

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสิน
ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

Factors that affect to Government Savings Bank's lottery purchase of
customer's Government Savings Bank in Samutprakan province

วิจิตตรา สีมันตะ^{1*} และ ภาริน ธนนทวีกุล²

¹สาขาวิชาการจัดการการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

*ผู้รับผิดชอบบทความ

Wijittra Seemanta^{1*} และ Pharin Thanonthaweekul²

Email: seemanta9@gmail.com¹

¹Master of Business Administration Program in Finance and Banking, Faculty of Business
Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

²Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของข้อมูลลักษณะประชากรด้านปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน และแรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากออมสิน ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ผู้ค้นคว้าอิสระได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ทำการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ค้นคว้าอิสระในครั้งนี้คือลูกค้าของธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ผู้ค้นคว้าอิสระได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้สูตร Taro Yamane สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงอนุมานโดยใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-Test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อพิสูจน์ความแตกต่างของตัวแปรและจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้

30,001-50,000 บาท สถานภาพสมรส ด้านพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินและแรงจูงใจในการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการซื้อ; แรงจูงใจในการซื้อ; การเลือกซื้อสลากออมสิน

Abstract

This independent study has objective to study the differences of individual population, Government Savings Bank's lottery purchase behavior and Government Savings Bank's lottery purchase motivation that affect to Government Savings Bank's lottery purchase of customer's Government Savings Bank in Samutprakan province.

The independent researcher collect data by using the questionnaire to sample. The sample is customer's Government Savings Bank in Samutprakan Province. This sample has 400 people. The independent researcher uses Taro Yamane's descriptive statistical formula. This descriptive statistical formula uses data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation, inferential statistical analysis using F-TEST or One-way ANOVA in order to prove the differences of the variable and test the variable by Multiple Comparisons with the method of Scheffe and using Multiple Regression Analysis.

From the collection of questionnaires found that most of respondents were female that aged between 36-45 years, education in bachelor's degree, work at private company, have income 30,001-50,000 baht and have marital status.

The result of independent study found that Government Savings Bank's lottery purchase behavior and Government Savings Bank's lottery purchase motivation affect to purchase Government Savings Bank's lottery of customer's Government Savings Bank in Samutprakan province. This independent study has statistical significance at a level of 0.05.

Keywords : Purchase Behavior, Purchase Motivation, Government Savings Bank's lottery Purchase

บทนำ

จากสถานะเศรษฐกิจหดตัวในปัจจุบัน ดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ และความไม่แน่นอนอันสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การลงทุนเพื่อหวังผลตอบแทนสวนตลาดสำหรับผู้ที่ไม่มีความเชี่ยวชาญ อาจไม่ใช่ทางออก โดยเฉพาะคนที่ไม่สามารถรับความเสี่ยงในการลงทุนได้ สลากออมสินเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการออมเงินที่ไม่มีความเสี่ยง เป็นที่ทราบกันดี

ว่า “สลากออมสิน” เป็นรูปแบบหนึ่งของการออมเงิน โดยผู้ฝากจะได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่กำหนดพร้อมมีสิทธิ์ลุ้นรางวัลทุกเดือน เมื่อครบกำหนดได้เงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ย ซึ่งนอกจากจะช่วยให้เก็บเงินอยู่มือแล้ว ยังมีโอกาสถูกรางวัลต่าง ๆ ที่คล้ายกับการลุ้นรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ทำให้การเก็บเงินสนุกยิ่งขึ้น ปัจจุบันสลากออมสินเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ด้วยการขายราคาต่อหน่วยที่ต่ำลง เช่น สลากดิจิทัล 1 ปี ที่มีราคาหน่วยละ 20 บาท สลากดิจิทัล 2 ปี ราคาหน่วยละ 100 บาท เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นสลากออมทรัพย์ยังสามารถซื้อขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน **Mymo** ซึ่งเป็นช่องทางของธนาคารออมสิน ที่ทำให้สามารถบริหารจัดการ ติดตามดอกเบี้ย อัปเดตการถูกรางวัลของสลากที่ซื้อไว้ได้แบบเรียลไทม์ เรียกได้ว่าลุ้นได้ทุกที่ทุกเวลา

บางคนเวลาที่จะเริ่มลงทุน ก็มักจะซื้อสลากออมสินเป็นอันดับแรก หรือบางคนเวลาจะให้ของขวัญแก่บุตรหลาน ก็มักจะนึกถึงสลากออมสินเสมอ หรือผู้สูงอายุบางคนเมื่อเกษียณแล้ว ก็จะลงทุนแต่สลากออมสินเท่านั้น จึงเกิดข้อสงสัยว่า ทำไมคนถึงชอบซื้อสลากออมสิน แล้วสลากออมสินนั้นจริง ๆ แล้วเหมาะสมกับใคร เราควรรู้รูปแบบการลงทุนและผลตอบแทนก่อน สลากออมสินเป็นสลากที่ขายโดยธนาคารออมสิน โดยสลากก็ถือเป็นตราสารหนี้หนึ่ง การซื้อสลากออมสินนั้นไม่ได้เป็นการฝากเงินไว้กับธนาคารแต่เป็นการซื้อเพื่อลงทุนและถนอมยังได้ซึ่งโซครางวัลอีกด้วย สลากออมสินจึงไม่ได้อยู่ในกฎเกณฑ์ของการคุ้มครองเงินฝาก แต่ธนาคารออมสินหรือรัฐบาลจะเป็นผู้รับประกันเองว่าผู้ลงทุนก็จะได้เงินต้นพร้อมดอกเบี้ยแน่ ๆ ดังนั้นการลงทุนในสลากออมสินจึงเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงน้อยมาก เรียกว่าปลอดภัย เงินต้นไม่สูญ ได้รับดอกเบี้ย และถ้าโชคดียังได้ลุ้นรางวัลอีก

ดังนั้นการลงทุนในสลากออมสินนั้นไม่ได้เหมาะสมกับทุกคนเสมอไป บางสถานการณ์หรือบางเวลาสลากออมสินก็สามารถเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่เหมาะกับโจทย์หรือเป้าหมายของบางคนก็เป็นไปได้ ขึ้นอยู่กับแผนการเงินหรือพฤติกรรมการลงทุนของแต่ละคนที่ได้รับการวางแผนมา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะพฤติกรรมที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสิน ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการต่างกัน
2. พฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสิน ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

3. แรงจูงใจในการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสิน ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งหมด 114 สาขา จำนวนลูกค้าโดยประมาณ 342,000 คนซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จึงกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณไม่เกิน 5% ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้มีทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตร Taro Yamane

(ที่มา : www.gsb.or.th/contacts/สาขา-จุดให้บริการ)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (independent variables) คือ

1.1 ลักษณะประชากร ประกอบไปด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ

1.2 พฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์การซื้อ งบประมาณการซื้อในแต่ละครั้ง ความถี่ในการซื้อ วิธีการเลือกซื้อสลากออมสิน เป็นต้น

1.3 แรงจูงใจในการซื้อสลากออมสิน ประกอบไปด้วย อัตราผลตอบแทน ระยะเวลาในการถือครอง ประเภทของสลากออมสิน ระดับความเสี่ยง ความน่าเชื่อถือของธนาคารออมสิน เป็นต้น

2. ตัวแปรตาม (dependent variables) คือ การตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกลงทุนผ่านหุ้นกู้ภาคเอกชน
2. เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อเป็นแนวทางให้กับธนาคารออมสินเพื่อออกสลากออมสินให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสิน ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

แนวคิด กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ (พิบูล ทีปะपाल,2549)

ขั้นที่ 1 การรับรู้ถึงปัญหา กระบวนการซื้อจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตัวเอง

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ ในขั้นแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หากยังได้ข้อมูลไม่เพียงพอ ก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลภายนอก

ขั้นที่ 3 การประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่รวบรวมไว้มาจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย ทั้งในลักษณะความคุ้มค่ามากที่สุดและการเปรียบเทียบทางเลือก

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด หลังการประเมิน ผู้ประเมินจะทราบข้อดี ข้อเสีย หลังจากนั้นผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหา มักใช้ประสบการณ์ในอดีตเป็นเกณฑ์ ทั้งประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลหลังการซื้อ เป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคจะนำสินค้าที่ซื้อมานั้นมาใช้และในขณะที่เดียวกันก็จะทำการประเมินสินค้านั้นไปด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ไม่ได้หยุดตรงที่การซื้อ

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของผู้บริโภคได้มีปัจจัยอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยปัจจัยที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับลักษณะประชากร หรือประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยา ปัจจัยเหล่านี้ได้แทรกซึมอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคได้นำมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจซื้อทุกขั้นตอน ปัจจัยเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีประโยชน์สำหรับการตลาดในการปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังช่วยให้กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคดีขึ้นด้วย

การตัดสินใจซื้อ (Purchase) ภายหลังจากผู้บริโภคได้เลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการจากทางเลือกหลายๆทางแล้ว ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะซื้อ นั่นคือ การแลกเปลี่ยนเงินหรือสัญญาที่จะจ่ายเงินเพื่อที่จะได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ต้องการ นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่จะต้องพิจารณาอีก 3 ประการ คือ สถานที่ซื้อ เงื่อนไขการซื้อ และความพร้อมที่จะจำหน่าย หากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้เป็นที่น่าพอใจตกลงกันได้ การตัดสินใจซื้อก็จะเกิดขึ้น แต่หากมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่เป็นที่น่าพอใจหรือไม่อาจจะรับได้ผู้บริโภคอาจจะไม่ซื้อ แม้ว่าอาจจะพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วก็ตาม

แนวคิด พฤติกรรมการซื้อ

นักทฤษฎี ครีนเวล (2558) การพิจารณาถึงพฤติกรรมนักลงทุนว่าจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนได้มากน้อยเพียงใดจะขึ้นอยู่กับ ลักษณะบุคคลสามารถยอมรับผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสี่ยงที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแบ่งนักลงทุนออกได้ 3 ประเภท คือ นักลงทุนหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk-Averse Investor) นักลงทุนที่ชอบความเสี่ยง (Risk-Loving Investor) และนักลงทุนที่ไม่สนใจความเสี่ยง (Risk-Neutral Investor)

1. นักลงทุนที่ไม่ชอบความเสี่ยง (Risk-Averse Investment) กล่าวคือนักลงทุนในประเภทนี้ในทุกระดับของผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น อรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นอัตราลดน้อยถอยลงจากผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น ทำให้นักลงทุนต้องเผชิญความเสี่ยงที่มากขึ้น

2. นักลงทุนที่ชอบความเสี่ยง (Risk-Loving Investor) เป็นนักลงทุนที่ชอบในความเสี่ยงในทุกระดับของผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นและอรรถประโยชน์ก็จะเพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่มถึงแม้ว่าจะมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นจากผลตอบแทนที่สูงขึ้นตาม

3. นักลงทุนที่ไม่สนใจความเสี่ยง (Risk-Neutral Investor) นักลงทุนประเภทนี้ ในทุกระดับของผลตอบแทนจะเพิ่มขึ้นและจะทำให้อรรถประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้นในอัตราที่คงที่

โดยทัศนคติเป็นการกำหนดของพฤติกรรม เพราะว่าการรับรู้ บุคลิกภาพ การจูงใจทัศนคติเป็นความรู้สึกทั้งในทางบวกและทางลบ เป็นภาวะจิตใจของการเตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้และจะถูกปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมซึ่งประสบการณ์ที่ใช้จะมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของบุคคล และสถานการณ์ของแต่ละบุคคลทำให้ทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุน โดยในทัศนคติเชิงบวกมองโลกในแง่ดีเมื่อเผชิญกับปัญหาเป็นทัศนคติที่สำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจลงทุน

การตัดสินใจในการจัดสรรเงินทุนเพื่อบริหารความเสี่ยงและผลตอบแทนของกลุ่ม หลักทรัพย์ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การลงทุนที่แตกต่างกันไปตามอายุ สถานะทางการเงิน ระยะเวลา ของแผนการใช้จ่าย และลักษณะการกลัวความเสี่ยงของนักลงทุนแต่ละราย รวมถึงเป้าหมายในการ ลงทุน สำหรับหลักในการจัดสรรเงินลงทุน มีดังต่อไปนี้

1. การกระจายความเสี่ยงอย่างสมดุล ไม่ได้ให้น้ำหนักการลงทุนในทางเลือกใด ทางเลือกหนึ่งมากเกินไป
2. ไม่ลงทุนในช่องทางที่หลากหลาย หรือ กระจัดกระจายเกินไป เนื่องมาจากลงทุนหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกันอาจทำให้ให้นักลงทุนรู้สึกสับสนกับลักษณะสินทรัพย์นั้นได้

3. จัดสรรสัดส่วนการลงทุนให้เหมาะกับเป้าหมายของตนเอง เนื่องจากนักลงทุนแต่ละคนมีการกำหนดเป้าหมายการลงทุนที่ต่างกัน

4. มีความยืดหยุ่นในการลงทุน หากเกิดสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเกิดขึ้น เช่น การเมือง นโยบายภาครัฐ เป็นต้น สามารถปรับเปลี่ยนแผนการลงทุนได้ สิ่งที่ผู้ลงทุนควรปฏิบัติสำหรับการลงทุนทั้งในหลักทรัพย์และสินทรัพย์ เพื่อใช้ในการ วางแผนและกำหนดสัดส่วนการลงทุนที่เหมาะสม คือ การก าหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการ การลงทุน (Investment Objectives) ซึ่งมักจะอยู่ในรูปผลตอบแทนที่คาดหวังภายใต้ระดับความ เสี่ยงที่ยอมรับได้ โดยวัตถุประสงค์ในการการลงทุนที่สำคัญ ได้แก่ (ศูนย์พัฒนาส่งเสริมความรู้ตลาดทุน, 2557)

1. ความต้องการให้เงินเติบโตขึ้น จากกำไรในการลงทุน (Capital Appreciation) โดยจะให้ความสำคัญกับการทำกำไรเป็นหลัก ซึ่งมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง

2. ความต้องการมีรายได้ประจำจากการลงทุน (Current Income) ให้ความสำคัญกับ กระแสเงินสดรับอย่างสม่ำเสมอเพื่อใช้ในการเลี้ยงชีพ

3. ต้องการให้เงินลงทุนมั่นคง ไม่ลดตลง (Capital Protection) ให้มีความสำคัญกับการ รักษาเงินต้น เป็นกลุ่ม นักลงทุนรับความเสี่ยงได้ต่ำหรืออาจจะไม่ต้องการเสี่ยงเลย

4. ต้องการผลตอบแทนรวม (Total Return) ให้มีความสำคัญกับผลตอบแทนรวมจากกลุ่มหลักทรัพย์ต่าง ประเภทที่ลงทุน จะลงทุนแบบผสมระหว่างหลักทรัพย์ทำกำไรและให้รายประจำโดยสัดส่วนการลงทุนขึ้นกับความ เสี่ยงที่ผู้ต้องการวางแผนยอมรับได้ นอกจากการกำหนดวัตถุประสงค์แล้ว เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีในยามเกษียณผู้ลงทุน จำเป็นต้องมีแผนการลงทุนที่ดี โดยเฉพาะในวัยที่ยังมีโอกาสนในการสะสมความมั่งคั่งอยู่ ควรลงมือ ปฏิบัติตามแผน ตั้งแต่นั้น ๆ และปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนแผนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ของแผนการลงทุน โดยพิจารณาว่าวัตถุประสงค์นั้นเพื่อการลงทุน ระยะสั้นหรือระยะยาว และควรคำนึงความสามารถ ในการรับความเสี่ยง (Risk Tolerance Level) ด้วย ดังนั้น ในการจัดทำแผนการลงทุนจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ สำคัญ โดยเฉพาะระดับความเสี่ยงที่บุคคลนั้นยอมรับได้ เพื่อวัดว่าบุคคลนั้นเต็มใจรับความเสี่ยงได้แค่ไหน

แนวคิด แรงจูงใจในการซื้อ

กนกวรรณ ศรีนวล (2559) ได้กล่าวถึง McClelland's Acquired-needs Theory ที่เสนอแนวคิดเรื่อง แรงจูงใจหรือทฤษฎีความต้องการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ความต้องการอำนาจ (Need for Power) ได้พบว่า บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูงจะมีความเกี่ยวข้องกับอิทธิพลและการควบคุมบุคคลเหล่านี้ต้องการความเป็นผู้นำ จะเป็นผู้ที่ต้องการทำงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น

2. ความต้องการความผูกพัน (Need for Affiliation) บุคคลที่มีความต้องการซื้อสูง พอใจกับการเป็นที่รัก และมีแนวโน้มจะเลี่ยงความเจ็บปวดจากการต่อต้าน โดยสมาชิกในกลุ่มสังคมเขาจะรักษาความสัมพันธ์อันดีในสังคม พอใจในการให้ความร่วมมือมากกว่าการแย่งชิงพยายามสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้อื่น ต้องการสร้างความ เข้าใจที่ดีจากสังคมที่เขาเป็นสมาชิกอยู่

3. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) บุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูงจะมี ความปรารถนาอย่างรุนแรงที่จะประสบความสำเร็จ จะกลัวการล้มเหลว และต้องการแข่งขันจะกำหนดเป้าหมายที่ ยากลำบากสำหรับตนเอง มีทัศนคติชอบเสี่ยงแต่ไม่ชอบการพนันพอใจที่จะวิเคราะห์และประเมินปัญหา มีความ รับผิดชอบเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วง แสวงหาหรือพยายามรับผิดชอบในการค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหาให้ดีที่สุด

แนวคิด ปัจจัยส่วนบุคคล

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2559) กล่าวว่า ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1) เพศ (Gender) ในความแตกต่างด้านเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่ต่างกัน คือ เพศ หญิงมีแนวโน้มความต้องการจะส่งและรับข่าวสารมากกว่า เพศชาย โดยในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่ง และรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่ง ข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายจะมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2) อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของ ความคิด และ พฤติกรรมคนที่อายุน้อย มักจะมีความคิดเสรีนิยม จะยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมี ความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องมาจากผ่าน

ประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็จะต่างกันคนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสาร
หนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง

3) การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิดค่านิยม ทักษะ และ พฤติกรรมที่แตกต่างกัน
คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่
จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ
โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ หากมีเวลา
จำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic status) หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพ
ทางสังคมของบุคคล ที่มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม
ประสบการณ์ทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

แนวคิด ความต้องการถือเงิน

(สิรินดา กลิ่นจันทร์หอม, 2555) Marchall นักเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ ได้เสนอทฤษฎีปริมาณ
เงินในรูปของความต้องการถือ ซึ่งมีความเห็นว่า บุคคลจะถือเงินไว้จำนวนหนึ่งเพื่อความสะดวกในการจับจ่ายเพื่อมิให้
เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่อง และเคนส์ (Keynes) ได้สร้างทฤษฎีความต้องการถือเงินขึ้นมา โดยมีรากฐานมาจาก
ทฤษฎีของมาร์แชลล์ (Machell) แต่เคนส์คิดว่าเงินมิได้มีบทบาทเพียงเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเท่านั้น แต่เงิน
ยังมีบทบาทเป็นสินทรัพย์ (Asset) ชนิดหนึ่งด้วย

นอกจากนี้เคนส์ยังได้กล่าวถึงอุปสงค์ต่อเงินหรือความต้องการถือเงินเกิดจากแรงกระตุ้นต่าง ๆ กัน ทำให้
สามารถแบ่งความต้องการถือเงินออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ 1) ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน (Transaction demand for money) ปกติชีวิตประจำวันของทุกคนต้องการถือเงินไว้เพื่อใช้จ่ายใช้
สอย เช่น สำหรับอุปโภคบริโภคและกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ 2) ความต้องการถือเงินเพื่อสำรองไว้ใช้ยามฉุกเฉิน (Precautionary demand for money) ความไม่แน่นอนเกี่ยวกับรายรับรายจ่ายที่อาจเกิดขึ้นกะทันหันหรือสำรองไว้
ใช้ยามฉุกเฉิน เช่น การเจ็บป่วย การเกิดอุบัติเหตุ 3) ความต้องการถือเงินเพื่อเก็งกำไร (Speculative demand for money) เป็นการถือเงินเพื่อแสวงหาส่วนต่างราคาของสินทรัพย์ หรือสะสมมูลค่าทรัพย์สินเพื่อหาผลตอบแทน เช่น
ทองคำ พันธบัตร หุ้นสามัญ กองทุน ประกันชีวิต เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับการออม

ความหมายของการออม คำศัพท์ในพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ให้นิยามไว้ว่า การ
ออม หมายถึง การประหยัดการเก็บหอมรอมริบ การถนอม และการสงวน สิ่งที่จะ ประหยัด หรือเก็บหอมรอมริบ
ได้แก่ ทรัพย์สินเงินทอง ดังนั้น การออม หมายถึง การใช้ทรัพย์สิน เงินทั้งหลายอย่างระมัดระวัง อย่างไม่ประมาท
อย่างมีเหตุผล ทรัพย์สินเงินทองเป็นปัจจัยในการ ดำรงชีพ ต้องรู้จักก็รู้จักใช้การออมจะเกิดขึ้นได้ก็เพราะประชาชน
ได้รับการศึกษาเรียนรู้ผู้ แนะนำสั่งสอนให้เห็นความสำคัญ และเห็นประโยชน์ที่เกิดจากการออม

ความสำคัญของการออม เป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคงให้ตัวเอง และก่อให้เกิดเสถียรภาพทาง
เศรษฐกิจ การออมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เพราะมีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของประชาชน ครอบครัว

และชุมชน การบริหารการเงินและการออมมีความสำคัญในการสร้างความมั่นคงและเสถียรภาพ ทั้งในส่วนของ การดำรงชีวิตของประชาชน ครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ การออมจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การออมเพื่อการบรรลุเป้าหมายของชีวิตของแต่ละคนต่างก็มีเป้าหมายที่แตกต่างกันออกไป โดยสามารถจำแนกการออมเพื่อบรรลุเป้าหมายได้ 3 ประเภท ดังนี้ (ตฤณกร, 2554)

1. เงินออมเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน หมายถึง การเก็บเงินไว้สำหรับใช้จ่ายเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝัน และยังช่วยให้สามารถมีเงินออมไว้ใช้เพื่อการดำรงชีวิตต่อไป ได้แก่ การฝากธนาคาร การฝากสหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นต้น

2. เงินออมเพื่อการเกษียณอายุ หมายถึง การเก็บเงินสะสมไว้ใช้ในยามสูงอายุ เป็นวัยที่เริ่มมีรายได้ลดลง โดยเงินออมประเภทนี้จะช่วยให้การใช้ชีวิตในวัยเกษียณมีอิสรภาพทางการเงิน ได้แก่ กองทุนประกันสังคม กองทุนสงเคราะห์ครูโรงเรียนเอกชน PVD RMF ประกันชีวิตแบบบำนาญ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.)

3. เงินออมเพื่อการลงทุน หมายถึง การเก็บออมเงินเพื่อนำไปลงทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ หรือนำไปลงทุนในหลักทรัพย์ เช่น การลงทุนในตราสารหนี้ ตราสารทุน หรือการซื้อขาย อสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1. ผู้ศึกษาทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ

2. ผู้ศึกษาได้ชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการค้นคว้าอิสระกับประชากรกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการตอบแบบสอบถาม

3. ผู้ศึกษาได้ทำการส่งแบบสอบถามแบบออนไลน์ให้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างในเขตจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีระยะเวลาทำแบบสอบถามไม่เกิน 20 นาที และส่งคำตอบกลับมาซึ่งจะเข้าสู่การเก็บข้อมูลออนไลน์

4. ผู้ศึกษานำข้อมูลตอบกลับแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามออนไลน์ และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ในโปรแกรม SPSS ต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลและทฤษฎีจากบทความ วารสารกรรมและเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสองข้อ โดยมีการใช้สถิติการค้นคว้าอิสระ ดังนี้

2.1 สมมติฐานที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (T-Test) ในกรณีที่ทำการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม หรือทำการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ (Scheffe)

2.2 สมมติฐานที่ 2 และ 3 ใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์แบบ การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เพศของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ เพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 และเพศชาย 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

อายุของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ ช่วงอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และช่วงอายุ มากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุดของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ ปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาคือ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

อาชีพของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือนของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ 50,001 – 70,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 และ ไม่เกิน 30,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

สถานภาพสมรสของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ สมรส จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ หย่าร้าง/หม้าย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และโสด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมสินของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ เพื่อออมเงินและเสี่ยงโชค จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือเพื่อเสี่ยงโชค จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และเพื่อออมเงิน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ตามลำดับ

งบประมาณการซื้อสลากออมสินเฉลี่ยต่อ 1 ครั้ง ของประชากรกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดคือ 70,000 – 100,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 รองลงมาคือ 30,000 – 70,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 และน้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

ความถี่ในการซื้อสลากออมสินเฉลี่ยต่อ 1 ปี ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ 7-10 ครั้ง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาคือ 3-6 ครั้ง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และน้อยกว่า 3 ครั้ง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ตามลำดับ

วิธีการเลือกซื้อสลากออมสินของประชากรกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ ผ่านแอปพลิเคชัน Mymo จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นของประชากรกลุ่มตัวอย่าง เรื่องแรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากออมสินจากการพิจารณาทั้ง 5 หัวข้อ ได้แก่

1. ผลตอบแทน มากที่สุดคือ อัตราดอกเบี้ย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.189 รองลงมาคือ เงินรางวัลจากการถูกรางวัล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.212

2. ระยะเวลาการถือครองหากเปิดขายพร้อมกันทุกประเภท มากที่สุดคือ ถือครอง 1 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.108 รองลงมาคือ ถือครอง 2 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .971 และถือครอง 3 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.413

3. ประเภทของสลากออมสินที่สนใจเลือกซื้อหากเปิดขายพร้อมกันทุกประเภท มากที่สุดคือ สลากออมสินพิเศษดิจิทัล 1 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.214 รองลงมาคือ สลากออมสินพิเศษดิจิทัล 3 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.388 และสลากออมสินพิเศษ 2 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .960 ตามลำดับ

4. ระดับความเสี่ยง มากที่สุดคือ ความเสี่ยงต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.013

5. ความน่าเชื่อถือของธนาคารออมสิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .872

ผลการวิจัยเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสิน ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการต่างกัน โดยใช้สถิติค่า T-Test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ เชฟเฟ่ (Scheffe) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรตัวอย่างที่มีเพศ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มี อายุและระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้ำธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้ำธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 แรงจูงใจในการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้ำธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ใช้สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

จากการวิเคราะห์พบว่าแรงจูงใจในการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้ำธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับแนวคิดและงานค้นคว้าอิสระที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสิน ของลูกค้ำธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการต่างกัน

จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มประชากรตัวอย่างที่มีเพศ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้ำธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มประชากรตัวอย่างที่มี อายุและระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้ำธนาคารออมสินที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานค้นคว้าอิสระของรฐนันท์ วิริยะอ่องศรี ,2557 ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.8 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.0 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.8 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.0 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 45.5 และส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้ำธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

จากการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้ำธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสอดคล้องกับงานค้นคว้าอิสระของ วรินดา แก้วพิจิตร ,2556 ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขานครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมสินพิเศษเพื่อการเสี่ยงโชค จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 มีความถี่ในการซื้อสลากออมสินน้อยกว่า 1 ปีต่อครั้ง จำนวน 109 คน คิดเป็น

ร้อยละ 45.40 งบประมาณการซื้อสลากออมสินพิเศษเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 5,000 บาทต่อครั้ง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 49.60 และช่วงเวลาที่นิยมไปซื้อสลากออมสินพิเศษคือ ตามความสะดวก จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 44.60 อธิบายได้ว่าพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสินมีความแตกต่างกันไป สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านบุคคล และด้านจิตวิทยา รวมถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ เห็นได้ว่าลูกค้าที่เลือกซื้อสลากออมสินพิเศษให้ความสำคัญกับการออมและวางแผนการเงิน เมื่อสามารถจัดสรรรายได้ที่มีและเก็บสะสมมากพอ จึงนำมาซื้อสลากออมสินพิเศษที่นอกจากจะเป็นการออมทรัพย์เพื่อรับดอกเบี้ยเมื่อครบอายุสลาก และลูกค้าสามารถลุ้นรางวัลจากสลากออมสินพิเศษได้อีกด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 แรงจูงใจในการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

จากการวิเคราะห์พบว่าแรงจูงใจในการซื้อสลากออมสิน มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสอดคล้องกับงานค้นคว้าอิสระของนางสาววิไลพร ทัดเทียม , 2558 ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมในรูปแบบสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ได้กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ด้านอัตราผลตอบแทนที่ได้รับมีความคุ้มค่า ด้านระยะเวลาในการถือครอง ด้านที่สลากออมสินสามารถไถ่ถอนคืนได้ก่อนครบกำหนด ถือเป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของงานค้นคว้าอิสระนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การนำผลการค้นคว้าอิสระไปใช้

- 1.1. ปัจจัยด้านลักษณะประชากร สามารถนำบางส่วนที่ค้นคว้าอิสระมาไปใช้ในการอ้างอิงได้ในการทำการค้นคว้าอิสระ
- 1.2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการคิดหัวข้อเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของธนาคารในอนาคตได้
- 1.3. ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการเลือกซื้อสลากออมสิน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ในอนาคต

2. การเสนอแนะหัวข้อค้นคว้าอิสระที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องในการทำค้นคว้าอิสระครั้งต่อไป

2.1 การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะลูกค้าธนาคารออมสินในเขตจังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น ดังนั้นผู้สนใจศึกษาในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาประชากรตัวอย่างในเขตพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ

2.2 การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรตัวอย่างเฉพาะที่เป็นลูกค้าของธนาคารออมสินเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่สนใจศึกษาในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาผู้ที่ไม่ได้เป็นลูกค้าของธนาคารออมสินเพิ่มเติม ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างกัน

2.3 การค้นคว้าอิสระในครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวอย่างประชากรให้มากกว่า 400 ราย เพราะตัวอย่าง 400 ราย อาจน้อยไปข้อมูลอาจยังกระจายไม่เพียงพอ ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

ข้อดี ข้อเสีย ของการซื้อสลากออมสิน, สืบค้นวันที่ 2 สิงหาคม 2563
ที่มา : <https://www.ananmoney.com/advantages-of-gsb-lotto-savings/>

ธนาคารออมสิน ,สลากออมสิน สืบค้นวันที่ 11 สิงหาคม 2563
ที่มา : <https://www.gsb.or.th/personal/gsb-salak/>

ธนาคารออมสิน ,ประวัติสลากออมสิน สืบค้นวันที่ 2 สิงหาคม 2563
ที่มา : <https://www.gsb.or.th/personal/gsb-lottery-history/>

ธนาคารออมสิน ,ตารางเปิดเผยข้อมูลผลิตภัณฑ์สลากออมสิน สืบค้นวันที่ 12 สิงหาคม 2563
ที่มา : <https://www.gsb.or.th/personal/sales-sheet-salak/>

วรรณิศา ผิวฉนวน, (2559) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหุ้นกู้ภาคเอกชนนิพนธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะเศรษฐศาสตร์ สาขาเศรษฐศาสตร์การเงิน

กนกวรรณ ศรีฉนวน. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การศึกษาดด้วยตนเอง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะบริหารธุรกิจ

สิรินดา กลิ่นจันทร์หอม ,2555 พฤติกรรมการออมเงินของนักศึกษา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มรกต ฉายทองคำ, 2557 ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะบริหารธุรกิจ

อนงค์นุช เทียนทองและกัญญารัตน์ วงษ์ชมพู, 2554 เรื่องพฤติกรรมและรูปแบบการออมของพนักงานสถาบันการเงินและข้าราชการในจังหวัดอุดรธานี มหาวิทยาลัยขอนแก่น คณะวิทยาการจัดการ สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

ธนาพร อุดมพันธ์, 2552 เปรียบเทียบการออมระหว่างนักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และนักศึกษาคณะ
วิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สุกฤตา สังข์แก้ว, 2556 ทำการค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออม
ทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

นางสาวกิตติยา ปั่นกลาง, 2558 ทำการค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสิน
พิเศษของลูกค้านานาชาติออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร

ชิตวรรณ ดวงพัตร, ฐิติวรรณ ศรีเจริญ, 2558 ทำการค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ
สลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภาพสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

ปิติพร เนตรวัชระและดร.พิศมร กิเลนทอง, 2561 ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการ
สลากออมสินดิจิทัลของลูกค้านานาชาติออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

รัชนีรัตน์ วิริยะอ่องศรี, 2557 ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษในเขต
กรุงเทพมหานคร

วรินดา แก้วพิจิตร, 2556 ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน
สาขานครชัยศรี จังหวัดนครปฐม