



ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่

วรวิฑูมิ เรืองฤทธิ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



SATISFACTION IN INVESTMENTS IN SAVING LOTTERIES AND INVESTOR
BEHAVIORS IN CHIANG MAI PROVINCE

Worawut Rongrit

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2019

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่

วรุฒิ เรืองฤทธิ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

SATISFACTION IN INVESTMENTS IN SAVING LOTTERIES AND INVESTOR
BEHAVIORS IN CHIANG MAI PROVINCE

Worawut Rongrit

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2019

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชื่อการค้นคว้าอิสระ พุทธิกรรมนักร้องในสลากอสมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้วิจัย นายวรวิทย์ เรืองฤทธิ์
สาขาวิชา การบัญชีดิจิทัล
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพโร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอนุมัติให้การศึกษาค้นคว้าฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
(รพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(รศ.ดร.ชาติรี จันทระโคติกา)

..... กรรมการ
(ผศ.ดร.กอบกุล จันทระโคติกา)

..... กรรมการ
(ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพโร)



Independent Study Certificate
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Independent Study Title Investor’s Behavior in Lottery Savings in Chiang Mai
Province

Researcher Mr. Worawut Rongirt

Major Digital Accounting

Advisor Siripong Seesaiprai, D.B.A.

Rajamangala University of Technology Rattanakosin approved this independent study in partial fulfillment of the requirement for the Degree of Master of Business Administration.

..... Director of College of Innovation
(Rapee Moungnont, M.B.A.) Management

Independent Study Committee

..... Chairperson
(Assoc.Prof. Tatre Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Asst.Prof.Kobkul Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Siripong Seesaiprai, D.B.A.)

ชื่อการค้นคว้าอิสระ	พฤติกรรมนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้วิจัย	นายวรวุฒิ เรืองฤทธิ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพโร
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และ (3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำ ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จากแบบจำลองดัชนีความพึงพอใจของผู้บริโภคของอเมริกัน

วิธีดำเนินการวิจัย เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 500 คน จากลูกค้าของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอย และการวิเคราะห์แบบจำลองโพรบิตแบบเรียงลำดับ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีความพึงพอใจในสลากออมทรัพย์สูงกว่าลูกค้าของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย ความคาดหวัง มุมมองคุณค่า และภาพลักษณ์ และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำ ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย ความภักดี และการร้องเรียน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของนักลงทุน สลากออมทรัพย์ แบบจำลองดัชนีความพึงพอใจของผู้บริโภคของอเมริกัน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

Independent Study Title Investor's Behavior in Lottery Savings in Chiang Mai Province
Researcher Mr. Worawut Rongrit
Degree Sought Master of Business Administration
Advisor Siripong Seesaiprai, D.B.A.
Academic Year 2019

Abstract

The purposes of this research were to compare levels of customer satisfaction on lottery savings between Government Savings Bank and Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives; to determine factors affecting level of customer satisfaction on lottery savings of Government Savings Bank and Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives; and to reveal factors determining opportunity of repurchasing lottery savings of Government Savings Bank and Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives. Conceptual framework was based on American Customer Satisfaction Index model.

Stratified random sampling technique was applied to select 500 customers of Government Savings Bank and Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Chiang Mai Province to answer self-reported questionnaire. Data were analyzed by bivariate analysis, Linear Regression model analysis and Ordered Probit model analysis.

Research findings revealed that levels of customer satisfaction on lottery savings of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives were significantly higher than those of Government Savings Bank; factors that significantly affected level of customer satisfaction on lottery savings consisted of customer expectations, perceived value, and image; and factors that significantly determined opportunity of repurchasing lottery savings consisted of customer loyalty and customer complaints.

Keywords: Customer Satisfaction, Lottery Savings, American Customer Satisfaction Index model

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร. ชาติรี จันทรโคติกา ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกุล จันทรโคติกา ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพโร และ ดร. ธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ แนวคิด และระเบียบวิธีวิจัย ตลอดจนตรวจแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ จังหวัดเชียงใหม่ ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำและกำลังใจแก่ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยทุก ๆ ท่าน ที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถามงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณ พี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้แก่งานเสมอมา

ขอขอบคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่ให้ความรัก และคอยเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยในการศึกษานี้ จนสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี และคุณประโยชน์อันดีที่จะได้รับ จากการศึกษาวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบแต่บิดา มารดา ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้สั่งสอนและประสิทธิ์ประสาทวิชาการศึกษา เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานและเกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติต่อไป

วรุฒิ เรืองฤทธิ์
มีนาคม 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามงานวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการ	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	6
2.1 ทฤษฎีการบริโภคและการออมของเคนส์	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน (Investment) และ การออม (Saving)	8
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ American Customer Satisfaction Index (ACSI)	14
2.4 ข้อมูลทั่วไปของสลากออมทรัพย์	18
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	25
2.7 สมมติฐานในการวิจัย	26
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	28
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดเก็บและสถิติที่ใช้	31
บทที่ 4 ผลการศึกษา	35
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
4.2 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม	38
4.3 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรม.....	43
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	51
4.5 ผลการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด ACSI	55

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	57
5.1 สรุปผลการวิจัย	57
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	59
5.3 ประโยชน์ที่ได้จากการทำวิจัย	61
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	65
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	66
ประวัติผู้วิจัย	71

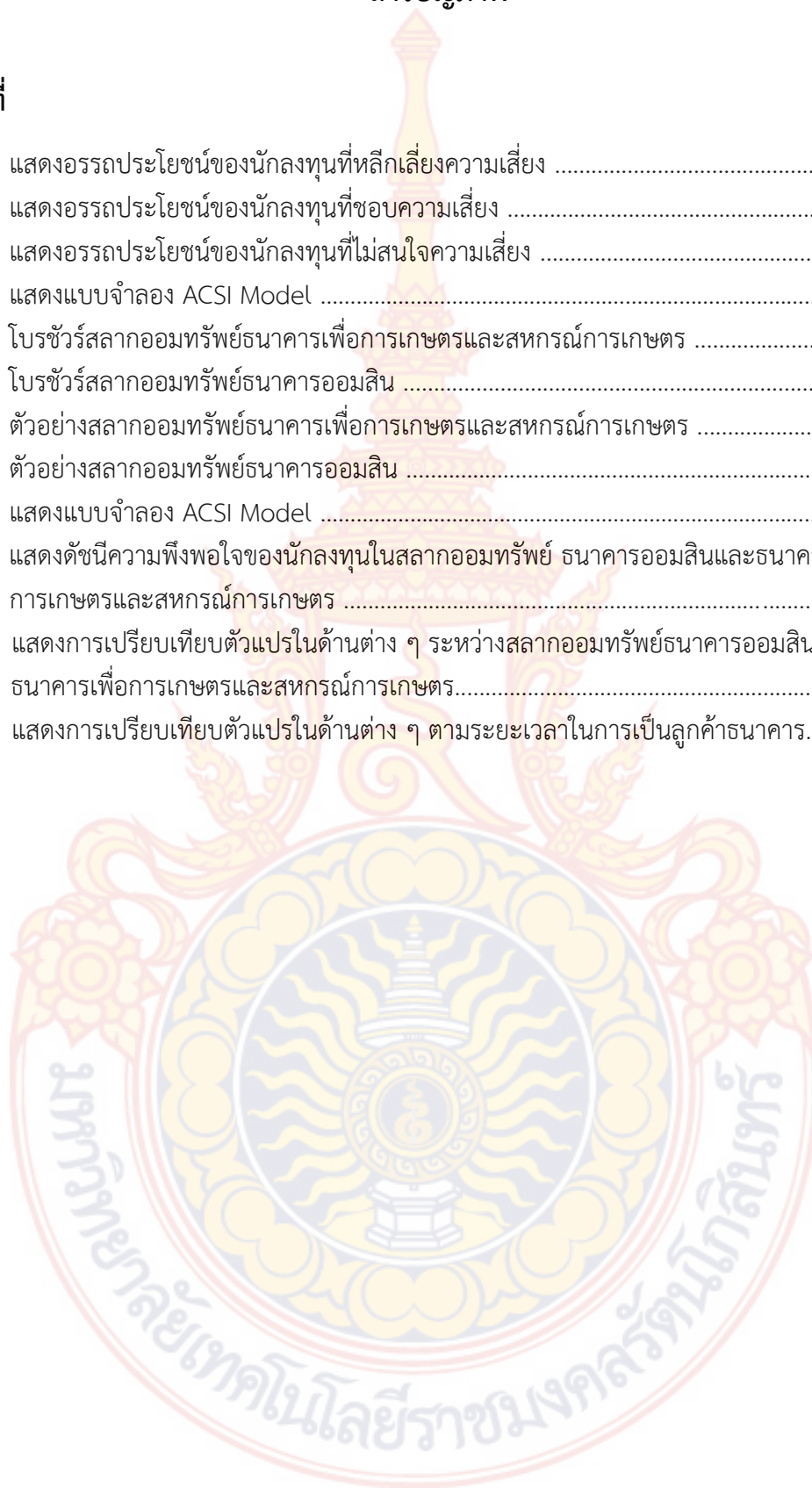


สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ปริมาณเงินฝากสลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสิน อัตราการขยายตัว และสัดส่วนเมื่อเทียบกับปริมาณเงินฝากทั้งหมด ปี พ.ศ.2557 ถึง พ.ศ.2561.....	2
1.2 ปริมาณเงินฝากสลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อัตราการขยายตัว และสัดส่วนเมื่อเทียบกับปริมาณเงินฝากทั้งหมด ปี พ.ศ.2557 ถึง พ.ศ.2561	3
2.1 ตารางแสดงข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	18
3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามธนาคารที่เลือกใช้บริการและระยะเวลาในการเป็นลูกค้า	29
3.2 แสดงผลการทดสอบเครื่องมือด้วยวิธี Factor Loading, %Total Variance และ Cronbach Alpha	32
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	36
4.2 พฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในสลากออมทรัพย์	37
4.3 ตารางการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามในภาพรวม	39
4.4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และลักษณะพฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในสลากออมทรัพย์	44
4.5 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอย ด้วยวิธีการประมาณค่า OLS (ACSI).....	52

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยง	9
1.2 แสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนที่ชอบความเสี่ยง	9
1.3 แสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนที่ไม่สนใจความเสี่ยง	10
2.1 แสดงแบบจำลอง ACSI Model	15
2.2 โบรชัวร์สลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	20
2.3 โบรชัวร์สลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน	20
2.4 ตัวอย่างสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	21
2.5 ตัวอย่างสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน	21
2.6 แสดงแบบจำลอง ACSI Model	25
4.1 แสดงดัชนีความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	52
4.2 แสดงการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ระหว่างสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.....	55
4.3 แสดงการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคาร.....	56



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การออมเงิน คือ การที่บุคคลคนหนึ่งแบ่งรายได้บางส่วนของตนเอง ที่เหลือจากการหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แบ่งเก็บสะสมไว้เพื่อใช้ในวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เป็นการออมเพื่อกรณีฉุกเฉิน เจ็บป่วยหรือมีเหตุต้องให้ใช้เงินอย่างเร่งด่วน หรืออาจจะเพื่อนำไปใช้จ่ายในสิ่งที่ต้องการ เช่น ท่องเที่ยว ซื้อสิ่งของที่อยากได้ หรือเป็นการเก็บออมเพื่อไว้ใช้ในวัยเกษียณ เงินออมจึงถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง จึงต้องมีการวางแผนในการออมตั้งแต่เริ่มต้นมีรายได้ ซึ่งบุคคลแต่ละคนมักจะมีการออมเงินในรูปแบบที่แตกต่างกัน การออมส่วนใหญ่จึงมักอยู่ในรูปแบบการออมที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียเงินต้นค่อนข้างต่ำ และไม่ได้รับผลตอบแทนที่สูงมากนักเมื่อเทียบกับการลงทุน เช่น การฝากออมทรัพย์ การฝากประจำ การซื้อสลากออมทรัพย์

จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันทำให้พฤติกรรมการออมเงินของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการลงทุนในตลาดทุนมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง ส่งผลให้ประชาชนไม่มั่นใจในการนำเงินไปลงทุน ประชาชนจึงหันมาสนใจการออมเงินกับธนาคาร อีกทั้งผลของ พระราชบัญญัติสถาบันคุ้มครองเงินฝาก พ.ศ. 2551 ที่ส่งผลให้ประชาชนมีการกระจ่ายเงินออกไปยังธนาคารหลายแห่งมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธนาคารเฉพาะกิจของรัฐที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่พิเศษ ตามนโยบายที่รัฐมอบหมายให้ ธนาคารเฉพาะกิจของรัฐนี้ ผู้ฝากเห็นว่ามีความมั่นคงมากกว่าธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากธนาคารของรัฐเหล่านี้ก็อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล มีรัฐบาลเป็นประกัน ซึ่งรูปแบบในการออมเงินกับธนาคารเฉพาะกิจของรัฐในปัจจุบันก็มีการออมหลากหลายรูปแบบให้ได้เลือก ตามอุปนิสัยการออมของแต่ละบุคคล ดังนั้น ธนาคารแต่ละธนาคารจึงได้ศึกษาและออกผลิตภัณฑ์เงินฝาก เพื่อตอบสนองความต้องการการออมเงินของแต่ละบุคคล และจะเป็นช่องทางในการขยายฐานลูกค้าเงินฝากและเพิ่มปริมาณเงินฝากให้แก่ธนาคารได้อีกรูปแบบหนึ่ง โดยหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากที่ใช้ในการขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่และขยายฐานการซื้อกลุ่มลูกค้าเดิม ได้แก่ เงินฝากที่มีผลตอบแทนในรูปแบบที่มีรางวัล ร่วมกับดอกเบี้ยเงินฝากซึ่งสามารถตอบสนองลูกค้าเงินฝากในกลุ่มที่มีความชอบในการเสี่ยงโชค แต่ยังคงต้องการออมเงินและสามารถออมเงินได้ในระยะยาวได้ ซึ่งผลตอบแทนของเงินฝากในรูปแบบนี้จะประกอบด้วยดอกเบี้ยเงินฝาก และเงินรางวัล ซึ่งปัจจุบันมีธนาคารได้มีการดำเนินการพัฒนาเงินฝากประเภทนี้อยู่แล้ว ได้แก่ สลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสิน สลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และสลากออมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์

ดังนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่จะทำการฝากเงินแต่ละธนาคาร จึงมีความสำคัญต่อธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรหลายประการ โดยเฉพาะในด้านการระดมเงินฝากที่จะส่งผลต่อเสถียรภาพและฐานะการเงิน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและการวางแผนทางธุรกิจของธนาคาร ในการจัดสรรเงินทุนเพื่อขับเคลื่อนภารกิจของธนาคาร ตามพันธกิจหลักเพื่อสนองนโยบายรัฐบาล ตามบทบาทในฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง ช่วยให้การสนับสนุนในด้านของเงินทุนในการประกอบอาชีพ ประกอบธุรกิจ เพื่อเป็นฟันเฟืองในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ตลอดจนช่วยยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

จากงบการเงิน ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แสดงรายการ เงินฝากสลากออมทรัพย์ของทั้งสองธนาคารเป็นดังนี้

ตารางที่ 1.1 ปริมาณเงินฝากสลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสิน อัตราการขยายตัว และสัดส่วนเมื่อเทียบกับปริมาณเงินฝากทั้งหมด ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2561

พ.ศ.	เงินฝากทั้งหมด (ล้านบาท)	เงินฝาก สลากออมทรัพย์ (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	สัดส่วนเมื่อเทียบกับ ปริมาณเงินฝากทั้งหมด (ร้อยละ)
2557	1,952,503.72	662,934.07	-	33.95
2558	2,058,138.85	714,086.16	7.16	34.70
2559	2,137,341.10	833,565.47	14.33	39.00
2560	2,185,122.28	900,286.61	7.41	41.20
2561	2,232,430.75	1,003,293.61	10.27	44.94

ที่มา : ธนาคารออมสิน, <https://www.gsb.or.th/about-us/financial-information.aspx>. 10 ตุลาคม 2562

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา สัดส่วนของปริมาณเงินฝากทั้งหมด มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.13 พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.71 พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.19 พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.12 และมีสลากออมทรัพย์ต่อสัดส่วนเงินฝากทั้งหมดดังนี้ พ.ศ. 2557 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 33.95 ของเงินฝากทั้งหมด พ.ศ. 2558 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 34.70 ของเงินฝากทั้งหมด พ.ศ. 2559 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 39.00 ของเงินฝากทั้งหมด พ.ศ. 2560 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 41.20 ของเงินฝากทั้งหมด พ.ศ. 2561 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 44.94 ของเงินฝากทั้งหมด อัตราการขยายตัวของเงินฝากสลากออมทรัพย์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.16 ในปี พ.ศ.2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.33 ในปี พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.41 ในปี พ.ศ. 2560 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.27 ในปี พ.ศ. 2561

ตารางที่ 1.2 ปริมาณเงินฝากสลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
อัตราการขยายตัว และสัดส่วนเมื่อเทียบกับปริมาณเงินฝากทั้งหมด ปี พ.ศ. 2557
ถึง พ.ศ. 2561

พ.ศ.	เงินฝากทั้งหมด (ล้านบาท)	เงินฝาก สลากออมทรัพย์ (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	สัดส่วนเมื่อเทียบกับ ปริมาณเงินฝากทั้งหมด (ร้อยละ)
2557	1,233,956.32	171,671.35	-	13.91
2558	1,310,943.61	234,288.47	26.73	17.87
2559	1,406,489.93	315,217.47	25.67	22.41
2560	1,529,730.36	377,105.71	16.41	24.65
2561	1,617,760.07	401,189.51	6.00	24.80

ที่มา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. <https://www.baac.or.th/content-report.php>.

10 ตุลาคม 2562

จากตารางที่ 1.2 จะเห็นได้ว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา สัดส่วนของปริมาณเงินฝากทั้งหมด มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.87 พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.79 พ.ศ. 2559 ถึง พ.ศ. 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.06 พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2561 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.44 และมีสลากออมทรัพย์ต่อสัดส่วนเงินฝากทั้งหมดดังนี้ พ.ศ. 2557 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 13.91 ของเงินฝากทั้งหมด พ.ศ. 2558 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 17.87 ของเงินฝากทั้งหมด พ.ศ. 2559 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 22.41 ของเงินฝากทั้งหมด พ.ศ. 2560 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 24.65 ของเงินฝากทั้งหมด พ.ศ. 2561 มีสลากออมทรัพย์เป็นสัดส่วนร้อยละ 24.80 ของเงินฝากทั้งหมด อัตราการขยายตัวของเงินฝากสลากออมทรัพย์ โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.73 ในปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.67 ในปี พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.41 ในปี พ.ศ. 2560 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.00 ในปี พ.ศ. 2561

ด้วยเหตุนี้การศึกษาถึงพฤติกรรมนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการออมเงินรูปแบบสลากออมทรัพย์ อันจะนำไปสู่การปรับปรุงเงื่อนไขต่าง ๆ ในการออกสลากออมทรัพย์ อัตราดอกเบี้ย รวมไปถึงมูลค่าเงินรางวัลของสลากออมทรัพย์ในอนาคต เพื่อให้ธนาคารสามารถกำหนดทิศทางและแผนธุรกิจของธนาคารในการจัดสรรเงินทุนเพื่อขับเคลื่อนภารกิจหลักของธนาคารได้ ตลอดจนกำหนดคุณภาพ ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และคุณค่าที่ลูกค้า ได้รับจากผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า นำมาซึ่งความภักดี จะสามารถนำไปสู่กระบวนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า และการวางแผนการตลาดเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งได้รวมถึงสามารถเพิ่มยอดเงินฝากได้ตามเป้าหมายที่ธนาคารตั้งไว้ตามแผนธุรกิจต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ตั้งคำถามของการวิจัยไว้ดังนี้

1.2.1 ระดับความพึงพอใจของผู้ลงทุนในสลากออมทรัพย์ เทียบกับระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรแตกต่างกันหรือไม่

1.2.2 ปัจจัยเรื่องใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการลงทุนในสลากออมทรัพย์ เทียบกับระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

1.2.3 ปัจจัยเรื่องใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อโอกาสเลือกกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำ เทียบกับระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.3.1 เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

1.3.2 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

1.3.3 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสเลือกกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยได้นำแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวทางดำเนินงาน

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ลงทุนในสลากออมทรัพย์ของ ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา คือ ผู้ลงทุนในสลากออมทรัพย์ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็น ธนาคารออมสิน จำนวน 250 คน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจำนวน 250 คน รวม 500 คน

1.4.3 ช่วงเวลาในการทำวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่ลงทุนในสลากออมทรัพย์ ติดต่อกันในช่วง 3 เดือน ก่อนทำการตอบแบบสอบถามในช่วง เดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2562

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีนิยามศัพท์ ได้แก่

นักลงทุน หมายถึง ลูกค้ายุติลงทุนในสลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

สลากออมทรัพย์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม ซึ่งออกหลักฐานถือครองเป็นสลาก ซึ่งสลากออมทรัพย์แต่ละฉบับ ผู้ซื้อจะซื้อกี่หน่วยก็ได้ นอกจากได้รับดอกเบี้ยเงินฝากแล้ว ผู้ซื้อยังมีสิทธิถูกรางวัล ซึ่งใช้เลขหน่วยการฝากในบัตรเป็นเลขในการออกรางวัล ในใบสลากออมทรัพย์ จะแสดงจำนวนหน่วยสลาก ราคาหน่วยสลาก ระยะเวลาที่ถือครอง และอัตราดอกเบี้ย

จำนวนหน่วยสลาก หมายถึง มูลค่าที่มีการกำหนดหรือตราขึ้นมาของสลากออมทรัพย์ มีหน่วยเป็นบาท

ระยะเวลาที่ถือครอง หมายถึง ระยะเวลาการถือครองสลากออมทรัพย์ตั้งแต่เริ่มซื้อสลากจนกระทั่งมีการไถ่ถอนสลาก

ผลตอบแทน หมายถึง สิทธิในการถูกรางวัลและดอกเบี้ยที่ได้รับเมื่อสลากออมทรัพย์ครบกำหนด พฤติกรรมการลงทุนซ้ำ หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในสลากออมทรัพย์ที่มากกว่า 1 ครั้งขึ้นไปของนักลงทุน

ความภักดี หมายถึง การที่นักลงทุนมีการรับรู้ หรือความเกี่ยวข้องหรือ มีความรู้สึกผูกพันเชื่อมั่นกับผลิตภัณฑ์อย่างเหนียวแน่นอันเนื่องมาจากความเชื่อมั่นต่อธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์และสลากออมทรัพย์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกดีหรือทัศนคติที่ดีของนักลงทุนที่มีต่อธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์และสลากออมทรัพย์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลสำเร็จจากการศึกษา ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สามารถนำผลของการวิจัยในครั้งนี้ ไปต่อยอดทางธุรกิจได้ ในเรื่องการวางแผนงานในด้านนโยบายการระดมเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ เพื่อเพิ่มปริมาณเงินฝากของธนาคารให้มากยิ่งขึ้น หรือใช้ในการพัฒนาการออกสลากออมทรัพย์ให้ตรงตามความต้องการของนักลงทุน เพื่อก่อให้เกิดการภักดี มีข้อได้เปรียบกว่าคู่แข่งอื่น เพื่อตอบสนองต่อแผนธุรกิจที่ธนาคารได้กำหนดไว้ ตลอดจนจนเป็นการส่งเสริมการออมให้แก่ประชาชนอีกช่องทางหนึ่ง

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ในการทำวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการลงทุนใน สลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน และ สลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการ วิจัยตามแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) และนำมาปรับใช้เป็นแบบจำลอง งานวิจัยแนวคิดทฤษฎี ดังแสดงตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีการบริโภคและการออมของเคนส์
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน (Investment) และ การออม (Saving)
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ American Customer Satisfaction Index (ACSI)
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปของสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 2.7 สมมติฐานในการวิจัย

2.1 ทฤษฎีการบริโภคและการออมของเคนส์

แนวคิดเศรษฐศาสตร์ของสำนักเคนส์ (Keynesian) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดการ บริโภคและการออม ไว้ดังนี้ (นักลงทุนหน้าใหม่, [http://oknation.nationtv.tv/blog/kritapas/2011/05/12, 15 ตุลาคม 2562](http://oknation.nationtv.tv/blog/kritapas/2011/05/12,15))

1. ประสิทธิภาพของทุนหน่วยสุดท้าย (Marginal Efficiency of Capital) คือ ผลตอบแทนที่ คาดว่าจะได้รับเมื่อหักค่าผลผลิตออกแล้ว ต่อมามูลค่าของทุนที่ลงทุนเพิ่มหนึ่งหน่วย ประสิทธิภาพของทุน หน่วยสุดท้ายจะลดลง เมื่อการลงทุนเพิ่มปริมาณขึ้นเรื่อย ๆ

2. อัตราดอกเบี้ย (Rate of Interest) อัตราดอกเบี้ยขึ้นอยู่กับความต้องการถือเงินหรือความ ต้องการสภาพคล่อง (Liquidity Preference) และปริมาณเงิน (Quantity of Money) อัตราดอกเบี้ย คือ ผลตอบแทนของการไม่ถือเงินสด หากอัตราดอกเบี้ยสูงความต้องการเงินก็มีน้อย และหากอัตรา ดอกเบี้ยต่ำ ความต้องการเงินก็มีมาก

สำหรับความต้องการถือเงินนั้น เคนส์ ได้ขยายทฤษฎีการถือเงินสด ของสำนักเคมบริดจ์ออกไป โดย เคนส์มีความเห็นว่า เงินเป็นสินทรัพย์ชนิดหนึ่งที่มีอรรถประโยชน์มากในฐานะที่เป็น สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูงที่สุดในบรรดาสินทรัพย์ต่าง ๆ ดังนั้นในขณะใดขณะหนึ่ง คนเราจึงอาจต้องการถือเงินไว้เพื่อจุดมุ่งหมายอื่น ๆ นอกเหนือจากการถือเงินเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน

แนวคิดเศรษฐศาสตร์ของสำนักเคนส์ ได้อธิบายไว้ว่าแรงจูงใจที่ทำให้คนออมเงิน มีสาเหตุมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน แรงจูงใจเหล่านั้นประกอบไปด้วยการออมเนื่องจากการวางแผนการใช้จ่ายในชีวิต (life-cycle motive) การออมเพื่อเป็นมรดกให้แก่บุตรหลาน (bequest motive) การออมเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางรสนิยมในการใช้จ่าย (improvement motive) การออมเพื่อความต้องการในการซื้อสินค้าคงทน (down payment motive) การออมเนื่องจากผลตอบแทนและการเพิ่มค่าขึ้นของสินทรัพย์ (Intertemporal substitution motive) การออมเพื่อการลงทุนทางธุรกิจ (enterprise motive) การออมเพื่อป้องกันความไม่แน่นอนในชีวิต (precautionary motive) การออมเนื่องจากการมีลักษณะนิสัยตระหนี่ (avarice motive) และการออมเนื่องจากรู้สึกที่ต้องการมีเอกภาพทางการเงิน (independence motive)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมเงิน (โสภาค เจริญสุข, 2559, หน้า 92-101) ได้อธิบายไว้ว่า

1. ปัจจัยรายได้และอัตราการเติบโต (income and growth variables) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างการออมเงินและรายได้ และความสัมพันธ์ระหว่างการออมเงินและการเติบโต ตามทฤษฎีการบริโภคเพื่อดำรงชีวิต (subsistence-consumption theories) ชี้ให้เห็นว่าประเทศที่มีระดับรายได้ที่สูงขึ้นมีแนวโน้มที่จะมีอัตราการออมที่สูงขึ้น

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (demographic variables) โครงสร้างอายุของประชากรและการกระจายตัว ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการออมเงิน ตลอดจนรายได้ของครัวเรือน ขนาดของครัวเรือน ภูมิภาคแต่ละภูมิภาค อาชีพของหัวหน้าครัวเรือน สถานะเศรษฐกิจและสังคมของหัวหน้าครัวเรือนมีผลต่อระดับพฤติกรรมการออมเงินของครัวเรือนอย่างมีนัยสำคัญ

3. ปัจจัยทางการเงิน (financial variables) เป็นตัวแปรทางการเงินที่มีผลกระทบต่อออมเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง (Real Interest Rate) เพราะการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยจะทำให้ประชาชนจะทำการลด หรือเพิ่มการออมเงิน ผลกระทบของอัตราดอกเบี้ยจะทำให้การออมในภาคประชาชนลดลง เมื่ออัตราดอกเบี้ยมีการปรับลด โดยเฉพาะอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก หากอัตราดอกเบี้ยเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อการออมที่มากขึ้นเช่นกัน

4. ปัจจัยความไม่แน่นอนในชีวิต (uncertainty variables) ผลกระทบจากความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต จะส่งผลกระทบต่อออมเงิน เพื่อป้องกันความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในชีวิต หรือเรียกว่าเสถียรภาพทางชีวิต เช่น ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจจะทำให้ทั้งเงินออม และอัตราเงินเพื่อเพิ่มขึ้น

5. ปัจจัยนโยบายของรัฐบาล (government policies) การดำเนินการต่าง ๆ ของรัฐบาลจะมีผลต่อการออมของประชาชน ผลจากนโยบายการคลังโดยเฉพาะมุมมองเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์นี้จะครอบคลุมประชาชนในหลายกลุ่มที่จะได้รับผลกระทบจากนโยบายการคลัง เช่น การกระทำของรัฐบาลที่สามารถมีผลต่อพฤติกรรมการออม คือ โครงสร้างและขอบเขตของระบบประกันสังคม เป็นวงจรรูปแบบการคาดการณ์ว่าเมื่อผลประโยชน์ที่ได้รับจากระบบประกันสังคมสูงก็จะมีแนวโน้มที่เงินออมจะลดลงเนื่องจากแรงจูงใจในการประหยัดและความระมัดระวังที่ลดลง ถ้าจะออมไว้ใช้เมื่อเกษียณอายุ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการลงทุน (Investment) และการออม (Saving)

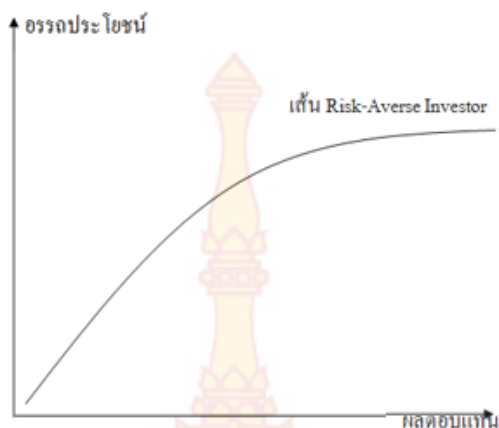
แนวความคิดเกี่ยวกับนักลงทุน

จากการวิเคราะห์นักลงทุนที่เป็นบุคคลธรรมดา จากคุณสมบัติ เช่น รายได้ ความมั่งคั่งและช่วงอายุ เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการลงทุนในตลาดการเงิน เมื่อบุคคลนั้นมีรายได้ที่สูงกว่าค่าใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค บุคคลนั้นก็ย่อมจะมีเงินเหลือที่จะสามารถนำไปลงทุนในหลักทรัพย์ หรือตราสารทางการเงินประเภทต่าง ๆ โดยจุดมุ่งหมายในการลงทุนและผลประโยชน์ที่ได้จากการลงทุน ช่วงอายุและรายได้จะมีความสำคัญ ในช่วงอายุที่น้อยและมีรายได้ในช่วงเริ่มสะสม มักจะนิยมลงทุนในลักษณะที่มีความเสี่ยงสูงเพื่อโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูง เพราะเมื่อหากลงทุนแล้วไม่ประสบความสำเร็จก็ยังสามารถเริ่มสะสมเงินทุนใหม่ได้ แต่ในผู้ที่มีอายุมากแม้จะมีรายได้ที่มั่นคงก็มักนิยมจะลงทุนในลักษณะที่มีความเสี่ยงโดยรวมต่ำ และผลตอบแทนจะลดลงก็ตาม เนื่องจากช่วงอายุที่สูงขึ้นหากเกิดการลงทุนที่ผิดพลาดจะทำให้ไม่สามารถเริ่มสะสมเงินลงทุนใหม่ แนวความคิดนี้จึงแสดงให้เห็นถึงการยอมรับความเสี่ยงและผลตอบแทนการวางแผนการลงทุนในทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันรวมไปถึงพฤติกรรมในการลงทุนที่ต่างกัน (อริวัฒน์ ไตสันติกุล และ ณิช กุณิศร์, 2556, หน้า 1-17)

ทฤษฎีพฤติกรรมของนักลงทุน (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, https://www.set.or.th/education/th/start/start_start_3_6.pdf, 22 ตุลาคม 2562)

การพิจารณานักลงทุนว่าจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนได้มากน้อยเพียงใดจะขึ้นอยู่กับลักษณะของนักลงทุนแต่ละคนสามารถยอมรับผลตอบแทนจากการลงทุน และความเสี่ยงที่แตกต่างกันไป โดยทั่วไปสามารถแบ่งนักลงทุนออกได้ 3 ประเภท คือ นักลงทุนที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk-Averse Investor) นักลงทุนที่ชอบความเสี่ยง (Risk-Loving Investor) นักลงทุนที่ไม่สนใจความเสี่ยง (Risk-Neutral Investor)

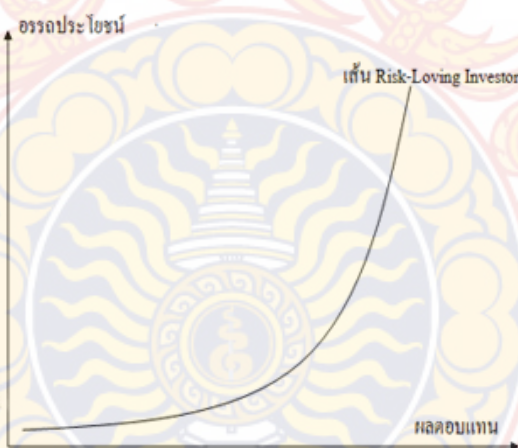
1. นักลงทุนที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk-Average Investor) นักลงทุนประเภทนี้ในทุกระดับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น อรรถประโยชน์จะเพิ่มขึ้นในอัตราลดน้อยถอยลงเนื่องจากผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น ทำให้นักลงทุนต้องเผชิญความเสี่ยงที่มากขึ้นและเนื่องจากนักลงทุนประเภทนี้ไม่ชอบความเสี่ยง อรรถประโยชน์ที่เขาได้รับจากการเพิ่มผลตอบแทนจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดน้อยถอยลงและจะต้องได้รับความเสี่ยงที่มากขึ้น ซึ่งสามารถแสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนประเภทนี้ได้ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Risk-Averse Investor)

จากภาพเป็นการแสดงอรรถประโยชน์ของ Risk-Averse Investor แกนตั้งเป็นอรรถประโยชน์ แกนนอนเป็นผลตอบแทน เส้นกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอรรถประโยชน์และผลตอบแทนในทางบวก เมื่อผลตอบแทนเพิ่มขึ้นอรรถประโยชน์ก็เพิ่มขึ้นแต่จะเห็นว่าความชันของกราฟจะลดลงเมื่อผลตอบแทนสูงขึ้นกล่าวคืออรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเมื่อผลตอบแทนสูงขึ้น

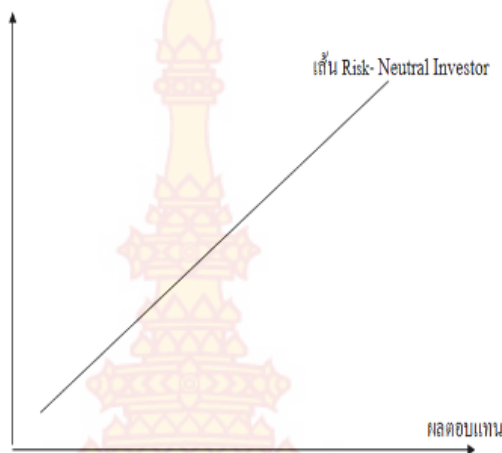
2. นักลงทุนที่ชอบความเสี่ยง (Risk-Loving Investor) เป็นนักลงทุนที่ชอบในความเสี่ยงในทุก ระดับของผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นและอรรถประโยชน์ก็จะเพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่ม ถึงแม้ว่าจะมีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น จากผลตอบแทนที่สูงขึ้นก็ตาม ซึ่งสามารถแสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนประเภทนี้ได้ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 แสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนที่ชอบความเสี่ยง (Risk-Loving Investor)

จากภาพเป็นการแสดงอรรถประโยชน์ของ Risk-Loving Investor โดยที่แกนตั้งจะเป็นอรรถประโยชน์ แกนนอนจะเป็นผลตอบแทน เส้นกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อรรถประโยชน์และผลตอบแทนในทางบวกเมื่อผลตอบแทนเพิ่มขึ้นอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นแต่ความชันของกราฟเพิ่มขึ้นเมื่อผลตอบแทนสูงขึ้น นั่นคืออรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นในอัตราที่เพิ่มขึ้นเมื่อผลตอบแทนสูงขึ้น

3 นักลงทุนที่ไม่สนใจความเสี่ยง (Risk-Neutral Investor) นักลงทุนประเภทนี้ทุกระดับของผลตอบแทนจะเพิ่มขึ้นและจะทำให้อรรถประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้นในอัตราที่คงที่ ซึ่งสามารถแสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนประเภทนี้ได้ดังภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 แสดงอรรถประโยชน์ของนักลงทุนที่ไม่สนใจความเสี่ยง (Risk-Neutral Investor)

จากภาพเป็นการแสดงอรรถประโยชน์ของ Risk-Neutral Investor โดยที่แกนตั้งจะเป็นอรรถประโยชน์ของนักลงทุน แกนนอนเป็นผลตอบแทนจากการลงทุน เส้นกราฟแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างอรรถประโยชน์และผลตอบแทนในทางบวก เมื่อผลตอบแทนเพิ่มขึ้น อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น แต่ความชันของกราฟคงที่ เมื่อผลตอบแทนสูงขึ้นนั่นหมายถึง อรรถประโยชน์เพิ่มขึ้นในอัตรากว่าที่เมื่อผลตอบแทนสูงขึ้น (Salamanderr, <https://salamanderr.wordpress.com/2008/12/10/>, 19 ตุลาคม 2562)

ปัจจัยกำหนดจุดมุ่งหมายของนักลงทุน (กนกวรรณ ศรีนวล, 2559, หน้า 16)

1. อายุของผู้ลงทุน (the age of the investor) ผู้ลงทุนที่มีอายุน้อย หรือระหว่าง 25 – 40 ปี มักจะกล้าเสี่ยงและสนใจการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความงอกเงยแก่เงินลงทุนแต่ผู้ลงทุนที่มีอายุระหว่าง 40 – 50 ปี อาจจะสนใจการลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้ประจำ ทั้งนี้เนื่องมาจากภาระทางครอบครัวและผู้ลงทุนที่อายุมากกว่า 60 ปียิ่งพอใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้แน่นอน

2. การมีครอบครัวและการต้องมีความรับผิดชอบต่อครอบครัว (marital status and family responsibilities) ผู้ลงทุนที่มีครอบครัวแล้วจะต้องรับผิดชอบต่อความเป็นอยู่ของครอบครัว ต้องให้การศึกษาแก่บุตร ทำให้เกิดความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในหลักทรัพย์ที่มั่นคงให้รายได้แน่นอน ส่วนคนโสดไม่มีภาระผูกพันย่อมต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้

3. สุขภาพของผู้ลงทุน (the health of the investor) ปัญหาเรื่องสุขภาพของผู้ลงทุนมีผลต่อการกำหนดนโยบายลงทุนของผู้ลงทุน ผู้ลงทุนที่มีสุขภาพไม่สมบูรณ์ย่อมต้องการรายได้ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (current income) มากกว่าหวังผลประโยชน์ที่จะเกิดในอนาคต

4. นิสัยส่วนตัวของผู้ลงทุน (personal habit) ผู้ลงทุนที่มีนิสัยตระหนี่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้รายได้ที่ได้รับจากการลงทุน เขาอาจลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีการขยายตัวในอนาคตก็ได้ ในทางตรงกันข้ามผู้ลงทุนที่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ย่อมต้องการได้รายได้ที่แน่นอนเพื่อมาจุนเจือรายจ่ายที่เกิดขึ้น

5. ความสมัครใจในการลงทุน (willingness to accept risks of investment) ซึ่งผู้ลงทุนบางท่านอาจต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยง ความเสี่ยงในที่นี้มีหลายลักษณะ เช่น ความเสี่ยงในธุรกิจ ความเสี่ยงในตลาด ความเสี่ยงในอัตราดอกเบี้ย ผู้ลงทุนในลักษณะนี้ได้เตรียมตัวเตรียมใจที่จะเผชิญความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตแล้ว

6. ความจำเป็นของผู้ลงทุน (investor's needs) ความจำเป็นของผู้ลงทุนอาจจะแตกต่างกัน บางท่านอาจมีความจำเป็นต้องใช้เงิน บางท่านอาจมีความจำเป็นในแง่ความรู้สึกและจิตใจ สิ่งที่สำคัญที่สุดที่แรงจูงใจให้เกิดการลงทุนคือ กำไร ซึ่งอาจเก็บสะสมไว้เพื่อใช้ในยามชรา เพื่อการศึกษาหรือปรับฐานะการครองชีพของตนเองให้ดีขึ้น

วัตถุประสงค์ในการลงทุน (Investment Objectives) ของนักลงทุนที่สำคัญมีอยู่ 4 ประการ คือ

1. การเพิ่มค่าของเงินลงทุน (Capital Appreciation) นักลงทุนมีความต้องการให้หลักทรัพย์หรือทรัพย์สินที่ตนลงทุนไว้ มีมูลค่าเพิ่มพูนขึ้นตลอดช่วงเวลาที่ลงทุน โดยการเพิ่มค่านั้นจะมาจากกำไรจากการลงทุนเป็นสำคัญ หลักทรัพย์ที่ลงทุนจึงมักจะมีความเสี่ยงสูง แต่ก็มีอัตราผลตอบแทนที่คาดสูงมาก หลักทรัพย์เหล่านี้มักไม่จ่ายเงินปันผล เพราะต้องเก็บเงินทุนเอาไว้ในการลงทุนเพื่อขยายกิจการ ส่วนหลักทรัพย์เหล่านี้ ได้แก่ หุ้นของกิจการที่ก่อตั้งใหม่ และเริ่มดำเนิน (Start Up) หรือกิจการขนาดเล็กที่กำลังขยายตัว (Growth Companies)

2. รายได้ประจำ (Current Income) นักลงทุนที่ต้องการได้รับรายได้เป็นประจำ จากการลงทุนในหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินที่ตนลงทุนไว้ ฉะนั้น หลักทรัพย์หรือทรัพย์สินที่ลงทุนจึงได้แก่ หุ้นของบริษัทขนาดใหญ่ที่มีฐานะทางการเงินมั่นคง มีกำไรในการประกอบการ สามารถจ่ายเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอหรือตราสารหนี้ได้แก่ หุ้นกู้ ตั๋วเงิน พันธบัตรที่มีดอกเบ็ยที่ตราไว้ ผู้ที่เกษียณอายุงานแล้ว ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ และให้รายได้ประจำมักนิยมใช้กลยุทธ์การลงทุนประเภทนี้

3. การปกป้องเงินทุน (Capital Protection) นักลงทุนต้องการให้เงินลงทุนของตนมีความมั่นคง ไม่ลดหรือเสียหายไป อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากขาดทุนหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินที่ลงทุน จึงมีความเสี่ยงต่ำ ระยะเวลาลงทุนจึงค่อนข้างสั้น เพราะจะทำให้สามารถคาดการณ์เหตุการณ์ได้ดีกว่า เช่น การลงทุนในตั๋วเงินคลัง ตั๋วสัญญาใช้เงินของสถาบันการเงิน เงินฝากและบัตรเงินฝากธนาคาร

4. ผลตอบแทนรวม (Total Return) นักลงทุนประสงค์ให้ความเสี่ยงและผลตอบแทน ในการลงทุนมีความเหมาะสม กล่าวคือ ไม่นิยมเอียงไปเ็นเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่งโดยเฉพาะ แต่เป็นการผสมผสานระหว่าง 3 เป้าหมายข้างต้นเหมาะสม เพื่อผลตอบแทนที่ดีกว่าในทุกสถานการณ์ลงทุน ไม่ว่าจะ เป็นช่วงตลาดหุ้นร้อนแรง (Bullish Market) หรือซบเซา (Bearish Market) วัตถุประสงค์ในการลงทุน

เหล่านี้ จะต้องนำมาพิจารณาให้สอดคล้องกับแนวคิดของผู้ลงทุนในเรื่องการยอมรับความเสี่ยงและผลตอบแทนตลอดจนช่วงเวลาที่ยอดคล่องกับแผนการลงทุนของนักลงทุนด้วย

แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงจากการลงทุน (สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, https://www.set.or.th/education/th/start/start_start_3_6.pdf, 22 ตุลาคม 2562)

ความเสี่ยงจากการลงทุนเป็นตัวแปรสำคัญ ซึ่งผู้ลงทุนจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการลงทุนเสมอ โดยเมื่อกล่าวถึง “ความเสี่ยง” คนส่วนใหญ่มักจะนึกถึงการขาดทุนหรือผลในทางลบเท่านั้น แต่หากพิจารณาจากทฤษฎีการลงทุนแล้ว “ความเสี่ยง” คือ การที่ผลตอบแทนจริงที่ได้รับจากการลงทุน เบี่ยงเบน หรือ แตกต่างไปจากผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนคาดหวังไว้ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นไปในทางบวกหรือลบก็ถือว่าเป็นความเสี่ยงด้วยกันทั้งนั้น

ความเสี่ยงในการลงทุน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ความเสี่ยงจากปัจจัยมหภาค เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยที่บริษัทไม่อาจ ควบคุมหรือคาดการณ์ล่วงหน้าได้และส่งผลกระทบต่อทุก ๆ หลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งไม่สามารถทำให้ลดลงหรือทำให้หมดไปด้วยการกระจายการลงทุน ความเสี่ยงประเภทนี้ประกอบด้วย ความเสี่ยงจากอำนาจซื้อลดลงหรือความเสี่ยงจากภาวะเงินเฟ้อ ความเสี่ยงที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ความเสี่ยงที่เกิดจากความผันแปรของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ความเสี่ยงที่เกิดจากเปลี่ยนแปลงในระดับอัตราดอกเบี้ย และความเสี่ยงจากภาวะตลาด

2. ความเสี่ยงจากปัจจัยจุลภาค เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายในบริษัท ซึ่งเป็นความเสี่ยงเฉพาะตัวของแต่ละบริษัท (Firm-Specific Risk) ที่คุณลงทุนไว้ ซึ่งบริษัทที่มีระบบการจัดการภายในที่ดี จะทำให้บริษัทมีโอกาสประสบความสำเร็จมากและมีความเสี่ยงต่ำ โดยความเสี่ยงประเภทนี้สามารถลดลงได้ด้วยการกระจายการลงทุน (Diversification) ที่เหมาะสม ความเสี่ยงประเภทนี้ประกอบด้วย ความเสี่ยงทางธุรกิจหรือความเสี่ยงในการดำเนินงานของบริษัท และความเสี่ยงทางการเงิน

ความสำคัญของการออม

การออม คือ รายได้เมื่อหักรายจ่ายแล้วจะมีส่วนซึ่งเหลืออยู่ ส่วนของรายได้ที่เหลืออยู่ซึ่งไม่ได้ถูกใช้สอยออกไปนี้เรียกว่าเงินออม โดยทั่วไปการออมจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นมีรายได้มากกว่าการจ่ายของเขา ทางที่จะเพิ่มเงินออมให้แก่ บุคคล อาจทำได้โดยการพยายามหาทางเพิ่มรายได้ให้มากขึ้นด้วยการทำงานมากขึ้น ใช้เวลาว่างในการหารายได้พิเศษ หรือการปรับปรุงงานที่ทำอยู่ให้มีประสิทธิภาพมีรายได้สูงขึ้น เป็นต้น นอกจากนั้นการลดรายจ่ายลงด้วยการรู้จักใช้จ่ายเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมก็จะทำให้มีการออมเกิดขึ้นได้เหมือนกัน

ความสำคัญของการออม เงินออมเป็นปัจจัยที่จะทำให้เป้าหมายซึ่งบุคคลกำหนดไว้ในอนาคตบรรลุจุดประสงค์ เช่น กำหนดเป้าหมายไว้ว่าจะต้องมีบ้านเป็นของตนเองในอนาคตให้ได้ เงินออมจะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดเป้าหมายที่วางไว้เป็นจริงขึ้นมาได้ นอกจากนี้เงินออมยังใช้สำหรับแก้ไขปัญหาความ

เดือดร้อนทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึงของบุคคลได้ด้วย ดังนั้นบุคคลจึงควรมีการออมอย่างสม่ำเสมอในชีวิต

1. ช่วยให้ครัวเรือนมีความมั่นคง เช่น เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายฉุกเฉินในครอบครัว เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสมาชิกและเพื่อสะสมทรัพย์สินให้แก่สมาชิกของครอบครัวการออมทำให้ผู้ออมมีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีในอนาคต

2. ช่วยให้ครัวเรือนมีรายได้มากขึ้น โดยการนำเงินไปฝากธนาคารหรือ สถาบันการเงิน การซื้อพันธบัตรรัฐบาล หรือการซื้อหุ้นในธุรกิจต่าง ๆ จะทำให้ได้รับผลประโยชน์จากดอกเบี้ย เงินปันผลหรือกำไร

3. ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้นโดยอาจนำเงินออมไปซื้อบ้าน รถยนต์ อุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน เงินออมของประชาชนส่วนหนึ่งรัฐบาลจะนำไปใช้พัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ

4. ช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เงินออมจะถูกนำไปใช้ในการลงทุนของ ภาคธุรกิจ การสร้างโครงสร้างเศรษฐกิจขั้นพื้นฐาน

5. ช่วยลดปัญหาการพึ่งพาต่างประเทศ การพยายามส่งเสริมการออมของคนไทย จะช่วยลดปัญหาการพึ่งพาเงินลงทุนจากต่างประเทศได้อีกทางหนึ่ง

ปัจจัยที่สำคัญในการออม ประกอบด้วย

1. ผลตอบแทนที่ผู้ออมได้รับจากการออม หมายความว่า ถ้ายิ่งผลตอบแทนในการออมเพิ่มมากขึ้นเท่าใด ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้บุคคลมีการออมเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น เช่น ในภาวะที่รัฐบาล กำหนดให้ธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งลดอัตราดอกเบี้ย เงินฝากประจำทุกประเภทลง ทั้งยังเก็บดอกเบี้ยภาษีเงินฝากอีก จึงทำให้ระดับเงินออมของธนาคารพาณิชย์ มีแนวโน้มลดลงเป็นอย่างมาก

2. มูลค่าของอำนาจซื้อของเงินในปัจจุบัน ผู้ออมจะตัดสินใจทำการออมมากขึ้นหลังจากการพิจารณาถึง อำนาจซื้อของเงินที่มีอยู่ในปัจจุบันว่าจะมีความแตกต่างจากมูลค่าของเงินในอนาคตมาก หมายความว่าจำนวนเงิน 1 บาท ซื้อสินค้าและบริการได้ในจำนวนใกล้เคียงหรือเท่ากับการใช้เงิน 1 บาท ซื้อสินค้าหรือบริการในอีก 2 - 3 ปีข้างหน้าหรือมากกว่านั้นในทางตรงกันข้าม ถ้าท่านว่าการเก็บเงินออมไว้โดยไม่ยอมซื้อสินค้าขณะนี้ ท่านอาจจะสูญเสียความพอใจที่ควรได้รับการซื้อสินค้าในปัจจุบัน มากกว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการออม ทั้งยังเสียเวลาคอยที่จะซื้อสินค้าในอนาคตที่อาจมีราคาสูงมากกว่าอัตราผลตอบแทนที่ได้รับอีกด้วย ดังนั้นถ้าท่านพอใจที่จะซื้อสินค้าในวันนี้มากกว่าการหวังผลตอบแทนที่จะได้รับเพิ่มขึ้นในอนาคตท่านก็จะมีการออมลดลง

3. รายได้ส่วนบุคคล ผู้ที่มีรายได้คงที่แน่นอนเป็นประจำทุกเดือนในจำนวนที่ไม่สูงมากนัก เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชนระดับต่ำ จำนวนเงินออมที่กันไว้อาจเป็นเพียงจำนวนน้อยตามอัตราส่วนของรายได้ที่มีอยู่ ซึ่งต่างจากจำนวนเงินออมของผู้บริหารระดับสูง หรือนักการเมืองที่จะมีเงินเหลือออมได้มากกว่า นอกจากนั้นการเปลี่ยนแปลงรายได้เนื่องจาก การเลื่อนตำแหน่ง การโยกย้ายงานการถูกปลดออกจากตำแหน่งหน้าที่การงานที่มีผลต่อระดับการออมเช่นกัน คือ

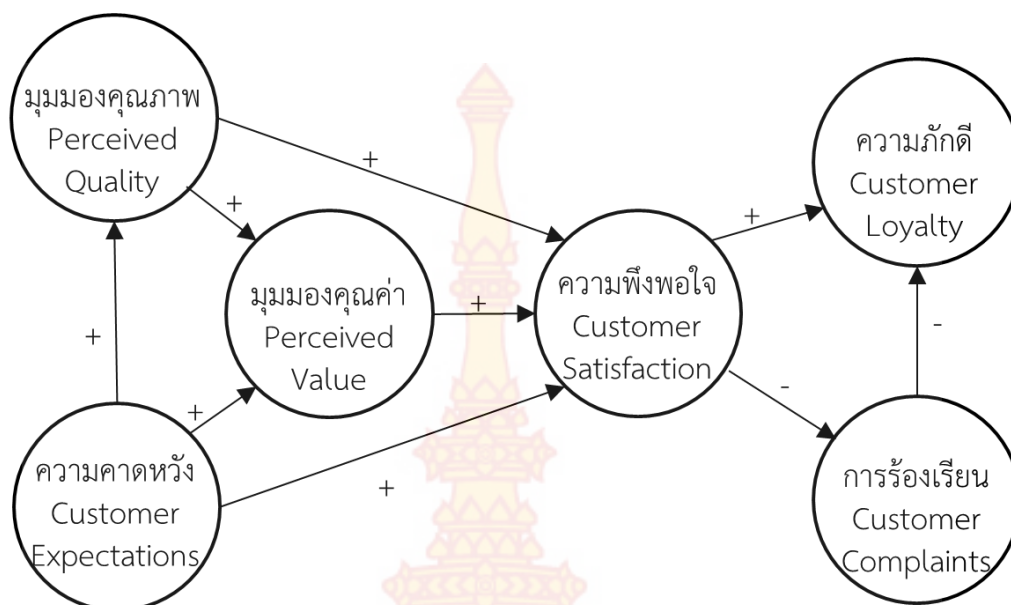
อาจทำให้มีการออมเพิ่มมากขึ้นหรือลดลงไปจากระดับเดิมได้ ดังนั้นในระหว่างที่ท่านมีรายได้มากกว่าปกติ หรือในขณะที่ท่านมีความสามารถหารายได้ได้ อยู่จึงควรจะมีการออมไว้เพื่อป้องกันปัญหาทางการเงินอันอาจเกิดขึ้นได้ดังกล่าวแล้ว

4. ความแน่นอนของจำนวนรายได้ในอนาคตหลังการเกษียณอายุ ถ้าผู้มีรายได้ทุกคนทราบได้แน่นอนว่าเมื่อใดก็ตามที่ท่านไม่มีความสามารถหารายได้ได้อีกต่อไป ท่านก็จะมีปัญหาทางการเงินเกิดขึ้นหรือถ้ามีก็ไม่ใช่ปัญหาที่รุนแรงมากนัก เนื่องจากหน่วยงานที่ท่านเคยทำงานอยู่ มีนโยบายช่วยเหลือ ท่านในวัยชราหลัง เกษียณอายุหรือภายหลังออกจากงานก่อนกำหนด เช่น นโยบายการให้บำนาญ บำเหน็จ เงินชดเชย เป็นต้น ดังนั้นผู้ออมอาจมีการออมลดลง เพื่อกันเงินไว้ใช้จ่ายมากขึ้นโดยไม่ทำให้จำนวนเงินรวมในอนาคตกระทบกระเทือนแต่ประการใดเงินออมควรเก็บรักษาอย่างไรจึงจะปลอดภัย การเก็บเงินไว้กับตนเองย่อมไม่ปลอดภัยและเป็นการสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้รับดังนั้นเงินออมควรเก็บรักษาไว้ในที่ปลอดภัยและมีรายได้ด้วยโดยการฝากสถาบันการเงินบางแห่งไว้ เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสิน สหกรณ์ออมทรัพย์ หรืออาจเก็บออมในรูปของการซื้อหลักทรัพย์หรือตราสารที่มีความมั่นคงก่อให้เกิดรายได้และสามารถเปลี่ยนมาเป็นเงินสดได้ง่ายมาถือไว้ เช่น การซื้อพันธบัตรรัฐบาล สลากออมสิน พันธบัตรออมทรัพย์ต่าง ๆ ตัวสัญญาของบริษัทเงินทุนที่มั่นคงการซื้อหน่วยลงทุนของกองทุนรวม หรือซื้อหุ้นบริษัทที่มั่นคงถือไว้ ฯลฯ

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ American Customer Satisfaction Index (ACSI)

The American Customer Satisfaction Index (ACSI) เป็นเครื่องมือในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าในระดับมหภาค ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นโดย Professor Claes Fornell ผู้อำนวยการ National Quality Research Center มหาวิทยาลัยมิชิแกน ประเทศสหรัฐอเมริกาในปี พ.ศ. 2537 เพื่อใช้วัดศักยภาพทั้งในระดับองค์กร ระดับอุตสาหกรรม และระดับประเทศ ACSI ถูกพัฒนาเพื่อให้ข้อมูลเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพของสินค้าและบริการที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้าที่วัดผลจากประสบการณ์จริงของลูกค้า ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ใช้วัดผลผลิตเชิงคุณภาพ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพขององค์กรในด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ ช่วยให้การวัดศักยภาพขององค์กรมีความสมบูรณ์ขึ้น จากการวัดแบบเดิมที่วัดผลแต่เพียงผลผลิตเชิงปริมาณ

จุดเด่นของ ACSI คือความเป็นกลางและสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ทั้งในระดับองค์กร ระดับอุตสาหกรรมและระดับประเทศ และยังสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของแต่ละหน่วยธุรกิจได้ด้วยเช่นกัน เนื่องจาก ACSI ยังศึกษาไปถึงข้อร้องเรียนของลูกค้าและความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ ซึ่งเกิดขึ้นภายหลังจากที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และแสดงออกมาในรูปแบบของการซื้อซ้ำ การแนะนำคนรอบข้าง การยอมรับในระดับราคาที่สูงขึ้น ที่จะส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรขององค์กร (สุจิตา ปฎิสัมพันธ์, 2558, หน้า 10)



ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลอง ACSI Model (The American Satisfaction Index Model)

จากภาพที่ 2.1 แสดงถึงแบบจำลอง ACSI ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)

ความคาดหวังของลูกค้า ประกอบไปด้วย ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของสินค้าและบริการของบริษัทก่อนซื้อหรือบริโภคสินค้าและบริการ เนื่องมาจากการได้รับข้อมูล ไม่ว่าจะมาจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือการแนะนำจากคนรอบข้าง และอีกส่วนคือ ความคาดหวังถึงความสามารถในการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพของบริษัทในอนาคต โดยการวัดความคาดหวังจะวัด 3 ประเด็นคือ ภาพรวม การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล และความน่าเชื่อถือ

ดังนั้น ความคาดหวังของลูกค้า จึงสรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือ เป็นการตั้งความปรารถนาหรือความต้องการที่ต้องการให้เกิดขึ้นของแต่ละบุคคล โดยใช้ประสบการณ์ที่เคยประสบมา หรือข้อมูลที่เคยได้รับมาคาดหมายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยความคาดหวังของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน เนื่องจากประสบการณ์ สภาพแวดล้อม สถานการณ์ที่มีความแตกต่างกัน โดยแต่ละบุคคลกำหนดความคาดหวังระดับที่สูงขึ้น หากความคาดหวังครั้งก่อนได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ในขณะที่ความคาดหวังจะถูกลดระดับลง หากความคาดหวังครั้งก่อนไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้

มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)

คุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ เป็นการประเมินจากประสบการณ์จริงของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือบริการ โดยวัดจากคุณภาพของสินค้าหรือบริการในภาพรวม วัดจากระดับคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งแตกต่างกันไปตามความต้องการส่วนบุคคล และวัดจากความน่าเชื่อถือของคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ซึ่งพิจารณาจากความถี่ที่เกิด

จากความผิดพลาดของสินค้าหรือบริการ เมื่อลูกค้ามีประสบการณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์จะสามารถประเมินคุณภาพได้ว่าเป็นอย่างไรส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้าโดยคุณภาพในสายตาลูกค้าอาจจะประเมินจากภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในการตอบสนอง การแก้ปัญหาให้กับลูกค้าว่าได้รับมากเพียงใดตลอดจนคุณภาพในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านชื่อเสียง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเหมาะสมระหว่างคุณภาพผลิตภัณฑ์กับราคา เป็นต้น

ดังนั้น มุมมองคุณภาพ จึงสรุปได้ว่า การรับรู้คุณภาพของลูกค้าที่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า โดยลูกค้าอาจจะเปรียบเทียบคุณภาพที่ได้รับ กับราคาที่เสียไปเพื่อเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการอย่างสูงสุด

มุมมองคุณค่า (Perceived Value)

คุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ เป็นการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์ของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าได้รับ กับราคาที่ย่างไปหรือต้นทุนที่เสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการนั้นมา โดยนำปัจจัยด้านราคาเข้ามาร่วมพิจารณาเพื่อลดผลกระทบในเรื่องระดับรายได้ หรือข้อจำกัดด้านงบประมาณของลูกค้าแต่ละราย การประเมินคุณค่าที่ลูกค้าได้รับสามารถประเมินได้จาก 2 คำถามคือ ความพอใจต่อราคา ณ ระดับคุณภาพในปัจจุบัน และความพอใจต่อคุณภาพ ณ ระดับราคาในปัจจุบันซึ่งคุณค่าของสินค้าที่ลูกค้าได้รับจะส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยได้รับอิทธิพลจาก Perceived Quality และ Customer Expectations สำหรับลูกค้า คุณค่ามาจากการเปรียบเทียบระหว่างราคาหรือต้นทุนที่ย่างเปรียบเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นว่ามีความเหมาะสมหรือไม่หากลูกค้าประเมินว่าเหมาะสมคุณค่าในการรับรู้ของลูกค้าก็จะเกิดขึ้นแต่ในทางตรงกันข้ามหากไม่มีความเหมาะสมคุณค่าในการรับรู้ของลูกค้าก็จะไม่เกิดและอาจนำไปสู่การร้องเรียนได้

ดังนั้น มุมมองคุณค่า คือ ผู้บริโภคที่เลือกเข้าซื้อสินค้าหรือใช้บริการ สามารถรับรู้ผ่านจากประสบการณ์ที่ได้รับ หากรับรู้เชิงบวก จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ตามผลจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังได้ก่อนเลือกซื้อสินค้าหรือเข้าใช้บริการ

การร้องเรียน (Customer Complaints)

ข้อร้องเรียนจากลูกค้าจะถูกวัดผลจากอัตราส่วนของลูกค้าที่เคยร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการมายังบริษัทโดยตรงภายในกรอบเวลาที่กำหนด ซึ่งข้อร้องเรียนจากลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า กล่าวคือ หากลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ ย่อมส่งผลให้ข้อร้องเรียนของลูกค้ามีจำนวนที่สูงมากขึ้น แต่ทั้งนี้การไม่มีข้อร้องเรียนจากลูกค้าเลย ไม่ได้แสดงว่าลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาก เนื่องจากการแสดงออกถึงความไม่พอใจของลูกค้าสามารถแสดงออกได้ 2 ลักษณะ คือ การร้องเรียนมายังบริษัท กับการนิ่งเฉยและเลิกใช้สินค้าหรือบริการของบริษัท ซึ่งลักษณะอย่างหลังเป็นสิ่งที่ส่งผลให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและการสร้างกำไร

สาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเกิดข้อร้องเรียน การที่ลูกค้าจะมีการร้องเรียนได้นั้นย่อมมีสาเหตุที่นำไปสู่การร้องเรียนต่อกิจการ ซึ่งสาเหตุเหล่านั้นพอจะทำการสรุปได้ โดยมีประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. สาเหตุมาจากพนักงานผู้ให้บริการ เช่น พนักงานพูดจาไม่สุภาพ พนักงานให้บริการล่าช้า เกิดความผิดพลาดขณะให้บริการ ได้รับการสื่อสารจากพนักงานไม่ตรงกัน บริการไม่ยุติธรรม หรือพนักงานไม่มีความรู้มากพอ เป็นต้น

2. สาเหตุมาจากตัวสินค้าหรือบริการ เช่น สินค้าหรือบริการไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ไม่ตรงกับการโฆษณา ขั้นตอนการบริการมีหลายขั้นตอน ทำให้เกิดความล่าช้า หรือมีแต่เครื่องบริการอัตโนมัติ ไม่มีพนักงานคอยให้บริการ เป็นต้น

3. สาเหตุมาจากตัวลูกค้า เช่น ลูกค้ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพนักงานให้บริการ หรือมาจากนิสัยส่วนตัวของลูกค้าที่ชอบการร้องเรียน เป็นต้น

4. สาเหตุมาจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น คู่แข่งมีการให้บริการที่ดีกว่า หรือมีราคาถูกกว่า เมื่อเทียบกับสินค้าหรือบริการของบริษัท เป็นต้น

ดังนั้น การร้องเรียน จึงสรุปได้ว่า ผลที่เกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือเข้าใช้บริการ มีทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อธุรกิจ ต่อภาพลักษณ์ และต่อความภักดีของผู้บริโภค

ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

ความจงรักภักดีของลูกค้า คือ ระดับความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีต่อบริษัท ซึ่งเกิดจากความเชื่อมั่นว่า บริษัทสามารถส่งมอบหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุด และยังคงซื้อสินค้าหรือใช้บริการต่อไปแม้ว่าจะเกิดปัญหาบางอย่าง เนื่องจากยังมีความรู้สึกดีหรือประสบการณ์ที่ดีต่อสินค้าหรือบริการในอดีต รวมถึงการไม่สนใจหรือเปลี่ยนไปใช้สินค้าหรือบริการของคู่แข่งชั้นแม้ว่าสินค้าหรือบริการของคู่แข่งจะดีกว่าก็ตาม ความจงรักภักดีของลูกค้าจะแสดงออกในรูปแบบของการซื้อซ้ำ และการยอมรับได้ในการเปลี่ยนแปลงของราคา ความจงรักภักดีของลูกค้าถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่นับเป็นตัวแทนของความสามารถในการทำกำไรของบริษัท

ดังนั้น ความภักดีจะเกิดขึ้นจากผู้บริโภคได้รับรู้สินค้าและบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งผู้บริโภคได้เกิดความพึงพอใจในระดับที่สูงกว่าความคาดหวังที่ได้หวังไว้ ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจต่อการซื้อสินค้าหรือเข้าใช้บริการ จนก่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าซึ่งจุดนี้เองทำให้ผู้บริโภคยากที่จะหันไปซื้อสินค้าตราอื่น

2.4 ข้อมูลของสลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ตารางที่ 2.1 ตารางแสดงข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

หลักเกณฑ์	รายละเอียด	รายละเอียด
ประเภทสลากออมทรัพย์	สลากออมสินพิเศษ 3 ปี	สลาก ธ.ก.ส.ชุดเกษตรมั่งคั่ง 4
ระยะเวลารับฝาก	ตั้งแต่ 27 มิ.ย. 2562 เป็นต้นไป	ตั้งแต่ 17 พ.ค. 2562 เป็นต้นไป จนกว่าจะครบเป้าหมาย
คุณสมบัติผู้ฝาก	บุคคลธรรมดา อายุตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไป นิติบุคคลทุกประเภท	บุคคลธรรมดา อายุตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไป นิติบุคคลทุกประเภท
อายุสลาก	3 ปี (สิทธิการถูกรางวัล 36 ครั้ง)	3 ปี (สิทธิการถูกรางวัล 36 ครั้ง)
ราคาต่อหน่วย	50 บาท	100 บาท
ค่าส่วนลดการถอนก่อนครบกำหนด เงื่อนไขหลัก	ถอนก่อนครบ 3 เดือน หักส่วนลด 1 บาท/หน่วย ผู้ฝากต้องมีบัญชีฝากประเภทเพื่อเรียกเป็นบัญชีคูโอน สำหรับรับโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเมื่อสลากครบอายุ และเงินรางวัลเข้าบัญชีเงินฝาก	ถอนก่อนครบ 3 เดือน หักส่วนลด 2 บาท/หน่วย ผู้ฝากต้องมีบัญชีฝากประเภทเพื่อเรียกเป็นบัญชีคูโอน สำหรับรับโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเมื่อสลากครบอายุ และเงินรางวัลเข้าบัญชีเงินฝาก
สลากครบอายุ การรับเงินรางวัล	โอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีเงินฝากที่เป็นคูโอน โอนเงินรางวัลเข้าบัญชีเงินฝากที่เป็นบัญชีคูโอนใน วันถัดจากวันที่ออกรางวัล	โอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีเงินฝากที่เป็นคูโอน โอนเงินรางวัลเข้าบัญชีเงินฝากที่เป็นบัญชีคูโอนใน วันถัดจากวันที่ออกรางวัล
การออกรางวัล	ทุกวันที่ 16 ของเดือน *หยุดจำหน่ายทุกวันที่ 16	ทุกวันที่ 16 ของเดือน *หยุดจำหน่ายทุกวันที่ 16
อัตราดอกเบี้ย	ฝากครบ 1 ปี ไม่ครบ 2 ปี ดอกเบี้ยหน่วยละ 0.125% ฝากครบ 2 ปี ไม่ครบ 3 ปี ดอกเบี้ยหน่วยละ 0.25% ฝาก 3 ปี ดอกเบี้ยหน่วยละ 0.60%	ฝาก 3 ปี ดอกเบี้ยหน่วยละ 0.75%

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

หลักเกณฑ์	รายละเอียด	
ประเภทสลากออมทรัพย์	สลากออมสินพิเศษ 3 ปี	สลาก ธ.ก.ส.ชุดเกษตรมั่งคั่ง 4
เงินรางวัล	รางวัลที่ 1	รางวัลที่ 1
	10,000,000 บาท	10,000,000 บาท
	รางวัลที่ 1 ต่างหมวด	รางวัลที่ 1 ต่างหมวด
	10,000 บาท	20,000 บาท
	รางวัลที่ 2 มี 2 รางวัล ๆ ละ	รางวัลที่ 2 มี 3 รางวัล ๆ ละ
	1,000,000 บาท	10,000 บาท
	รางวัลที่ 3 มี 2 รางวัล ๆ ละ	รางวัลที่ 3 มี 10 รางวัล ๆ ละ
	20,000 บาท	5,000 บาท
	รางวัลที่ 4 มี 5 รางวัล ๆ ละ	รางวัลที่ 4 มี 20 รางวัล ๆ ละ
	10,000 บาท	2,000 บาท
	รางวัลที่ 5 มี 10 รางวัล ๆ ละ	รางวัลที่ 5 มี 100 รางวัล ๆ ละ
	5,000 บาท	1,000 บาท
	รางวัลเลขท้าย 6 ตัว	รางวัลเลขท้าย 4 ตัว
	400 บาท	90 บาท
	รางวัลเลขท้าย 5 ตัว	รางวัลเลขท้าย 3 ตัว
	300 บาท	45 บาท
	รางวัลเลขท้าย 4 ตัว	
	150 บาท	

ที่มา : ธนาคารออมสิน. <https://www.gsb.or.th/GSBAllSalak.aspx>, 25 ตุลาคม 2562. ;

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. <https://www.baac.or.th/th/content-product.php>. 25 ตุลาคม 2562.

สลากอมทรัพย์ ธ.ก.ส.

ชุดเกษตรมีองค์ ๔

ฝาก 100 ลุ้นรางวัลสูงสุด 15 ล้านบาท*

ได้ออม สร้างความมั่นคง ได้ดอกเบี้ย
เสริมความมั่นคงเพื่อเกษตรกรและตัวคุณ

เปิดรับฝากวันที่ 17 พฤษภาคม 2562 ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา

ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันฝากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. A-Mobile ตั้งแต่วันที่ 17 มิถุนายน 2562 ลุ้นรางวัล ฝากได้ทุกที่ ทุกเวลา

ติดต่อสอบถาม โทร. 0 2555 0555

สลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส.

ชุดเกษตรมีองค์ ๔

- ครอบคลุม รวมฝากแบบ 100 บาท 10 ล้านบัญชีทั่วประเทศ เปิดรับฝากตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2562
- ดอกเบี้ย 3.00 ต่อปี (รวมดอกเบี้ย)
- ถัดจากดอกเบี้ย 3.00% คิดเป็นเงินฝากออมทรัพย์แบบฝากประจำ 2562 คิดดอกเบี้ยวันที่ 15 กรกฎาคม 2562 คิดดอกเบี้ยวันที่ 17 กรกฎาคม 2562
- สิทธิในการสละสิทธิ์ รวมฝากเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562 500 บาท คิดดอกเบี้ยวันที่ 15 ตุลาคม 2562 คิดดอกเบี้ยวันที่ 14 กรกฎาคม 2562 ไม่สามารถถอนเงินได้ตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน 2562
- เงินฝาก 10 ล้านบาท 17 กรกฎาคม 2562 เงินไม่เกิน 1 ล้านบาท ทุกสาขาทั่วประเทศ สามารถถอนเงินแบบออมทรัพย์ ธ.ก.ส. A-Mobile ไม่สามารถถอนเงินได้ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม 2562 วันที่ 18 ตุลาคม 2562 วันที่ 17 กรกฎาคม 2562
- ดอกเบี้ยเฉลี่ยต่อปีโดยประมาณ:
 - รวมฝากออมทรัพย์ 3.00% คิดดอกเบี้ยตามวันฝาก (คิดเป็นเงินฝากออมทรัพย์ 0.25% ต่อปี)
 - ผู้ฝากเงินโดยอัตโนมัติ เริ่มต้นฝากเงิน
 - ผู้ฝากเงินโดยอัตโนมัติ เริ่มต้นฝากเงินตามบัญชีฝาก 2 ภาคต่อวัน
- จำนวนรางวัลสูงสุดโดยประมาณ: เงินรางวัลรวม 2,536,080 รางวัล เงินมูลค่า 182,580,000 บาท (เงินรางวัล)

(1) รางวัลที่ 1 เงินรวม 11 ล้านบาท	1 รางวัล
- รางวัลที่ 1 สูงสุด 15 ล้านบาท จำนวน 6 ราย (ไม่รวมรายการ 2562 รายการ 2563 รายการ 2564 รายการ 2565)	15,000,000 บาท
- รางวัลที่ 1 อื่นๆ	10,000,000 บาท
(2) รางวัลที่ 2 เงินรวม 20,000 บาท	20,000 ราย
(3) รางวัลที่ 3 เงินรวม 10,000 บาท	10,000 ราย
(4) รางวัลที่ 4 เงินรวม 5,000 บาท	5,000 ราย
(5) รางวัลที่ 5 เงินรวม 2,000 บาท	2,000 ราย
(6) รางวัลที่ 6 เงินรวม 1,000 บาท	1,000 ราย
(7) รางวัลที่ 7 เงินรวม 500 บาท	500 ราย
(8) รางวัลที่ 8 เงินรวม 200 บาท	200 ราย
(9) รางวัลที่ 9 เงินรวม 100 บาท	100 ราย
(10) รางวัลที่ 10 เงินรวม 50 บาท	50 ราย
(11) รางวัลที่ 11 เงินรวม 25 บาท	25 ราย

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา โทร: 0 2555 0555

ภาพที่ 2.2 โบรชัวร์สลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ที่มา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. <https://www.baac.or.th/th/content-product.php>. 25 ตุลาคม 2562.

สลากออมสินพิเศษ 3 ปี

ลุ้นรางวัลใหญ่ 30 ล้านทันที

ครบกำหนดไอนเงินต้น พร้อมดอกเบี้ย เข้าบัญชีทันที

ดอกเบี้ยพิเศษ 3.00% ต่อปี (รวมดอกเบี้ย)

งวด	จำนวนเงินฝาก	จำนวนเงิน
งวดที่ 1	3	15,000,000 บาท
งวดที่ 2	2	1,000,000 บาท
งวดที่ 3	2	20,000 บาท
งวดที่ 4	5	10,000 บาท
งวดที่ 5	10	5,000 บาท

รวมรางวัลสูงสุดโดยประมาณ: เงินรางวัลรวม 18,000,000 บาท

เปิดรับฝากตั้งแต่วันที่ 17 มิถุนายน 2562

สลากออมสินพิเศษ 3 ปี

สลากออมสินพิเศษ

สุ่มรางวัลรวม 30 ครั้ง
บุคคลธรรมดา ไม่เสียภาษี
ใช้เงินฝากออมทรัพย์ประจำประเภทใดก็ได้

จุดเด่นของสลาก

- ▶ ตลอดระยะเวลาฝาก 3 ปี ได้สิทธิรางวัลรวม 30 ครั้ง
- ▶ ดอกเบี้ยและรางวัล ยกเว้นภาษีส่วนบุคคลธรรมดา
- ▶ ภาษีหัก ณ ที่จ่าย 95% ของมูลค่าสลาก
- ▶ ใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันได้
- ▶ สิทธิในการสละสิทธิ์ สามารถถอนเงินต้นและดอกเบี้ยได้
- ▶ สามารถถอนเงินต้นและดอกเบี้ยได้ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2562
- ▶ สามารถฝากเงินแบบอัตโนมัติได้
- ▶ สามารถฝากเงินแบบอัตโนมัติได้ตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม 2562
- ▶ เงินรางวัลสลาก จะโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ในวันครบกำหนดอัตโนมัติ
- ▶ สลากออมสินฯ จะโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ในวันครบกำหนดอัตโนมัติ

เงื่อนไขการฝาก

- ฝากหักภาษี 7 ปีขึ้นไป
- มีเลขยก
- ต้องมีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์
- ฝากตามบัญชี: 50 บาท
- มูลค่าฝากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์

www.gsb.or.th | GSB Society | Call Center 1115

ภาพที่ 2.3 โบรชัวร์สลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสิน
ที่มา : ธนาคารออมสิน. <https://www.gsb.or.th/GSBAllSalak.aspx>. 25 ตุลาคม 2562.



ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารของรัฐขาด สลากออมทรัพย์ ชื่อ "สลากออมทรัพย์ อ.ก.ด." เพื่อเป็นทุนแก่เกษตรกรไทย		ชุด 1
สลากออมทรัพย์หมายเลข	17 7797294	ถึง 17 7797298
จำนวน	5	หน่วย หน่วยละ 100 บาท
เป็นเงิน	ห้าร้อยบาทถ้วน	บาท
นามผู้ฝาก	สลากผู้ถือ (3401) สาขาพนมทวน	
นามแฝง	เลขทะเบียน 499999801792	
วันที่รับฝาก	09 ธันวาคม 2557	สาขาที่รับฝาก สาขาพนมทวน
วันเริ่มมีสิทธิ์ถูกรางวัล	16 ธันวาคม 2557	วันสิ้นสุดการถูกรางวัล 16 พฤศจิกายน 2560
วันครบกำหนดถอนเงิน	09 ธันวาคม 2560 (ดอกเบี้ยค่านำพนมทวนละ 2.50 บาท)	
การโอนการสิทธิ์	ผู้ฝากสามารถโอนสิทธิ์มอบบุตร	บัญชีต้นเงิน บัญชีชำระงวด
เบอร์อ้างอิง	2240324	จิตรกร : ปรียา มาทอง ที่ออก : ประชาชนและสิ่งแวดล้อม ภาคใต้

ภาพที่ 2.4 ตัวอย่างสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
 ที่มา : ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. <https://www.baac.or.th/th/content-product.php>.
 25 ตุลาคม 2562.



ภาพที่ 2.5 ตัวอย่างสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน
 ที่มา : ธนาคารออมสิน. <https://www.gsb.or.th/GSBAllSalak.aspx>. 25 ตุลาคม 2562.

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรฉัตร ธรรมวิหาคคุณ, กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาน, กรรณิการ์ แสงสุริศรี และชวิตา โกเมนธรรม โสภณ (2562, หน้า 277-282) ศึกษาเรื่อง ระดับความสนใจผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความสนใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สถาบันการเงิน

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีระดับความสนใจต่อผลิตภัณฑ์สถาบันการเงินผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ดังนี้ ลูกค้าที่มีการศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน มีความสนใจผลิตภัณฑ์เงินฝากแตกต่างกัน ลูกค้าที่มีการศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน สนใจผลิตภัณฑ์สินเชื่อแตกต่างกัน ลูกค้าที่มีเพศอายุ การศึกษา สถานภาพ และอาชีพ แตกต่างกัน สนใจผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตแตกต่างกัน ลูกค้าที่มีการศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน สนใจผลิตภัณฑ์ประกันแตกต่างกัน ลูกค้าที่มีเพศ การศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน สนใจผลิตภัณฑ์กองทุนแตกต่างกัน และลูกค้าที่มีอายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ แตกต่างกัน สนใจผลิตภัณฑ์ชำระเงินแตกต่างกัน ผลการศึกษาที่กล่าวมา เป็นสิ่งที่ธนาคารสามารถควบคุมได้ ด้วยการกำหนดนโยบายที่เหมาะสม และการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึง จะทำให้ธนาคารสามารถเพิ่มปริมาณเงินฝากของธนาคารได้

ณัฐนันท์ พรรณจิตต์และคณะ (2562, หน้า 102-110) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า กรณีศึกษาธนาคารกสิกรไทย จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล เพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ธนาคารกสิกรไทยได้ปรับปรุงการบริการเพื่อให้เข้าใจความต้องการของลูกค้า และสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้ารอบด้าน

ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบที่สำคัญของ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัล ได้แก่ 1) การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลรูปแบบช่องทางโซเชียลมีเดียทางด้านช่องทางหลัก คือ Facebook โดยใช้ชื่อว่า Kbank Life 2) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ โดยสร้างการตลาดผ่านเนื้อหาที่มีจุดเด่นด้วยสื่อ Facebook 3) การขายโดยพนักงานขายผ่านสื่อดิจิทัล เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการจำนวน 87.5% การสื่อสารหลักคือ Facebook 4) การส่งเสริมการขายผ่านทางสื่อดิจิทัล เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการจำนวน 75% นำเสนอโปรโมชั่นสิทธิพิเศษผ่าน K-Plus แอปพลิเคชัน และ 5) การตลาดทางตรงผ่านสื่อดิจิทัล กิจกรรมการแจ้งข่าว โดยผ่านสื่อช่องทางที่หลากหลาย อาทิ สื่อสังคมออนไลน์ Sms Email เป็นต้น และมีการพัฒนาฟังก์ชันการใช้งานของแอปพลิเคชันเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับลูกค้าให้มากขึ้น ตามลำดับ สำหรับด้านความผูกพันกับลูกค้าที่สำคัญ 1) ความเชื่อมั่นในตราสินค้า 2) ความภาคภูมิใจในตราสินค้า 3) ความซื่อสัตย์และความจริงใจของตราสินค้า 4) ความหลงใหลในตราสินค้า ตามลำดับ ดังนั้นผู้บริหารควรสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการสร้างการผูกพันแก่ลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความผูกพันต่อธนาคารและเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้าในอนาคตเพื่อก่อให้เกิดการใช้ซ้ำ อันจะนำไปสู่จำนวนลูกค้าและจำนวนเงินฝากที่มากขึ้น

คมกฤษ มุททาร์ตัน และศิริพงษ์ สีใสไพโร (2562, หน้า 328-333) ศึกษาเรื่อง ดัชนีเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ควิกเปย์บนมือถือ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษาธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ควิกเปย์บนมือถือ ระหว่าง ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ควิกเปย์ (Quick Pay) ในด้านคุณภาพการบริการ ความคุ้มค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจและความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารชั้นนำ มีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก มีระบบการจัดการของ E-Banking ที่มีประสิทธิภาพ มีภาพลักษณ์ที่ดี จึงทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจและส่งผลให้เกิดความภักดีที่จะบอกต่อและกลับมาใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย ดังนั้นหากธนาคารต้องการรักษารฐานลูกค้า รักษาระดับมาตรฐานของแอปพลิเคชัน โดยธนาคารควรกำหนดนโยบายในการรักษาและดูแลลูกค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของธนาคารให้มากที่สุดในทุก ๆ ด้าน โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส เพื่อก่อให้เกิดความภักดี (Customer Loyalty) และ โอกาสการใช้ซ้ำต่อไป

สุนิสา อ่วมอบ และศิริพงษ์ สีใสไพโร (2562, หน้า 358-364) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในจังหวัดเพชรบุรีและจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสิน พื้นที่จังหวัดเพชรบุรี กับจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาพบว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสินในจังหวัดเพชรบุรีกับจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความภักดี อันประกอบด้วย ความพึงพอใจในการให้บริการและการร้องเรียน ซึ่งผู้บริการยังคงมีความภักดีต่อธนาคาร โดยผลของการตอบแบบสอบถามผู้บริการสินเชื่อ ยังคงเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารต่อไป และพร้อมที่จะบอกต่อสิ่งดี ๆ ที่ได้รับ ให้กับคนที่รู้จักรวมถึงการแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร ซึ่งเป็นไปตามดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACSI) ธนาคารควรกำหนดยุทธศาสตร์ในการรักษาและดูแลลูกค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของธนาคารให้มากที่สุดในทุก ๆ ด้าน โดยอยู่ภายใต้การกำกับดูแลการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market Conduct)

วิภาพร แปรพิศ และศิริพงษ์ สีใสไพโร (2562, หน้า 305-309) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสกลับไปใช้ซ้ำ กรณีศึกษา จีเอสบี เปย์ ของธนาคารออมสินและแท็บเคทีซี ของธนาคารกรุงไทยในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการใช้บริการซ้ำของแอปพลิเคชัน จีเอสบี เปย์ ธนาคารออมสิน และ แท็บเคทีซี ธนาคารกรุงไทย

ผลการศึกษาพบว่า ดัชนีโอกาสการกลับไปใช้ซ้ำของกลุ่มธนาคาร พบว่า ธนาคารออมสินได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการ จีเอสบี เปย์ ด้านคุณภาพ (PQI) คุณค่า (PVI) ความพึงพอใจ (CSI) และความภักดี (CLI) ด้านความคาดหวัง (CEI) และการร้องเรียน (CC) สูงสุด ในขณะที่ธนาคารกรุงไทยได้รับความพึงพอใจในการใช้บริการ แท็บเคทีซี ต่ำกว่าทุกด้าน นั้นแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของธนาคารที่ได้ทำการพัฒนาระบบ เพื่อรองรับการให้บริการ ซึ่งอาจยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างเต็มที่ การศึกษางานวิจัยนี้ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสใช้ซ้ำ ประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์ ด้านความพึงพอใจ ด้านการแนะนำ และด้านความภักดี

จूरिपर อินทรานुरักษ์ และอุมาวสี ศรีบุญลือ (2554, หน้า 86-88) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน สาขาโคกกรวด จ.นครราชสีมา มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อ 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน 2) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน 3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้) และปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษ (วัตถุประสงค์ที่ซื้อ มูลค่าที่ซื้อ ซื้อให้ใคร ซื้อเมื่อใด ผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อ) ที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมธนาคาร ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

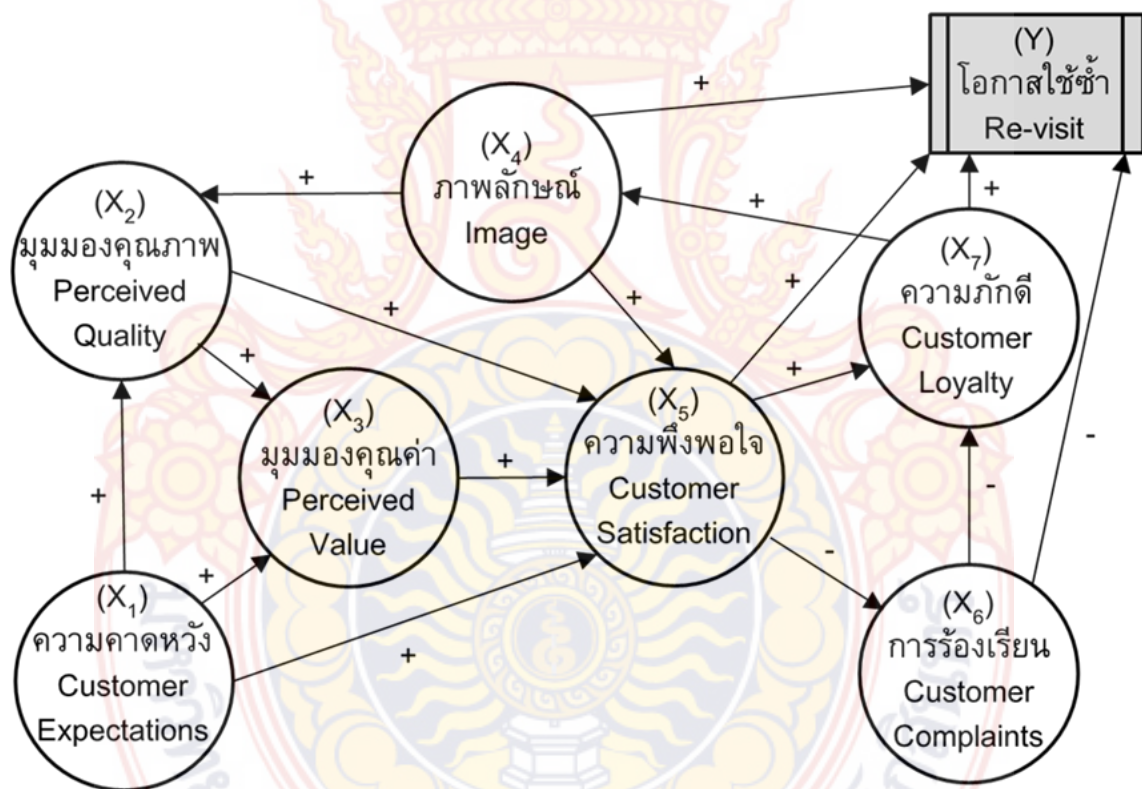
โสภาค เจริญสุข (2559, หน้า 92-101) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมบทความนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชากร โดยการทำงานทั้งในทางทฤษฎีและการวิจัยด้านการออมได้ระบุถึงปัจจัยที่มีศักยภาพที่สำคัญในการออมสามารถจัดกลุ่มอย่างอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยนโยบายของรัฐบาลปัจจัยทางการเงินปัจจัยรายได้และการเติบโต ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยความไม่แน่นอนในชีวิต และปัจจัยภายนอก

ผลการศึกษาพบว่า จากงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า การออมภาคครัวเรือน คือสาเหตุที่แท้จริงที่ทำให้การออมรวมของประเทศไทยลดลง ดังนั้น งานศึกษาจึงพยายามที่จะวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีส่วนกำหนดการออมในระดับครัวเรือนของไทย จากการประมาณค่าทางเศรษฐมิติ พบว่า ระดับการออมของครัวเรือนจะเพิ่มขึ้นตามรายได้ จำนวนผู้มีรายได้ในครัวเรือน และความสามารถในการเข้าถึงสถาบันการเงินในทางตรงกันข้าม การออมของครัวเรือนจะลดลงหากสมาชิกในครัวเรือนเป็นสมาชิกกองทุนประกันสังคมหรือกองทุนบำเหน็จบำนาญของรัฐ รวมถึงการได้รับสิทธิ 30 บาทรักษาทุกโรค นอกจากนั้นการออมของครัวเรือนในซึ่งอยู่ในรูปตัวเงินจะลดลงเมื่อครัวเรือนมีการออมผ่านสินทรัพย์คงทน เช่น การมีบ้านเป็นของตนเอง และที่น่าสนใจการศึกษาพบว่า ขนาดของครัวเรือนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับการออม เนื่องจากสมาชิกในครัวเรือนสามารถช่วยเหลือแบ่งปันกันได้หากมีสิ่งที่ไม่คาดคิด

เกิดขึ้นกับคนในครัวเรือน ดังนั้น ความตระหนักและความจำเป็นในการออมเพื่อเป็นหลักประกันในการรักษาระดับการบริโภคภายในครัวเรือนจึงลดลง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการอ้างอิง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่าการให้บริการ ส่งผลไปสู่ความพึงพอใจของนักลงทุน โดยที่ผลของความพึงพอใจจะส่งผลต่อการร้องเรียนแนะนำ และความภักดีต่อสินค้าและบริการ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามโดยระบุตัวแปรที่อยู่ในกรอบความคิดให้มีความสอดคล้องวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตการวิจัยและทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเพื่อให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการ ศึกษาถึง “พฤติกรรมนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่” กรณีศึกษาสลากออมทรัพย์ระหว่างธนาคารออมสิน และ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.6 แสดงแบบจำลอง ACSI Model (The American Satisfaction Index Model)

จากภาพที่ 2.6 แสดงถึงแบบจำลอง ACSI ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ โครงสร้างแบบจำลองมีลักษณะความเป็นเหตุเป็นผลกัน จะเห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนมี 4 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เป็นตัวแปรต้น ซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวังของนักลงทุนที่มีต่อสินค้าหรือบริการ (Customer Expectations) มุมมองคุณภาพของนักลงทุนที่มีต่อสินค้าหรือบริการ (Perceived Quality) มุมมองคุณค่าของนักลงทุนที่มีต่อสินค้าหรือบริการ (Perceived Value) และภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ (Image) ซึ่งภาพลักษณ์นี้ หากสินค้าหรือบริการมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะสอดคล้องไปกับมุมมองคุณภาพของนักลงทุน ก่อให้เกิดเป็นปัจจัยในการกลับมาใช้ซ้ำสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ด้วย ในขณะที่เดียวกันก็มีปัจจัยอีก 3 ปัจจัยที่เป็นผลลัพธ์จากความพึงพอใจของนักลงทุน ได้แก่ การร้องเรียนของนักลงทุน (Customer Complaints) ความภักดีในสินค้าและบริการ (Customer Loyalty) และการกลับมาลงทุนซ้ำของนักลงทุน (Re-visit) หากผลลัพธ์ คือ นักลงทุนมีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ นักลงทุนจะมีความภักดีต่อสินค้า ก่อให้เกิดแนวโน้มในการกลับมาใช้ซ้ำ มีทัศนคติอันดีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ และแนะนำบอกต่อผู้อื่น รวมถึงชักชวนให้ซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ในทางตรงกันข้าม หากนักลงทุนเกิดความไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ นักลงทุนจะแสดงออกโดย การร้องเรียน (Customer Complaints) อันจะเป็นผลเสียต่อการกลับมาใช้ซ้ำของนักลงทุน

2.7 สมมุติฐานในการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ความคาดหวังของนักลงทุน (Customer Expectations) และภาพลักษณ์ (Image) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)

สมมุติฐานที่ 2 ความคาดหวังของนักลงทุน (Customer Expectations) และมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณค่า (Perceived Value)

สมมุติฐานที่ 3 ความภักดีของนักลงทุน (Customer Loyalty) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ (Image)

สมมุติฐานที่ 4 ความคาดหวังของนักลงทุน (Customer Expectations) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) และภาพลักษณ์ (Image) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของนักลงทุน (Customer Satisfaction)

สมมุติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของนักลงทุน (Customer Satisfaction) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการร้องเรียน (Customer Complaints)

สมมุติฐานที่ 6 ความพึงพอใจของนักลงทุน (Customer Satisfaction) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดี (Customer Loyalty) และการร้องเรียน (Customer Complaints) มีความสัมพันธ์ทางลบต่อความภักดี (Customer Loyalty)

สมมุติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์ (Image) ความพึงพอใจของนักลงทุน (Customer Satisfaction) และ ความภักดี (Customer Loyalty) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ (Re-Visit) และการร้องเรียน (Customer Complaints) มีความสัมพันธ์ทางลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ (Re-Visit)

หรือสามารถเขียนออกเป็นสมการตามกรอบแนวคิด ACSI ได้ดังนี้

X_{1i} = ตัวแปรอิสระ (Exogenous Variables)

$$X_{2i} = \beta_{20} + \beta_{21}X_{1i} + \beta_{24}X_{4i} + \varepsilon_{2i}$$

$$X_{3i} = \beta_{30} + \beta_{31}X_{1i} + \beta_{32}X_{2i} + \varepsilon_{3i}$$

$$X_{4i} = \beta_{40} + \beta_{47}X_{7i} + \varepsilon_{4i}$$

$$X_{5i} = \beta_{50} + \beta_{51}X_{1i} + \beta_{52}X_{2i} + \beta_{53}X_{3i} + \beta_{54}X_{4i} + \varepsilon_{5i}$$

$$X_{6i} = \beta_{60} + \beta_{65}X_{5i} + \varepsilon_{6i}$$

$$X_{7i} = \beta_{70} + \beta_{75}X_{5i} + \beta_{76}X_{6i} + \varepsilon_{7i}$$

$$Y_i = f(\beta_{80} + \beta_{84}X_{4i} + \beta_{85}X_{5i} + \beta_{87}X_{7i} + \varepsilon_{8i})$$



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัด เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของ ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสเลือกกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำของธนาคาร ออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

งานวิจัยนี้เริ่มจากขั้นตอนการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการทบทวนวรรณกรรมหรือ บทความทางวิชาการจากฐานข้อมูล ค้นคว้าจากเอกสาร การเก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความ รวมทั้ง งานวิจัยตลอดจนข้อมูลจากเว็บไซต์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาในเรื่องของ ความ คาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ภาพลักษณ์ (Image) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) การ ร้องเรียน (Customer Complaints) ความภักดี (Customer Loyalty) และโอกาสการกลับไปใช้ซ้ำ (Re-Visit) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสร้างเป็นเครื่องมือในลักษณะแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำเสนอวิธีการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดเก็บและสถิติที่ใช้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ได้แก่ นักลงทุนในสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน และ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน และนัก ลงทุนในสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัย นั้นไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดย การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จำนวน 500 คน และแบ่งการเก็บข้อมูลดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามธนาคารที่เลือกใช้บริการและระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคารของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ธนาคาร	จำนวนคน	ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคาร		
		1 - 3 ปี	3 - 6 ปี	6 ปีขึ้นไป
ธนาคารออมสิน	256	81	77	98
	51.20%	56.64%	41.18%	57.65%
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	244	62	110	72
	48.80%	43.36%	58.82%	42.35%
รวม	500	143	187	170

จากตารางที่ 3.1 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง สรุปได้ว่า จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 500 คน สามารถแบ่งชั้นภูมิของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามของธนาคารออมสิน จำนวน 256 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.20 ผู้ตอบแบบสอบถามของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำนวน 244 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 48.80 โดยสามารถแบ่งกลุ่มออกเป็นระยะเวลาการเป็นลูกค้าของแต่ละธนาคาร ดังนี้ ธนาคารออมสิน มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าธนาคารมาแล้วจำนวน 1 - 3 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 56.64 ระยะเวลา 3 - 6 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18 และระยะเวลา 6 ปีขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 57.65 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าธนาคารมาแล้วจำนวน 1 - 3 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 43.36 ระยะเวลา 3 - 6 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 58.82 และระยะเวลา 6 ปีขึ้นไป จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 42.35 เป็นต้น

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Online Questionnaire) เพื่อนำมาวิเคราะห์ปัจจัยจากองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังของลูกค้า 2) การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ 3) การรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ 4) ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ 5) ความพึงพอใจโดยรวมของสินค้าและบริการ 6) ข้อร้องเรียนของลูกค้า และ 7) ความภักดีต่อสินค้าและบริการ ตามองค์ประกอบของดัชนีประเมินความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (American Customer Satisfaction Index : ACSII) โดยกำหนดเป็นข้อคำถามเพื่อเป็นตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 42 คำถาม และมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือทางการวิจัย ดังนี้

- 1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) นำผลการทบทวนวรรณกรรมมาทำการสร้างแบบสอบถาม

3) สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ ของลูกค้าธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ นักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการวัดแบบ Likert Scale โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ 1 – 5 คะแนน ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมาก

3 คะแนน หมายถึง ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญน้อย

1 คะแนน หมายถึง ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อมูลข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

3.2.2 การทดสอบเครื่องมือ

3.2.2.1 การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content validity) ในแบบสอบถามแต่ละข้อ สามารถแสดงถึงข้อมูลที่ต้องการตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้ศึกษาได้นำเรียนเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาให้พิจารณาแบบถามทุกข้อและปรับปรุงแก้ไขร่วมกันเพื่อให้แน่ใจว่า คำตอบที่ได้จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

3.2.2.2 การนำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด

3.2.2.3 นำข้อมูลทั้ง 30 ชุด ที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability Analysis) ของแบบสอบถามโดยวิธี Factor analysis, Total Variance และการใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์ ครอนบักอัลฟา (Cronbach α -coeffocoent) จำนวน 7 องค์ประกอบจากข้อคำถามที่เป็นตัวแปร จำนวน 25 ตัวแปร พบว่า มีค่าสถิติผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้คือ 0.7 จึงพิจารณาเก็บข้อมูลจริงต่อไป

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.3.1 การเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) ในการจัดเก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และ แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) โดยแจกให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยแบ่งเป็นลูกค้าธนาคารละ 250 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลา ตั้งแต่เดือน สิงหาคม – ตุลาคม พ.ศ. 2562 และมีผู้ตอบแบบสอบถามครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน

3.4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลที่จัดเก็บและสถิติที่ใช้

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติและทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมประมวลผลด้านสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.4.1 การตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ (Online Questionnaire) ให้กับกลุ่มตัวอย่างว่ามีข้อมูลที่ขาดหาย (Missing Data) จากแบบสอบถามทั้งหมดหรือไม่ โดยในการวิเคราะห์ทางสถิตินั้น จะใช้ชุดแบบสอบถามที่มีผู้ตอบครบทุกข้อคำถาม เพื่อให้ได้ค่าสถิติที่มีความแม่นยำมากที่สุด

3.4.2 การสอบทานความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด (Reliability) เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา (Cronbach α -coeffocoent) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยถ้าค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่ามีความเชื่อถือได้สูง ในงานวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟาที่มากกว่า 0.7 ขึ้นไป

3.4.3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Regression Analysis) ใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะของการลงทุนในสลากออมทรัพย์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการลงทุนในสลากออมทรัพย์ โดยใช้สถิติ t-test ทดสอบสมมติฐานสำหรับข้อมูลที่มีตัวแปร 2 ตัวแปร ได้แก่ ธนาคารที่ใช้บริการ, เพศ, วัตถุประสงค์ในการลงทุน, การลงทุนโดยเฉลี่ย, ช่องทางในการลงทุน, วิธีการชำระเงิน และการนำสลากมาค้าประกันเงินกู้ ส่วน one way ANOVA เป็นการทดสอบสมมติฐานสำหรับข้อมูลที่มีตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ย, ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า, บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ, ความถี่ในการลงทุน, และช่องทางที่ได้รับข่าวสาร โดยการศึกษาในครั้งนี้ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.1

ใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของดัชนีความพึงพอใจโดยการวิเคราะห์แบบจำลองพหุคูณแบบเรียงลำดับ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.1

ตารางที่ 3.2 แสดงผลการทดสอบเครื่องมือด้วยวิธี Factor Loading, %Total Variance และ Cronbach Alpha ที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
ความคาดหวัง (Customer Expectations)		0.7694	0.8978
ความสะดวกรวดเร็ว	0.8522		
ความถูกต้องแม่นยำ	0.8837		
ความปลอดภัยในการใช้บริการ	0.9013		
การบริการที่ดี	0.8706		
มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)		0.6888	0.8479
สลากออมทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ	0.8181		
สลากออมทรัพย์มีสภาพคล่องสูง	0.8267		
สลากออมทรัพย์ มีราคาเหมาะสม	0.8405		
สลากออมทรัพย์นำมาเป็นหลักประกันเงินกู้	0.8341		
มุมมองคุณค่า (Perceived Value)		0.6606	0.8231
สลากออมทรัพย์มีความคุ้มค่า	0.7969		
มีโอกาสถูกรางวัลทุกงวด	0.8154		
สามารถขายคืนก่อนครบกำหนด	0.8279		
เงินรางวัลและดอกเบี้ยได้รับการยกเว้นภาษี	0.8105		
ภาพลักษณ์ (Image)		0.7016	0.8561
ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	0.7912		
สลากออมทรัพย์มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์	0.8037		
ธนาคารให้บริการด้วยความสะดวกและรวดเร็ว	0.8805		
จำนวนสาขาเพียงพอต่อการบริการ	0.8712		
ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)		0.7184	0.8681
ขายคืนสลากได้ที่ทุกสาขา	0.8336		
สามารถลงทุนผ่าน Mobile Banking	0.8160		
จำนวนพนักงานผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ	0.8525		
พนักงานมีความรู้และให้บริการอย่างมืออาชีพ	0.8865		

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
การร้องเรียน (Customer Complaints)		0.9188	0.9555
ร้องเรียนไปยังสำนักงานใหญ่	0.9636		
บอกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก	0.9499		
บอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	0.9619		
ความภักดี (Customer Loyalty)		0.9364	0.9320
บอกต่อสิ่งดี ๆ ไปยังคนที่รู้จัก	0.9676		
ยังคงเลือกใช้บริการ ต่อไปในอนาคต	0.7976		

จากตารางที่ 3.2 แสดงผลการทดสอบเครื่องมือด้วยวิธี Factor Loading, %Total Variance และ Cronbach Alpha

องค์ประกอบที่ 1 ด้านความคาดหวัง (Customer Expectations) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.8522 – 0.9013 ถือว่ามีความเชื่อถือได้อยู่ในระดับดี Total Variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรของข้อคำถามได้ทั้งสิ้น 0.7694 ถือว่ามีความผันแปรของข้อคำถามในองค์ประกอบนี้ในระดับดี และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha มีค่า 0.8978 แสดงถึงค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี

องค์ประกอบที่ 2 มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.8181 – 0.8405 ถือว่ามีความเชื่อถือได้อยู่ในระดับดี Total Variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรของข้อคำถามได้ทั้งสิ้น 0.6888 ถือว่ามีความผันแปรของข้อคำถามในองค์ประกอบนี้ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากข้อคำถามแต่ละข้อมีประเด็นที่ต่างกัน และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha มีค่า 0.8479 แสดงถึงค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี

องค์ประกอบที่ 3 มุมมองคุณค่า (Perceived Value) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.7969 – 0.8279 ถือว่ามีความเชื่อถือได้อยู่ในระดับดี Total Variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรของข้อคำถามได้ทั้งสิ้น 0.6606 ถือว่ามีความผันแปรของข้อคำถามในองค์ประกอบนี้ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากข้อคำถามแต่ละข้อมีประเด็นที่ต่างกัน และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha มีค่า 0.8231 แสดงถึงค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี

องค์ประกอบที่ 4 ภาพลักษณ์ (Image) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.7912 – 0.8805 ถือว่าความเชื่อถือได้อยู่ในระดับดี Total Variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรของข้อคำถามได้ทั้งสิ้น 0.7016 ถือว่ามีความผันแปรของข้อคำถามในองค์ประกอบนี้ในระดับดี และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha มีค่า 0.8561 แสดงถึงค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี

องค์ประกอบที่ 5 ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.8160 – 0.8865 ถือว่ามีความเชื่อถือได้อยู่ในระดับดี Total Variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายถึงความผันแปรของข้อความคำถามได้ทั้งสิ้น 0.7184 ถือว่ามีความผันแปรของข้อความคำถามในองค์ประกอบนี้ในระดับดี และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha มีค่า 0.8681 แสดงถึงค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี

องค์ประกอบที่ 6 การร้องเรียน (Customer Complaints) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.9499 – 0.9636 ถือว่ามีความเชื่อถือได้อยู่ในระดับดีมาก โดยค่า Total Variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรของข้อความคำถามได้ทั้งสิ้น 0.9188 ถือว่ามีความผันแปรของข้อความคำถามในองค์ประกอบนี้ในระดับดีมาก และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha มีค่า 0.9555 แสดงถึงค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดีมาก

องค์ประกอบที่ 7 การร้องเรียน (Customer Complaints) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.7976 – 0.9676 ถือว่ามีความเชื่อถือได้อยู่ในระดับดี Total Variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบายความผันแปรของข้อความคำถามได้ทั้งสิ้น 0.9364 ถือว่ามีความผันแปรของข้อความคำถามในองค์ประกอบนี้ในระดับดีมาก และค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha มีค่า 0.9320 แสดงถึงค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดีมาก



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมการลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน กับ สลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสเลือกกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

สาระสำคัญของบทนี้จะเป็นการนำเสนอ อธิบายและแปลความข้อมูลต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวน 500 คน โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1) ความคาดหวังของลูกค้า 2) มุมมองต่อคุณภาพของสินค้าและบริการของลูกค้า 3) มุมมองคุณค่าของสินค้าและบริการลูกค้า 4) ความพึงพอใจโดยรวมของสินค้าและบริการของลูกค้า 5) ความภักดีต่อสินค้าและบริการจากลูกค้า และ 6) การร้องเรียนของลูกค้า ตามองค์ประกอบของ กรอบแนวคิดการสร้างดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACSI) ของ Fornal et. Al. (1996, p. 117 – 118) โดยผู้วิจัยขอนำเสนอผลการศึกษาวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม
- 4.3 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และตามลักษณะพฤติกรรม
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน
- 4.5 ผลการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด ACSI

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลลักษณะของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคาร โดยมีรายละเอียดดังนี้ จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 71.60 ช่วงอายุส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.20 สถานภาพส่วนใหญ่ คือ สถานภาพ

โสด คิดเป็นร้อยละ 65.80 ระดับการศึกษาสูงสุดพบว่า ระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.80 อาชีพส่วนใหญ่ คือข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 50.20 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่จะมีรายได้อยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 59.40 โดยส่วนใหญ่เป็นลูกค้ำของธนาคาร 3 – 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.40 ดังที่แสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	142	28.40
หญิง	358	71.60
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	226	45.20
31 - 40 ปี	182	36.40
41 - 50 ปี	56	11.20
51 ปี ขึ้นไป	36	7.20
สถานภาพ		
โสด	329	65.80
สมรส	152	30.40
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	60	12.00
ปริญญาตรี	349	69.80
ปริญญาโท หรือ สูงกว่าขึ้นไป	91	18.20
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	251	50.20
พนักงานบริษัทเอกชน	134	26.80
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	68	13.60
อื่น ๆ	47	9.40
รายได้โดยเฉลี่ย		
ต่ำกว่า 15,000	94	18.80
15,000 - 30,000	297	59.40
30,001 - 50,000	76	15.20
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	33	6.60

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคาร		
1 - 3 ปี	143	28.60
3 - 6 ปี	187	37.40
6 ปีขึ้นไป	170	34.00

4.1.2 พฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในสลากออมทรัพย์

สำหรับข้อมูลพฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในสลากออมทรัพย์ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการลงทุน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุน ความถี่ในการลงทุน ลงทุนเฉลี่ยครั้งละเท่าใด ลงทุนผ่านช่องทางไหน จ่ายเงินลงทุนด้วยอะไร เคยนำสลากออมทรัพย์มาเป็นหลักประกันเงินกู้หรือไม่ และติดตามข่าวสารการลงทุนจากช่องทางไหน โดมนในจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 500 คน มีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเพื่อการออมเงินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.40 โดยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคือตัวนักลงทุนเอง คิดเป็นร้อยละ 68.40 มีความถี่ในการลงทุนคือ จะลงทุนเมื่อสลากนั้นครบอายุ คิดเป็นร้อยละ 51.40 โดยการลงทุนเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 73.40 มีการลงทุนโดยลงทุนที่ธนาคารเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 88 และส่วนใหญ่จะจ่ายด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 81.80 ส่วนใหญ่นักลงทุนไม่เคยนำสลากออมทรัพย์มาเป็นหลักประกันเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 76.80 และนักลงทุนส่วนใหญ่จะติดตามข่าวสารผ่านทาง Facebook หรือสื่อโซเชียลเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 55 ดังที่แสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในสลากออมทรัพย์

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการลงทุนในสลากออมทรัพย์		
เพื่อเป็นการออมเงิน	317	63.40
เพื่อเป็นการเสี่ยงโชค	183	36.60
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในสลากออมทรัพย์		
ตนเอง	342	68.40
ครอบครัว	99	19.80
บุคคลอื่น ๆ	59	11.80
ความถี่ในการลงทุนในสลากออมทรัพย์		
ซื้อเมื่อครบกำหนด	257	51.40
1 - 3 ครั้งต่อปี	199	39.80
4 ครั้งต่อปีขึ้นไป	44	8.80

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
ลงทุนในสลากออมทรัพย์ เฉลี่ยครั้งละเท่าใด		
ต่ำกว่า 50,000 บาท	367	73.40
ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป	133	26.60
ช่องทางใด ที่ใช้ในการลงทุนในสลากออมทรัพย์		
ธนาคาร	440	88.00
Mobile Banking Application	60	12.00
จ่ายเงินลงทุนในสลากออมทรัพย์ด้วยอะไร		
เงินสด	409	81.80
หักผ่านบัญชีเงินฝากออมทรัพย์	91	18.20
ท่านเคยนำสลากออมทรัพย์มาเป็นหลักประกันเงินกู้หรือไม่		
เคย	116	23.20
ไม่เคย	384	76.80
ท่านติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์จากช่องทางไหน		
Facebook/สื่อโซเชียล	275	55.00
ธนาคาร สาขาที่ใช้บริการ	159	31.80
สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	66	13.20

4.2 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม พฤติกรรมนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กรณีศึกษาเป็นสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน และสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยแบ่งตามองค์ประกอบตามกรอบแนวคิดการวิจัย 7 ด้าน ตามองค์ประกอบของ Fornal, John, Anderson, Cha & Bryant (1996, pp. 7 – 18) จำนวน 7 องค์ประกอบ จากข้อคำถามที่เป็นตัวแปรจำนวน 25 ตัวแปร ดังที่แสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ตารางการแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามในภาพรวม

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
ความคาดหวัง (Customer Expectations)						
ความสะดวกรวดเร็ว	2	3	45	200	250	4.39
	0.40%	0.60%	9.00%	40.00%	50.00%	
ความถูกต้องแม่นยำ	2	2	21	174	301	4.54
	0.40%	0.40%	4.20%	34.80%	60.20%	
ความปลอดภัยในการใช้บริการ	1	2	20	152	325	4.60
	0.20%	0.40%	4.00%	30.40%	65.00%	
การบริการที่ดี	2	2	22	166	308	4.55
	0.40%	0.40%	4.40%	33.20%	61.60%	
มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)						
สลากออมทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ	0	0	20	162	318	4.60
	0.00%	0.00%	4.00%	32.40%	63.60%	
สลากออมทรัพย์มีสภาพคล่องสูง	0	0	55	190	255	4.40
	0.00%	0.00%	11.00%	38.00%	51.00%	
สลากออมทรัพย์มีราคาเหมาะสม	0	0	37	219	244	4.41
	0.00%	0.00%	7.40%	43.80%	48.80%	
สลากออมทรัพย์นำมาเป็นหลักประกันเงินกู้ได้	0	0	40	187	273	4.47
	0.00%	0.00%	8.00%	37.40%	54.60%	
มุมมองคุณค่า (Perceived Value)						
สลากออมทรัพย์มีความคุ้มค่า	3	6	54	188	249	4.35
	0.60%	1.20%	10.80%	37.60%	49.80%	
มีโอกาสถูกรางวัลทุกงวด	11	20	106	184	179	4.00
	2.20%	4.00%	21.20%	36.80%	35.80%	
สามารถขายคืนก่อนครบกำหนด	5	7	63	190	235	4.29
	1.00%	1.40%	12.60%	38.00%	47.00%	
เงินรางวัลและดอกเบี้ยได้รับการยกเว้นภาษี	3	2	36	187	272	4.45
	0.60%	0.40%	7.20%	37.40%	54.40%	

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
ภาพลักษณ์ (Image)						
ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ	2	0	17	164	317	4.59
	0.40%	0%	3.40%	32.80%	63.40%	
สลากออมทรัพย์มีความสวยงาม	1	4	66	192	237	4.32
เป็นเอกลักษณ์	0.20%	0.80%	13.20%	38.40%	47.40%	
ธนาคารให้บริการด้วยความ	3	5	41	211	240	4.36
สะดวกและรวดเร็ว	0.60%	1.00%	8.20%	42.20%	48.00%	
มีจำนวนสาขามีเพียงพอ	4	5	58	203	230	4.30
	0.80%	1.00%	11.60%	40.60%	46.00%	
ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)						
ขายคืนสลากได้ที่ทุกสาขา	1	7	43	201	248	4.38
	0.20%	1.40%	8.60%	40.20%	49.60%	
สามารถลงทุนผ่าน Mobile	2	4	36	196	262	4.42
Banking Applications	0.40%	0.80%	7.20%	39.20%	52.40%	
จำนวนพนักงานผู้ให้บริการมี	3	8	69	220	200	4.21
จำนวนเพียงพอ	0.60%	1.60%	13.80%	44.00%	40.00%	
พนักงานมีความรู้และให้บริการ	2	6	36	230	226	4.34
อย่างมืออาชีพ	0.40%	1.20%	7.20%	46.00%	45.20%	
การร้องเรียน (Customer Complaints)						
ร้องเรียนไปยังสำนักงานใหญ่	290	88	25	63	34	1.93
	58.00%	17.60%	5.00%	12.60%	6.80%	
บอกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก	224	113	53	62	48	2.19
	44.80%	22.60%	10.60%	12.40%	9.60%	
บอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	282	89	35	58	36	1.95
	56.40%	17.80%	7.00%	11.60%	7.20%	
ความภักดี (Customer Loyalty)						
บอกต่อสิ่งดี ๆ ที่ได้รับจากการใช้	2	3	64	204	227	4.30
บริการไปยังคนที่รู้จัก	0.40%	0.60%	12.80%	40.80%	45.40%	
ยังคงเลือกใช้บริการลงทุนสลาก	2	2	60	195	241	4.34
ต่อไปในอนาคต	0.40%	0.40%	12.00%	39.00%	48.20%	

จากตารางที่ 4.3 พบว่าด้านความคาดหวัง (Customer Expectations) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่องความสะดวกรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ ความปลอดภัยในการใช้บริการ และการบริการที่ดี อยู่ในระดับ 5 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมากที่สุด) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความปลอดภัยในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.60) การบริการที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.55) ความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.54) และความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.39) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทั้ง 4 เรื่อง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในด้านของความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการ ทางธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์จึงควรให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการการลงทุนในสลากออมทรัพย์มากที่สุด

ด้านมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่อง สลากออมทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ สลากออมทรัพย์มีสภาพคล่องสูง สลากออมทรัพย์มีราคาเหมาะสม และสลากออมทรัพย์สามารถนำมาเป็นหลักประกันเงินกู้ได้ อยู่ในระดับ 5 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมากที่สุด) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สลากออมทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.60) สลากออมทรัพย์สามารถนำมาเป็นหลักประกันเงินกู้ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.47) สลากออมทรัพย์มีราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.41) และสลากออมทรัพย์มีสภาพคล่องสูง (ค่าเฉลี่ย 4.40) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทั้ง 4 เรื่อง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในด้านมุมมองคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องสลากออมทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ ทางธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์จึงควรให้ความสำคัญกับในเรื่องความน่าเชื่อถือของสลากออมทรัพย์มากที่สุด

ด้านมุมมองคุณค่า (Perceived Value) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่อง สลากออมทรัพย์มีความคุ้มค่า สามารถขายคืนก่อนครบกำหนดโดยไม่เสียเงินต้น และเงินรางวัลและดอกเบี้ยได้รับการยกเว้นภาษี อยู่ในระดับ 5 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมากที่สุด) ในเรื่องของสลากออมทรัพย์มีโอกาสถูกรางวัลทุกงวด กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ 4 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมาก) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เงินรางวัลและดอกเบี้ยได้รับการยกเว้นภาษี (ค่าเฉลี่ย 4.45) สลากออมทรัพย์มีความคุ้มค่า (ค่าเฉลี่ย 4.35) สามารถขายคืนก่อนครบกำหนดโดยไม่เสียเงินต้น (ค่าเฉลี่ย 4.29) และมีโอกาสถูกรางวัลทุกงวด (ค่าเฉลี่ย 4.00) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทั้ง 4 เรื่อง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในด้านมุมมองคุณค่าอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่อง เงินรางวัลและดอกเบี้ยได้รับการยกเว้นภาษี ทางธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์จึงควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ในเรื่องเงินรางวัลและดอกเบี้ยได้รับการยกเว้นภาษีมากที่สุด

ด้านภาพลักษณ์ (Image) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่อง ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ สลากออมทรัพย์มีความสวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์ ธนาคารให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว และธนาคารผู้ให้บริการมีจำนวนสาขาเพียงพอ อยู่ในระดับ 5 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมากที่สุด) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ธนาคารมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.59) ธนาคารให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.36) สลากออมทรัพย์มีความสวยงามและมีความเป็น

เอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และธนาคารผู้ให้บริการมีจำนวนสาขาเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทั้ง 4 เรื่อง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในด้านภาพลักษณ์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องธนาคารมีความน่าเชื่อถือ ทางธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์จึงควรให้ความสำคัญกับในเรื่องความน่าเชื่อถือของธนาคารมากที่สุด

ด้านความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่อง ขายคืนสลากได้ที่ธนาคารทุกสาขา และสามารถลงทุนผ่าน Mobile Banking Applications อยู่ในระดับ 5 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมากที่สุด) ในส่วนของจำนวนพนักงานผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ และพนักงานมีความรู้และให้บริการอย่างมืออาชีพ อยู่ในระดับ 4 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมาก) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สามารถลงทุนผ่าน Mobile Banking Applications (ค่าเฉลี่ย 4.42) ขายคืนสลากได้ที่ธนาคารทุกสาขา (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานมีความรู้และให้บริการอย่างมืออาชีพ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และจำนวนพนักงานผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.21) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทั้ง 4 เรื่อง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในด้านความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่อง สามารถลงทุนผ่าน Mobile Banking Applications ทางธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบ Mobile Banking Applications เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้งานให้มากที่สุด

ด้านการร้องเรียน (Customer Complaints) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่อง ร้องเรียนไปยังสำนักงานใหญ่ บกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก และบอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับ 1 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญน้อยที่สุด) โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ บกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 2.19) บกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 1.95) และร้องเรียนไปยังสำนักงานใหญ่ (1.93) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทั้ง 3 เรื่อง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในด้านการร้องเรียนอยู่ในระดับน้อยที่สุด แต่ทางธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์ควรให้ความสำคัญกับข้อร้องเรียนของลูกค้า เพื่อนำข้อร้องเรียนไปปรับปรุง เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรืออาจจะมีการติดตามข้อมูลการร้องเรียนของลูกค้าจากช่องทางอื่นเพิ่มเติม

ด้านความภักดี (Customer Loyalty) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเรื่อง บอกต่อสิ่งดี ๆ ที่ได้รับจากการใช้บริการไปยังคนที่รู้จัก และยังคงเลือกใช้บริการลงทุนสลากออมทรัพย์ต่อไปในอนาคต อยู่ในระดับ 5 (ความพึงพอใจของนักลงทุน ที่มีความสำคัญมากที่สุด) โดยมีค่าเฉลี่ย คือ ยังคงเลือกใช้บริการลงทุนสลากออมทรัพย์ต่อไปในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.34 และบอกต่อสิ่งดี ๆ ที่ได้รับจากการใช้บริการไปยังคนที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย 4.30 ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าทั้ง 2 เรื่อง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในด้านความภักดีอยู่ในระดับมากที่สุด ทางธนาคารผู้ออกสลากออมทรัพย์จึงควรให้ความสำคัญในการรักษาระดับคุณภาพของสลากออมทรัพย์ มาตรฐานของการบริการ เพื่อให้ให้นักลงทุนยังคงเลือกลงทุนกับธนาคารและบอกต่อสิ่งดี ๆ ไปยังนักลงทุนท่านอื่น ๆ ต่อไป

4.3 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และตามลักษณะพฤติกรรม

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ใน 7 ด้าน ซึ่งประกอบ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และระยะเวลาในการเป็น เป็นลูกค้ายานพาหนะ และลักษณะพฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในสลากออมทรัพย์ 8 ด้าน ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการลงทุน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุน ความถี่ในการลงทุน ลงทุนเฉลี่ยครั้งละเท่าใด ลงทุนผ่านช่องทางไหน จ่ายเงินลงทุนด้วยอะไร เคยนำสลากออมทรัพย์ มาเป็นหลักประกันเงินกู้หรือไม่ และติดตามข่าวสารการลงทุนจากช่องทางไหน ซึ่งจะสามารถสรุปได้ ดังที่แสดงในตาราง 4-4



ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และลักษณะพฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในสลากออมทรัพย์

	จำนวน	ความคาดหวัง Customer Expectations	มุมมองคุณภาพ Perceived Quality	มุมมองคุณค่า Perceived Value	ภาพลักษณ์ Image	ความพึงพอใจ Customer Satisfaction	การร้องเรียน Customer Complaints	ความภักดี Customer Loyalty
ธนาคาร								
ธนาคารออมสิน	256	0.8643	0.6881	0.7851	0.8191	0.8151	0.2828	0.7862
ธ.ก.ส	244	0.8987	0.7873	0.8607	0.8640	0.8565	0.2267	0.8771
t-test		2.7333 ***	4.3511 ***	5.3372 ***	3.2294 ***	3.0464 ***	1.9627 *	5.8776 ***
เพศ								
ชาย	142	0.8800	0.7246	0.8154	0.8337	0.8395	0.3022	0.8266
หญิง	358	0.8815	0.7413	0.8246	0.8439	0.8336	0.2369	0.8321
t-test		0.1080	0.6474	0.5692	0.6504	0.3860	2.0607 **	0.3079
อายุ								
ต่ำกว่า 30 ปี	226	0.8893	0.7297	0.8151	0.8448	0.8364	0.2753	0.8213
31 - 40	182	0.8905	0.7483	0.8300	0.8410	0.8377	0.2440	0.8400
41 - 50	56	0.8278	0.7409	0.8269	0.8354	0.8317	0.2505	0.8371
51 ปีขึ้นไป	36	0.8642	0.7127	0.8169	0.8258	0.8219	0.1962	0.8300
Ftest		3.3868 **	0.2819	0.3092	0.1803	0.1206	0.7805	0.3945

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

	จำนวน	ความคาดหวัง Customer Expectations	มุมมองคุณภาพ Perceived Quality	มุมมองคุณค่า Perceived Value	ภาพลักษณ์ Image	ความพึงพอใจ Customer Satisfaction	การร้องเรียน Customer Complaints	ความภักดี Customer Loyalty
สถานภาพ								
โสด	329	0.8899	0.7302	0.8167	0.8401	0.8382	0.2707	0.8268
สมรส	152	0.8705	0.7558	0.8412	0.8491	0.8332	0.2343	0.8446
อื่น ๆ	19	0.8129	0.6919	0.7595	0.7918	0.8026	0.1617	0.7830
Ftest		3.2993 **	0.7999	2.6575 *	1.1440	0.5054	1.5179	1.2204
การศึกษา								
ต่ำกว่า ปริญญาตรี	60	0.8260	0.5862	0.7606	0.7922	0.7857	0.3089	0.7646
ปริญญาตรี	349	0.8873	0.7579	0.8257	0.8472	0.8394	0.2511	0.8403
ปริญญาโท/สูงกว่าขึ้นไป	91	0.8932	0.7538	0.8482	0.8493	0.8524	0.2371	0.8366
Ftest		5.3108 ***	11.9535 ***	5.6500 ***	3.3222 **	3.8694 **	1.0162	4.7247 ***
อาชีพ								
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	251	0.9011	0.8006	0.8662	0.8752	0.8678	0.2198	0.8880
พนักงานเอกชน	134	0.8635	0.6772	0.7753	0.8042	0.8078	0.2643	0.7566
ธุรกิจส่วนตัว	68	0.8554	0.6752	0.7758	0.7962	0.7852	0.3203	0.7757
อื่น ๆ	47	0.8612	0.6523	0.7860	0.8279	0.8130	0.3272	0.8139
Ftest		2.6894 **	7.0268 ***	8.3930 ***	5.3917 ***	5.4761 ***	2.5515 **	11.6834 ***

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

	จำนวน	ความคาดหวัง Customer Expectations	มุมมองคุณภาพ Perceived Quality	มุมมองคุณค่า Perceived Value	ภาพลักษณ์ Image	ความพึงพอใจ Customer Satisfaction	การร้องเรียน Customer Complaints	ความภักดี Customer Loyalty
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน								
ต่ำกว่า 15,000	94	0.8679	0.6875	0.7898	0.8535	0.8307	0.3167	0.8059
15,000 - 30,000	297	0.8820	0.7392	0.8281	0.8408	0.8369	0.2482	0.8426
30,001 - 50,000	76	0.8834	0.7423	0.8231	0.8170	0.8109	0.2546	0.8109
มากกว่า 50,000	33	0.9048	0.8384	0.8567	0.8627	0.8905	0.1483	0.8372
Ftest		0.5916	2.8692 **	1.8806	1.0016	2.1234 *	2.4460 *	1.3741
ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า								
1 - 3 ปี	143	0.8563	0.6606	0.7950	0.8150	0.8257	0.2926	0.7823
3 - 6 ปี	187	0.9073	0.7793	0.8342	0.8637	0.8477	0.2561	0.8603
6 ปีขึ้นไป	170	1.4135	1.2196	1.3458	1.3564	1.3435	0.3619	1.3572
Ftest		3.8760 ***	6.2067 ***	2.2507 *	2.9903 **	0.8801	2.3050 *	7.1770 ***
วัตถุประสงค์ในการลงทุน								
เพื่อออมเงิน	317	0.8804	0.7432	0.8246	0.8443	0.8428	0.2707	0.8332
เพื่อเสี่ยงโชค	183	0.8822	0.7250	0.8176	0.8352	0.8224	0.2290	0.8259
t-test		0.1429	0.7534	0.4625	0.6249	1.4340	1.4047	0.4442

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

	จำนวน	ความคาดหวัง Customer Expectations	มุมมองคุณภาพ Perceived Quality	มุมมองคุณค่า Perceived Value	ภาพลักษณ์ Image	ความพึงพอใจ Customer Satisfaction	การร้องเรียน Customer Complaints	ความภักดี Customer Loyalty
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ								
ตนเอง	342	0.8823	0.7417	0.8290	0.8473	0.8364	0.2497	0.8378
ครอบครัว	99	0.8776	0.7112	0.8168	0.8242	0.8263	0.3168	0.8018
บุคคลอื่น	59	0.8794	0.7491	0.7899	0.8324	0.8439	0.1858	0.8369
Ftest		1.7317	2.3921 *	7.1870 ***	3.1261 **	2.5623 *	2.2094 *	3.4656 **
ความถี่ในการลงทุน								
ซื้อเมื่อครบกำหนด	257	0.8688	0.6863	0.8043	0.8341	0.8198	0.2646	0.8069
1 - 3 ครั้งต่อปี	199	0.9024	0.8000	0.8492	0.8550	0.8597	0.2308	0.8675
4 ครั้งต่อปีขึ้นไป	44	0.8559	0.7425	0.8025	0.8179	0.8157	0.3136	0.8012
Ftest		2.8495 **	7.4633 ***	3.4702 **	1.0217	2.8318 **	1.2988	4.8520 ***
การลงทุนโดยเฉลี่ย								
ต่ำกว่า 50,000 บาท	367	0.8781	0.7234	0.8082	0.8404	0.8334	0.2712	0.8226
50,000 บาทขึ้นไป	133	0.8893	0.7728	0.8600	0.8427	0.8406	0.2120	0.8525
t-test		1.2472	1.6592 **	2.0802 ***	1.4364	0.6209	1.2891	1.4340

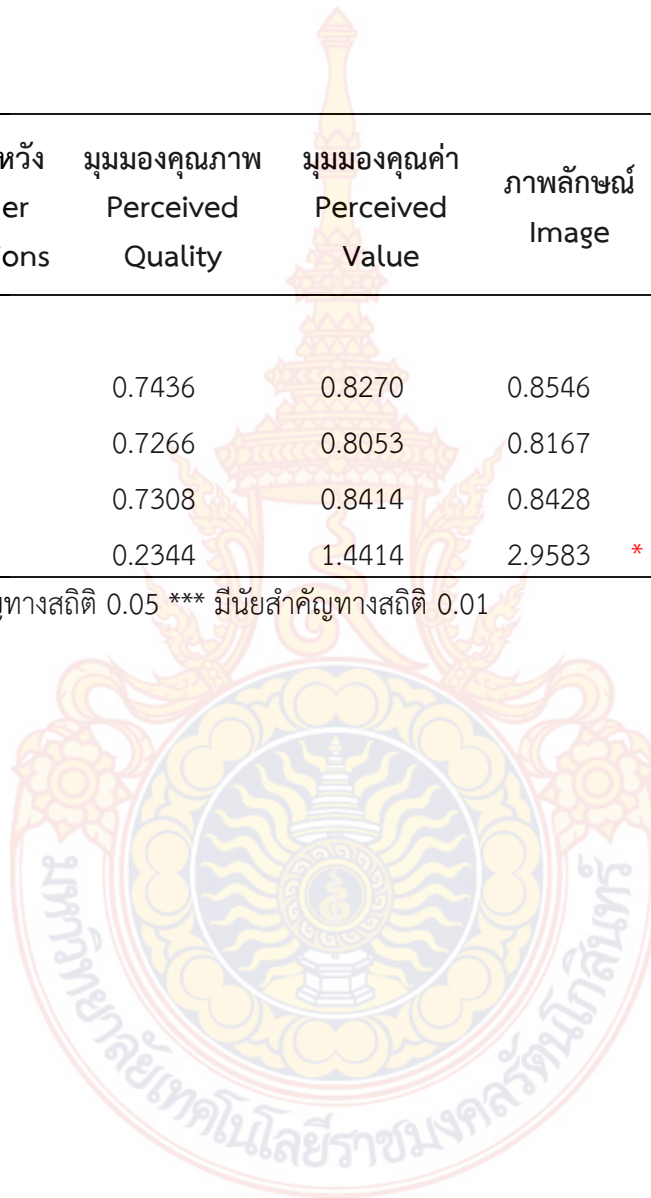
ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

	จำนวน	ความคาดหวัง Customer Expectations	มุมมองคุณภาพ Perceived Quality	มุมมองคุณค่า Perceived Value	ภาพลักษณ์ Image	ความพึงพอใจ Customer Satisfaction	การร้องเรียน Customer Complaints	ความภักดี Customer Loyalty						
ช่องทางในการลงทุน														
ธนาคาร	440	0.8859	0.7376	0.8239	0.8449	0.8348	0.2544	0.8319						
Mobile Banking	60	0.8453	0.7289	0.8078	0.8126	0.8389	0.2633	0.8208						
t-test		2.0929	**	0.2408	0.7205	1.4921	0.1907	0.2012	0.4481					
การจ่ายเงินลงทุน														
เงินสด	409	0.8791	0.7321	0.8244	0.8423	0.8377	0.2601	0.8280						
หักผ่านบัญชีเงินฝาก	91	0.8900	0.7565	0.8112	0.8351	0.8247	0.2345	0.8420						
t-test		1.0088		0.6730	0.5067	0.9275	0.5137	1.8393	**	0.4847				
นำสลากมาเป็นหลักประกันเงินกู้														
เคย	116	0.9134	0.8390	0.8745	0.8859	0.8742	0.2283	0.9095						
ไม่เคย	384	0.8713	0.7056	0.8062	0.8274	0.8236	0.2637	0.8067						
t-test		2.8289	***	4.9674	***	4.0246	***	3.5547	***	3.1450	***	1.0411	5.5979	***

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

	จำนวน	ความคาดหวัง Customer Expectations	มุมมองคุณภาพ Perceived Quality	มุมมองคุณค่า Perceived Value	ภาพลักษณ์ Image	ความพึงพอใจ Customer Satisfaction	การร้องเรียน Customer Complaints	ความภักดี Customer Loyalty
การติดตามข่าวสาร								
Facebook/สื่อโซเชียล	275	0.8888	0.7436	0.8270	0.8546	0.8438	0.2681	0.8309
ธนาคาร สาขาที่ใช้บริการ	159	0.8642	0.7266	0.8053	0.8167	0.8131	0.2493	0.8255
สื่อโทรทัศน์ วิทยุ	66	0.8896	0.7308	0.8414	0.8428	0.8537	0.2175	0.8410
Ftest		1.6661	0.2344	1.4414	2.9583 *	2.5812 *	0.7060	0.1769

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01



จากตารางที่ 4.4 การทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละกลุ่มจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่ โดยการวิเคราะห์ด้วยการทดสอบสองตัวแปร (Bivariate Analysis) ได้ผลดังนี้

เพศที่ต่างกัน ส่งผลให้ การร้องเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนมุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถานภาพที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง และมุมมองคุณค่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วน มุมมองคุณภาพ, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วน การร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, การร้องเรียน และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลให้ มุมมองคุณภาพ, ความพึงพอใจ และการร้องเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนความคาดหวัง, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละกลุ่มจำแนกตามลักษณะ พฤติกรรมของนักลงทุนในการลงทุนในสลากออมทรัพย์นั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่ โดยการวิเคราะห์ด้วยการทดสอบสองตัวแปร (Bivariate Analysis) ได้ผลดังนี้

วัตถุประสงค์ในการลงทุนที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ต่างกัน ส่งผลให้ มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, การร้องเรียน และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนความคาดหวัง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความถี่ในการลงทุนที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ความพึงพอใจ และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนภาพลักษณ์ และการร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การลงทุนโดยเฉลี่ยที่ต่างกัน ส่งผลให้ มุมมองคุณภาพ และมุมมองคุณค่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนความคาดหวัง, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ช่องทางในการลงทุนที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วน มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ, การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การจ่ายเงินลงทุนที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ การร้องเรียน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การที่นำสลากมาเป็นหลักประกันเงินกู้ที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, ภาพลักษณ์, ความพึงพอใจ และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนการร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ช่องทางการติดตามข่าวสารที่ต่างกัน ส่งผลให้ ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนความคาดหวัง, มุมมองคุณภาพ, มุมมองคุณค่า, การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

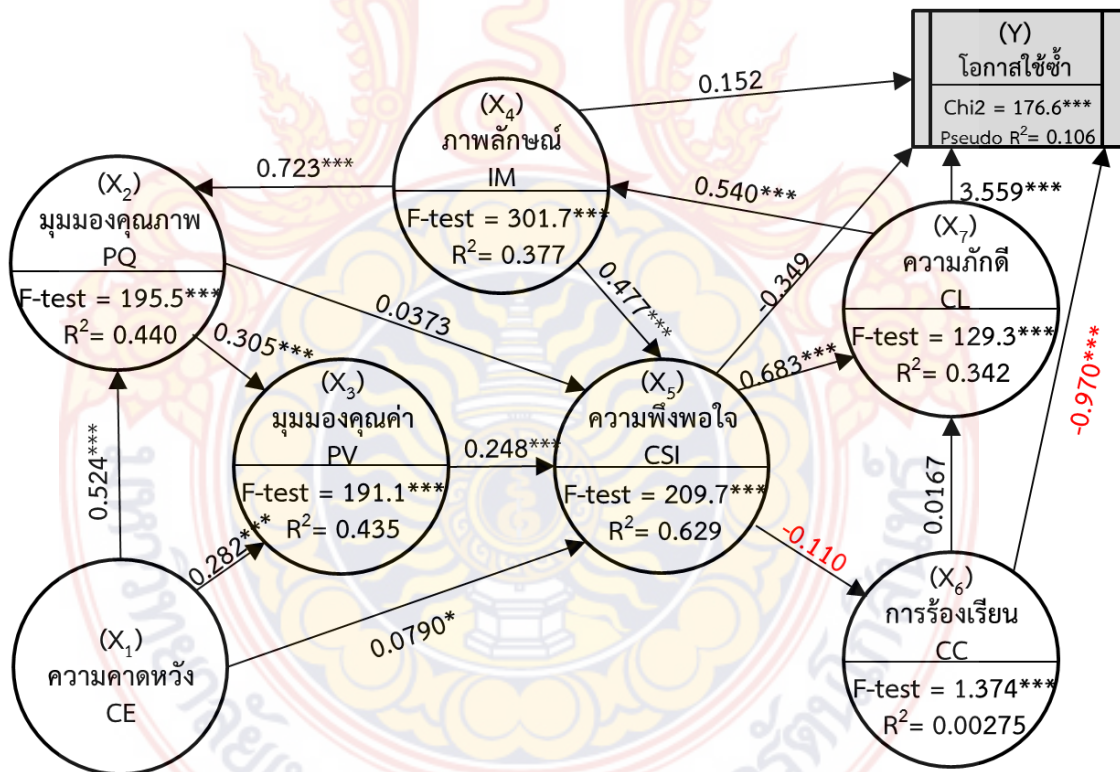
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์แบบจำลอง ความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACSI) ของ Fornell, John, Anderson, Cha & Bryant (1996, pp. 7 – 18) จำนวน 7 องค์ประกอบ เพื่อทดสอบทฤษฎีและประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงเหตุผลว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ และจากวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าแบบจำลองที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับแบบจำลองการสร้างดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACS) มีความสอดคล้องกันในองค์ประกอบที่ 1) ความคาดหวัง (Customer Expectations) 2) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) 3) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) 4) ภาพลักษณ์ (Image) 5) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) 6) การร้องเรียน (Customer Complaints) และ 7) ความภักดี (Customer Loyalty) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของดัชนีความพึงพอใจโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองไพรอิมแบบเรียงลำดับ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.1 ของสลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ดังที่แสดงในตารางที่ 4.5 และรูปที่ 4.1

ตารางที่ 4.5 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอย ด้วยวิธีการประมาณค่า OLS (ACSI)

Model	PQ	PV	IM	CSI	CC	CL	RV
CE	0.524***	0.282***		0.0790*			
PQ		0.305***		0.0373			
PV				0.248***			
IM	0.723***			0.477***			0.152
CSI					-0.110	0.683***	-0.349
CC						0.0167	-0.970***
CL			0.540***				3.559***
Constant	-0.333***	0.349***	0.392***	0.133***	0.347***	0.256***	
n	500	500	500	500	500	500	500
rss	18.81	7.46	7.66	4.35	51.11	10.47	
ll	110.5	341.9	335.1	476.7	-139.3	257.1	-740.9
Ftest	195.5 ***	191.1 ***	301.7 ***	209.7 ***	1.374	129.3 ***	
Chi-square Test							176.6***
R2	0.440	0.435	0.377	0.629	0.003	0.342	
R2_a	0.438	0.432	0.376	0.626	0.001	0.340	
Pseudo R2							0.106



รูปที่ 4.1 แสดงดัชนีความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ ธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการทดสอบสมมุติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของดัชนีความพึงพอใจโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองโพรบิทแบบเรียงลำดับ กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.1 ได้ผลดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 ความคาดหวังของนักลงทุน (Customer Expectations) และภาพลักษณ์ (Image) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คนพบว่า ความคาดหวัง (Customer Expectations) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) และภาพลักษณ์ (Image) ของสลากออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality)

สมมุติฐานที่ 2 ความคาดหวังของนักลงทุน (Customer Expectations) และมุมมองคุณภาพของนักลงทุน (Perceived Quality) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณค่า (Perceived Value)

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คนพบว่าความคาดหวัง (Customer Expectations) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณค่า (Perceived Value) และมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณค่า (Perceived Value)

สมมุติฐานที่ 3 ความภักดี (Customer Loyalty) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ (Image)

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คน พบว่าความภักดี (Customer Loyalty) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ (Image)

สมมุติฐานที่ 4 ความคาดหวังลูกค้าของนักลงทุน (Customer Expectations) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) และภาพลักษณ์ (Image) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คนพบว่าความคาดหวัง (Customer Expectations) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และภาพลักษณ์ (Image) ของสลากออมทรัพย์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

สมมุติฐานที่ 5 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการร้องเรียน (Customer Complaints)

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คนพบว่าความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ มีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการร้องเรียน (Customer Complaints)

สมมุติฐานที่ 6 ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดี (Customer Loyalty) และการร้องเรียน (Customer Complaints) มีความสัมพันธ์ทางลบต่อความภักดี (Customer Loyalty)

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คนพบว่าความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดี (Customer Loyalty) และการร้องเรียน (Customer Complaints) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความภักดี (Customer Loyalty)

สมมุติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์ (Image) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) และความภักดี (Customer Loyalty) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ (Re-Visit) และการร้องเรียน (Customer Complaints) มีความสัมพันธ์ทางลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ (Re-Visit)

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 คนพบว่าภาพลักษณ์ (Image) ของสลากออมทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ (Re-Visit) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ (Re-Visit) และความภักดี (Customer Loyalty) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ (Re-Visit) และการร้องเรียน (Customer Complaints) ของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ (Re-Visit)

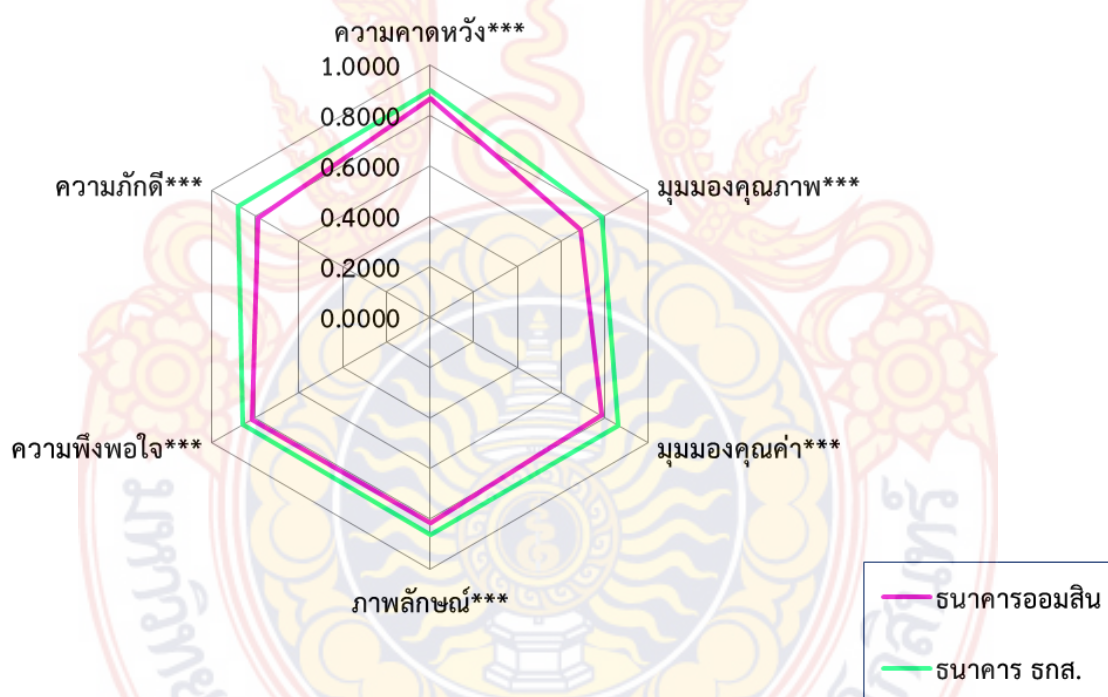
จากการพิจารณาค่า R^2 หรือค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ สรุปได้ดังนี้

ความคาดหวังและภาพลักษณ์ สามารถอธิบายถึงมุมมองคุณภาพ ได้ร้อยละ 44 ความคาดหวังและมุมมองคุณภาพ สามารถอธิบายถึงมุมมองคุณค่า ได้ร้อยละ 43.5 ความภักดี สามารถอธิบายถึงภาพลักษณ์ ได้ร้อยละ 37.7 ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า และภาพลักษณ์ สามารถอธิบายถึงความพึงพอใจ ได้ร้อยละ 62.9 ความพึงพอใจ สามารถอธิบายถึงการร้องเรียน ได้ร้อยละ 0.3 ความพึงพอใจและการร้องเรียน สามารถอธิบายถึงความภักดี ได้ร้อยละ 34.2

4.5 ผลการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด ACSI

จากการศึกษาในครั้งนี้ ได้ข้อสรุปจากการเปรียบเทียบค่าดัชนีของผู้ตอบแบบสอบถามจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลและรับผลจากระดับความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 500 พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทุกองค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็น ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI ในทุกองค์ประกอบ โดยจากค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีค่ามากกว่าสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน ใน 6 องค์ประกอบ คือ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ดังรูปที่ 4-2

แสดงการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด ACSI

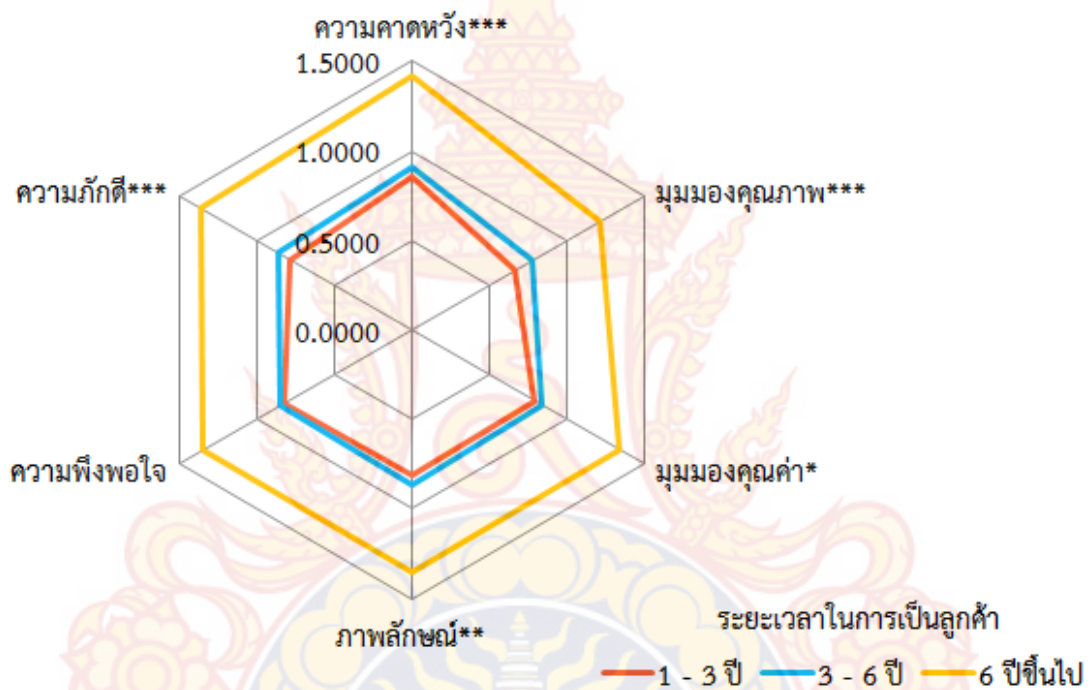


รูปที่ 4.2 แสดงการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ระหว่างสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ปัจจัยระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคาร ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่าความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต้องค้ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มที่เป็นลูกค้าธนาคารมาแล้ว ตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจในสลากออมทรัพย์มากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มที่เป็นลูกค้าธนาคารมาแล้ว 3-6 ปี และกลุ่มที่เป็นลูกค้ามาแล้ว 1-2 ปี ตามลำดับ ตามรูปที่ 4-3

แสดงการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด ACSI



รูปที่ 4.3 แสดงการเปรียบเทียบตัวแปรในด้านต่าง ๆ ตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคาร
 หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำ ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ประโยชน์ที่ได้จากการทำวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุน

ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 500 คน เพศส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุส่วนใหญ่คือช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี สถานะส่วนใหญ่คือสถานะภาพโสด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือปริญญาตรี อาชีพส่วนใหญ่คือข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15,000 ถึง 30,000 บาท และระยะเวลาในการเป็นลูกค้าส่วนใหญ่คือ 3 ถึง 5 ปี

ข้อมูลลักษณะพฤติกรรมการลงทุน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 500 คน มีวัตถุประสงค์ในการลงทุนส่วนใหญ่เพื่อเป็นการออมเงิน โดยที่ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุน ความถี่ในการลงทุนส่วนใหญ่จะลงทุนต่อเมื่อสลากอันเดิมครบกำหนด การลงทุนเฉลี่ยแต่ละครั้งส่วนใหญ่ลงทุนต่ำกว่า 50,000 บาท โดยเลือกช่องทางการลงทุนผ่านสาขาของธนาคารมากที่สุด และมีการจ่ายการลงทุนด้วยเงินสดมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่เคยนำสลากออมทรัพย์มาเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ และมีการติดตามข่าวสารธนาคารเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์จากช่องทาง Facebook หรือโซเชียลเป็นหลัก

5.1.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทุกองค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็น ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI ในทุกองค์ประกอบ โดยจากค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีค่ามากกว่าสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน ใน 6 องค์ประกอบ คือ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ยกเว้นการร้องเรียน ที่ความคิดเห็นของสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน มีมากกว่าสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร แสดงให้เห็นว่า สลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรนั้น มีระดับความพึงพอใจของนักลงทุนมากกว่าสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน

5.1.3 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุน ได้แก่ ความคาดหวัง มุมมองคุณค่า และภาพลักษณ์ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 รองลงมาคือ มุมมองคุณค่า โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และปัจจัยสุดท้ายคือ ความคาดหวัง โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.10 เป็นไปตามสมมุติฐานดังนี้

ความคาดหวัง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อมุมมองคุณภาพ เท่ากับ 0.524 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และภาพลักษณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อมุมมองคุณภาพ เท่ากับ 0.723 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยทั้งสองปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 1

ความคาดหวัง มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อมุมมองคุณค่า เท่ากับ 0.282 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และมุมมองคุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อมุมมองคุณค่า เท่ากับ 0.305 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยทั้งสองปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณค่า ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 2

ความภักดีมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ เท่ากับ 0.540 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 3

ความคาดหวังมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ เท่ากับ 0.079 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 มุมมองคุณภาพมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ เท่ากับ 0.037 มุมมองคุณค่ามีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ เท่ากับ 0.248 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และภาพลักษณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจ เท่ากับ 0.477 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยทั้งสองปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 4

5.1.4 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำ ของธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต้องค้ำประกอบตามกรอบแนวคิด ACSI ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำ ได้แก่ ความภักดีและการร้องเรียน โดยที่ทั้งสองปัจจัยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ทั้งสองปัจจัย ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานดังนี้

ความพึงพอใจมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อการร้องเรียน เท่ากับ 0.110 และมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการร้องเรียน ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 5

ความพึงพอใจมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อความภักดี เท่ากับ 0.683 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 การร้องเรียนมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อความภักดี เท่ากับ 0.017 โดยที่ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความภักดี ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ 6

ภาพลักษณ์มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ เท่ากับ 0.152 ความพึงพอใจมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ เท่ากับ 0.349 และความภักดีมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ เท่ากับ 0.152 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยที่ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ การร้องเรียนมีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ เท่ากับ 0.970 ที่ระดับนัยสำคัญ มีความสัมพันธ์ทางลบต่อโอกาสกลับมาใช้ซ้ำ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน และสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ดังนี้

สลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกองค์ประกอบตามกรอบแนวคิดงานวิจัย จะเห็นได้ว่าสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีค่าเฉลี่ยมากกว่าธนาคารออมสิน ใน 6 องค์ประกอบ คือ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ยกเว้น การร้องเรียนที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า ผลจากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า นักลงทุนมีความพึงพอใจในสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมากกว่าสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน ผลการวิจัยได้พบว่าปัจจัยที่สมควรนำมาพิจารณามีดังนี้

ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลให้ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลให้ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ระยะเวลาในการการเป็นลูกค้าของธนาคารที่ต่างกัน ส่งผลให้ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า การร้องเรียน ความพึงพอใจ และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนที่ต่างกัน ส่งผลให้มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่งสอดคล้องกับ (ศุทธิวิชญ์ นารากุล, 2561, หน้า 1080) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลาก ได้แก่ อาชีพ วัตถุประสงค์ในการซื้อสลาก ราคาสลากที่ต้องการเลือกซื้อ และผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักลงทุนในสลากออมทรัพย์ ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ คือ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ และภาพลักษณ์ โดยปัจจัยที่ส่งต่อความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่

ภาพลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของธนาคารมากที่สุด เนื่องจากธนาคารทั้งสองธนาคารเป็นธนาคารเฉพาะกิจของรัฐบาล เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง จึงทำให้ภาพลักษณ์มีความน่าเชื่อถือ มั่นคง และมีความเสถียรภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ (คมกฤษ มุทธารัตน์, 2562, หน้า 332) พบว่า ภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและส่งผลให้เกิดความภักดีที่จะบอกต่อและกลับมาใช้บริการที่ธนาคารซ้ำอีกครั้ง

จากศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำ ของธนาคารออมสิน และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการกลับมาลงทุนในสลากออมทรัพย์ซ้ำ คือ ความภักดีและการร้องเรียน

ความภักดี ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนยังคงเลือกใช้บริการลงทุนสลากออมทรัพย์ต่อไปในอนาคต เนื่องจาก สภาพการแข่งขันของสลากออมทรัพย์มีการแข่งขันที่ไม่สูงมาก เนื่องจากมีธนาคารผู้ออกผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์น้อยราย จึงทำให้นักลงทุนไม่มีโอกาสในการเลือกลงทุนมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับ (วิภาพร แปะทิศ, 2562, หน้า 308) พบว่า ผู้คนส่วนใหญ่เมื่อใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจในบริการหรือพบปัญหาในการบริการ ก็จะมีการแนะนำหรือบอกต่อ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในบริการก็จะทำให้เกิดความภักดีต่อบริการและเมื่อผู้ใช้บริการมีทั้งความพึงพอใจในบริการ ความภักดีในบริการก็จะทำให้กลับมาใช้บริการนั้นซ้ำ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของการซื้อซ้ำเป็นแนวคิดของลูกค้าที่ซื้อหรือกลับมาใช้บริการจากธุรกิจอีกครั้ง หลังจากการซื้อหรือบริการในครั้งแรกเป็นที่น่าพอใจ กล่าวอีกนัยหนึ่งลูกค้าจะกลับมายังธุรกิจในอนาคตหรือยังจดจำธุรกิจไว้เสมอ ซึ่งทั้งหมดนี้จะเรียกว่า ความจงรักภักดี

5.3 ประโยชน์ที่ได้จากการทำวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อการลงทุนในสลากออมทรัพย์ และพฤติกรรมนักลงทุนในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสิน และสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร นั้นจะได้รับประโยชน์ดังนี้

5.3.1 ประโยชน์ที่ได้จากการทำวิจัย

ประโยชน์เชิงวิชาการ จากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา นั้น ทำให้ได้รับรู้คุณภาพของความพึงพอใจในการลงทุนต่อสลากออมทรัพย์ และรับรู้ถึงองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ อันนำไปสู่ความภาคภูมิใจ และก่อให้เกิดการใช้ซ้ำ โดยองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจของสถาบันการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่สถาบันการเงินมีการแข่งขันที่สูง ตลอดจนมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ ทำให้สถาบันการเงินต้องมีการปรับตัวเพื่อสร้างความแตกต่างและความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ

ประโยชน์ในเชิงธุรกิจ ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การบริการ แนวทางในการระดมเงินฝาก เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของสถาบันการเงินและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการวิจัยไปใช้

หากธนาคารต้องการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้น ธนาคารควรส่งเสริมในเรื่องของภาพลักษณ์ของกิจการให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ อาทิเช่น ส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นธนาคารเพื่อประชาชนหรือเพื่อเกษตรกร ให้ประชาชนได้ความรู้ถึงการได้ช่วยเหลือประชาชน,เกษตรกร

หากธนาคารต้องการเพิ่มความภาคภูมิใจของลูกค้าให้มากขึ้น ธนาคารต้องเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าให้มากขึ้น โดยการนำเอาความต้องการของลูกค้ามาปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การบริการ การตอบสนองความสะดวกรวดสบายของลูกค้า อาทิเช่น มีการจำหน่ายสลากออมทรัพย์ตลอดเวลา มีช่องทางการจำหน่ายที่ถึงได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ผลิตภัณฑ์ทางการเงินมีความคุ้มค่า มีผลตอบแทนที่ลูกค้าต้องการภายในสภาวะเศรษฐกิจ ณ ขณะนั้น

หากธนาคารต้องการเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการของลูกค้าให้มากขึ้น ธนาคารต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยทุก ๆ ปัจจัย ไม่ว่าจะเป็น ความคาดหวังของลูกค้า มุมมองคุณภาพของลูกค้า มุมมองคุณค่าของลูกค้า ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า ความภาคภูมิใจของลูกค้า และข้อร้องเรียนของลูกค้า กล่าวคือ เมื่อลูกค้าตั้งความคาดหวังในสินค้าและบริการ ผ่านมุมมองคุณภาพและมุมมองคุณค่า โดยมีภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการเข้ามาเป็นปัจจัย ทำให้ลูกค้าเกิดการตั้งความต้องการ เมื่อสินค้าหรือบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ อันจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจในสินค้าและบริการนั้น ก่อให้เกิดโอกาสในการกลับมาใช้ซ้ำอีก

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจและโอกาสในการกลับมาลงทุนซ้ำ โดยใช้องค์ประกอบ 7 องค์ประกอบ ตามดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACSI) ของ Fornel, John, Anderson, Cha, & Bryant. ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะมีการเลือกใช้อีกองค์ประกอบอื่นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ หรือใช้กรอบแนวคิดอื่น เพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีความหลากหลาย

สามารถนำรูปแบบการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่น ๆ ของสถาบันการเงินได้ โดยเฉพาะ เงินออมทรัพย์พิเศษโครงการต่าง ๆ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนสูงและได้รับความสนใจจากลูกค้าเป็นจำนวนมาก

5.3.4 ข้อจำกัดของการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์ ในการเก็บข้อมูล ซึ่งอาจทำให้การเลือกสุ่มประชากรกระจายไม่เท่ากัน แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ยังคงมีความเชื่อถือได้

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการลงทุนในสลากออมทรัพย์ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีสลากออมทรัพย์ธนาคารออมสินและสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นการศึกษาความแตกต่างตามองค์ประกอบ 7 ด้านที่ได้ศึกษาเท่านั้น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาเป็นเพียงกลุ่มธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พื้นที่เดียวเท่านั้น ผลการวิจัยที่ได้อาจใช้ประโยชน์ได้ไม่กว้างขวางนัก



บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ศรีนวล. (2558). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- คมกฤษ มุททาร์ตัน และศิริพงษ์ สีใสไพโร. (2562). *ดัชนีเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการควิค เปย์บนมือถือ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กรณีศึกษา ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)*. การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1 ประจำปี 2562 การจัดการในยุคเทคโนโลยีนำการเปลี่ยนแปลง. 26 เมษายน 2562, หน้า 328-333. นครปฐม:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- จूरिพร อินทรานูรักษ์. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษธนาคารออมสินสาขาโคกกรวด จ.นครราชสีมา*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ซาลาแมนเดอร์. (2551). *ทฤษฎีพฤติกรรมตัวแทนของนักลงทุน*. เข้าถึงได้จาก: <https://salamanderr.wordpress.com/2008/12/10/ทฤษฎีพฤติกรรมตัวแทนของนักลงทุน>, 19 ตุลาคม 2562.
- _____. (2551). *ปัจจัยกำหนดจุดมุ่งหมายของผู้ลงทุน*. เข้าถึงได้จาก: <https://salamanderr.wordpress.com/2008/12/09/ปัจจัยกำหนดจุดมุ่งหมายของผู้ลงทุน>, 15 ตุลาคม, 2562.
- ณัฐนันท์ พรธณจิตต์ และคณะ. (2562). *การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้า กรณีศึกษาธนาคารกสิกรไทย จังหวัดนครราชสีมา*. การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1 ประจำปี 2562 การจัดการในยุคเทคโนโลยีนำการเปลี่ยนแปลง. 26 เมษายน 2562, หน้า 102-110. นครปฐม:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ธนาคารออมสิน. (2557-2561). *งบการเงินธนาคารธนาคารออมสิน*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.gsb.or.th/about-us/financial-information.aspx>, 10 ตุลาคม 2562.
- _____. (2562). *สลากออมทรัพย์ธนาคารธนาคารออมสิน*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.gsb.or.th/GSBAAllSalak.aspx>, 25 ตุลาคม 2562.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2557-2561). *งบการเงินธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.baac.or.th/th/content-report.php>, 10 ตุลาคม 2562.
- _____. (2562). *สลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร*. เข้าถึงได้จาก: <https://www.baac.or.th/th/content-product.php>, 25 ตุลาคม 2562

- นักลงทุนหน้าใหม่. (2554). ที่มาของการออมและการลงทุนตามทฤษฎีของเคนส์. เข้าถึงได้จาก:
<http://oknation.nationtv.tv/blog/kritapas/2011/05/12>, 15 ตุลาคม 2562
- วิภาพร แปะตทิศ และศิริพงษ์ สีใสไพโร. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสกลับไปใช้ซ้ำ กรณีศึกษา จีเอสบี เปย์ของธนาคารออมสินและแท็บเคทีซี ของธนาคารกรุงไทย ในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี. การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1 ประจำปี 2562 การจัดการในยุคเทคโนโลยีนำการเปลี่ยนแปลง. 26 เมษายน 2562, หน้า 305-310. นครปฐม:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ศุภวิชญ์ นารากุล และธนา สมพรเสริม. (2561). ความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสลากออมสินและสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ “GRADUATE SCHOOL MINI-CONFERENCE 2018”. 29 มิถุนายน 2561, หน้า 1073-1082. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2548). เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์การลงทุน, เข้าถึงได้จาก: https://www.set.or.th/education/th/start/start_start_3_6.pdf, 22 ตุลาคม 2562.
- สุธิตา ปฏิสัมพันธ์ทางศ. (2558). การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุนิสา อ่วมอาบ และศิริพงษ์ สีใสไพโร. (2562). ความภักดีของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนศึกษา ธนาคารออมสินในจังหวัดเพชรบุรีและธนาคารออมสินในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1 ประจำปี 2562 การจัดการในยุคเทคโนโลยีนำการเปลี่ยนแปลง. 26 เมษายน 2562, หน้า 358-365. นครปฐม:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- โสภาค เจริญสุข. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต, 11(1), หน้า 92 – 101.
- อธิวัฒน์ ไตสันติกุล และณัฏช กุฬิสร์. (เมษายน-กันยายน 2556). แนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริการธุรกิจครีเนครินทรวิโรฒ, 4(2), หน้า 1-17.
- อรฉัตร ธรรมวิหาคคุณ, กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ, กรรณิการ์ แสงสุริศรี และชวิตา โกเมนธรรมโสภณ. (2562). การศึกษาระดับความสนใจผลิตภัณฑ์ทางการเงินผ่านสื่อสังคมออนไลน์. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- Fornal, C.F., John, MD., Anderson, E.w.,Cha, & Bryant, B.F. (1996). The American Customer Satisfaction Index : Nature, Purpose, and Findings. *John of Marketing*, 60 (October), pp.7-18.

ภาคผนวก



ภาคผนวก

ตัวอย่างเครื่องมือการวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อโอกาสการกลับไปซื้อซ้ำ : กรณีศึกษาสลากออมทรัพย์ ระหว่าง
ธนาคารออมสิน กับ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงใน.....ที่ตรงกับตัวท่าน

1. สลากออมทรัพย์ () ธนาคารออมสิน () ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
2. เพศ () ชาย () หญิง
3. อายุ () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี
() 31 ถึง 40 ปี
() 41 ถึง 51 ปี
() 51 ปีขึ้นไป
4. สถานภาพ () โสด () สมรส () อื่น ๆ
5. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () ปริญญาโทขึ้นไป
6. อาชีพ () ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ
() พนักงานเอกชน () ธุรกิจส่วนตัว () อื่น ๆ
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน () ต่ำกว่า 15,000 บาท () 15,000 – 30,000 บาท
() 30,001 – 50,000 บาท () มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป
8. ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าธนาคาร () ต่ำกว่า 3 ปี () 3 – 5 ปี () 6 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ซื้อสลากออมทรัพย์

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงใน.....ที่ตรงกับตัวท่าน

9. วัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมทรัพย์ () เพื่อการออมเงิน () เพื่อการเสี่ยงโชค

10. บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของท่าน

- () ตนเอง () ครอบครัว
()ญาติ/เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน () พนักงานธนาคาร

11. ความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์

- () ซื้อเมื่อสลากครบกำหนด หรือ 3 ปีต่อ 1 ครั้ง
() 1 – 3 ครั้งต่อปี
() 4 ครั้งต่อปีขึ้นไป

12. ท่านซื้อสลากออมทรัพย์โดยเฉลี่ยเป็นจำนวนเงินเท่าไร

- () ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท
() 50,000 บาทขึ้นไป

13. ท่านซื้อสลากออมทรัพย์ผ่านช่องทางใดมากที่สุด

- () ซื้อผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร () ซื้อผ่าน Mobile Banking Application

14. ท่านชำระเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์ด้วยวิธีใดมากที่สุด

- () เงินสด () หักผ่านบัญชีเงินฝาก

15. ท่านเคยนำสลากออมทรัพย์มาค้าประกันเงินกู้หรือไหม

- () เคย () ไม่เคย

16. ท่านติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ จากช่องทางใดมากที่สุด

- () Facebook / สื่อโซเชียลของธนาคาร
() ธนาคารสาขาที่ใช้บริการ
() สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสลากออมทรัพย์

โปรดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็นดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น 4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น 3	หมายถึง	ไม่แสดงความคิดเห็น
ระดับความคิดเห็น 2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น 1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประเด็นคำถาม		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1. ท่านคาดหวังต่อการบริการซื้อสลากออมทรัพย์ในระดับใด						
1.1	ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อสลากออมทรัพย์					
1.2	ความถูกต้องแม่นยำ					
1.3	ความปลอดภัยในการใช้บริการ					
1.4	การบริการที่ดี					
2. มุมมองทางด้านคุณภาพของสลากออมทรัพย์ของท่านอยู่ในระดับใด						
2.1	สลากออมทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ					
2.2	สลากออมทรัพย์มีสภาพคล่อง สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย					
2.3	สลากออมทรัพย์มีราคาหน่วยจำหน่ายที่เหมาะสม					
2.4	สามารถนำสลากออมทรัพย์มาเป็นหลักทรัพย์ในการค้ำประกันเงินกู้					
3. มุมมองทางด้านคุณค่าของสลากออมทรัพย์ ของท่านอยู่ในระดับใด						
3.1	การซื้อสลากออมทรัพย์มีความคุ้มค่ากว่าการฝากเงินออมทรัพย์ธรรมดา					
3.2	มีโอกาสถูกรางวัลทุกงวด					
3.3	สามารถขายคืนสลากออมทรัพย์ก่อนครบกำหนดได้โดยไม่เสียเงินต้น					
3.4	เงินรางวัลและดอกเบี้ยได้รับการยกเว้นภาษี					
4. มุมมองต่อภาพลักษณ์การให้บริการซื้อสลากออมทรัพย์						
4.1	ธนาคารผู้จำหน่ายสลากออมทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ					
4.2	สลากออมทรัพย์มีความสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์					
4.3	ธนาคารมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ					
4.4	สภาพแวดล้อม จำนวนสาขามีเพียงพอต่อการบริการ					
5. ความพึงพอใจของท่านต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ อยู่ในระดับใด						
5.1	สามารถขายคืนสลากออมทรัพย์ได้ที่ธนาคารทุกสาขา					
5.2	สามารถซื้อสลากออมทรัพย์ผ่าน Mobile Banking Application ของธนาคารได้ตลอดเวลา					
5.3	จำนวนพนักงานให้บริการมีจำนวนเพียงพอ					
5.4	พนักงานมีความรู้ และให้บริการได้อย่างมืออาชีพ					

ประเด็นคำถาม		ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
6. ท่านเคยพบปัญหาที่ไม่พอใจในการใช้บริการ ซื้อสลากออมทรัพย์อยู่ในระดับใด						
6.1	ร้องเรียนไปยังสำนักงานใหญ่					
6.2	บอกปัญหาให้กับคนที่ท่านรู้จัก					
6.3	บอกปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์					
7. ท่านมีความภักดีในการใช้บริการซื้อสลากออมทรัพย์ ในระดับใด						
7.1	ท่านจะบอกต่อสิ่งดี ๆ ที่ท่านได้รับจากการใช้บริการซื้อสลากออมทรัพย์ไปยังคนที่ท่านรู้จัก					
7.2	ท่านจะยังคงเลือกใช้บริการซื้อสลากออมทรัพย์ ต่อไปในอนาคต					
8. โอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ						
()	ไม่กลับมาใช้ซ้ำแน่นอน 0%					
()	กลับมาใช้บริการน้อยมาก 1-20%					
()	กลับมาใช้บริการน้อย 21-40%					
()	กลับมาใช้บริการปานกลาง 41-60%					
()	กลับมาใช้บริการมาก 61-80%					
()	กลับมาใช้บริการมาก ๆ 81-99%					
()	กลับมาใช้บริการแน่นอน 100%					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นายวรวุฒิ เรืองฤทธิ์
วัน เดือน ปีเกิด	9 ธันวาคม พ.ศ.2534
สถานที่เกิด	จังหวัดเชียงใหม่
ที่อยู่ปัจจุบัน	99 ถ.เพชรเกษม ต.หัวหิน อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
สถานที่ทำงาน	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (สาขาเฉลิมพระเกียรติ หัวหิน)
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2552	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ การบัญชี โรงเรียนพณิชยการลานนา จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ.2556	ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2557	เจ้าหน้าที่คลังสินค้า บริษัท เบทาโกร เกษตรอุตสาหกรรม (ภาคเหนือ) จำกัด
พ.ศ.2558 – ปัจจุบัน	พนักงานการเงิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา สามร้อยยอด สาขา เฉลิมพระเกียรติ (หัวหิน)