

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5  
ของลูกค้าธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช**

**Factors Influencing Buying Decision on Special Premium Savings Certificate :  
at the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, (BAAC), In the city of  
Nakhon Si Thammarat**

ประดิษฐา อนุกุล

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้าธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2.) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้า ธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด และการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ จำแนกตามเพศ อายุ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ และจำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพ พบว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกันไม่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ และการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ซื้อที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 และผู้ซื้อที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมของลูกค้า , ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ประดิษฐา อนุกุล หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

## **Abstract**

This research aims to 1.) To study demographic factors influencing the decision of purchasing a savings lottery. Agriculture Wealthy 5 of Bank customers (BAAC) in Muang district Nakhon Si Thammarat Province2.) To study the behavioral factors of the buyers of the Mahakulamgok 5 lottery lottery which influences the purchasing decision of the Mahakulamgok 5 lottery lottery of bank customers (BAAC) in Muang District. Nakhon Si Thammarat.

The results of the study found that Marketing Mix Factors Influencing Savings Lottery Purchase Decisions A prosperous agricultural suit 5 When considering each aspect, it was found that the product factor Price factor Distribution channel factor Marketing promotion factor Personal factors Physical factors Process factors At the highest level And the comparison of demographic data that influences the purchasing behavior of the savings lottery by gender and age. Different age factors influence the purchasing behavior of the savings lottery. And classified by educational level, occupation It was found that customers with different educational levels, occupations, had no influencing factors on purchasing behavior of saving lottery tickets. And comparison of demographic data that influences marketing mix factors by sex, age, education level, occupation It was found that customers of different genders had influencing factors on marketing mix factors. The results of the hypothesis testing showed that buyers with demographic characteristics, gender, age, had an effect on purchasing behavior of saving lottery tickets. The wealthy agricultural suit 5 and buyer demographic characteristics, gender, age, education level, occupation affected factors of marketing mix.

**Keywords:** customer behavior, marketing mix factor

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พ.ศ. 2509 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

นายจำเนียร สารระนาค ผู้จัดการ (ธ.ก.ส.) คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงาน (ธ.ก.ส.) ทุกคนละเว้นการอันควรต่าง ๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้พนักงาน (ธ.ก.ส.) ทุกคนถือปฏิบัติ ดังนี้ 1.การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริต 2.ห้ามมีเมียมากกว่าคนเดียว 3.ห้ามกู้ยืมเงินจากลูกค้า 4.ห้ามเป็นตัวแทนโทรทศณีย์ 5. ห้ามเรียกรับเงินลูกค้าซื้อของใช้ประจำที่ทำการ 6. ห้ามหาผลประโยชน์จากบรรดาลูกค้าหรือทำมาหากินร่วมกับลูกค้า 7.ห้ามรับอามิสสินจ้าง 8.ห้ามไม่ซื้อต่องาน 9.ห้ามหลับในที่ทำงาน ซึ่งพนักงาน (ธ.ก.ส.) ถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน

สลากออมทรัพย์ของธนาคาร (ธ.ก.ส.) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สำคัญประเภทหนึ่งของธนาคาร ฯ ซึ่งสลากออมทรัพย์มีกำหนดระยะเวลาฝาก และอัตราผลตอบแทนที่คงที่ เมื่อผู้ซื้อถือครบกำหนดตามระยะเวลา เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่สร้างทางเลือกอีกทางให้กับลูกค้า โดยให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือสลาก เช่น ดอกเบี้ย และผลตอบแทนจากการถูกรางวัลพิเศษ ซึ่งเกิดจากการสุ่มจับหมายเลขประจำสลาก ตามชุดหมวดของสลากออมทรัพย์ โดยมีมูลค่าเงินรางวัลแตกต่างกันไป ตามเงื่อนไขของสลาก ณ ตอนนั้นที่มีการเปิดจำหน่ายของธนาคาร ฯ (ธ.ก.ส.) เริ่มรับเปิดจำหน่ายสลากออมทรัพย์ ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2540 โดยกระจายเปิดจำหน่ายสลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ทุกสาขาทั่วประเทศ โดยกำหนดสลากออมทรัพย์เป็นหน่วย มูลค่าต่อสลาก/ต่อหน่วย , ระยะเวลาการรับฝากอัตราดอกเบี้ยเมื่อครบกำหนด,การไถ่ถอนสลากก่อนครบกำหนดมูลค่าเงินรางวัล จำนวนครั้งที่มีสิทธิถูกรางวัลตลอดครบกำหนด 3 ปี หรือตามเงื่อนไขที่ธนาคารฯ ตั้งไว้ ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ของเศรษฐกิจ และธนาคารฯ ซึ่งสลากออมทรัพย์ในปัจจุบัน คือ สลากออมทรัพย์ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 มูลค่าหน่วยละ 100 บาท ครบกำหนด 3 ปี สุ่มรางวัลพิเศษตลอด 36 งวด เปิดรับฝากเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2563

การตัดสินใจใช้เงินฝากมีความสำคัญต่อธนาคารหลายประการ โดยเฉพาะในด้านการระดมเงินทุนที่จะส่งผลต่อเสถียรภาพและฐานะการเงินซึ่งจะเป็นตัวแทนกำหนดทิศทาง และแผนธุรกิจของธนาคารในการจัดสรรเงินทุน เพื่อขับเคลื่อนภารกิจของธนาคารตามพันธกิจหลัก เพื่อสนองนโยบาย

รัฐบาลรัฐบาลตามบทบาทในฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลังช่วยให้การสนับสนุนเงินทุนในการประกอบอาชีพของเกษตรกรลูกค้า ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ให้มีช่องทางพอเพียง และช่วยยกระดับรายได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้าธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูลจากลูกค้าผู้มาใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งคาดว่าการศึกษาครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมตรงกับความต้องการของลูกค้า การตัดสินใจในการซื้อแรงจูงใจสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมและการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ รวมถึงเป็นการส่งเสริมการออมเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุดของประชาชนตรงตามการจุดประสงค์การจัดตั้งธนาคาร (ธ.ก.ส.)

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้าธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากออมทรัพย์ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์เกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้า ธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

#### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้าธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้มีการกำหนดขอบเขตปัจจัยดังนี้ ขอบเขตเนื้อหา ประกอบด้วย ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเลือกจากประชากรกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน ส่วนพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา เป็นพื้นที่ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) โดยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## สมมติฐานของการวิจัย

1. สมมติฐานงานวิจัยประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษมมั่งคั่ง 5 ของลูกค้าธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ ที่แตกต่างกัน

2. สมมติฐานงานวิจัยประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของลูกค้าธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่แตกต่างกัน

## วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการและคุณภาพการบริการ

การบริการ คือ งานที่ไม่มีตัวตนสัมผัสไม่ได้แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้ บริการไม่ได้แตกต่างจากสินค้า จุดมุ่งหมายหลักคือ การตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ทำให้เกิดความพึงพอใจจากการซื้อบริการเหล่านั้น โดยมีแนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วน ประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์(Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ 2. ราคา (Price) คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า ของ บริการกับราคาของบริการนั้น 3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อ สื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม 5. พนักงาน (People) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็น ความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร 6. กระบวนการ (Process) คือ ระเบียบวิธีกลไก และการโยกย้ายที่เกิดขึ้นในระบบการปฏิบัติงาน เนื่องจากขั้นตอนของการบริการมีความยากง่ายแตกต่าง 7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะด้านกายภาพให้กับลูกค้า ทั้งทางด้านรูปแบบการให้บริการไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่ง ภายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อน โขน

## แนวคิดและทฤษฎีการออม

การออม (Savings) หมายถึง รายได้สุทธิ เป็นส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายหรือการบริโภค ถ้ารายได้สุทธิอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าการออมย่อมต่ำไปด้วย และการออมจะเพิ่มสูงขึ้นเมื่อรายได้สูง วัตถุประสงค์ในการออม สามารถจัดสรรวัตถุประสงค์หลักได้เป็น 4 ส่วน 1.) ออมเพื่อกรณีฉุกเฉิน ควรมีจำนวนเท่ากับรายจ่ายประจำ 6 2.) ออมเพื่อเติมฝัน เป็นการออมระยะสั้นถึงปานกลาง 1-5 ปี 3.) ออมเพื่อวัยเกษียณ เป็นการออมระยะยาว 4.) ออมเพื่อการลงทุน เป็นการนำเงินออมไปลงทุนให้ ออกงาย

## สลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5

สิทธิประโยชน์ เพื่อให้ผู้ฝากมีสภาพคล่องทางการเงินยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไปใช้เป็น หลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้กับธนาคาร (ธ.ก.ส.) ได้ร้อยละ 90 ของมูลค่าสลาก ฝากครบ 1 เดือน มีสิทธิกู้ได้ อัตราดอกเบี้ยการกู้เงินเพื่อค้ำประกัน อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 3.75 ต่อปี สลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5สามารถใช้เป็นหลักประกันผู้ต้องหาในชั้นสอบสวนของตำรวจ อัยการ และประกัน ตัวจำเลยในชั้นศาล โดยมีค่าธรรมเนียมการทำหนังสือรับรองการประกันตัวผู้ต้องหา 100 บาทต่อ สลาก

## วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้า ธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey method) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อหา ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ

### การกำหนดประชากรเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ลูกค้าธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ลูกค้าที่เลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 กับธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประชากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 กับ ธนาคาร (ธ.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน โดยมีการกำหนดขนาด ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม 5%

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้า ธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นโดยค้นคว้าจากหนังสือ และเอกสาร ต่าง ๆ รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาทดสอบและปรับปรุง เป็นคำถามประเภท (Self-Administer Questionnaire) ซึ่งประกอบ 4 ส่วนต่าง ๆ ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้า ธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดจำนวน 4 ข้อ ในแต่ละข้อให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้า ธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ลักษณะคำถามแบบปลายปิดโดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อ งบประมาณในการซื้อ ช่องทางการซื้อ ระยะเวลาถือครองสลาก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้า ธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) , ด้านราคา (Price) , ด้านการจัดจำหน่าย (Place) , ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) , ด้านพนักงาน (People) , ด้านกระบวนการ (Process) , ด้านกายภาพ (Physical Evidence) โดยมีลักษณะคำถามปลายปิด ซึ่งมีเกณฑ์วัดเฉลี่ยคะแนน ตามวิธีของ ลิเคิร์ต ส่วนที่ 4 แบบสอบถามสำหรับแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดลูกค้าสามารถเสนอความเห็นตามความต้องการ เพื่อให้ธนาคารปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านสลากออมทรัพย์

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้า ธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยให้แบบสอบถามผ่านทางระบบออนไลน์ การกระจายแบบสอบถามผ่านเครือข่ายออนไลน์ต่างๆ เช่น แอปพลิเคชันผ่าน Facebook และผ่านช่องทาง แอปพลิเคชัน Line และสแกน Qr code เนื่องจากวิธีนี้เป็นวิธีที่ทำให้ได้ข้อมูลรวดเร็ว มีต้นทุนในการดำเนินงานที่ค่อนข้างต่ำ และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก

## การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เมื่อผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน นำมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิเคราะห์ 2 ส่วน ดังนี้ 1.สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบไปด้วย ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2.สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของปัจจัยในงานวิจัยนี้ และพิจารณาว่าตัวแปรเหล่านั้นสามารถพิจารณาเป็นองค์ประกอบ ร่วมหรือไม่ร่วม สำหรับตัวแปรอิสระที่มากกว่า 1 ตัวแปรที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม และมีการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระ จากกันด้วยการวิเคราะห์แบบ (Independent Sample T-Test) และในส่วนของ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของระดับความเห็นของลูกค้า ธนาคาร(ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน มี ดังนี้ **เพศ** พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.20 และเป็นเพศชาย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 **อายุ** พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 อายุ 41-50 ปีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 อายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 และ 51-60 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ตามลำดับ **ระดับการศึกษาสูงสุด** พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 รองลงมาจบการศึกษาระดับไม่เกิน ม. 6 หรือเทียบเท่า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 จบการศึกษานุปริญญา หรือ ปวส. จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ซึ่ง มีจำนวนเท่ากับจบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ตามลำดับ **อาชีพ** พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาคืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 อาชีพเกษตรกร จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 อาชีพข้าราชการบำนาญ/เกษียณอายุ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ

**การทดสอบสมมติฐานที่ 1** สรุปผลได้ว่าการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ จำแนกตามเพศ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ จำแนกตามอายุ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยที่มี



อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์

**การทดสอบสมมติฐานที่ 2** สรุปผลได้ว่าการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด จำแนกตามอายุ พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด

## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ของลูกค้ำธนาคาร (ช.ก.ส.) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาอภิปราย ผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.20 ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 ส่วนใหญ่มี ระดับการศึกษาจบปริญญาตรี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ กิตติยา ปั่นกลาง (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ ของ ลูกค้ำธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับ ปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 ส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานเอกชนและรัฐวิสาหกิจ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมทรัพย์ งบประมาณในการซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 เฉลี่ยต่อครั้ง ช่องทางการซื้อสลากออมทรัพย์ ระยะเวลาถือครองสลากออมทรัพย์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ พบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ เพื่อการออมทรัพย์ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง อยู่ที่ไม่เกิน 5,001-30,000 บาท จำนวน 280 คน ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมทรัพย์ ผ่านหน้าเคาน์เตอร์ จำนวน 291 คนคิดเป็นร้อยละ

ละ 72.80 ส่วนใหญ่มีแหล่งศึกษาข้อมูลในการซื้อสลากออมทรัพย์ ทางเจ้าหน้าที่พนักงาน (ช.ก.ศ.) จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 พบว่า ในภาพรวมของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 (S.D.= .454) ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 (S.D.= .411) ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 (S.D.= .376) ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 (S.D.= .368) ปัจจัยด้านบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 (S.D.= .384) ปัจจัยด้านทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 (S.D.= .327) ปัจจัยด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 (S.D.= .349)

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 พบว่า การเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ ตามเพศ พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์ ตามอายุ พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์ ตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์ ตามอาชีพ พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์

5. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด พบว่าการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาดตามเพศ พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาดตามอายุ พบว่า ลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด ตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด ตามอาชีพ พบว่า ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยประสมทางการตลาด

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ย 20-30 ปี เป็นวัยเรียนและทำงาน ซึ่งมีความสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างหลากหลาย ดังนั้นธนาคารควรกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่ม เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้ำ ทำให้เป็นการรักษาลูกค้ำเดิม และเพิ่มฐานลูกค้ำใหม่ได้ในอนาคต

2. ด้านเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ชุดเกษตรมั่งคั่ง 5 ธนาคารสามารถนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุง พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการ

## เอกสารอ้างอิง

กิตติยา ปั่นกลาง. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ,มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ชาลินี วิเศษวัฒนา. 2553. ปัจจัยการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อรูปแบบการออมประเภทเงินฝากประจำและการลงทุนในกองทุนรวมของผู้ลงทุนรายย่อย: วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ,มหาวิทยาลัยบูรพา.

เพชรวิฑูมทรัพย์. 2560. หลักการลงทุน . กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประสพชัย พสุนนท์. 2555. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ท็อป.

วรินดา แก้วพิจิตร. 2556. ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขานครชัยศรีจังหวัดนครปฐม: การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย , มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2563. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร: แหล่งที่มา <http://www.baac.or.th> (15 ตุลาคม 2563).

ณภัทร กันทะวงศ์. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจ , มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มาลัยพร จามน้อยพรหม. 2562. วิจัยการเพิ่มยอดผู้ใช้บริการ Application ธ.ก.ส. A-Mobile ธ.ก.ส. สาขานาญการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต , มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

รุ่งกานต์ เรืองยศ. 2562. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพัทลุง: การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กองแก้ว บุญแสนสิริสุข. 2553. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด

(มหาชน) ในการเลือกใช้บริการของลูกค้า เขตอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา:  
วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.

เจณกิจ แสงจั่น. 2556. **ความคิดเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของ  
ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เขตอำเภอบางป้อ จังหวัด  
สมุทรปราการ: การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบัณฑิตศึกษา ,  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.**

ศุกฤตา สังข์แก้ว. 2556. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคาร  
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง: วิทยานิพนธ์ ปริญญารัฐ  
ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยบูรพา.**

นพพร สะไบบาง. 2553. **คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร  
สาขาแม่โจ้: ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยแม่โจ้.**

รัฐนันท์ วิริยะอ่องศรี. 2557. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษในเขต  
กรุงเทพมหานคร: การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย  
รังสิต.**

วรินดา แก้วพิจิตร. 2556. **ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขา  
นครชัยศรี จังหวัดนครปฐม: วิทยานิพนธ์ ปริญญา, มหาวิทยาลัยศิลปากร.**

ฐิตานันท์ ทิพย์วุฒิกรณ์. 2557. **การประยุกต์ใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ สลากออม  
ทรัพย์ทวีสิน ของ ธ.ก.ส.อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่: การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยแม่โจ้.**