

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**FACTORS AFFECTING SAVINGS OF MANAGEMENT SCIENCE,****UDON THANI RAJABHAT UNIVERSITY**สุพจน์ สุกุลแก้ว¹ ศตพร ภูทองไชย¹ อารยา โพธิศิริ¹ และ สุพัทธ์ มะกุล¹¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีSupoj Sakulkaew¹ Sataporn Pookongchai¹ Araya Photisiri¹ and Supak Makul¹¹Faculty of Management Sciences, Udon Thani Rajabhat University

(Received: November 27, 2024; Revised: December 31, 2024; Accepted: December 31, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ ประจำปีการศึกษา 2567 จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลจากการศึกษา พบว่า สภาพคล่อง ส่วนประสมทางการตลาด และผลตอบแทนทางการเงิน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทำนายในสมการร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจออมเงินได้ร้อยละ 57.9

คำสำคัญ: การออม, นักศึกษา, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the elements that influence students' savings decisions at Udon Thani Rajabhat University's Faculty of Management Science. A survey study design was used, and data were collected from 400 student questionnaires for the 2024 academic year utilizing a stratified random sample method. We analyzed and evaluated the data by using SPSS software for descriptive frequency, percentage, means, and standard deviation, including Pearson correlation and stepwise multiple regression. The study found that the three predictive variables, marketing mix, yield factors, and liquidity, had a positive effect on the decision to save money, which was statistically significant at the 0.01 level. These three predictive variables together account for 57.9% of the variance in money-saving decisions.

Keywords: Saving, Students, Faculty of Management Sciences, Udon Thani Rajabhat University

บทนำ

‘การออม’ เป็นการวางแผนจัดสรรทางการเงิน ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การออมโดยถือเงินสด ไว้กับตนเอง การซื้อสลากออมสิน ซื้อพันธบัตรรัฐบาล ซื้อกองทุนรวม และการฝากเงินไว้กับธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น โดยการออมถือเป็นตัวแปรที่สำคัญของเศรษฐกิจมหภาค เนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของเงินลงทุนภายในประเทศ ซึ่งเชื่อมโยงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (หยาง เจิ้งเซิน, 2563)

จากรายงานของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2566) พบว่า คนส่วนใหญ่มีแรงจูงใจสำคัญในการออมจากการมีเป้าหมายที่ชัดเจนสำหรับการใช้เงินในอนาคต แต่มีเพียงร้อยละ 20 ที่แบ่งเงินเพื่อการออมไว้ก่อนจะนำส่วนที่เหลือไปใช้จ่าย จึงทำให้ไปไม่ถึงเป้าหมายการออมที่ตั้งใจไว้ในตอนต้น รวมทั้งยังพบว่า ปัญหาเงินไม่พอใช้ของคนไทยสูงกว่าค่าเฉลี่ยเมื่อเปรียบเทียบกับประชาชนจาก 26 ประเทศค่อนข้างมาก สอดคล้องกับรายงานสถิติเงินฝากจากสถาบันคุ้มครองเงินฝาก (2566) พบว่า ปี 2566 คนไทยมีจำนวนเงินฝากที่ได้รับการคุ้มครองลดลงจากปี 2565 จำนวน 7.26 หมื่นล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.45 จากปริมาณเงินฝากทั้งหมด 16.2 ล้านล้านบาท สะท้อนถึงปัญหาการออมในประเทศไทย ซึ่งขัดต่อหลักการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

เมื่อพิจารณาระดับทักษะทางการเงินตามมิติช่วงวัย พบว่า Generation Z (เป็นผู้ที่เกิดปี 2544 เป็นต้นไป ซึ่งอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี) มีระดับทักษะทางการเงินค่อนข้างต่ำ โดยคนในช่วงวัยนี้ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นนักเรียน นักศึกษา ยังไม่มีรายได้จากการทำงาน อาจมีมุมมองต่อการเงินว่าเป็นเรื่องไกลตัว อาจยังไม่มี การวางแผนทางการเงิน การออมเงิน หรือการตั้งเป้าหมายทางการเงินในระยะยาวเพื่อเป็นรากฐานที่ดีในการดำเนินชีวิตในอนาคต (วัลลพ ล้อมตะคุ, สิทธิชัย สิริวัฒนวงศ์ และ สิริเกียรติ รัชชานันติ, 2566) ทั้งนี้ งานวิจัยของ ศิริรุช อินละคร (2563) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรส่งเสริมทัศนคติทางการเงินของนิสิตนักศึกษา เนื่องจากทัศนคติทางการเงินที่ดีส่งผลต่อพฤติกรรมทางการเงิน และการส่งเสริมทัศนคติควรจะเริ่มปลูกฝังตั้งแต่วัยเยาว์ โดยผู้ปกครอง ครูอาจารย์ หน่วยงานของรัฐ ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการปลูกฝังทัศนคติทางการเงินที่ดีให้กับเยาวชน และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอีกว่า หากมีการศึกษาทักษะทางการเงินของนิสิตนักศึกษาในหลาย ๆ สถาบัน ทั่วประเทศ จะทำให้เห็นภาพรวมของระดับทักษะทางการเงินของนิสิตนักศึกษาไทย และจะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมทักษะทางการเงินของนิสิตนักศึกษาในประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้นต่อไป

จากการทบทวนเอกสารเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออมเงินของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จำแนกได้ออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา เป็นต้น 2) ปัจจัยระดับจุลภาค เช่น รายได้ครัวเรือน ค่าใช้จ่ายครัวเรือน ภาระหนี้สิน เป็นต้น และ 3) ปัจจัยระดับมหภาค เช่น นโยบายการเงิน นโยบายการคลัง การขยายตัวทางเศรษฐกิจ เป็นต้น (ณิชากร ชัยศิริ, เจษฎา นกน้อย และ วาสนา สุวรรณวิจิตร, 2562) โดยการวิจัยนี้ มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยระดับจุลภาคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ส่วนประสมทางการตลาด เป็นข้อเสนอทางการตลาดที่มีให้กับกลุ่มเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ออม (กุสุมา ภูมิลำเนา, 2565) 2) ผลตอบแทนทางการเงิน เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้บุคคลตัดสินใจออมเงิน (วนิดา อินทสาร และ ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ, 2564) และ 3) สภาพคล่อง เป็นความสามารถของทรัพยากรใดๆ ในการเปลี่ยนสภาพเป็นเงินสด (มรกต ฉายทองคำ, 2558)

โดยประโยชน์จากการวิจัยนี้ สามารถใช้เป็นสารสนเทศเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออมและการวางแผนทางการเงินที่ถูกต้องสำหรับนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจมหภาคของประเทศในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการออม

การออม (Saving) หมายถึง เงินส่วนเหลือจากการใช้จ่ายเงินในการอุปโภคบริโภค และนำมาเก็บสะสมไว้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้วัตถุประสงค์ในอนาคตที่ตั้งไว้เป็นจริงได้ เช่น ทุนศึกษาต่อ การซื้อสิ่งของหรือสินทรัพย์ที่ต้องการ และเพื่อผลตอบแทนและการลงทุน (สุदारัตน์ พิมลรัตน์กานต์, นฤมล จิตรเอื้อ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560) ซึ่งการออมจะเกิดขึ้นได้ เมื่อบุคคลมีรายได้มากกว่ารายจ่าย โดยการออมไม่จำเป็นต้องนำไปฝากเข้าบัญชีธนาคารเพียงอย่างเดียว อาจนำไปลงทุนในรูปแบบต่างๆ ได้ด้วย (เนษพร นาคสีเหลือง, 2557)

2. ทฤษฎีความต้องการถือเงิน

John Maynard Keynes ผู้วางรากฐานเศรษฐศาสตร์มหภาค (Macroeconomics) จำแนกความต้องการถือเงินออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เช่น การอุปโภคบริโภค และกิจกรรมสันทนาการ เป็นต้น 2) ความต้องการถือเงินเพื่อสำรองไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน เกิดจากความไม่แน่นอนเกี่ยวกับรายรับและรายจ่ายที่อาจเกิดขึ้นกะทันหัน หรือสำรองไว้ใช้จ่ายฉุกเฉิน เช่น การเจ็บป่วย การเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น และ 3) ความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร เป็นการถือเงินเพื่อแสวงหาส่วนต่างราคาของสินทรัพย์หรือสะสมมูลค่าทรัพย์สินเพื่อหาผลตอบแทน เช่น ทองคำ พันธบัตร หุ้นสามัญ กองทุน เป็นต้น (สุदारัตน์ พิมลรัตน์กานต์, นฤมล จิตรเอื้อ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560)

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออม

3.1 ส่วนประสมทางการตลาด เป็นข้อเสนอทางการตลาดที่มีให้กับกลุ่มเป้าหมาย (Bearden, Ingram & LaForge, 2004) มีงานวิจัยหลายชิ้นระบุว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเพื่อออมเงิน อาทิ กุสุมา ภูมิลาเนา (2565) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้านาคารอาคารสงเคราะห์ สอดคล้องกับงานของ สมิตา สิทธิศักดิ์ และ เอกชัย อภิศักดิ์กุล (2567) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสลากอาคารอาคารสงเคราะห์ และผลการศึกษาของ สุกานดา พฤกษติกุล (2565) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ดังนั้น จึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H1: ส่วนประสมการตลาด มีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

3.2 ผลตอบแทนทางการเงิน เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้บุคคลตัดสินใจออมเงิน หากมีผลตอบแทนสูงจะส่งผลให้ปริมาณการออมเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย (เนษพร นาคสีเหลือง, 2557) จากการศึกษาของ วนิดา อินทสาร และ ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ (2564) พบว่า ผลตอบแทนทางการเงินมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการบริหารเงินออมของ

ประชาชน สอดคล้องกับงานของ มรกต ฉายทองคำ (2558) พบว่า ปัจจัยด้านผลตอบแทนส่งผลต่อการตัดสินใจออมเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกันกับการวิจัยของ หยาง เจิ้งเซิน (2563) พบว่า ผลตอบแทนทางการเงิน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการออมของพนักงาน Generation Z อยู่ในระดับสูง ดังนั้นจึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H2: ผลตอบแทนทางการเงิน มีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

3.3 สภาพคล่อง เนื่องจากเงินสดเป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูงสุด แต่เป็นสินทรัพย์ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้หากถือครองไว้ในมือ ดังนั้น บุคคลจึงเลือกบริหารเงินออมด้วยวิธีการนำไปลงทุน และเมื่อปรารถนาให้สภาพทางการเงินมีสภาพคล่อง จึงเลือกลงทุนในสินทรัพย์ที่พร้อมจะเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่ายที่สุด (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2546) จากการศึกษาของ มรกต ฉายทองคำ (2558) พบว่า ปัจจัยด้านสภาพคล่อง ส่งผลกระทบบวกต่อการตัดสินใจออมเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานของ ธาณินทร์ อุดมศรี (2554) พบว่า การแปรเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย มีอิทธิพลต่อการออมของภาคครัวเรือนในระดับมาก ดังนั้นจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H3: สภาพคล่อง มีผลกระทบเชิงบวกต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ประจำปีการศึกษา 2567 จำนวน 3,337 คน (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2567) กำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรของ Yamane (1976) ณ ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ จำนวน 358 คน โดยผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างให้มากกว่าที่กำหนดไว้เป็น จำนวน 400 คน เพื่อให้การประมาณค่าทางสถิติมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำแนกตามชั้นปี แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ชั้นปีที่	ประชากร (คน)	ตัวอย่าง (คน)
1	868	104
2	644	76
3	558	68
4	465	56
มากกว่า 4	802	96
รวม	3,337	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ สาขาวิชา และรายได้ต่อเดือน มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลตอบแทนทางการเงิน และด้านสภาพคล่อง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมีตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีลักษณะการตอบตั้งแต่ “น้อยที่สุด” จนถึง “มากที่สุด”

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีตัวเลือก 5 ระดับ โดยมีลักษณะการตอบตั้งแต่ “น้อยที่สุด” จนถึง “มากที่สุด”

โดยแบบสอบถามชุดนี้ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content validity) ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน โดยข้อคำถามในแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 (ประสพชัย พสุนนท์, 2558) สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงอยู่ในเกณฑ์ดี หลังจากนั้นจึงทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยทดลองใช้กับนักศึกษาคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยสูตรของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.879 ผลตอบแทนทางการเงิน มีค่าเท่ากับ 0.851 สภาพคล่อง 0.893 มีค่าเท่ากับ และการตัดสินใจออมเงิน 0.873 มีค่าเท่ากับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (Cortina, 1993) จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เป็นระยะเวลา 1 เดือน ระหว่างวันที่ 1 – 31 สิงหาคม พ.ศ.2567 ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ขออนุญาตจากผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วจึงให้ตอบแบบสอบถาม เมื่อได้ข้อมูลครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล จากนั้นจึงนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองทั้งหมด จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 จากขนาดตัวอย่างที่กำหนดไว้ จากนั้นจึงตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 71 คน (ร้อยละ 17.8) เพศหญิง จำนวน 309 คน (ร้อยละ 77.3) และเพศทางเลือก จำนวน 20 คน (ร้อยละ 5.0) โดยส่วนใหญ่เรียนในสาขาวิชาการจัดการทั่วไป (จำนวน 103 คน, ร้อยละ 25.8) และมีรายได้ต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท (จำนวน 187 คน, ร้อยละ 46.8)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ส่วนประสมทางการตลาด	4.03	0.57	มาก
1. ผลิตภัณฑ์การออมเป็นที่รู้จักแพร่หลาย	3.97	0.76	มาก
2. ผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ	4.04	0.74	มาก
3. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การออมมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.99	0.74	มาก
4. ผลิตภัณฑ์การออมมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการ	4.03	0.71	มาก
5. ช่องทางการทำธุรกรรมการออมมีหลายช่องทาง	4.13	0.73	มาก
6. ขั้นตอนการทำธุรกรรมการออมมีความสะดวก	4.14	0.69	มาก
7. อัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมการออมมีความเหมาะสม	3.94	0.73	มาก
8. คุณภาพการให้บริการที่ดี	4.09	0.71	มาก
9. การจัดรายการส่งเสริมการออมที่น่าสนใจ	4.00	0.70	มาก
10. การประชาสัมพันธ์การออมที่น่าสนใจ	3.97	0.71	มาก
ผลตอบแทนทางการเงิน	3.79	0.76	มาก
1. นโยบายการจ่ายผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ	3.82	0.89	มาก
2. การได้รับกำไรจากส่วนต่างราคา	3.79	0.84	มาก
3. ระยะเวลาในการสร้างผลตอบแทน	3.76	0.85	มาก
4. ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้จากสินทรัพย์อื่น	3.77	0.85	มาก
5. ผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนออมเงินมีความหลากหลาย	3.83	0.85	มาก
สภาพคล่อง	3.99	0.64	มาก
1. ความสามารถในการเปลี่ยนเป็นเงินสดที่สะดวกและรวดเร็ว	4.07	0.73	มาก
2. ความพึงพอใจที่มีต่อสภาพคล่อง	4.02	0.75	มาก
3. ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการออม	4.03	0.72	มาก
4. ความถี่ในการรับผลตอบแทนเพื่อสร้างกระแสเงินสด	3.90	0.74	มาก
5. ต้นทุนคงที่ที่เกิดขึ้นซึ่งส่งผลต่อสภาพคล่อง	3.92	0.74	มาก
ภาพรวม	3.96	0.57	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี พบว่า ในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยเรียงอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.57) สภาพคล่อง ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.64) และผลตอบแทนทางการเงิน ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

การตัดสินใจออมเงิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านต้องการออมเงินเพื่อให้ได้รับผลตอบแทน	4.03	0.82	มาก
2. ท่านต้องการออมเงินเพื่อความมั่นคงในชีวิต	4.18	0.78	มาก
3. ท่านเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงินก่อนตัดสินใจออมเงิน	4.01	0.78	มาก
4. ท่านหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเลือกวิธีออมเงิน	4.07	0.74	มาก
5. ท่านยังคงออมเงินต่อไปในอนาคต	4.13	0.76	มาก
6. ท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์การออมอื่นเพิ่มเติมในอนาคต	3.93	0.81	มาก
ภาพรวม	4.06	0.65	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.65) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยเรียงอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ท่านต้องการออมเงินเพื่อความมั่นคงในชีวิต ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.78) ท่านยังคงออมเงินต่อไปในอนาคต ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.76) ท่านหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนตัดสินใจเลือกวิธีออมเงิน ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.74) ท่านต้องการออมเงินเพื่อให้ได้รับผลตอบแทน ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.82) ท่านเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ทางการเงินก่อนตัดสินใจออมเงิน ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.78) และท่านจะซื้อผลิตภัณฑ์การออมอื่นเพิ่มเติมในอนาคต ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4 – 8

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทนทางการเงิน สภาพคล่อง และการตัดสินใจออมเงิน

ตัวแปร	Market	Returns	Liquidity	Decision
Market	1			
Returns	0.658**	1		
Liquidity	0.730**	0.726**	1	
Decision	0.648**	0.645**	0.731**	1

** p < 0.01 โดยกำหนดให้ Market แทน ส่วนประสมทางการตลาด; Returns แทน ผลตอบแทนทางการเงิน; Liquidity แทน สภาพคล่อง; Decision แทน การตัดสินใจออมเงิน

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทนทางการเงิน และสภาพคล่อง มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการตัดสินใจออมเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.645 – 0.731 ซึ่งตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ การตัดสินใจออมเงิน (Decision) และ สภาพคล่อง (Liquidity) ส่วนตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันน้อยที่สุดคือ การตัดสินใจออมเงิน (Decision) และ ผลตอบแทนทางการเงิน (Returns)

ตารางที่ 5 แสดงค่า Tolerance และ VIF ของตัวแปรพยากรณ์

ตัวแปรพยากรณ์	Tolerance	VIF
ส่วนประสมทางการตลาด (Market)	0.361	2.770
ผลตอบแทนทางการเงิน (Returns)	0.433	2.312
สภาพคล่อง (Liquidity)	0.438	2.284

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรพยากรณ์มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.361 – 0.438 และ VIF มีค่าระหว่าง 2.284 – 2.770 โดยค่าทั้ง 2 อยู่ในเกณฑ์ที่ถือว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันน้อย จึงถือได้ว่าตัวแปรพยากรณ์ที่นำมาวิเคราะห์ในครั้งนี้ ไม่เกิดปัญหาตัวแปรอิสระสัมพันธ์กันมาก (Multicollinearity) ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยที่กำหนดให้ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

ตารางที่ 6 สมการพยากรณ์การตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ลำดับที่	ตัวแปรพยากรณ์	R	R ²	ร้อยละความผันแปร
1	สภาพคล่อง (Liquidity)	0.731	0.535	53.5
2	สภาพคล่อง (Liquidity) ส่วนประสมทางการตลาด (Market)	0.750	0.563	56.3
3	สภาพคล่อง (Liquidity) ส่วนประสมทางการตลาด (Market) ผลตอบแทนทางการเงิน (Returns)	0.761	0.579	57.9

จากตารางที่ 6 แสดงสมการพยากรณ์การตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า สภาพคล่อง (Liquidity) เป็นตัวแปรแรกที่นำเข้าสู่สมการและสามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจออมเงินได้ร้อยละ 53.5 ($R^2 = 0.535$)

ตัวแปรที่นำเข้าสู่สมการเป็นลำดับที่สอง ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (Market) สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจออมเงินได้ร้อยละ 56.3 ($R^2 = 0.563$)

ตัวแปรที่นำเข้าสู่สมการเป็นลำดับที่สาม ได้แก่ ผลตอบแทนทางการเงิน (Returns) สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจออมเงินได้ร้อยละ 57.9 ($R^2 = 0.579$)

ตารางที่ 7 แสดงค่าความแปรปรวนในการพยากรณ์การตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
สมการถดถอย	98.939	3	32.980	181.253**	0.000
ความคลาดเคลื่อน	72.054	396	0.182		
รวม	170.993	399			

หมายเหตุ ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าความแปรปรวนในการพยากรณ์การตัดสินใจออมเงินของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ สภาพคล่อง (Liquidity) ส่วนประสมทางการตลาด (Market) และผลตอบแทนทางการเงิน (Returns) สามารถอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจออมเงิน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 8 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S.E. b	β	t	p
สภาพคล่อง (Liquidity)	0.462	0.055	0.453	8.340**	0.000
ส่วนประสมทางการตลาด (Market)	0.223	0.057	0.194	3.906**	0.000
ผลตอบแทนทางการเงิน (Returns)	0.162	0.042	0.189	3.832**	0.000
ค่าคงที่ (Constant) = 0.703					

หมายเหตุ ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 8 พบว่า สภาพคล่อง (Liquidity) ส่วนประสมทางการตลาด (Market) และผลตอบแทนทางการเงิน (Returns) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจออมเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปคะแนนดิบ (b) คือ 0.462, 0.223 และ 0.162 ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) คือ 0.453, 0.194 และ 0.189 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงิน โดยภาพรวมและรายด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จะพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการออมเงิน ทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์การออมมีความหลากหลาย เป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย มีช่องทางการทำธุรกรรมหลายช่องทาง มีขั้นตอนการทำธุรกรรมที่สะดวก มีอัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมที่เหมาะสม มีคุณภาพการให้บริการที่ดี มีการจัดรายการส่งเสริมการออมและการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ที่ระบุว่าเป็นข้อเสนอทางการตลาดที่มีให้กับกลุ่มเป้าหมาย (Bearden, Ingram & LaForge, 2004) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมิตา สิทธิศักดิ์ และ

เอกชัย อภิศักดิ์กุล (2567) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจออมเงินเพื่อการลงทุนอยู่ในระดับมาก

2. จากผลการศึกษาการตัดสินใจออมเงิน พบว่า ต้องการออมเงินเพื่อความมั่นคงในชีวิต เป็นประเด็นที่เป็นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เนื่องจากปัจจุบันคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญและใส่ใจต่อการวางแผนการออมเงินเพื่ออนาคต เพราะนักศึกษาในวัยเรียน เป็นวัยที่ยังไม่มีภาระต้องรับผิดชอบมากนัก จึงสามารถออมเงินได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อผลตอบแทนเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตภายภาคหน้า สอดคล้องกับการวิจัยของ หยาง เจิ้งเซิน (2563) พบว่า ความต้องการออมเงินเพื่อความมั่นคงของชีวิต เป็นประเด็นของการตัดสินใจในการออมเงินของพนักงาน Generation Z ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

3. ผลจากการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบขั้นตอน พบว่า ตัวแปรสภาพคล่อง มีอำนาจพยากรณ์มากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า นักศึกษาเป็นช่วงอายุของวัยรุ่น อายุน้อย ซึ่งมีรายได้ต่ำ แต่ระดับการบริโภคสูง ดังนั้นอาจช่วงที่ขาดเงิน มีรายได้ไม่พอต่อรายจ่าย หรือที่เรียกว่า “ซักร้านไม่ถึงหลัง” จึงต้องเลือกการออมในสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง สามารถแปรเปลี่ยนเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว เพื่อนำมาใช้จ่ายในคราวจำเป็นได้อย่างทันท่วงที สอดคล้องกับงานของ มรกต ฉายทองคำ (2558) พบว่า ปัจจัยด้านสภาพคล่อง เป็นตัวแปรที่มีอำนาจพยากรณ์การตัดสินใจออมเงินมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ส่วนประสมทางการตลาด ผลตอบแทนทางการเงิน และสภาพคล่อง ล้วนเป็นตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อ การออมเงินของนักศึกษาทั้งสิ้น ดังนั้นสาขาวิชาการเงิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ควรจัดรายวิชาที่เป็นการส่งเสริมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้ นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้สำหรับการวางแผนบริหารการออมของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาประเด็นเรื่องความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการออมเงิน โดยเฉพาะ การออมเพื่อการลงทุน ซึ่งจะทำให้ได้องค์ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการออมของประชากรในปัจจุบัน นอกจากนี้ควร ศึกษาขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มอื่น เช่น กลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มวัยเกษียณ เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบกับว่ามีการออมเงินลักษณะที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กุสุมา ภูมิลำเนา. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ของลูกค้าธนาคารอาคาร

สงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2546). หลักสูตรความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับตลาดเงินและตลาดทุน. กรุงเทพฯ:

สถาบันพัฒนาบุคลากรธุรกิจหลักทรัพย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย.

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). **มาปลู่วิญญูณการออมและร่วมนกันแก้หนี้กันเถอะ**. สืบค้น 7 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2023Oct31.html>
- ธานินทร์ อุดมศรี. (2554). **รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนในตำบลหารแก้ว อำเภอดง จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เนษพร นาคสีเหลือง. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการออมเพื่อเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุของพนักงาน ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มรกต ฉายทองคำ. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณิชากร ชัยศิริ, เจษฎา นกน้อย และ วาสนา สุวรรณวิจิตร. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของ ประชาชนในจังหวัดสงขลา**. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์*, 11(3), 129-136.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. (2567). **ระบบสารสนเทศนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**. สืบค้น 7 กรกฎาคม 2567, จาก https://portal4.udru.ac.th/report_student1/index3.php
- วนิดา อินทสาร และ ชณทัต บุญรัตนกิตติภูมิ. (2564). **ปัจจัยเชิงประจักษ์ที่ส่งผลต่อการบริหารเงินออมเพื่อเตรียม ความพร้อมก่อนวัยสูงอายุของประชาชนในจังหวัดชุมพร**. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 11(2), 46-56.
- วัลลพ ล้อมตะคุ, สิทธิชัย สิริวัฒนวงศ์ และ สิริเกียรติ รัชชานันติ. (2566). **ปัจจัยที่มีผลต่อการมีเงินออมของ นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย**. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 17(51), 192-204.
- ศิรินุช อินละคร. (2563). **การวิเคราะห์ทักษะทางการเงินของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา**. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*, 6(2), 78-90.
- สถาบันคุ้มครองเงินฝาก. (2566). **รายงานประจำปี 2566**. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สมิตา สิทธิศักดิ์ และ เอกชัย อภิศักดิ์กุล. (2567). **การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและสวนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุโขทัย**. *วารสาร บริหารธุรกิจและนวัตกรรม มทร. พระนคร*, 3(1), 25-39.
- สุกานดา พฤษชาติกุล. (2565). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษดิจิทัลของพนักงานธนาคาร ออมสิน สำนักงานใหญ่**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุดาร์ตน์ พิมลรัตนกานต์, นฤมล จิตรเอื้อ และ ธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). **ปัจจัยแรงจูงใจในการออม สภาพแวดล้อมในการออม และทัศนคติการออม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของนักศึกษาวิทยาลัย โลกิสิกส์ และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 8(2), 26-41.
- หยาง เจิ้งเซิน. (2563). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงาน Generation Z**. การศึกษารายบุคคล ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาเซียน, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Bearden, W. O., Ingram, T. N., & LaForge, R. W. (2004). *Marketing: Principles & Perspectives*. (4th ed.). U.S.A.: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. (2nd ed.). New York: Harper and Row.