

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออม รูปแบบการออม ปัจจัยต่างๆที่มีผลกระทบต่อการออม และความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการออมของภาคครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การเลือกตัวอย่างประเภทไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยเทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีหัวหน้าครัวเรือนอายุในช่วง 35-60 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงานและมีเงินเหลือออมจำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่า Chi-square

การศึกษาพบว่าครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 331 ครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 82.8 ของกลุ่มตัวอย่างมีการออม ส่วนครัวเรือนที่เหลืออีก 69 ครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 17.2 ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีการออมเนื่องจากการที่มีภาระรายจ่ายมาก เมื่อศึกษาในส่วนของครัวเรือนที่มีการออม 331 ครัวเรือนพบว่าหัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 46-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส หัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือการค้าขาย มีอาชีพรองคือการรับจ้าง อาชีพหลักของกลุ่มสมรสคือการรับจ้าง จำนวนบุตรที่อยู่ในการดูแล 2 คน รายได้รวมของครัวเรือน 30,001-40,000 บาทต่อเดือน รายจ่ายรวมของครัวเรือน 30,001-40,000 บาทต่อเดือน ภาระรายจ่ายของครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายด้านอาหาร เสื้อผ้า-ของใช้ โดยมีการใช้บัตรเครดิตเพื่อชำระค่าใช้จ่าย ซึ่งครัวเรือนส่วนใหญ่มีบัตรเครดิต 2 ใบ และในการใช้บัตร

เครดิตแต่ละครั้งมีการคิดถึงภาระหนี้สินที่จะตามมาก่อนใช้ โดยมีหนี้สินรวมของครัวเรือน 100,001-500,000 บาท และภาระหนี้สินส่วนใหญ่ของครัวเรือนเป็นหนี้สินประเภทหนี้บัตรเครดิต เช่าซื้อสินค้าอุปโภค และเช่าซื้อยานพาหนะ

ด้านพฤติกรรมการออมของครัวเรือนพบว่า ภาคครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่รับทราบถึงนโยบายเศรษฐกิจพอเพียงของรัฐบาลแต่มีความรู้ในระดับรู้ปานกลาง โดยครัวเรือนมีการวางแผนการใช้จ่ายเงินเมื่อได้รับรายได้ และมีการพิจารณาถึงความเหมาะสมก่อนซื้อหรือจ่ายเมื่อครัวเรือนต้องใช้จ่าย ครัวเรือนส่วนใหญ่มีการออมอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจพอเพียงของรัฐบาล จำนวนเงินที่ออม 1,001-5,000 บาทต่อเดือน โดยออมเมื่อรับรายได้ ออมเป็นรายเดือนทุกเดือน และกำหนดวงเงินออม วัตถุประสงค์ของการออมเพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงของครอบครัว เพื่อเก็บไว้ใช้ยามเจ็บป่วยและยามชรา และเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินตามลำดับ โดยมีระยะเวลาการออมของครัวเรือน 10-12 ปี

ด้านรูปแบบการออมของครัวเรือนพบว่า ครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีการเลือกใช้บริการของธนาคาร กองทุนประกันสังคม และกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ในรูปแบบเงินฝากต่างๆ เงินสมทบประกันสังคม และเงินสะสมกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการตามลำดับ นอกจากนี้ครัวเรือนยังมีการออมนอกระบบสถาบันการเงินในรูปแบบของการซื้อทองคำ และการซื้อสิ่งหามิทรัพย์ เช่น ที่ดิน

การศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในด้านผลิตภัณฑ์การออมคือการมีให้เลือกหลายรูปแบบและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เงินออมมีความปลอดภัยไม่ลดมูลค่า ด้านผลตอบแทนจากการออมคืออัตราผลตอบแทนที่ได้รับ และด้านการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการเงินคือการมีเจ้าหน้าที่มาเยี่ยมถึงบ้านเชิญให้ออมเงิน การจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการออมเงิน และมีการรณรงค์การออมผ่านสื่อ นอกจากนี้ปัจจัยด้านภาวะเงินเฟ้อ และปัจจัยด้านนโยบายเพื่อส่งเสริมการออมจากภาครัฐก็มีผลต่อการออมของครัวเรือน ขณะที่ปัจจัยทางการตลาดในด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันการเงิน และปัจจัยด้านเสถียรภาพทางการเมืองของรัฐบาลไม่มีผลต่อการออมของครัวเรือน

การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการออมของภาคครัวเรือน โดยการทดสอบค่า Chi-square (χ^2 -test) พบว่า อายุของหัวหน้าครัวเรือน ระดับการศึกษา อาชีพหลักของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนบุตรในครัวเรือน รายได้รวม รายจ่ายรวม และหนี้สินรวมมีความสัมพันธ์กับการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.05$

This study attempted to examine saving behavior, saving patterns, factors affecting saving, and the interrelationship among various factors involving saving of households in the Mueang District area of Chiang Mai Province. Information was collected from 400 samples of households identified by purposive sampling technique to cover households which had family heads in working age group or between 35 and 60 years old that could afford saving, using questionnaire interview. Analysis was performed upon the results of descriptive statistics including frequency and percentage as well as Chi-square test.

Among the 400 samples, 331 households (82.8%) did have saving while the remaining 69 households (17.2%) admitted they had no saving due to heavy expenditure. The majority of households that had saving possessed following characteristics: male household head, aged 46-50, bachelor's degree graduate, married, engaged in trading as principal occupation and in employment market as secondary occupation, with spouse working as employee, with 2 children as family dependents, having 30,001-40,000 baht monthly family income and spending in the range of 30,001-40,000 baht monthly. The primary household expenditure went for food, clothes and consumer products. On the average, each household possessed two credit cards to pay

expenses, and the debt burden resulted from credit card utilization would be taken into consideration each time before activating the use of credit card. The total arrear of a household ranged between 100,001-500,000 baht mainly the balances to be paid for credit cards, consumer product installment purchase and vehicle leasing.

On saving behavior, this study found the household in Chiang Mai Province were aware of the government's sufficiency economy policy but with moderate level of knowledge. They did financial planning considering their income and making reasonable judgment before buying or spending. Most households made saving in response to the sufficiency economy policy by setting aside 1,001-5,000 baht when receiving paycheck every month as intended saving. The main objectives of saving were to ascertain family security, to be used when one becomes old or ill, and to spend in case of emergency respectively. Most households had saved for 10-12 years.

Saving among households under study was in various patterns including saving with commercial banks, subscription to the Social Security Fund and contribution to the Retirement Fund. It could also occur in the form of wealth accumulation outside the formal financial system by buying gold and fixed asset like land.

The study of factors affecting saving found that the marketing factors inducing saving were product varieties, safety of saving in term of no reduction in future value, rates of return to saving, promotion campaign of financial institutions like home-visit to mobilize household saving, activities to encourage saving, and promotion through media. The factors of inflation and government saving policy did have effect on household saving but not the marketing factors in location of financial institutions and political stability.

The results of Chi-square test (χ^2 -test) confirmed that the factors of age of household head, education, principal occupation, number of child dependents, total income, total expenditure, and total outstanding debt were associated with saving at $\alpha = 0.05$ statistically significant level.