



การค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน

สาขาสถาบันกพหลโยธิน

Investment Factors Influencing Buying Decision Government Savings Bank's Lottery

At Government Savings Bank at Phaholyothin Office

เมธิษฐ พึ่งเพาะปลูก

5817103017

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

พุทธศักราช 2560



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขา การเงินและการธนาคาร

บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่
ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
นามผู้วิจัย เมธินุช ทังพะทะปลูก

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษา วันที่ 4 เดือน เมษายน พ.ศ. 2560

(ดร.พิเชษฐ์ มุสิกะ โปดก)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ดร. วิจิตร สุพินิจ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2560

บทคัดย่อ

เรื่อง : ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคาร
ออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

โดย : นางสาวเมธิษุช พึ่งพาปลุก

สาขาวิชาเอก : การเงินและการธนาคาร

อาจารย์ที่ปรึกษาประจำตัวนักศึกษา :

(ดร. พิเชษฐ มุสิกะโปดก)

4 / 1848 / 2560

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน จากการสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการรายย่อย จำนวน 400 ราย โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติ t-test, One Way ANOVA (F - test) และไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 50 ปี สถานภาพสมรส มีอาชีพเป็นรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ 5 ปี มีวัตถุประสงค์ของการซื้อ คือ โอกาสถูกรางวัล เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน คือ ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า สำหรับความปลอดภัยในการลงทุนส่วนใหญ่เห็นว่าสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน มีความปลอดภัยในการลงทุนมาก และเห็นว่ามีค่าเหมาะสมคุ้มค่า และมีระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเสียต่ำกว่าจากการลงทุนน้อย ผลการสำรวจระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุนมากที่สุดดังนี้ อันดับ 1 ด้านการกลับมาซื้ออีก ($\bar{X} = 4.40$) อันดับ 2 ด้านความพึงพอใจ ($\bar{X} = 4.36$) อันดับ 3 ด้านการบอกต่อ ($\bar{X} = 4.19$) อันดับ 4 ด้านการซื้อ ($\bar{X} = 4.13$) และอันดับที่ 5 ด้านสัญญาว่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมแล้วปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเลือกลงทุนในสลากออมสินของลูกค้าโดยส่วนมากแล้วก็เพื่อเป็นการออมเงินที่สามารถลุ้นรางวัลในการถูกลสลากที่สามารถสร้างผลตอบแทนได้มากกว่าการฝากเงินทั่วไป ดังนั้นการมีรางวัลจากสลากที่หลากหลายจะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สลากออมสิน ปัจจัยการลงทุน การตัดสินใจ



ABSTRACT

Title : Investment Factors Influencing Purchasing Decisions on Premium Savings
Certificates at Government Savings Bank, Pahon Yothin Branch

Author : Ms. Metinuch Peungpohplook

Major : Finance and Banking

Independent Study Advisor : 

(Dr. Pichet Musikapoduk)

4 April 2017

The objective of this research was to study the investment factors influencing purchasing decisions on Premium Savings Certificates at Government Saving Bank, Pahon Yothin Branch. The samples consisted of 400 participants who were micro entrepreneurs. The tool in which the researcher utilized to collect data was questionnaires. Data were analyzed using statistical frameworks which were frequency, percentage, mean and standard deviation. The researcher employed t-Test, One-way Anova (F-Test) and Chi-Square to test the hypothesis.

Majority of the participants were 41 – 50 – year- old females, as indicated in the findings and results. The further information specified that the participants were married government employees and state enterprise whose monthly income varied from 15,001 – 30, 000 baht. Most of them were Bachelor's degree graduates. The participants mostly purchased 5-year-term Premium Savings Certificates. The aim of purchasing the Certificates was the chance to win the prize. The reason that encouraged the participants to invest in Premium Savings Certificates was the worthiness of the investment returns. Moreover, majority of the participants perceived that Premium Savings Certificates possessed high security of investment and was worth investing in. Plus, to invest in Premium Daving Certificates took lower risks and had lower chances of financial lost. The results regarding levels of importance of investment factors were as follows: 1) the repurchasing ($\bar{X} = 4.40$), 2) the satisfactions ($\bar{X} = 4.36$), 3) the word of mouth ($\bar{X} = 4.19$), 4) the purchasing ($\bar{X} = 4.13$), and lastly, 5) the promise on purchasing ($\bar{X} = 3.25$) respectively.

The tested hypothesis demonstrated that overall, differences on personal factors affecting purchasing decisions on Premium Savings Certificates at Government Saving Bank, Pahon

Yothin Branch differed at 0.05 level of significance. Furthermore, investment factors related to the purchasing decisions on Premium Savings Certificates at Government Saving Bank, Pahon Yothin Branch at 0.05 level of significance.

Mostly, the decisions on consumers' investment in Premium Savings Certificates were to win the prize from the savings offered by the bank, which had more chances to get the investment returns than ordinary savings. Thus, various options of the prize allowed investors to make decisions faster and easier.

Keyword : Premium Savings Certificates, Investment Factors, Consumers' Decision



กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้เขียนต้องขอขอบพระคุณ ดร.พิเชษฐ มุสิกะโปดก เป็นอย่างสูงที่ท่านได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ช่วยควบคุม ช่วยวางแผนแนวทางให้คำแนะนำ ตลอดจนตรวจและแก้ไขสารนิพนธ์นี้ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจนได้ข้อมูลสำหรับงานวิจัย

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณ ดร.พิเชษฐ มุสิกะโปดก ที่กรุณาตรวจสอบแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความเรียบร้อยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณต่อทุกๆ ท่านที่มีได้กล่าววามมาในที่นี้ ซึ่งได้ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีในการเขียนสารนิพนธ์นี้

สุดท้ายนี้ หวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ คงจะเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจจะศึกษาวิจัยในการศึกษาปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สำนักงานพลโยธิน

เมธิษฐ พึ่งพาะปลูก

พ.ศ. 2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(ก)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(ค)
กิตติกรรมประกาศ.....	(จ)

บทที่

1. บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ขอบเขตในการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามคำศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	6

2. แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 ภาพรวมของการลงทุนในตลาดเงินและตลาดทุน.....	7
ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior).....	9
ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	15
ส่วนที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	17
ส่วนที่ 5 ประวัติธนาคารออมสิน.....	18
ส่วนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
4. ผลการวิจัย	
4.1 ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา.....	32
4.2 ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน.....	42
5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	
สรุปผลการวิจัย.....	56
สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพลโยธิน.....	56
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการลงทุน.....	57
การทดสอบสมมติฐาน.....	57
อภิปรายผลการวิจัย.....	57
ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้.....	59
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	59
บรรณานุกรม.....	60
ภาคผนวก แบบสอบถาม.....	64
ประวัติผู้วิจัย.....	68

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	32
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	32
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	33
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	33
4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	34
4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	34
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสลากออมสิน.....	35
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อ.....	35
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการลงทุนซื้อ สลากออมสิน.....	36
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความปลอดภัยในการลงทุน.....	36
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเหมาะสมคุ้มค่า	37
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความถี่หรือ โอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน.....	37
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านความพึงพอใจ.....	38
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านสัญญาว่าจะซื้อ.....	39
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านการซื้อ.....	39
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านการบอกต่อ.....	40
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านการกลับมาซื้ออีก.....	41
4.18 เปรียบเทียบการจัดอันดับระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุนเป็นรายด้าน.....	41
4.19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์.....	43
4.20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน.....	44

4.21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน.....	46
4.22 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน.....	48
4.23 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน.....	50
4.24 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน.....	52
4.25 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน.....	54
4.26 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการลงทุนกับการตัดสินใจซื้อ สลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน.....	55

สารบัญรูปลูกภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 พฤติกรรมของผู้บริโภค Consumer Behavior	11
2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	13
2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	14
2.4 คณะผู้บริหารธนาคารออมสิน.....	20
2.5 คณะผู้บริหารธนาคารออมสิน.....	21

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันคนส่วนใหญ่ตัดสินใจนำเงินที่เก็บสะสมไปสร้างผลตอบแทนที่สูงกว่าการออม โดยการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล หรือหลักทรัพย์ต่างๆ ซึ่งจะมีความเสี่ยงจากการลงทุนด้วย เพราะเหตุใดบุคคลจึงต้องลงทุน โดยปกติรายได้ต่อเดือนที่บุคคลได้รับถูกจัดสรรออกเป็น 2 ด้านใหญ่ๆ คือ ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และอีกส่วนเพื่อเก็บออมไว้สำหรับใช้จ่ายในอนาคต การใช้จ่ายในชีวิตประจำวันเป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ แต่สามารถจัดสรรค่าใช้จ่ายอย่างเหมาะสมให้มีเงินเก็บเหลือใช้ได้ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการเก็บออมไว้สำหรับค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในอนาคต และจะอย่างไรเพื่อให้เงินออมที่เก็บสะสมไว้สามารถเพิ่มพูนและสามารถก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด สิ่งสำคัญคือเราต้องรู้จักการลงทุน การลงทุนคือการนำเอาทรัพย์สินที่บุคคลมีอยู่ไปดำเนินการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และให้ผลตอบแทนกลับคืนมาในช่วงเวลาหนึ่ง

การลงทุนแบ่งได้ 2 ลักษณะคือ การลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตนเห็นประโยชน์ได้อย่างชัดเจน (Tangible investment) เช่น การลงทุนซื้อบ้าน ซื้อรถยนต์ และการลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่เห็นประโยชน์อย่างชัดเจน (Intangible investment) เช่น การลงทุนในหุ้นพันธบัตรตราสารการเงินอื่นๆ ซึ่งผู้ซื้อที่มีสิทธิเรียกร้องและมีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการถือกรรมสิทธิ์ในตราสารเหล่านี้ จัดอยู่ในประเภทของการลงทุนทางการเงิน

การลงทุนทางการเงิน (Financial investment) คือการที่ผู้ลงทุนนำเงินที่มีอยู่ไปซื้อหลักทรัพย์ต่างๆ ก่อให้เกิดรายได้กับผู้ลงทุน ซึ่งการลงทุนทางการเงินโดยทั่วไปมักจะทำผ่านกลไกของตลาดการเงิน วัตถุประสงค์การลงทุนทางการเงินเพื่อจะได้รับการผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบของดอกเบี้ย เงินปันผล กำไรจากการซื้อขายหุ้น และสิทธิพิเศษอื่นๆ

รูปแบบของการลงทุน ดังจะยกตัวอย่างให้เห็นถึงผลตอบแทนจากการลงทุนที่ทำให้เกิดรายได้ประจำ เช่น การฝากเงินกับธนาคาร (ดอกเบี้ย), การซื้อพันธบัตร (ดอกเบี้ย), การซื้อสลากออมสิน (ถูกรางวัล, ดอกเบี้ย), การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (เงินปันผล), การซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ (เงินปันผล), การซื้อหน่วยลงทุนจากกองทุนรวม (เงินปันผล) เป็นต้น ส่วนการลงทุนที่ทำให้เกิดรายได้ผันแปร เช่น การซื้อหุ้นสามัญ (เงินปันผลตามผลกำไร), การซื้ออสังหาริมทรัพย์ อาคารชุด บ้าน ที่ดิน (กำไรจากการขายต่อ) เป็นต้น

ด้วยเหตุผลจากความนิยมในการลงทุนของบุคคลในปัจจุบัน ธนาคารออมสินจึงได้ออกจำหน่ายสลากออมสินพิเศษ เป็นกุศโลบายเพื่อจูงใจให้ผู้ชอบ การเสี่ยงโชคหันมาออมเงินมากขึ้น ซึ่งการออมทรัพย์ลักษณะพิเศษที่ธนาคารออมสินให้บริการติดต่อกันมากกว่า 60 ปี ได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่อง เพราะนอกจากผู้บริ โภคจะได้ออมเงินแล้ว ยังมีสิทธิถูกรางวัล และได้รับอัตราดอกเบี้ยผลตอบแทนตามนโยบายที่ธนาคารกำหนด อีกทั้งความเสี่ยงในการลงทุนมีน้อยกว่าการลงทุนในรูปแบบอื่นๆ

จากความนิยมการซื้อสลากออมสินพิเศษ จึงเห็นความสำคัญในการศึกษาปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสิน

คำถามการวิจัย

- 1.อะไรเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่ทำให้ลูกค้าซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
2. ปัจจัยการลงทุนมีลักษณะเป็นอย่างไร
3. การตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน เป็นอย่างไรได้บ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการลงทุนของผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการลงทุนกับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง“ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน” มีกรอบแนวคิดในการทำวิจัยได้มีกำหนดตัวแปรต้น ตัวแปรร่วม และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ

ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล
<ol style="list-style-type: none"> 1. เพศ 2. อายุ 3. สถานภาพ 4. อาชีพ 5. รายได้ต่อเดือน 6. ระดับการศึกษา
ปัจจัยการลงทุน
<ol style="list-style-type: none"> 1. ความพึงพอใจ 2. ตัดสินใจว่าจะซื้อ 3. การซื้อ 4. การบอกต่อ 5. การกลับมาซื้ออีก

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจซื้อ
<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเภทสลากออมสิน 2. วัตถุประสงค์ของการซื้อ 3. เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน 4. ความปลอดภัยในการลงทุน 5. ความเหมาะสมคุ้มค่า 6. ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร : ลูกจ้างธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา : ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ : ธนาคารออมสินสำนักพหลโยธินเลขที่ตึก 470 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400
4. ขอบเขตด้านเวลา : ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามระหว่าง เดือนมกราคม – มีนาคม 2560

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable)

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

- 1.1.1 เพศ
- 1.1.2 อายุ
- 1.1.3 สถานภาพ
- 1.1.4 อาชีพ
- 1.1.5 รายได้
- 1.1.6 ระดับการศึกษา

1.2 ปัจจัยการลงทุน

- 1.2.1. ความปลอดภัยของการลงทุน
- 1.2.2 ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า
- 1.2.3 ความเสี่ยงหรือ โอกาสเกิดความสูญเสียเปล่าของการลงทุน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) การตัดสินใจซื้อ

- 2.1 ความพึงพอใจ
- 2.2 สัญญาว่าจะซื้อ
- 2.3 การซื้อ
- 2.4 การบอกต่อ
- 2.5 การกลับมาซื้ออีก

นิยามคำศัพท์

1. **สลากออมสินพิเศษ** หมายถึง สลากออมสินพิเศษ เป็นรูปแบบหนึ่งของการออมเงิน โดยผู้ฝากจะได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่กำหนด พร้อมมีสิทธิลุ้นรางวัลทุกเดือน ครบกำหนดได้เงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ยแบบค้ำแล้วค้ำอีก ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษและเอกลักษณ์เฉพาะของธนาคารออมสิน
2. **เพศ** หมายถึง เพศของลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
3. **อายุ** หมายถึง กลุ่มช่วงอายุของลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
4. **สถานภาพ** หมายถึง สถานภาพของลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
5. **อาชีพ** หมายถึง อาชีพของลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
6. **รายได้** หมายถึง รายได้ต่อเดือนของลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
7. **ระดับการศึกษา** หมายถึง ระดับการศึกษาของลูกค้าที่ใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
8. **ความปลอดภัยของการลงทุน** หมายถึง ประสิทธิภาพความปลอดภัยของธนาคาร ในการดูแลเก็บรักษาเงินลงทุนของลูกค้าธนาคาร
9. **ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า** หมายถึง นโยบายผลตอบแทนของธนาคารออมสินที่จ่ายคืนให้แก่ลูกค้ามีความเหมาะสมคุ้มค่า
10. **ความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเสียเปล่าของการลงทุน** หมายถึง ความเสี่ยงที่เกิดจากการลงทุน หรือโอกาสที่ลูกค้าไม่ได้รับกำไรหรือผลตอบแทนจากการลงทุน
11. **ความพึงพอใจ** หมายถึง ความพึงพอใจที่ลูกค้าได้รับจากการซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
12. **สัญญาว่าจะซื้อ** หมายถึง ลูกค้าให้คำมั่นสัญญากับธนาคารว่าจะกลับมาซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
13. **การซื้อ** หมายถึง ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
14. **การบอกต่อ** หมายถึง ลูกค้าที่ซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินไปแล้ว นำไปบอกต่อบุคคลอื่นให้มาซื้อ
15. **การกลับมาซื้ออีก** หมายถึง เมื่อสลากออมสินพิเศษครบกำหนดอายุสลากฯแล้ว ลูกค้ากลับมาซื้อต่ออีกครั้ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
3. ได้เรียนรู้ถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
4. ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้กับผู้บริหารธนาคารออมสิน ในการกำหนดกลยุทธ์และวางแผนเพื่อออกผลิตภัณฑ์ทางด้านเงินฝากของธนาคารออมสินในประเภทอื่นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการออมเงินและการลงทุนของคนไทย
5. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน เพื่อใช้ตัดสินใจในการเลือกออมเงินและลงทุน โดยการซื้อสลากออมสินพิเศษ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการนำเสนอผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยแบ่งหัวข้อออกเป็น 6 ส่วน

ส่วนที่ 1 ภาพรวมของการลงทุนในตลาดเงินและตลาดทุน

ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)

ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ส่วนที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ส่วนที่ 5 ประวัติธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 ภาพรวมของการลงทุนในตลาดเงินและตลาดทุน

บุญรุ่ง จันทน์นาค (2556) กล่าวว่าบุคคลเมื่อมีรายได้เหลือจากการใช้จ่ายก็จะเก็บเงินออมส่วนหนึ่งไว้และมีทางเลือกที่จะทำให้เกิดผลประโยชน์งอกเงยขึ้นจากการนำเงินออมไปลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การฝากธนาคาร การซื้อพันธบัตร การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์และการลงทุนซื้อหุ้นทุน การลงทุนที่ดีจะเกิดผลตอบแทน ขณะเดียวกันผู้ลงทุนต้องคำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดการสูญเสียเงินลงทุนหรือผลขาดทุนจากการลงทุนด้วยเสมอเพราะไม่มีการลงทุนใดที่ไม่มีความเสี่ยงก่อนการตัดสินใจลงทุนจึงควรศึกษา ข้อมูลและวางแผนลงทุนให้เหมาะสมว่าควรลงทุนด้วยตนเองหรือให้มืออาชีพ ไม่ว่าจะลงทุนใดผู้ลงทุนต้องตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเพื่อจะได้เกิดความเป็นธรรมและมีหน่วยงานที่ให้ การควบคุมดูแลเกี่ยวกับการลงทุนอย่างมั่นคง

ในความหมายของ การลงทุน (Investment)คือการนำเงินออมมาแปรสภาพเป็นเงินลงทุนเพื่อให้เกิดผลตอบแทนตามความคาดหวัง หรือการใช้เงินออมหรือการนำเงินที่ได้จากการกู้ยืมหรือการนำหลักทรัพย์ที่ซื้อไว้ออกไปแสวงหาผลประโยชน์เพื่อให้เกิดกำไรในอนาคต หรือการที่ผู้บริโภคนำเงินออมที่มีอยู่หรือเงินที่ได้จากการกู้ยืมมาดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจเพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการสนองความต้องการของผู้บริโภค

รูปแบบของการลงทุน

การลงทุนที่ทำให้เกิดรายได้ประจำ

- การฝากเงินกับธนาคาร (ดอกเบี้ย)
- การฝากเงินกับสถาบันการเงิน (ดอกเบี้ย)
- การซื้อพันธบัตร (ดอกเบี้ย)
- การซื้อสลากออมสิน (ถูกรางวัล)
- การซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต (เงินปันผล)
- การซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ (เงินปันผล)
- การซื้อหน่วยลงทุนจากกองทุนรวม (เงินปันผล)

การลงทุนที่ทำให้เกิดรายได้ผันแปร

- การซื้อหุ้นสามัญ (เงินปันผลตามผลกำไร)
- การซื้ออสังหาริมทรัพย์อาคารชุด บ้าน ที่ดิน (กำไรจากการขายต่อ)
- การซื้อโภคภัณฑ์ล่วงหน้า (การเก็งกำไร)

ประเภทของการลงทุน

การลงทุนทางด้านผู้บริโภค

- การลงทุนซื้อสินค้าและอสังหาริมทรัพย์ (มุ่งหวังกำไรและความพอใจในการใช้)
- การลงทุนทางธุรกิจ (มุ่งหวังผลกำไรในการดำเนินงาน)
- การลงทุนในหลักทรัพย์ (มุ่งหวังผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยหรือเงินปันผล)

ประเภทของการลงทุน

- การลงทุนทางตรง (direct Investment) เจ้าลงทุนใช้เงินของตนเองและรับผิดชอบดำเนินการด้วยตนเอง

- การลงทุนทางอ้อม (Indirect Investment) เจ้าลงทุนเข้าไปมีส่วนร่วมในการประกอบธุรกิจหรือร่วมลงทุน กับธุรกิจอื่นเป็นการลงทุนทางการเงิน

หลักการพิจารณาการลงทุน

- ความปลอดภัยของการลงทุน
- ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า
- ความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าของการลงทุน

การวางแผนลงทุน

การลงทุนด้วยตนเอง

1. กำหนดวัตถุประสงค์ในการลงทุน
 - ผลตอบแทนที่ต้องการ
 - ระยะเวลาในการลงทุน
 - ระดับความเสี่ยง
- 2.เลือกรูปแบบของการลงทุน
 - การลงทุนรายใหญ่ - ตราสารหนี้
 - การลงทุนรายย่อย
 - เงินฝาก
 - พันธบัตร
 - ตั๋วสัญญาใช้เงิน
 - หุ้น
 - การทำประกันหุ้น
3. กระจายความเสี่ยงไปยังการลงทุนที่หลากหลาย
4. หาช่องทางแก้ปัญหาหากไม่ได้รับความเป็นธรรมในการลงทุน
5. เลือกนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ หรือตัวแทนหน่วยลงทุน
6. แสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจลงทุนจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลต่างๆ

ประโยชน์ที่ได้จากการลงทุน

- เกิดผลตอบแทนผลกำไรจากการลงทุน
- เกิดความมั่นคงทางการเงิน
- เกิดการออมเพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior)

การศึกษา “พฤติกรรมผู้บริโภค” (Consumer Behavior) เป็นการศึกษากระบวนการที่มีส่วนในการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกสรร โดยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้บริโภคทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคล ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มบุคคล ตลอดจนผู้บริโภคที่มีลักษณะเป็นองค์กร เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการในการตัดสินใจนี้มีต่อผู้บริโภคและสังคม ตลอดจนพยายาม

ทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นศาสตร์ที่เกิดจากการผสมผสานจิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นปัจเจกบุคคลมีลักษณะเฉพาะ อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลเช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วย

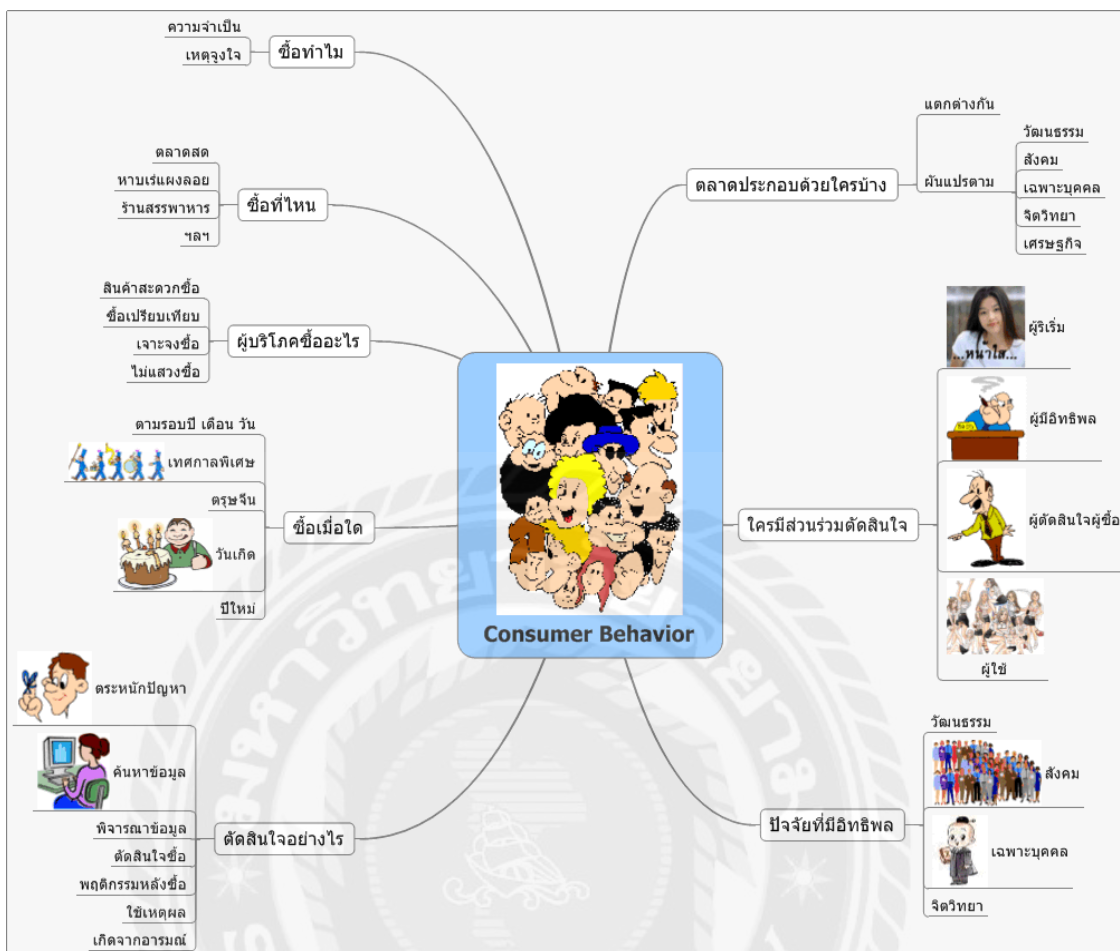
มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” (Consumer Behavior) ไว้เป็นจำนวนมาก อาทิ

Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk, 1987) ได้อธิบายถึงลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกซึ่งการเสาะหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้

แองเจิล คอลแลต และแบลคเวลล์ (Engel Kollat and Blackwell, 1968) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ

สรุป พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) นั้น หมายถึง การแสดงออกของบุคคลแต่ละคนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการซื้อสินค้าและใช้บริการ รวมไปถึงกระบวนการต่างๆ ในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการที่มีผลต่อการแสดงออกซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปของแต่ละบุคคล



ภาพที่ 2.1 พฤติกรรมของผู้บริโภค Consumer Behavior

ที่มา : <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html> (2557)

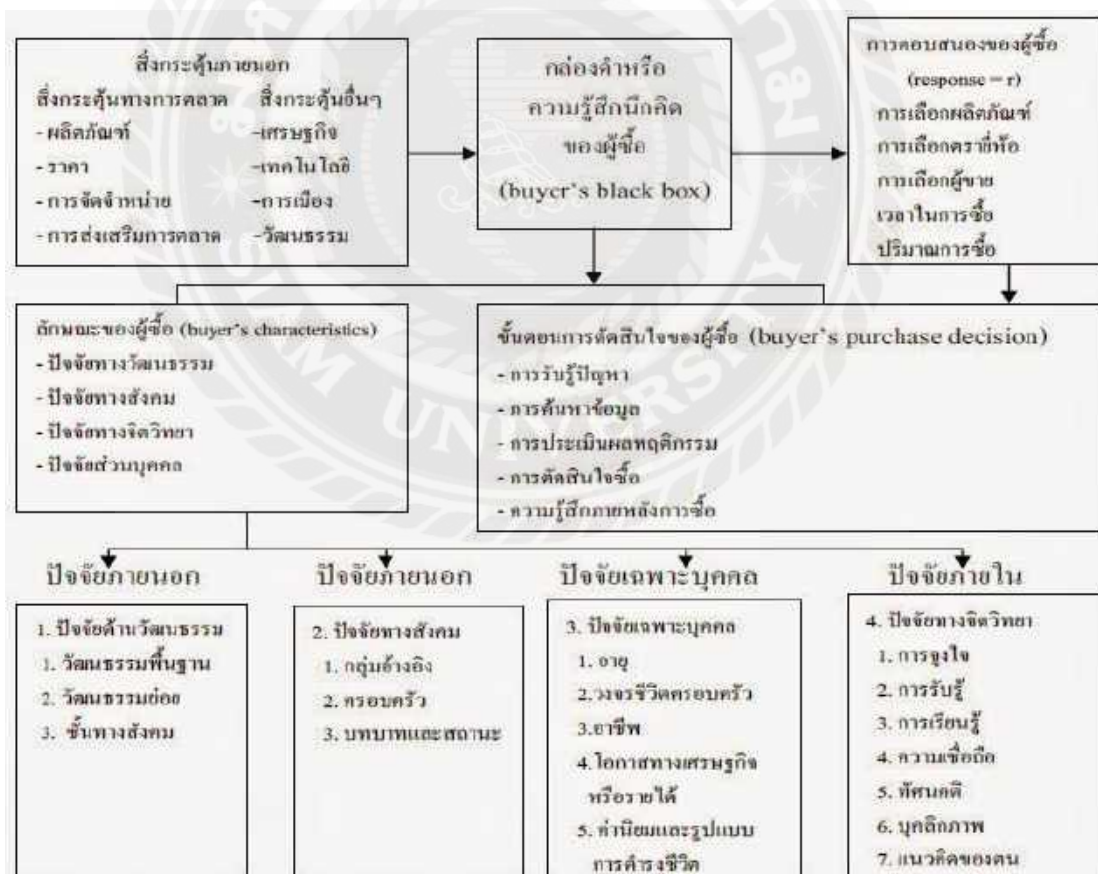
ประเภทของการบริโภคแบ่งได้ตามลักษณะของสินค้าเป็น 2 ประเภท คือ

1. การบริโภคสินค้าไม่คงทน (nondurable goods consumption) คือ การบริโภคสิ่งของชนิดที่สิ้นเปลืองหรือใช้หมดไป เรียกว่า destruction เช่น การบริโภคน้ำ อาหาร ยารักษาโรค น้ำมัน เชื้อเพลิง ฯลฯ

2. การบริโภคสินค้าคงทน (durable goods consumption) คือการบริโภคสิ่งของที่ยังคงใช้ได้ อีก ลักษณะนี้เรียกว่า diminution เช่น การอาศัยบ้านเรือน การใช้รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องนุ่งห่ม ฯลฯ อย่างไรก็ตาม สินค้าประเภทนี้ก็จะค่อย ๆ สึกหรือไป จนในที่สุดจะไม่สามารถนำมาใช้ได้

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่เกิดขึ้นจากการที่มีสิ่งเร้าหรือแรงกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดผู้บริโภคเกิดความต้องการ (Need) มีอิทธิพลต่อการทำให้เกิดการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ในการตอบสนองต่อความต้องการ เรียกว่า S-R Theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ภายในและภายนอก เป็นการเน้นการสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ และสิ่งกระตุ้นอื่นที่ไม่สามารถควบคุมได้
2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้และต้องใช้พยายามในการค้นหาถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยลักษณะของผู้ซื้อ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
3. การตอบสนอง (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจครอบคลุมในประเด็นต่างๆ



ภาพที่ 2.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค
ที่มา : Kotler, Philip. (1997).

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นพื้นฐานที่แสดงออกถึงความต้องการและการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมในการซื้อ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่ง เป็นต้น

2. ปัจจัยทางสังคม ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ ดังนี้

2.1 กลุ่มอ้างอิง หมายถึง กลุ่มบุคคลใด ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกันกับคนในกลุ่ม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

- กลุ่มปฐมภูมิ ซึ่งได้แก่ สมาชิกครอบครัว กลุ่มเพื่อนสนิท มักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้นทางสังคม และช่วงอายุ

- กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2 สมาชิกครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาดจะพิจารณา ครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

2.3 บทบาททางสถานะ หมายถึง บุคคลจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิงหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว ทำให้บุคคลแสดงบทบาทและมีสถานภาพในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยส่วนบุคคล คือ ผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่างๆ ในการตัดสินใจ เช่น อายุ อาชีพ ภาวะเศรษฐกิจ การศึกษา เป็นต้น

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งจัดปัจจัยในตัว ผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้า

ปัจจัยทางวัฒนธรรม			
- วัฒนธรรม - วัฒนธรรมย่อย - ชั้นทางสังคม	ปัจจัยทางสังคม	ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยทางจิตวิทยา
	- กลุ่มอ้างอิง - ครอบครัว - บทบาทและสถานะ		
			- การรับรู้ - การเรียนรู้ - ความเชื่อ - เจตคติ - บุคลิกภาพ - แนวคิดของตนเอง

ภาพที่ 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : Kotler, Philip. (1997).

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยการค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อประกอบการประเมินทางเลือก หากข้อมูลยังไม่เพียงพอผู้บริโภคจะหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกเพิ่มเพื่อประกอบการตัดสินใจ

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมไว้และนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ ทำการวิเคราะห์ถึงข้อดี ข้อเสีย เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุด

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หลังจากประเมินผลทางเลือกแล้วนั้นผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากการใช้ทั้งประสบการณ์ของตนเองและความคิดเห็นจากผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลหลังการซื้อ เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้บริโภคจะนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมานั้นมาใช้ พร้อมทั้งทำการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นไปด้วย

ส่วนที่ 3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ดิเรก (2528) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลอันเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ มีความผูกพันกับหน่วยงาน มีความภาคภูมิใจในความสำเร็จของงานที่ทำ และสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน ส่งผลต่อถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จขององค์กรอีกด้วย

กิตติมา (2529) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นความรู้สึกพึงพอใจในองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ เมื่อมีการได้รับการตอบสนองต่อความต้องการ

กาญจนา (2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

นภารัตน์ (2544) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นได้ทั้งความรู้สึกทางบวก และความรู้สึกทางลบ เป็นความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อนกับความพึงพอใจเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบก็จะเกิดความพึงพอใจ

เทพพนม และสวิง (2540) กล่าวว่า เป็นความพึงใจหรือภาวะที่ผู้บริโภคมิอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น และเกิดเป็นการพอใจและไม่พอใจได้

สง่า (2540) กล่าวว่า เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Shelly อ้างโดย ปรากฏดาว (2536) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ ขณะที่วิชัย (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ในที่ใดย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

พิทักษ์ (2538) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน

สุเทพ (2541) สรุปผลว่าเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งจูงใจ 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบกิจกรรมต่างๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล
4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีที่มีตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความสุขพ้น ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

ส่วนที่ 4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากลักษณะทางกายภาพ ซึ่งถูกกำหนดด้วยสภาพทางจิตวิทยาของครอบครัวและสังคม รวมไปถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นด้วย ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้บริโภค ดังนี้

1. ลักษณะทางสรีระ (Physiological Characteristic) ร่างกายเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการเกิดพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายจึงเป็นสิ่งที่แรกที่ต้องกระทำเนื่องจากมีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจของมนุษย์

2. สภาพจิตวิทยา (Psychological Condition) คือ สภาพจิตใจซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์

3. ครอบครัว (Family) ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดลักษณะนิสัยครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

4. สังคม (Social) เป็นสิ่งที่อยู่รอบตัวเราซึ่งจะมีผลทำให้เราต้องทำตัวสอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม ซึ่งแต่ละชนชั้นก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

5. วัฒนธรรม (Culture) คือวิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับ ประพฤติปฏิบัติตามกัน (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 อ้างถึงใน ฐานิสรา สรรค์วิทยากุล, 2549 : 23 – 24)

ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. ความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความปรารถนา (Desire) ของมนุษย์ที่สามารถใช้แทนกันได้ ความจำเป็นใช้สำหรับสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ ความต้องการใช้สำหรับความต้องการทางจิตวิทยาที่สูงขึ้นกว่าความจำเป็น และความปรารถนาถือว่าเป็นความต้องการทางด้านจิตวิทยาที่สูงที่สุด ดังนั้นความจำเป็นและความต้องการจะทำให้นักการตลาดขายสินค้าได้โดยที่สินค้าและบริการเป็นสิ่งที่สามารถแก้ปัญหาได้เพราะความจำเป็นและความต้องการคือปัญหา

2. แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง ปัญหาที่ถึงจุดวิกฤตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่สบายใจ แรงจูงใจจึงเป็นความต้องการที่จะบังคับให้บุคคลหาวิธีมาตอบสนองความพึงพอใจให้กับตัวเอง โดยแรงจูงใจนั้นมีพื้นฐานมาจากความจำเป็น คือถ้าไม่จำเป็นก็จะไม่เกิดแรงจูงใจและความจำเป็นเมื่อเกิดเป็นความรุนแรงขึ้นในใจก็จะกลายเป็นค้นหาแหล่งความต้องการนักการตลาดจึงมีหน้าที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

1. สภาพทางเศรษฐกิจ (Economy) เป็นสิ่งที่กำหนดอำนาจการซื้อของผู้บริโภคเมื่อผู้บริโภคต้องเกิดความต้องการในตัวสินค้าแต่ราคาสินค้าที่แพงเกินไปจึงไม่สามารถซื้อได้สิ่งนี้คือปัจจัยที่จะเป็นตัวช่วยกำหนดพฤติกรรม

2. ครอบครัว (Family) ครอบครัวทำให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการผลิตภัณฑ์ นักการตลาดต้องเป็นนักพฤติกรรมศาสตร์ในเรื่องครอบครัวคือต้องเข้าใจว่าครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของตัวแทนกระบวนการทางสังคม ครอบครัวจึงเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตให้กับมนุษย์

3. สังคม (Social Group) ลักษณะด้านสังคมประกอบด้วยรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyles) ค่านิยมสังคม (Social Values) และความเชื่อ (Belief) นักการตลาดต้องเป็นนักสังคมวิทยาเพื่อที่จะมองถึงอิทธิพลของสังคมที่มีต่อการอยู่ร่วมกันโดยเฉพาะในเรื่องของบรรทัดฐานว่าสิ่งใดที่สังคมยอมรับได้และสิ่งใดที่สังคมยอมรับไม่ได้

4. วัฒนธรรม (Culture) เป็นกลุ่มค่านิยมพื้นฐาน (Basic Value) การรับรู้ (Perception) ความต้องการ (Wants) และพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งเป็นการเรียนรู้จากการร่วมเป็นสมาชิกของสังคมในครอบครัววัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบหรือวิถีในการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ นักการตลาดต้องเป็นนักมานุษยวิทยาเพื่อจะได้ทราบว่า วัฒนธรรมของแต่ละสังคมไม่เหมือนกัน

5. การติดต่อธุรกิจ (Business Contacts) คือโอกาสที่ผู้บริโภคจะได้พบเห็นสินค้านั้นๆ หากสินค้าใดที่ผู้บริโภคได้พบเห็นบ่อยๆก็就会有ความคุ้นเคยซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกไว้วางใจ และมีความยินดีที่จะใช้สินค้านั้นๆ แต่สินค้าที่ผู้บริโภคไม่รู้จักไม่ค่อยพบเห็นก็ทำให้ไม่มีความคุ้นเคยและเมื่อไม่คุ้นเคยก็ไม่มีความรู้สึกไว้วางใจและไม่อยากใช้สินค้านั้น ดังนั้น ในการทำธุรกิจจึงต้องเน้น ในเรื่องของการทำให้เกิดการพบเห็นในตราสินค้า (Brand Contact) คือการนำสินค้าเข้าไปให้ผู้บริโภคได้พบเห็น รู้จัก สัมผัส เป็นต้น

ส่วนที่ 5 ประวัติษนาการอมสิน

ยุคที่ 1 กำเนิด ษนาการอมสิน

คลังอมสิน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ

กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ พ.ศ. 2456 – 2471

เพื่อให้คลังอมสินได้เป็นประโยชน์แก่ลูกแผ่นดินไปถึงราษฎรโดยทั่วกัน พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง “คลังอมสิน” ขึ้นในสังกัด กรมพระคลังมหา

สมบัติ กระทรวงพระคลัง มหาสมบัติ และพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกาศใช้ “พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456” ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456

ยุคที่ 2 เติบโต อย่างรวดเร็ว

กองคลังออมสิน สังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม พ.ศ. 2472 - 2489

ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ทรงมีพระราชดำริ เห็นควรโอนกิจการคลังออมสินให้ไปอยู่ในความรับผิดชอบของกรมไปรษณีย์โทรเลข กิจการได้เริ่มแพร่หลาย และเป็นที่นิยมของประชาชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับได้ว่ากิจการคลังออมสินในช่วงระยะนี้เติบโตขึ้นมา จึงเรียกได้ว่าเป็น "ยุคแห่งความก้าวหน้าของการคลังออมสินแห่งประเทศไทย"

ยุคที่ 3 รากฐานความมั่นคง

ธนาคารออมสิน สังกัดกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2490 – ปัจจุบัน

ต่อมาภายหลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์และความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็น องค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489” มีการบริหารงานโดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปแบบธนาคาร ออมสิน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2490 และคำว่า “คลังออมสิน” ก็ได้เปลี่ยน เป็นคำว่า “ธนาคารออมสิน” นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

ยุคที่ 4 โฉมใหม่ สู่อุบัติความทันสมัยครบวงจร

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัต ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อรักษาฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา

คณะผู้บริหารธนาคารออมสิน



ภาพที่ 2.4 คณะผู้บริหารธนาคารออมสิน

ที่มา : http://www.gsb.or.th/about-us/organizational-chart/bank_executives.aspx (2560)

ส่วนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุรีพร อินทรานุรักษ์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาโคตกรวด จ.นครราชสีมา" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากฯ ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินธนาคารออมสิน สาขาโคตกรวด จ.นครราชสีมา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รัตนภรณ์ คลังภักดี (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้านักออมสิน เขตศิริราช กรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมสินด้วยตัวเอง วัตถุประสงค์ซื้อเพื่อการเก็บออม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ซื้ออยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้านักออมสิน

ณัฐพงศ์ ศิรชานนท์ และสมพล ทุงหว่า (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาอ้อมใหญ่ จังหวัดนครปฐม" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 - 55 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมสินพิเศษเพื่อการเลี้ยงชีพ มีความถี่ในการซื้อสลากออมสินพิเศษน้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน - 1 ครั้ง/ปี งบประมาณในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งตั้งแต่ 15,001 บาท/ครั้งขึ้นไป ช่วงเวลาที่ซื้อตามความสะดวก ให้ความสำคัญต่อบัญชีในการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลิกภาพ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

วรินดา แก้วพิจิตร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขานครชัยศรี จังหวัดนครปฐม" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัญชีในการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุดคือ ด้านช่องทางการจำหน่าย รองลงมาคือ บุคลิกภาพ ลูกค้านักออมสินที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ

แตกต่างกัน และลูกค้าที่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่แตกต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกัน

รัฐนันท์ วิริยะอ่องศรี และผศ.พัฒน์ พิธิษฐเกษม (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท อาชีพเป็นพนักงานบริษัท ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่า เพศ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทองร้อย รอดทอง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 และ 25,001 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก

ประพิมพร ชูรัมย์ และนิติพล ภูตะโชติ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ สาขาประตูน้ำขอนแก่น" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 25,001 - 40,000 บาท มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารฯเป็นเวลา 15 ปี ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสลากออมสินพิเศษจากสื่อโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมสินพิเศษ 5 ปี โดยถือครองสลากออมสินพิเศษ 1-2 ปี วงเงินในการซื้อสลากออมสินพิเศษโดยเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 1,001 - 5,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมสินพิเศษเมื่อมีโอกาสพิเศษ/วันสำคัญ ส่วนใหญ่มีครอบครัวเป็นอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสิน

วิไลพร ทัดเทียม (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมในรูปแบบสลากออมสินพิเศษ: กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 - 60 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษา

ปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และมีระยะเวลาการเป็นลูกจ้างของธนาคารออมสิน 1 - 5 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมสินพิเศษเพื่อการออมเงิน ซื้อเพื่อตนเองการซื้อสลากออมสินพิเศษเฉลี่ย 1 - 5 ครั้ง/ปี มูลค่าในการซื้อต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท/ครั้ง ช่องทางการซื้อผ่านหน้าเคาเตอร์ธนาคาร ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ คือภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน

มรกต ฉายทองคำ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกออมเงินด้วยวิธีการฝากเงินกับธนาคารหรือสถาบันการเงินเป็นอันดับแรกมากที่สุด อิทธิพลของปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดด้านผลตอบแทน และด้านสภาพคล่องที่มีต่อการตัดสินใจออมเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีเพียงปัจจัยด้านผลตอบแทนและด้านสภาพคล่องเท่านั้นที่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจออมเงินได้

อภิษฐ์า เดชะกุลกำจร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกจ้างธนาคารออมสิน สาขามหาไไทย" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-60 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,001 บาท ประกอบอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่เคยซื้อสลากออมสินมาก่อน เหตุผลการซื้อเพื่อลุ้นรางวัล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของธนาคารออมสิน สาขามหาไไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐานพบว่าเพศ, อายุ, อาชีพ, ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกจ้างธนาคารออมสิน สาขามหาไไทย โดยรวมและรายด้านย่อย

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยทั้งสี่ฉบับได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน ควบคู่ไปกับการศึกษาพฤติกรรมของลูกจ้างเพื่อนำผลการศึกษามาประกอบการพัฒนาแผนการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการได้ในอนาคต

นอกจากนี้ งานวิจัยข้างต้นมีจุดเด่นในเรื่องการวิจัยเชิงปริมาณและอาศัยการเก็บแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามในงานวิจัยแต่ละฉบับนั้น ผู้วิจัย

แต่ละท่านออกแบบเองทำให้สามารถรับรู้ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าได้อย่างหลากหลาย มีความน่าเชื่อถือ และได้ผลลัพธ์สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยแต่ละฉบับมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

อย่างไรก็ดี แม้งานวิจัยแต่ละฉบับจะจำกัดการศึกษาในเชิงพื้นที่ (area scope) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยแบบสอบถามโดยมากมิได้กระจายกลุ่มเป้าหมายในการตอบแบบสอบถาม กล่าวคือ แม้จะมีการสุ่มแจกแบบสอบถาม แต่ก็มักแจกแบบสอบถามในกลุ่มบุคคลที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น การแจกแบบสอบถามบริเวณหน้าธนาคารออมสินแต่ละสาขา เป็นเหตุให้กลุ่มบุคคลที่การตอบแบบสอบถามจำกัดอยู่แต่เพียงลูกค้าซึ่งมาใช้บริการตามความเป็นจริง ไม่มีโอกาสได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มบุคคลซึ่งมีความตั้งใจจะซื้อสลากออมสินแต่มิได้เดินทางมายังธนาคารออมสินในสาขานั้น ๆ เป็นต้น



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน” โดยแบ่งการวิจัยตาม ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่ซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ สูตร W.G. Cochran (1953) ดังนี้ เนื่องจากผู้ที่ใช้บริการของธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและไม่สามารถระบุจำนวนผู้ซื้อสลากออมสินได้แน่นอน

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม

Z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 50% จากประชากรทั้งหมด ต้องการความเชื่อมั่น 95 % และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณได้คือ

$$P = .50 \text{ (50\%)} \quad Z = 1.96 \text{ (95\%)} \quad e = 0.05 \text{ (5\%)}$$

$$n = (.50) (1-.50) (1.96)^2 / (0.05)^2$$

$$n = (.50) (.50) (3.8416) / .0025$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่างในการเก็บเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อให้การเก็บของมูลสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้สุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการศึกษา ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีลักษณะคำถามปลายปิด ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, การศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์การตัดสินใจซื้อ

3. วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนการศึกษา ดังต่อไปนี้

การสร้างแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ แล้วนำมากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลที่ได้จากการศึกษาตามข้อ 1. มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็นส่วนๆ และพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย
3. แบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำ ปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง
5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วทดลองใช้ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่าง ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย จำนวน 40 คน และนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbachalpha Coefficient)
6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และแก้ไขแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เป็นครั้งสุดท้าย เพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำแบบสอบถาม สำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่ข้อง นำมาสังเคราะห์และนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสมและความสอดคล้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือแบบสอบถาม มีวิธีดำเนินการดังนี้

1. ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง
2. ประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของกลุ่มตัวอย่างในการตอบข้อคำถามตามเครื่องมือแต่ละชุดให้สมบูรณ์ แล้วนำผลการตอบไปจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสอบถามในส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยนำข้อมูลมาคำนวณและวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) อธิบายตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ และใช้ค่ามัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

และค่าพิสัย (Rang) อธิบายตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดประเภทช่วง

วิเคราะห์ระดับปัจจัยการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้วยวิธีการคำนวณค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์แปลความหมายของ ประคอง กรรณสูตร (2542) ที่กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

2. ใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

- ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

- ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541:40)

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ค่าผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ล้วน สายยศ และอังคณา 2540: 53)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$ แทน ค่าผลรวมของคะแนนแต่ละตัว ยกกำลังสอง

$(\sum x)^2$ แทน ค่าผลรวมของคะแนนทั้งหมด ยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543:126)

เมื่อ	α	แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
	n	แทน ค่าจำนวนของแบบคำถาม
	$\sum s_i^2$	แทน ค่าผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
	$\sum s_i^2$	แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้ง

ฉบับ

4. สถิติที่ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน

4.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้การสุตรการวิเคราะห์ความแปรปรวน 1 ตัวประกอบ (One-way analysis of variance) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1 และ 2 (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541:236) มีสูตรการคำนวณดังนี้

เมื่อ	F	แทน ค่าที่พิจารณาใน F-distribution
	MS_B	แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน ค่าเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองภายในกลุ่ม
โดย	df_b	= k-1
	df_w	= n-k-1
เมื่อ	k	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน จำนวนสมาชิกทั้งหมด

4.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาการออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi – Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hartung. 2001: 300) มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

χ^2	แทน	ค่าไคสแควร์
O_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่ได้จากการทดลองปฏิบัติ
E_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่คิดว่าควรจะเป็นหรือตามทฤษฎี

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน” โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้อาจจากการตอบแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ได้แก่ ประเภทสลากออมสิน วัตถุประสงค์ของการซื้อ เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน ความปลอดภัยในการลงทุน ความเหมาะสมคุ้มค่า ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเสียจากการลงทุน โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ

4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุน ได้แก่ 1.) ด้านความพึงพอใจ 2.) ด้านสัญญาว่าจะซื้อ 3.) ด้านการซื้อ 4.) การบอกต่อ และ 5.) ด้านการกลับมาซื้ออีก โดยแจกแจงค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็น และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน และปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

4.1 ส่วนที่ 1 สถิติเชิงพรรณนา

4.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	198	49.50
หญิง	202	50.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 และเพศชายจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	16	4.00
21 – 30 ปี	20	5.00
31 – 40 ปี	128	32.00
41 – 50 ปี	130	32.50
51 – 60 ปี	69	17.25
มากกว่า 60 ปี	37	9.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	137	34.25
สมรส	261	65.25
หม้าย/หย่าร้าง	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมาคือ โสด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	18	4.50
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	187	46.75
พนักงานบริษัทเอกชน	182	45.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	9	2.25
อาชีพอิสระ (Freelance)	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 นักศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และอาชีพอิสระ (Freelance) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	30	7.50
15,001 – 30,000 บาท	103	25.75
30,001 – 45,000 บาท	91	22.75
45,001 – 60,000 บาท	61	15.25
60,001 – 75,000 บาท	77	19.25
มากกว่า 75,000 บาท	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ระหว่าง 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 ระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 มากกว่า 75,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	12.50
ปริญญาตรี	281	70.25
ปริญญาโท	56	14.00
ปริญญาเอก	13	3.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และปริญญาเอก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 ตามลำดับ

4.1.2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสลากออมสิน

ประเภทสลากออมสิน	จำนวน	ร้อยละ
สลากออมสินพิเศษ 3 ปี	196	49.00
สลากออมสินพิเศษ 5 ปี	204	51.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทสลากออมสิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ 5 ปี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ สลากออมสินพิเศษ 3 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อ

วัตถุประสงค์ของการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
อัตราดอกเบี้ย	61	15.25
โอกาสถูกรางวัล	168	42.00
การเสี่ยงโชค	23	5.75
ออมเงิน	94	23.50
เพื่อทำสัญญาค้ำประกัน	49	12.25
เพื่อการกู้เงินจากธนาคาร	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการซื้อ คือ โอกาสถูกรางวัล จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ ออมเงิน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อัตราดอกเบี้ย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 เพื่อทำสัญญาค้ำประกัน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 การเสี่ยงโชค จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และเพื่อการกู้เงินจากธนาคาร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน

เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน	จำนวน	ร้อยละ
ความปลอดภัยของการลงทุน	74	18.50
ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า	275	68.75
ความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสุขเปล่าของการลงทุน	51	12.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน คือ ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ความปลอดภัยของการลงทุน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสุขเปล่าของการลงทุน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความปลอดภัยในการลงทุน

ความปลอดภัยในการลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
มาก	317	79.25
ปานกลาง	83	20.75
น้อย	0	0.00
ไม่ปลอดภัย	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความปลอดภัยในการลงทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสิน มีความปลอดภัยในการลงทุนมาก จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.25 รองลงมาคือ ปานกลาง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเหมาะสมกลุ่มค่า

ความเหมาะสมกลุ่มค่า	จำนวน	ร้อยละ
เหมาะสมกลุ่มค่า	390	97.50
ไม่เหมาะสมกลุ่มค่า	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเหมาะสมกลุ่มค่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน มีความเหมาะสมกลุ่มค่า จำนวน 390 คน คิดเป็นร้อยละ 97.50 รองลงมาคือ ไม่เหมาะสมกลุ่มค่า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน

ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
มาก	0	0.00
ปานกลาง	0	0.00
น้อย	208	52.00
ไม่มีความเสี่ยง	192	48.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน มีระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุนน้อย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ ไม่มีความเสี่ยง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

4.1.3 ปัจจัยการลงทุน

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านความพึงพอใจ

ปัจจัยการลงทุน	ด้านความพึงพอใจ			
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ราคาของสลากออมสินพิเศษต่อหน่วย	4.61	0.542	มากที่สุด	1
2. อัตราผลตอบแทนหรืออัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ	4.31	0.675	มาก	2
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.25	0.570	มาก	4
4. การให้บริการของพนักงาน	4.26	0.651	มาก	3
รวม	4.36	0.610	มาก	

จากตารางที่ 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุน ด้านความพึงพอใจ โดยรวมให้ความสำคัญคือ คือ สำคัญมาก และมีคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับ 1 ราคาของสลากออมสินพิเศษต่อหน่วย ($\bar{X} = 4.61$) อันดับ 2 อัตราผลตอบแทนหรืออัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ ($\bar{X} = 4.31$) อันดับ 3 การให้บริการของพนักงาน ($\bar{X} = 4.26$) และอันดับ 4 ช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านสัญญาว่าจะซื้อ

ปัจจัยการลงทุน	ด้านสัญญาว่าจะซื้อ			
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ตัดสินใจซื้อเลย	3.34	1.221	ปานกลาง	2
2. ขอคิดดูก่อน แล้วจึงตัดสินใจซื้อ	4.32	0.642	มาก	1
3. ข้อมูลยังไม่เพียงพอในการตัดสินใจซื้อ	2.09	0.930	น้อย	3
รวม	3.25	0.931	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.14 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุน ด้านสัญญาว่าจะซื้อ โดยรวมให้ความสำคัญคือ คือ สำคัญปานกลาง และมีคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับ 1 ขอคิดดูก่อน แล้วจึงตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.32$) อันดับ 2 ตัดสินใจซื้อเลย ($\bar{X} = 3.34$) และอันดับ 3 ข้อมูลยังไม่เพียงพอในการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 2.09$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านการซื้อ

ปัจจัยการลงทุน	ด้านการซื้อ			
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ซื้อเพื่อตนเอง	4.32	0.571	มาก	1
2. ซื้อเพื่อครอบครัว หรือญาติ	4.21	0.707	มาก	4
3. ซื้อในโอกาสสำคัญ/พิเศษ (วันเกิด, วันครบรอบ)	4.24	0.634	มาก	3
4. ซื้อในเทศกาลพิเศษ (วันปีใหม่, วันตรุษจีน)	3.57	0.893	มาก	5
5. ซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	4.30	0.675	มาก	2
รวม	4.13	0.696	มาก	

จากตารางที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุน ด้านการซื้อ โดยรวมให้ความสำคัญคือ คือ สำคัญมาก และมีคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับ 1 ซื้อเพื่อตนเอง ($\bar{X} = 4.32$) อันดับ 2 ซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ ($\bar{X} = 4.30$) อันดับ 3 ซื้อในโอกาสสำคัญ/พิเศษ (วันเกิด, วันครบรอบ) ($\bar{X} = 4.24$) อันดับ 4 ซื้อเพื่อครอบครัว หรือญาติ ($\bar{X} = 4.21$) และอันดับ 5 ซื้อในเทศกาลพิเศษ (วันปีใหม่, วันตรุษจีน) ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านการบอกต่อ

ปัจจัยการลงทุน	ด้านการบอกต่อ			
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. บอกต่อครอบครัวหรือญาติ	4.03	0.767	มาก	3
2. บอกต่อเพื่อน	4.23	0.723	มาก	2
3. บอกต่อคนรู้จัก	4.30	0.663	มาก	1
รวม	4.19	0.178	มาก	

จากตารางที่ 4.16 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุน ด้านการบอกต่อ โดยรวมให้ความสำคัญคือ คือ สำคัญมาก และมีคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับ 1 บอกต่อคนรู้จัก ($\bar{X} = 4.30$) อันดับ 2 บอกต่อเพื่อน ($\bar{X} = 4.23$) และอันดับ 3 บอกต่อครอบครัวหรือญาติ ($\bar{X} = 4.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการลงทุน ด้านการกลับมาซื้ออีก

ปัจจัยการลงทุน	ด้านการกลับมาซื้ออีก			
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. รู้สึกคุ้มค่าที่จะลงทุนต่อ	4.46	0.519	มาก	1
2. ต้องการการลงทุนที่มีความเสี่ยงน้อย	4.44	0.597	มาก	2
3. พึงพอใจกับผลตอบแทนที่ได้รับ	4.30	0.679	มาก	3
รวม	4.40	0.598	มาก	

จากตารางที่ 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุน ด้านการกลับมาซื้ออีก โดยรวมให้ความสำคัญคือ คือ สำคัญมาก และมีคะแนนเฉลี่ยของระดับความสำคัญเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับ 1 รู้สึกคุ้มค่าที่จะลงทุนต่อ ($\bar{X} = 4.46$) อันดับ 2 ต้องการการลงทุนที่มีความเสี่ยงน้อย ($\bar{X} = 4.44$) และอันดับ 3 พึงพอใจกับผลตอบแทนที่ได้รับ ($\bar{X} = 4.30$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบการจัดอันดับระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุนเป็นรายด้าน

ปัจจัยการลงทุน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ลำดับที่
ด้านความพึงพอใจ	4.36	0.610	2
ด้านสัญญาว่าจะซื้อ	3.25	0.931	5
ด้านการซื้อ	4.13	0.696	4
ด้านการบอกต่อ	4.19	0.178	3
ด้านการกลับมาซื้ออีก	4.40	0.598	1

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุนมากที่สุดดังนี้ อันดับ 1 ด้านการกลับมาซื้ออีก ($\bar{X} = 4.40$) อันดับที่ 2 ด้านความพึงพอใจ ($\bar{X} = 4.36$) อันดับที่ 3 ด้านการบอกต่อ ($\bar{X} = 4.19$) อันดับที่ 4 ด้านการซื้อ ($\bar{X} = 4.13$) และอันดับที่ 5 ด้านสัญญาว่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 สถิติเชิงอนุมาน

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน เกี่ยวกับ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน และปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน

โดยใช้ t-test และ F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินในแต่ละด้าน ได้ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์	การตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน				
	ประเภทสลากออมสิน				
เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
- ชาย	198	1.33	0.473	-7.451	0.483
- หญิง	202	1.68	0.466		
วัตถุประสงค์ของการซื้อ					
เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
- ชาย	198	2.96	1.406	2.462	0.027*
- หญิง	202	2.63	1.280		
เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน					
เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
- ชาย	198	1.97	0.556	1.147	0.301
- หญิง	202	1.91	0.557		
ความปลอดภัยในการลงทุน					
เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
- ชาย	198	1.06	0.239	-7.665	0.000*
- หญิง	202	1.35	0.479		
ความเหมาะสมคุ้มค่า					
เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
- ชาย	198	1.01	0.071	-2.544	0.000*
- หญิง	202	1.04	0.207		
ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเสียเปล่าจากการลงทุน					
เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
- ชาย	198	3.44	0.498	-1.611	0.143
- หญิง	202	3.52	0.501		

หมายเหตุ : ตัวเลขในตาราง คือ ค่า Sig.* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ด้านวัตถุประสงค์ของการซื้อ ความปลอดภัยในการลงทุน ความปลอดภัยในการลงทุน และความเหมาะสมคุ้มค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ประเภทสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	9.668	5	1.934	8.438	0.000*
	ภายในกลุ่ม	90.292	394	0.229		
	รวม	99.960	399			
วัตถุประสงค์ของการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	218.286	5	43.657	33.629	0.000*
	ภายในกลุ่ม	511.491	394	1.298		
	รวม	729.777	399			
เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	12.608	5	2.522	8.945	0.000*
	ภายในกลุ่ม	111.070	394	0.282		
	รวม	123.678	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความปลอดภัยในการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	15.522	5	3.104	24.338	0.000*
	ภายในกลุ่ม	50.256	394	0.128		
	รวม	65.778	399			
ความเหมาะสมค้ำค่า	ระหว่างกลุ่ม	.117	5	0.023	0.960	0.442
	ภายในกลุ่ม	9.633	394	0.024		
	รวม	9.750	399			
ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	10.580	5	2.116	9.340	0.000*
	ภายในกลุ่ม	89.260	394	0.227		
	รวม	99.840	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบ พบว่า ลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้าน ประเภทสลากออมสิน วัตถุประสงค์ของการซื้อ เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน ความปลอดภัยในการลงทุน และระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ยกเว้นลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้านความเหมาะสมค้ำค่า ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.3

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ประเภทสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	29.725	2	14.863	84.011	0.000*
	ภายในกลุ่ม	70.235	397	0.177		
	รวม	99.960	399			
วัตถุประสงค์ของการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	3.014	2	1.507	.823	0.440
	ภายในกลุ่ม	726.763	397	1.831		
	รวม	729.777	399			
เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	14.366	2	7.183	26.087	0.000*
	ภายในกลุ่ม	109.312	397	0.275		
	รวม	123.678	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความปลอดภัยในการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	5.265	2	2.633	17.272	0.000*
	ภายในกลุ่ม	60.512	397	.152		
	รวม	65.778	399			
ความเหมาะสมคู้มค่า	ระหว่างกลุ่ม	.005	2	.002	.096	0.908
	ภายในกลุ่ม	9.745	397	.025		
	รวม	9.750	399			
ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความเสี่ยงจากความสูญเปล่าจากการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	2.042	2	1.021	4.144	0.017*
	ภายในกลุ่ม	97.798	397	.246		
	รวม	99.840	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบ พบว่า ลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้าน ประเภทสลากออมสิน เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน ความปลอดภัยในการลงทุน และระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ยกเว้นลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้านวัตถุประสงค์ของการซื้อ และด้านความเหมาะสมคุ้มค่า ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.4

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ประเภทสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	4.512	4	1.128	4.668	0.001*
	ภายในกลุ่ม	95.448	395	0.242		
	รวม	99.960	399			
วัตถุประสงค์ของการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	63.754	4	15.939	9.453	0.000*
	ภายในกลุ่ม	666.023	395	1.686		
	รวม	729.777	399			
เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	6.732	4	1.683	5.684	0.000*
	ภายในกลุ่ม	116.946	395	0.296		
	รวม	123.678	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความปลอดภัยในการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	16.542	4	4.135	33.177	0.000*
	ภายในกลุ่ม	49.236	395	0.125		
	รวม	65.778	399			
ความเหมาะสมค้ำค่า	ระหว่างกลุ่ม	.200	4	0.050	2.072	0.084
	ภายในกลุ่ม	9.550	395	0.024		
	รวม	9.750	399			
ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	7.381	4	1.845	7.884	0.000*
	ภายในกลุ่ม	92.459	395	0.234		
	รวม	99.840	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบ พบว่า ลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้าน ประเภทสลากออมสิน วัตถุประสงค์ของการซื้อ เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน ความปลอดภัยในการลงทุน และระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ยกเว้นลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้านความเหมาะสมค้ำค่า ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.5

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ประเภทสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	19.553	5	3.911	19.162	0.000*
	ภายในกลุ่ม	80.407	394	0.204		
	รวม	99.960	399			
วัตถุประสงค์ของการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	185.559	5	37.112	26.868	0.000*
	ภายในกลุ่ม	544.218	394	1.381		
	รวม	729.777	399			
เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	26.392	5	5.278	21.377	0.000*
	ภายในกลุ่ม	97.286	394	0.247		
	รวม	123.678	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ ต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความปลอดภัยในการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	15.393	5	3.079	24.075	0.000*
	ภายในกลุ่ม	50.384	394	0.128		
	รวม	65.778	399			
ความเหมาะสมค้ำค่า	ระหว่างกลุ่ม	.547	5	0.109	4.687	0.000*
	ภายในกลุ่ม	9.203	394	0.023		
	รวม	9.750	399			
ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	38.889	5	7.778	50.278	0.000*
	ภายในกลุ่ม	60.951	394	0.155		
	รวม	99.840	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้าน ประเภทสลากออมสิน วัตถุประสงค์ของการซื้อ เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน ความปลอดภัยในการลงทุน ความเหมาะสมค้ำค่า และระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.5

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ประเภทสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	26.036	3	8.679	46.490	0.000*
	ภายในกลุ่ม	73.924	396	0.187		
	รวม	99.960	399			
วัตถุประสงค์ของการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	51.821	3	17.274	10.090	0.000*
	ภายในกลุ่ม	677.957	396	1.712		
	รวม	729.777	399			
เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน	ระหว่างกลุ่ม	7.098	3	2.366	8.037	0.000*
	ภายในกลุ่ม	116.580	396	0.294		
	รวม	123.678	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน (ต่อ)

	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความปลอดภัยในการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	.800	3	0.267	1.626	0.183
	ภายในกลุ่ม	64.977	396	0.164		
	รวม	65.778	399			
ความเหมาะสมคุ่มค่า	ระหว่างกลุ่ม	1.388	3	0.463	21.908	0.000*
	ภายในกลุ่ม	8.362	396	0.021		
	รวม	9.750	399			
ระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	4.737	3	1.579	6.574	0.000*
	ภายในกลุ่ม	95.103	396	0.240		
	รวม	99.840	399			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้าน ประเภทสลากออมสิน วัตถุประสงค์ของการซื้อเหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน ความเหมาะสมคุ่มค่า และระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ยกเว้นลักษณะปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ สลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินด้านความปลอดภัยในการลงทุน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ปัจจัยส่วนบุคคล	การตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน						
	การทดสอบ	ค่า Sig.					
		ประเภทสลาก	วัตถุประสงค์	เหตุผลในการลงทุน	ความปลอดภัยในการลงทุน	ความเหมาะสมกลุ่มค่า	ระดับความเสี่ยง
เพศ	T-test	0.483	0.027*	0.301	0.000*	0.000*	0.143
อายุ	F-test	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.442	0.000*
สถานภาพ	F-test	0.000*	0.440	0.000*	0.000*	0.908	0.017*
อาชีพ	F-test	0.001*	0.000*	0.000*	0.000*	0.084	0.000*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
ระดับการศึกษา	F-test	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.183	0.000*

หมายเหตุ : ตัวเลขในตาราง คือ ค่า Sig. *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า โดยรวมแล้วปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ
ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ตารางที่ 4.26 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการลงทุนกับการตัดสินใจซื้อสลาก
ออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ปัจจัยการลงทุน	การตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน						
	การทดสอบ	ค่า Sig.					
		ประเภท สลาก	วัตถุประสงค์	เหตุผล ในการ ลงทุน	ความ ปลอดภัย ในการ ลงทุน	ความ เหมาะสม มูลค่า	ระดับ ความ เสี่ยง
ด้านความพึงพอใจ	Chi-Square	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
ด้านสัญญาว่าจะซื้อ	Chi-Square	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
ด้านการซื้อ	Chi-Square	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
ด้านการบอกต่อ	Chi-Square	0.001*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*
ด้านการกลับมาซื้อ อีก	Chi-Square	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*	0.000*

หมายเหตุ : ตัวเลขในตาราง คือ ค่า Sig. *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า โดยรวมแล้วปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการ
ตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.50 รองลงมาคือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.50 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมาคือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 34.25 มีอาชีพเป็นรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.50 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.75 รองลงมาคือ ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.75 การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.25 รองลงมาคือ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 14.00 ตามลำดับ

สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือ สลากออมสินพิเศษ 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีวัตถุประสงค์ของการซื้อ คือ โอกาสถูกรางวัล คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ ออมเงิน คิดเป็นร้อยละ 23.50 เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน คือ ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ความปลอดภัยของการลงทุน คิดเป็นร้อยละ 18.50 สำหรับความปลอดภัยในการลงทุนส่วนใหญ่เห็นว่าสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสิน มีความปลอดภัยในการลงทุนมาก คิดเป็นร้อยละ 79.25 รองลงมาคือ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.75 และเห็นว่ามีความเหมาะสมคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 97.50 รองลงมาคือ ไม่เหมาะสมคุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 2.50 และมีระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเปล่าจากการลงทุนน้อย คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ ไม่มีความเสี่ยง คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการลงทุน

ผลการสำรวจระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุนมากที่สุดครั้งนี้ อันดับ 1 ด้านการกลับมาซื้ออีก ($\bar{X} = 4.40$) อันดับที่ 2 ด้านความพึงพอใจ ($\bar{X} = 4.36$) อันดับที่ 3 ด้านการบอกต่อ ($\bar{X} = 4.19$) อันดับที่ 4 ด้านการซื้อ ($\bar{X} = 4.13$) และอันดับที่ 5 ด้านสัญญาว่าจะซื้อ ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ 2 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกัน

โดยใช้ t-test และ F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินในแต่ละด้าน พบว่า โดยรวมแล้วปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติ One-way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า โดยรวมแล้วปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 – 50 ปี มีสถานภาพสมรส มีอาชีพรับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัตนาภรณ์ คลังภักดี (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตศิริราช กรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ

ระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผลการศึกษาของทองร้อย รอดทอง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินของลูกค้านาคารออมสิน เขตกรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 50-59 ปี มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 และ 25,001 บาท และโดยรวมแล้วปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ 5 ปี มีวัตถุประสงค์ของการซื้อ คือ โอกาสถูกรางวัล และออมเงิน ตามลำดับ เหตุผลในการลงทุนซื้อสลากออมสิน คือ ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า และมีความปลอดภัยในการลงทุนมาก มีความเหมาะสมคุ้มค่า และมีระดับความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสูญเสียต่ำกว่าจากการลงทุนน้อย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นายณัฐพงศ์ ศิริธรานนท์ และรองศาสตราจารย์สมพล ทุงหว่า (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาออมใหญ่ จังหวัดนครปฐม" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมสินพิเศษเพื่อการเสี่ยงโชค

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า โดยรวมแล้วปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วรินดา แก้วพิจิตร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขานครชัยศรี จังหวัดนครปฐม" ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีปัจจัยในการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน และลูกค้ำที่มีพฤติกรรมในการเลือกซื้อที่ต่างกัน มีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อแตกต่างกัน รวมถึงผลการศึกษาของ น.ส.จุรีพร อินทรานุรักษ์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาโคตกรวด จ.นครราชสีมา" ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากฯที่ต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินธนาคารออมสิน สาขาโคตกรวด จ.นครราชสีมา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ รัตนากรณ์

คลังักดี (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตศิริราช กรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสิน

5.4 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้

1. การเลือกลงทุนในสลากออมสินของลูกค้าโดยส่วนมากแล้วก็เพื่อเป็นการออมเงินที่สามารถลุ้นรางวัลในการถูกลอตเตอรี่ที่สามารถสร้างผลตอบแทนได้มากกว่าการฝากเงินทั่วไป ดังนั้นการมีรางวัลจากสลากที่หลากหลายจะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน ดังนั้นธนาคารออมสินต้องมีความเข้าใจและจัดประเภทลูกค้าให้เหมาะสมเพื่อการออกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าและความต้องการของลูกค้าได้

3. ปัจจัยในการลงทุนของลูกค้าซึ่งประกอบด้วยความพึงพอใจ การซื้อ การบอกต่อ และการกลับมาซื้อซ้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่ธนาคารต้องให้ความสำคัญในบริการกับลูกค้า โดยมุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานให้มีความสามารถและความรู้ในการที่จะเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน และตอบโต้ความต้องการของลูกค้าได้

5.5 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาในภูมิภาคหรือในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาสร้างเป็นแบบจำลองในการพยากรณ์การลงทุนในสลากออมสินของลูกค้าได้

2. อาจทำการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเงินในรูปแบบสลากออมทรัพย์ที่ลูกค้าต้องการในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อนำผลการที่ได้ไปสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า

บรรณานุกรม

กาญจนา. (2546). ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้. พิมพ์ที่9.กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

กิตติมา. (2529). ความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ เมื่อได้รับการตอบสนอง. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จุรีพร อินทรานุกรณ์. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาโคกกรวด จ.นครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ มหาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เทพพนม และสวิง. (2540). ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกที่เกิดขึ้น. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์การพิมพ์.

นภารัตน์. (2544). ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกทางบวกความรู้สึกทางลบและความสุขที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน. กรุงเทพฯ: เฮาส์ออฟเคอร์มิสท์.

บุญรุ่ง จันทน์นาค. (2556). วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรบริหารธุรกิจ.(พิมพ์ครั้งที่3) กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิทยาลัยเทคโนโลยีตั้งตรงจิตรบริหารธุรกิจ

ประกายดาว คำรังพันธ์. (2536). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ: กรณีศึกษาศูนย์ธุรกิจสะพานขาวธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประพิมพ์พร ชูรัมย์ย์ และนิติพล ภูตะโชติ. (2558). วารสารการประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการ ระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2558. มหาวิทยาลัยขอนแก่น

พฤติกรรมของผู้บริโภค. Consumer Behavior. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2560 จาก ; <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html> (2557)

พิทักษ์ ตรีขทิบ. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร: ศึกษากรณีสำนักงานเขตยานนาวา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์.

รัตนภรณ์ คลังภักดี. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสิน เขตศิริราช จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

รัฐนันท์ วิริยะอ่องศรี และพัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2557). วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ ปี ที่ 4 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม – กันยายน 2557)

วรินดา แก้วพิจิตร. (2556). ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขานครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน. มหาวิทยาลัยศิลปากร

สง่า ภูธรรงค์. (2540). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของศึกษาธิการอำเภอตามอำนาจหน้าที่ของสำนักงานศึกษาธิการอำเภอ และความพึงพอใจของข้าราชการสำนักงานศึกษาธิการในเขตการศึกษา 7. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต.

สุเทพ พานิชพันธุ์. (2541). ความพึงพอใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด และการวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ดวงกมล.

วิไลพร พัดเทียม. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมในรูปแบบสลากออมสินพิเศษ: กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). การวิจัยการตลาด กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

อภิษฐ์า เดชะกุลกำจร (2558) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขามหาไไทย. การค้นคว้าอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.

Kotler, Philip. (1997). Marketing management : analysis, planning, implementation and control. 9th ed. New Jersey :A simon & Schuster Company.





ภาคผนวก



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ปัจจัยการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน
สาขาสำนักพหลโยธิน

Investment Factors Influencing Buying Decision Government Savings Bank's Lottery

At Government Savings Bank at Phaholyothin Office

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
ข้อมูลของจะถูกนำไปใช้เฉพาะทางด้านการศึกษาค้นคว้าเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนัก
พหลโยธิน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงไปในช่อง เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริง

- | | | |
|------------|---|---|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> 1. ชาย | <input type="checkbox"/> 2. หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 20 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 21 – 30 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 3. 31 – 40 ปี | <input type="checkbox"/> 4. 41 – 50 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 5. 51 – 60 ปี | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 60 ปี |
| 3. สถานภาพ | <input type="checkbox"/> 1. โสด | <input type="checkbox"/> 2. สมรส |
| | <input type="checkbox"/> 3. หม้าย /หย่าร้าง | |
| 4. อาชีพ | <input type="checkbox"/> 1. นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | <input type="checkbox"/> 3. บริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว |
| | <input type="checkbox"/> 5. อิสระ (Freelance) | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ |

5. รายได้ต่อเดือน 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท 2. 15,001 – 30,000 บาท
 3. 30,001 – 45,000 บาท 4. 45,001 – 60,000 บาท
 5. 60,001 – 75,000 บาท 5. มากกว่า 75,000 บาท
6. ระดับการศึกษา 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงไปในช่อง เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริง

7. สลากออมสินพิเศษที่ท่านซื้อมากที่สุดคือประเภทไหน
 1. สลากออมสินพิเศษ 3 ปี 2. สลากออมสินพิเศษ 5 ปี
 3. อื่นๆ โปรดระบุ.....
8. วัตถุประสงค์ที่ท่านตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ มากที่สุด
 1. อัตราดอกเบี้ย 2. โอกาสถูกรางวัล
 3. การเสี่ยงโชค 4. ออมเงิน
 5. เพื่อทำสัญญาค้ำประกัน 6. เพื่อการกู้เงินจากธนาคาร
9. ท่านตัดสินใจเลือกลงทุนด้วยการซื้อสลากออมสินพิเศษกับธนาคารออมสิน เพราะเหตุใด
 1. ความปลอดภัยของการลงทุน 2. ผลตอบแทนที่ได้รับเหมาะสมคุ้มค่า
 3. ความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความเสี่ยงเปล่าของการลงทุน
10. คุณคิดว่าการซื้อสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสิน มีความปลอดภัยในการลงทุน
 ระดับใด
 1. มาก 2. ปานกลาง
 3. น้อย 4. ไม่ปลอดภัย
11. ท่านคิดว่าผลตอบแทนที่ท่านได้รับจากการซื้อสลากออมสินพิเศษ มีความเหมาะสมคุ้มค่า
 หรือไม่
 1. เหมาะสมคุ้มค่า 2. ไม่เหมาะสมคุ้มค่า

12. ท่านคิดว่าการลงทุนโดยการซื้อสลากออมสินพิเศษ มีความเสี่ยงหรือโอกาสเกิดความสุข
 เป้าจากการลงทุน อยู่ในระดับใด

1. มาก

2. ปานกลาง

3. น้อย

4. ไม่มีความเสี่ยง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยการลงทุน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่องระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลาก
 ออมสินพิเศษของท่านเพียงคำตอบเดียว

ข้อ	คำถาม	ระดับความสำคัญ				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
	ด้านความพึงพอใจ					
13	ราคาของสลากออมสินพิเศษต่อหน่วย					
14	อัตราผลตอบแทนหรืออัตราดอกเบี้ยที่ได้รับ					
15	ช่องทางการจัดจำหน่าย					
16	การให้บริการของพนักงาน					
	ด้านสัญญาว่าจะซื้อ					
17	ตัดสินใจซื้อเลย					
18	ขอคิดดูก่อน แล้วจึงตัดสินใจซื้อ					
19	ข้อมูลยังไม่เพียงพอในการตัดสินใจซื้อ					
	ด้านการซื้อ					
20	ซื้อเพื่อตนเอง					
21	ซื้อเพื่อครอบครัว หรือญาติ					
22	ซื้อในโอกาสสำคัญ/พิเศษ (วันเกิด, วันครบรอบ)					

ข้อ	คำถาม	ระดับความสำคัญ				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
	ด้านการซื้อ (ต่อ)					
23	ซื้อในเทศกาลพิเศษ (วันปีใหม่, วันตรุษจีน)					
24	ซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ					
	ด้านการบอกต่อ					
25	บอกต่อครอบครัวหรือญาติ					
26	บอกต่อเพื่อน					
27	บอกต่อคนรู้จัก					
	ด้านการกลับมาซื้ออีก					
28	รู้สึกคุ้มค่าที่จะลงทุนต่อ					
29	ต้องการการลงทุนที่มีความเสี่ยงน้อย					
30	พึงพอใจกับผลตอบแทนที่ได้รับ					

*** ขอขอบคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม ***

ประวัติผู้วิจัย

นางสาวเมธิษฐ พึ่งเพาะปลูก เกิดวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2533 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เมื่อปีการศึกษา 2556 และได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม ในปีการศึกษา 2558

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2556 – พ.ศ. 2558

สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

พ.ศ. 2558 – พ.ศ. 2559

วิทยาลัยเซนต์หลุยส์

พ.ศ. 2559 – ปัจจุบัน

ธนาคารออมสิน

