

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน
 โดย : นางสาวลิโรธร องค์กริพร
 ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สาขาวิชา : สาขาการจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา :

(ดร. ชิตวร ถีละผลิน)

..... / /

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน รวมทั้งศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินของธนาคารออมสิน

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยาม จำนวน 200 คน จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และการประมวลผลทางสถิติ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการเปรียบเทียบใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยาม เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท นอกจากนี้นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยาม มีแรงจูงใจมากที่สุดในด้านการบริการ รองลงมาคือ ด้านรูปแบบ และนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยาม มีแรงจูงใจในด้านผลตอบแทน น้อยที่สุด นอกจากนี้นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยาม ที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนปัจจัยด้านเพศ สถานะภาพ และระดับการศึกษามีแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินไม่แตกต่างกัน

แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านผลตอบแทน ด้านรูปแบบ และด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยาม ที่ระดับนัยสำคัญ .05

แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน พบว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยสยามให้ความสำคัญกับปัจจัย ด้านการให้บริการ และด้านรูปแบบ ดังนั้นทางธนาคารควรพัฒนาคุณภาพทั้งในด้านการให้บริการ และรูปแบบ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรจัดเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้เฉพาะด้านอย่างเพียงพอให้กับผู้มาใช้บริการ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้อง ทั้งนี้เป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

Abstract

Research Title : Motivation Affect on Purchasing Behaviors Saving Label

Researcher : Miss Sirotron Ongsriporn

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor :

(Chitavorn Leelaplin,Ph.D.)

..... / /

This research aim to studied for Incentives that affect purchasing behaviors saving label including Studied special purchasing behaviors saving label of Government Saving Bank

The research was a survey research from Master’s degree students at Siam University 200 persons, Information was glean from questionnaires and The statistical processing, that is to say, Frequency, Percentage, Average , Standard deviation , For comparison by use T-Test and One-way Analysis of Variance. The research found that, Almost of Master’s degree students at Siam University are female more than male, there are between 30-39 years old, marital status is married, they are worker in private company, Education is bachelor degree and income 15,001 – 20,000 bath. In addition Master’s degree students at Siam University they motivation, first is customer service, next is perform and in compensation at least.

Master’s degree students at Siam University are difference age, career and income they have difference requirement for Incentives that affect purchasing behaviors saving label level .05 and difference in gender, status, and education there are same in motivation.

Incentives that affect purchasing behaviors saving label that is show customer service, compensation, perform, and prices had Significant for Master’s degree students at Siam University in level .05.

Incentives that affect on Purchasing Behaviors Saving Label, found that Master's degree students at Siam University emphasizing in factors are service and perform, so Bank should be had usually develop in service and perform. In addition should be had specialized knowledge officer for give customer information clearly and then for make customer satisfifies.