เป็นต้น
6. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างด้านประชากรทั่วไปมากกว่านี้ เพื่อที่ผลการศึกษานั้นอาจจะแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมเงินของประชาชนจังหวัดอื่น ๆ เพิ่มเติม

## บรรณานุกรม

ชานียะฮ์ ช่างวัฒนกุล (2559) สารนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนจังหวัดสตูล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

อนงนาฏ สุภกิจฉวนชกุล (2558) วิทยานิพนธ์ เรื่อง พฤติกรรมการออมและการบริหารการเงินก่อนเกษียณอายุ กรณีศึกษาบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

กุลธิดา แก้วมา และ ณัฐชา เพชรดากุล คั่นคว่าอิสระ เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกฝากสะสมทรัพย์ แบบออมสินบำนาญ 90/60 ของธนาคารออมสินในจังหวัดลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

วริษา ประดับชัยมงคล (2558) คั่นคว่าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากผ่านธนาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จุฑาธิบดี ฤกษ์สันทัด (2555) คั่นคว่าอิสระ เรื่อง เปรียบเทียบพฤติกรรมการออมของพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี