

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานในอุตสาหกรรมรถยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

(Factors Affecting Saving Behavior of Employees in Automotive Industry at Eastern Seaboard Industrial Estate Changwat Rayong)

วันเพ็ญ ปกรณ์ประเสริฐ¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อสัดส่วนการออมของพนักงานในอุตสาหกรรมรถยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง มีระยะเวลาศึกษาระหว่างเดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2556 โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน นำมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสติก ผลการศึกษาพบว่าพนักงานส่วนใหญ่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระดับรายได้อยู่ในระดับขั้นต่ำถึงปานกลาง มีค่าใช้จ่ายจำเป็นในการเช่าที่อยู่อาศัยและเลือกบริโภคอาหาร เครื่องนุ่งห่ม การรักษาโรคอย่างประหยัด และส่วนมากไม่มีเงินออมจากผลการศึกษาแบบจำลองโลจิสติก พบว่าตัวแปรด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โรคประจำตัว สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้ต่อเดือน กรรรมสิทธิในที่อยู่อาศัย สถานที่ที่ซื้ออาหารบริโภคเป็นประจำ ลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้า และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์สามารถอธิบายโอกาสในการออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

คำสำคัญ: พฤติกรรมการออม อุตสาหกรรมรถยนต์

ABSTRACT

The objective of this study is to examine the factors affecting saving of employees in automotive industry at Eastern Seaboard Industrial Estate Changwat Rayong. The primary data from 400 samples were obtained during October-December 2013. Statistics for data analysis were done using logit model. The study revealed that most of samples who came from south-east region and had income per month in low and middle levels. They carefully spent money on housing rents, consumption foods, clothes and medicines with not much saving. The logit model analyzed the overall factors indicating that age, average income per month, sick, percentage of spending (want), ownership of residential property, places to buy food, selected cloth style and marketing factors could explain the probabilities of employees saving above 20% at a statistical significance level of 0.10.

Keywords: Saving Behavior, Automotive Industry

¹ นิสิตโครงการเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
อีเมลล์ wpakomprasert@yahoo.co.th

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงจากประเทศเกษตรกรรมไปเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NICS: Newly Industrialized Countries) มีการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐบาลเช่น BOI (Board of Investment) โดยการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี มีการลงทุนจากต่างชาติในอุตสาหกรรมหลากหลาย ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานภาคเกษตรกรรมเข้าไปเป็นแรงงานในภาคอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ทำให้แรงงานไทยมีงานที่ดีขึ้น มีรายได้ที่มั่นคงและแน่นอน ส่งผลให้ประชากรแรงงานเหล่านั้นมีพฤติกรรมการใช้จ่าย การออมที่เปลี่ยนไปตามปริมาณรายได้ที่มากขึ้น จึงเป็นจุดน่าสนใจว่าถ้าแรงงานมีรายได้เพิ่มขึ้น พฤติกรรมการออมจะเป็นอย่างไร และมีปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการออม ดังนั้นการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออม จึงเป็นเรื่องควรศึกษาค้นคว้าในระดับครัวเรือน โดยประชาชนผู้บริโภคได้ตระหนักถึงทิศทางการออมของตนเอง และครอบครัว ผลการศึกษาว่าการอมนั้นพนักงานคำนึงถึงปัจจัยใดอันจะเป็นประโยชน์หน่วยบริการด้านการออมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นแนวทางให้รัฐบาลในการกำหนดนโยบายกระตุ้นการออมอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากรโดยเลือกศึกษาพฤติกรรมของพนักงานในอุตสาหกรรมรถยนต์ นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง เนื่องจากต้องการศึกษากลุ่มพนักงานที่โดยภาพรวมมีรายได้เพียงพอที่จะสร้างทางเลือกของการตัดสินใจการออมได้หลากหลาย ทั้งนี้อุตสาหกรรมรถยนต์ ถือเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศก่อให้เกิดการจ้างแรงงานสูง รวมทั้งพนักงานในอุตสาหกรรมนี้มีรายได้ค่อนข้างสูงกว่ามาตรฐานทั่วไปเมื่อเทียบกับพนักงานในอุตสาหกรรมอื่นๆ ในช่วงอายุการทำงานที่เท่ากัน หรือลักษณะงานคล้ายกัน (สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย)

นอกจากนั้น อุตสาหกรรมรถยนต์กว่า 90% จะมีการผลิตอยู่ใน 7 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ ปทุมธานี ออยุธยา ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ซึ่งฐานการผลิตใหญ่นั้นตั้งอยู่ในภาคตะวันออก โดยเฉพาะนิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ดนั้น จนถูกเรียกว่า Detroit of East จึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยเลือกอุตสาหกรรมในจังหวัดระยองเป็นกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษาในครั้งนี้

2. วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) รวบรวมจากการออกแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาปัจจัยที่คำนึงถึงในการออม โดยประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือพนักงานที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมรถยนต์ที่นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และได้คัดเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) แบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งในแบบสอบถามแสดงถึงข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิฐานะ สถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกที่ต้องเลี้ยงดู ระดับการศึกษา ลักษณะงาน ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โรคประจำตัว งานอดิเรก รวมถึงพฤติกรรมการบริโภค และการออม ได้แก่ สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อเดือน สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้ต่อเดือน สัดส่วนการออมต่อเดือน ลักษณะที่อยู่อาศัย กรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย สถานที่ที่ซื้ออาหารบริโภคเป็นประจำ สถานที่ที่ซื้อสินค้าอุปโภคเป็นประจำ การใช้สิทธิรักษาพยาบาล และลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้า

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการบริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจออมในสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 20 โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent variable) ซึ่งมีค่าเพียงสองค่า คือ 1 กับ 0 เช่น การตัดสินใจซื้อ หรือไม่ซื้อ การสอบได้เกรด A หรือ ไม่ได้เกรด A เป็นต้น

สำหรับการศึกษานี้ ได้กำหนดให้ตัวแปรตามมีค่าเป็น 1 เมื่อพนักงานฯ ตัดสินใจออมในสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 20 และมีค่าเป็น 0 เมื่อพนักงานฯ ตัดสินใจไม่ออมในสัดส่วนที่มากกว่าร้อยละ 20 ในขณะที่ตัวแปรอิสระ มีทั้งที่เป็นตัวแปรเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการบริโภคและการออม รวมทั้งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจออม ดังมีรายละเอียดตัวแปรและการกำหนดแบบจำลอง ดังนี้

$$\ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = \beta_0 + \beta_1 \text{sex} + \sum_i \beta_{2i} \text{age}_i + \sum_j \beta_{3j} \text{edu}_j + \sum_k \beta_{4k} \text{inc}_k + \beta_5 \text{sick} + \beta_6 \text{want} + \sum_l \beta_{7l} \text{own}_l + \sum_m \beta_{8m} \text{pfood}_m + \beta_9 \text{useh} + \sum_n \beta_{10n} \text{cloth}_n + \beta_{11} \text{prod}_3 + \beta_{12} \text{prod}_4 + \beta_{13} \text{price}_1 + \beta_{14} \text{place}_1 + \beta_{15} \text{prom}_4 + U$$

ทั้งนี้ รายละเอียดตัวแปรและคำอธิบาย แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวแปรและคำอธิบายที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปร	คำอธิบาย	หมายเหตุ
Y	การตัดสินใจออมมากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้	0 = ออมไม่มากกว่าร้อยละ 20 1 = ออมมากกว่าร้อยละ 20
P	Prob(Y=1) หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นของการตัดสินใจออมมากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้	
sex	เพศ	0 = ชาย 1 = หญิง
age _i	อายุ เมื่อ i = 1,2,3,4,5,6	0 = อายุต่ำกว่า 21 ปี (Base Group) 1 = 21 - 25 ปี 2 = 26 - 30 ปี 3 = 31 - 35 ปี 4 = 36 - 40 ปี 5 = 41 - 45 ปี 6 = มากกว่า 45 ปีขึ้นไป
edu _j	ระดับการศึกษา เมื่อ j = 1,2,3	0 = ปริญญาตรี (Base Group) 1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี 2 = ปริญญาโท 3 = สูงกว่าปริญญาโท
inc _k	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เมื่อ k = 1,2,3,4,5	0 = น้อยกว่า 15,000 บาท (Base Group) 1 = 15,000 - 30,000 บาท 2 = 30,001 - 50,000 บาท 3 = 50,001 - 70,000 บาท

ตารางที่ 1 ตัวแปรและคำอธิบายที่ใช้ในการศึกษา (ต่อ)

ตัวแปร	คำอธิบาย	หมายเหตุ
sick	โรคประจำตัว	4 = 70,001 - 100,000 บาท 5 = 100,000 บาทขึ้นไป 0 = ไม่มี 1 = มี
want own _n	สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้ กรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย เมื่อ l = 1,2,3	ร้อยละ ของรายได้ 0 = เป็นเจ้าของบ้าน (Base Group) 1 = เป็นของบิดา-มารดา, คู่สมรสหรือญาติ 2 = บ้านเช่า 3 = อื่นๆ
pfood _m	สถานที่ซื้ออาหารบริโภคเป็นประจำ เมื่อ m = 1,2,3,4	0 = โรงอาหาร/ที่ทำงาน/ตลาดนัด (Base Group) 1 = ร้านสะดวกซื้อ 2 = ร้านอาหารตามสั่ง 3 = ห้างสรรพสินค้า 4 = อื่นๆ
useh	สิทธิ์ในการรักษาพยาบาล	0 = ไม่ใช่ 1 = ใช่
cloth _n	ลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้า เมื่อ n = 1,2	0 = ซื้อเมื่อจำเป็นเท่านั้น (Base Group) 1 = ซื้อเมื่อมีการลดราคา 2 = เปลี่ยนตามแฟชั่น(ไม่คำนึงเรื่องราคา)
prod3	ด้านผลิตภัณฑ์ : มีการคุ้มครองชีวิต	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
prod4	ด้านผลิตภัณฑ์ : สะดวกในการเก็บดูแลรักษา	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
price1	ด้านราคา : ผลตอบแทนสูง	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
place1	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย : ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
prom4	ด้านการส่งเสริมการขาย : มีผลตอบแทนพิเศษ	1 (น้อยที่สุด) - 5 (มากที่สุด)
U	ค่าคลาดเคลื่อน (Error Term)	

ที่มา: จากการศึกษา

4. ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิตเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการบริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจอม

ที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ ของพนักงานในอุตสาหกรรมรถยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสต์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ (b)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S _b)	z-stat	p-value	Marginal Effect (dy/dx)
ค่าคงที่	-1.104				
เพศ	-0.179	0.286	-0.630	0.531	-0.029
อายุ					
ต่ำกว่า 21 ปี			(Base Group)		
21 - 25 ปี	0.012	0.985	0.010	0.990	0.002
26 - 30 ปี	-0.595	0.965	-0.620	0.537	-0.091
31 - 35 ปี	-1.239	1.004	-1.230	0.217	-0.173
36 - 40 ปี	-1.105	1.058	-1.040	0.296	-0.135
41 - 45 ปี	-2.225	1.254	-1.770	0.076*	-0.193
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	-1.265	1.344	-0.940	0.346	-0.139
ระดับการศึกษา					
ปริญญาตรี			(Base Group)		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-0.180	0.356	-0.500	0.614	-0.028
ปริญญาโท	0.463	0.430	1.080	0.282	0.082
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
น้อยกว่า 15,000 บาท			(Base Group)		
15,000-30,000 บาท	0.858	0.466	1.840	0.066*	0.141
30,001-50,000 บาท	1.728	0.598	2.890	0.004**	0.346
50,001-70,000 บาท	2.075	0.731	2.840	0.005**	0.454
70,001-100,000 บาท	2.890	1.000	2.890	0.004**	0.618
100,000 บาทขึ้นไป	5.643	1.426	3.960	0.000**	0.801
โรคประจำตัว	-0.894	0.499	-1.790	0.073*	-0.115
สัดส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้	-4.722	1.298	-3.640	0.000**	-0.758
กรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย					
เป็นเจ้าของบ้านเอง			(Base Group)		
เป็นของบิดา-มารดา, คู่สมรสหรือญาติ	0.192	0.428	0.450	0.654	0.032
บ้านเช่า	0.703	0.374	1.880	0.060*	0.112
อื่นๆ	2.506	1.642	1.530	0.127	0.554
สถานที่ซื้ออาหารบริโภคเป็นประจำ					
ร้านอาหาร/ที่ทำงาน/ตลาดนัด			(Base Group)		
ร้านสะดวกซื้อ	-0.062	0.404	-0.150	0.879	-0.010
ร้านอาหารตามสั่ง	0.216	0.337	0.640	0.521	0.036
ห้างสรรพสินค้า	0.896	0.462	1.940	0.053*	0.174
อื่นๆ	-0.482	0.858	-0.560	0.574	-0.067
สิทธิ์ในการรักษาพยาบาล	-0.449	0.443	-1.010	0.312	-0.080
ลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้า					
ซื้อเมื่อจำเป็นเท่านั้น			(Base Group)		
ซื้อเมื่อมีการลดราคา	-0.906	0.346	-2.610	0.009**	-0.129

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิต (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ (b)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S _b)	z-stat	p-value	Marginal Effect (dy/dx)
เปลี่ยนตามแฟชั่น(ไม่คำนึงเรื่องราคา)	-0.048	0.398	-0.120	0.904	-0.008
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด					
ด้านผลิตภัณฑ์: มีการคุ้มครองชีวิต	-0.442	0.154	-2.870	0.004**	-0.071
ด้านผลิตภัณฑ์: สะดวกในการเก็บดูแลรักษา	0.609	0.182	3.350	0.001**	0.098
ด้านราคา: ผลตอบแทนสูง	0.310	0.190	1.640	0.102	0.050
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย: ใกล้บ้านที่ทำงาน	-0.200	0.164	-1.220	0.221	-0.032
ด้านการส่งเสริมการขาย: มีผลตอบแทนพิเศษ	-0.076	0.167	-0.450	0.651	-0.012

Number of obs = 398 Prob Chi = 0.0000 LR Chi-Square = 86.18 Pseudo R2 = 0.1911 ระดับนัยสำคัญ 0.10

หมายเหตุ: * แสดงถึงปัจจัยทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10

** แสดงถึงปัจจัยทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนสมการถดถอยระหว่างการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ กับปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โรคประจำตัว ค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้ พฤติกรรมการอุปโภค/บริโภคปัจจัยสี่ คือ ความเป็นเจ้าของที่

อยู่อาศัย การมีสิทธิรักษาพยาบาล สถานที่ซื้อหาอาหารบริโภค พฤติกรรมการเลือกซื้อเสื้อผ้านุ่มห่ม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยสรุปความสัมพันธ์ได้เป็นสมการดังนี้

$$\ln\left(\frac{\hat{P}}{1-\hat{P}}\right) = -1.104 - 0.179sex + 0.012age1 - 0.595age2 - 1.239age3 - 1.105age4 - 2.225age5 - 1.265age6 - 0.180edu1 + 0.463edu2 + 0.858inc1 + 1.728inc2 + 2.075inc3 + 2.890inc4 + 5.643inc5 - 0.894sick - 4.722want + 0.192own1 + 0.703own2 + 2.506own3 - 0.062pfood1 + 0.216pfood2 + 0.896pfood3 - 0.482pfood4 - 0.449useh - 0.906cloth1 - 0.048cloth2 - 0.442prod3 + 0.609prod4 + 0.310price1 - 0.200place1 - 0.076prom4$$

(-0.63) (0.01) (-0.62) (-1.23) (-1.04) (-1.77)*
 (-0.94) (-0.50) (1.08) (1.84)* (2.89)* (2.84)* (2.89)*
 (3.96)* (-1.79)* (-3.64)* (0.45) (1.88)* (1.53)
 (-0.15) (0.64) (1.94)* (-0.56) (-1.01) (-2.61)*
 (-0.12) (-2.87)* (3.35)* (1.64) (-1.22) (-0.45)

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บคือค่า z-stat และ *แสดงถึงมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10

ทั้งนี้ สามารถวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ของพนักงานในอุตสาหกรรมรถยนต์ นิคมอุตสาหกรรม อีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า “พนักงานฯ” ได้ดังนี้

1. ตัวแปรด้านอายุ

ปัจจัยทางด้านอายุ สามารถอธิบายการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ของพนักงานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ในทิศทางตรงกันข้าม โดยพนักงานที่มีช่วงอายุ 41-45 ปี มีความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจออมมากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้น้อยกว่าพนักงานที่มีอายุน้อยกว่า 21 ปี อยู่ที่ 0.193 ซึ่งวิเคราะห์ได้ว่าเมื่ออายุเพิ่มขึ้นรายได้จะสูงมากขึ้นแม้ว่าจำนวนเงินที่ออมจะมากขึ้น แต่สัดส่วนการออมจะน้อยลงเมื่อเทียบกับรายได้

2. ตัวแปรด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถอธิบายการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ของพนักงานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยเมื่อมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นจะมีสัดส่วนการเงินออมเพิ่มขึ้นตามลำดับ เมื่อเทียบกับ Base Group ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท พบว่า พนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000-30,000 บาท จะมีความน่าจะเป็นที่จะออมมากกว่าอยู่ที่ 0.141 ส่วนพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-50,000 บาท จะมีความน่าจะเป็นที่จะออมมากกว่าอยู่ที่ 0.346 ทั้งยังพบอีกว่าพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 50,001-70,000 บาท จะมีความน่าจะเป็นที่จะออมมากกว่าอยู่ที่ 0.454 ส่วนพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 70,001-100,000 บาท จะมีความน่าจะเป็นที่จะออมมากกว่าอยู่ที่ 0.618 และพนักงานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาทขึ้นไปจะมีความน่าจะเป็นที่จะออมมากกว่า Base Group อยู่ที่ 0.801 ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีวิวงจรชีวิตของการบริโภคและการออม (The Life Cycle Hypothesis) ของ Modigliani, Brumberg

& Aldo (1954) ซึ่งมีแนวคิดที่ว่า เมื่ออยู่ในวัยกลางคน (วัยทำงาน) จะมีรายได้เพิ่มขึ้น และเก็บออมเพิ่มขึ้นเพื่อสำรองไว้ใช้จ่ายในวัยสูงอายุซึ่งจะมีรายได้ลดลง

3. ตัวแปรด้านโรคประจำตัว

ปัจจัยด้านการมีโรคประจำตัว สามารถอธิบายการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ของพนักงานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ในทิศทางตรงกันข้าม โดยถ้ามีโรคประจำตัวจะมีสัดส่วนความน่าจะเป็นในการออมน้อยลงเมื่อเทียบกับพนักงานที่ไม่มีโรคประจำตัว อยู่ที่ 0.115 ซึ่งรายได้บางส่วนต้องนำไปใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล แม้ว่าจะมีสวัสดิการเช่นประกันสังคมก็ยังคงต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อีกทั้งยังมีโอกาสหยุดงานบ่อยกว่าทำให้มีโอกาสรายได้เฉลี่ยน้อยกว่าพนักงานที่ไม่มีโรคประจำตัวที่สามารถทำงานได้เต็มที่กว่า

4. ตัวแปรด้านสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้ต่อเดือน สามารถอธิบายการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ของพนักงานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ในทิศทางตรงกันข้าม โดยถ้ามีสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้ต่อเดือนมากขึ้นความน่าจะเป็นที่จะออมเงินจะน้อยกว่าอยู่ที่ 0.758 การออมเงินน้อยลง เพราะค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้นั้นเป็นค่าใช้จ่ายที่เกินจากความจำเป็นปกติซึ่งสามารถประหยัดได้เมื่อจำเป็นดังนั้น หากพนักงานมีความต้องการใช้จ่ายที่ต้องการใช้ เช่นการสังสรรค์ท่องเที่ยวมากก็ย่อมเป็นการโอกาสในการออมลดลง เพราะ การออมมากจากรายได้ที่แท้จริงหักด้วยค่าใช้จ่าย ดังนั้นยังต้องการใช้มากเท่าไร สัดส่วนการออมจะน้อยลงมากเท่านั้น

5. ตัวแปรด้านกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย

ปัจจัยด้านกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย สามารถอธิบายการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ของพนักงานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยพบว่าพนักงานที่เช่าบ้านอยู่จะมีความน่าจะเป็นที่จะออมมากกว่าพนักงานที่มีบ้านเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง

อยู่ที่ 0.112 จากสำรวจพบว่าค่าเช่าบ้านเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 3,387 บาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าการผ่อนธนาคารในการซื้อบ้านเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ซึ่งส่งธนาคารประมาณล้านละ 8,000 บาท ทำให้ผู้ที่เช่าบ้านมีโอกาสมีสัดส่วนเงินออมมากกว่า

6. ตัวแปรด้านสถานที่ที่ซื้ออาหารบริโภคเป็นประจำ ปัจจัยด้านสถานที่ที่ซื้ออาหารบริโภคเป็นประจำ สามารถอธิบายการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ของพนักงานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ในทิศทางเดียวกัน โดยพบว่าพนักงานที่ซื้ออาหารจากห้างสรรพสินค้า เช่น Tops, The malls, ร้านอาหาร หรือ ภัตตาคาร จะมีความน่าจะเป็นที่จะออมมากกว่าพนักงานที่ซื้ออาหารบริโภคจากร้านอาหารในโรงงาน หรือตลาดนัดใกล้ๆบ้านอยู่ที่ 0.174 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะการใช้ชีวิตของคนที่มีรายได้เฉลี่ยที่มีมากกว่ามีโอกาสที่จะออมมากกว่า

7. ตัวแปรด้านลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้า

ปัจจัยด้านการเลือกซื้อเสื้อผ้า สามารถอธิบายการตัดสินใจออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ของพนักงานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ในตรงกันข้าม โดยพบว่าพนักงานที่ซื้อเสื้อผ้าเมื่อมีการลดราคา จะมีความน่าจะเป็นที่จะออมมากกว่าร้อยละ 20 น้อยกว่าพนักงานที่ซื้อเสื้อผ้าเมื่อจำเป็นเท่านั้นอยู่ที่ 0.129 ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงว่าพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าเมื่อจำเป็นเท่านั้นถือเป็นการประหยัด และย่อมมีโอกาสที่จะมีสัดส่วนในการเก็บออมมากกว่า

8. ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์: มีการคุ้มครองชีวิต จะมีความน่าจะเป็นในการออมมากกว่าร้อยละ 20 น้อยกว่าอยู่ 0.071 ซึ่งต่างจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์: สะดวกในการเก็บดูแลรักษาจะมีความน่าจะเป็นในการออมมากกว่าร้อยละ 20 มากกว่าอยู่ 0.098 แต่ปัจจัยทาง

การตลาดด้านอื่นๆ เช่น ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อความน่าจะเป็นในการออมที่มากกว่าร้อยละ 20 ของรายได้

5. สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา พบว่า พนักงานในอุตสาหกรรมรถยนต์ นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ส่วนใหญ่ไม่มีเงินออม หรือมีเงินอมน้อยอันเนื่องมาจากรายได้เฉลี่ยน้อย และปัจจัยที่มีผลต่อการออมในสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 20 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 คือ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โรคประจำตัว ค่าใช้จ่ายที่ต้องการใช้กรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัย สถานที่ซื้ออาหารบริโภค และลักษณะการเลือกซื้อเสื้อผ้า ซึ่งหลายปัจจัยสามารถสะท้อนไปในเรื่องของรายได้ที่เหลือหลังหักค่าใช้จ่าย ฉะนั้นหากต้องการสนับสนุนในเรื่องของการออม นายจ้างสามารถช่วยเหลือแรงงานที่มาจากต่างจังหวัดโดยมีแหล่งที่พักอาศัย แหล่งบริโภคอุปโภคราคาถูกแนะนำพนักงานในองค์กร พนักงานควรร่วมมือพัฒนาระดับการศึกษาของพนักงานเรียนรู้เพื่อเติบโตในหน้าที่การเงินเพื่อเพิ่มรายได้เฉลี่ยของตัวพนักงานให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มีโอกาสออมในสัดส่วนที่มากขึ้นด้วย ในด้านปัจจัยทางการตลาด พบว่า พนักงานฯ ให้ความสำคัญกับด้านราคาคือผลตอบแทนสูงมากที่สุด และยังมีกลุ่มพนักงานที่มีรายได้สูง มีสัดส่วนการออมสูงที่เป็นกลุ่มเป้าหมายลูกค้าของธนาคาร สถาบันการเงินในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการ เช่น แนะนำช่องทางออมที่ประหยัดภาษี อาทิ การประกันชีวิต ลงทุนในกองทุน LTF RMF เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2555. สถิติสำหรับงานวิจัย.

พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2556. **สงสัยจัง ... เงินหายไปไหน** (Online). <http://www.tsi-thailand.org>

ธนาคาร ยูโอบี จำกัด (มหาชน). 2556. **ระดับ
ความเสี่ยงของกองทุน** (Online).
<http://www.uobam.co.th>

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555. **การวิจัยและ
การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS
และ ADMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 13.
กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอส. อาร์. พรินติ้ง
แมสโปรดักส์ จำกัด.

นภาพร เรืองสกุล. 2549. **ออมก่อนรวยกว่า**.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

บริษัท เหมราชพัฒนาที่ดิน จำกัด (มหาชน). 2556.
เกี่ยวกับเหมราช (Online).
www.hemraj.com, 31 ธันวาคม 2556.

บริษัท ไบรอัน เคฟ (ประเทศไทย) จำกัด. 2554.
อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน
(Online). <http://goo.gl/6cFXsK>, 31 ธันวาคม
2556.

ปรเมศวร์ ว่องพิริยพงศ์. 2551. **การออมและ
การลงทุนของพนักงานภาคเอกชน**.
สารนิพนธ์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. 2555. **ดูกันจะจะ!!
เปิดผลสำรวจ ธุรกิจไหนปรับ "เงินเดือน
สูง" ใครจ่าย"โบนัสหนัก"?** (Online).
www.prachachat.net, 11 ม.ค. 2555

ปานตา ฉัตรมาศ. 2556. **วางแผนการเงิน...
เรื่องง่าย ๆ ที่ใคร ๆ ก็ทำได้** (Online).
<http://goo.gl/QgOueh>, 31 ธันวาคม 2556.

วรัญญา แสงดอกไม้. 2550. **ปัจจัยที่มีผลกระทบ
ต่อการออมของประเทศไทย**. สารนิพนธ์
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

ศุภวรรณ มณีพันธุ์วงศ์. 2552. **ปัจจัยที่มีผลต่อ
การตัดสินใจออมของพนักงานธนาคารใน
เขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม**.
การศึกษาค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน,
มหาวิทยาลัยศิลปากร

สถาบันยานยนต์. 2555. **แผนแม่บทอุตสาหกรรม
ยานยนต์ ปี พ.ศ. 2555-2559** (Online).
<http://goo.gl/MVsqew>, 31 ธันวาคม 2556.

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. 2549. **การฉาย
ภาพประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2548-
2578**. มหาวิทยาลัยมหิดล.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ. 2555. **ตารางสถิติบัญชี
ประชาชาติ** (Online).
<http://www.nesdb.go.th>, 31 ธันวาคม 2556.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. 2555.
สถิติการให้การส่งเสริมการลงทุน (Online).
<http://www.bot.go.th>, 31 ธันวาคม 2556.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงสารสนเทศและ
การสื่อสาร. 2554. **สรุปผลที่สำคัญการ
สำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของ
ครัวเรือน พ.ศ. 2553**. กรุงเทพมหานคร:
ศรีเมืองการพิมพ์

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. 2556. **การออมคือ
อะไร** (Online). <http://www.fpo.go.th>, 31
ธันวาคม 2556.

เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์. 2556. **เทรนด์ผู้บริโภค
เปลี่ยนไป ชี้อายุเกษียณเร็วขึ้น 3 ปี
-เลือก "ชอบ-เปิดร้าน" ในออนไลน์!**
(Online). <http://goo.gl/pfFmyO>, 22
กุมภาพันธ์ 2556

อโนทัย ศิริรักษ์. 2549. พฤติกรรมการออมของ
พนักงานฝ่ายผลิตในนิคมอุตสาหกรรม
อมตะนคร. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป,
มหาวิทยาลัยบูรพา.

Parker, Jeffrey. 2010. **Economics 314**
corsebook (Online). <http://goo.gl/1Mzp73>,
May 18, 2011.

Paula Pant, About.com Guide. **The 50/30/20**
Rule of Thumb (Online).
<http://goo.gl/Ab8lc>, May 18, 2011.