

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ  
สาขาประตุน้ำขอนแก่น

FACTOR AFFECTING THE SELECTION OF LOTTERY OF GOVERNMENT SAVING  
BANK PHATUNAM KHON KHAN BRANCH

ประพิมพ์พร ชูรัมย์<sup>1</sup>  
นิติพล ภูตะโชติ<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษสาขาประตุน้ำขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษสาขาประตุน้ำขอนแก่น เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มยอดผลการดำเนินงานเงินฝากสลากออมสินสาขาประตุน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้ ผู้ศึกษาได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสะดวกในการจัดเก็บแบบสอบถามประชาชนที่มาใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ที่ธนาคารออมสินสาขาประตุน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 ชุด โดยคำนวณจากประชาชนที่มาเงินฝากใช้บริการสลากออมสินพิเศษ ที่ธนาคารออมสินสาขาประตุน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 6,948 คน

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของลูกค้าส่วนใหญ่ครอบคลุมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ มากที่สุดคือ ด้านราคา และจากการศึกษาข้อมูลในส่วนต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้ผู้ศึกษาได้ทำแผนโครงการในการดำเนินการเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษ โดยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเพิ่มรางวัลพิเศษและเพิ่มดอกเบี้ยสลากออมสินพิเศษ และเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มยอดในสาขา มีแนวทางดังนี้ รับฝากเงินสลากออมสินนอกสถานที่ มีมุมประชาสัมพันธ์ข่าวสารสลากออมสินพิเศษ หลังจากดำเนินการตามแนวทางที่ได้นำเสนอ สามารถระดมเงินฝากสลากออมสินพิเศษได้ตามเป้าหมาย คือ 100 ล้านบาทในปี 2558

คำสำคัญ : พฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สลากออมสินพิเศษ

Abstract

This study is to ascertain key factors that affect the Lottery of Government Saving Bank phatunam khon khan Branch which is part of the bank. The purposes of this study were to study the factor of marketing and customer's satisfaction to ward Government Saving Bank Lottery of srichan branch Government Saving Bank phatunam khon khan province. The number of samples was The study was prepared questionnaires for convenient storage of queries that come to deposit special premium savings. The Praturam Bangkok Bank branch Khon Kaen province, 400 series are calculated by the number of people who use the premium savings deposit rate. The Praturam Bangkok Bank branch The province number 6948 and questionnaire survey were conducted behavior of customers, mostly families, influencing the decision to buy special premium savings. The marketing factors that influence the decision to use Deposit Lottery is a very special price. Resulting form the information gathered in form of the questionnaire, the researcher was finally able to create the special project for this branch to increase the money deposit amount under the lottery, Government Saving Bank Lottery corner projects, it was expected that the sale volume of Government Saving Bank Lottery would be at least 100 million Bath in 2015.

Keywords: Behavior Mix marketing Lottery

<sup>1</sup> วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันธนาคารออมสินจึงมีความจำเป็นต้องปรับตัวตามสภาวะเศรษฐกิจ และต้องแข่งขันกันในเรื่องธุรกิจมากขึ้น รวมทั้งแข่งขันในด้านเงินฝาก เงินกู้ ด้านบริการ การมุ่งเน้นที่ลูกค้า ซึ่งเป็นกุญแจที่สำคัญที่จะนำธนาคารไปสู่ความสำเร็จ ทั้งนี้ทางธนาคารออมสิน ได้ปรับปรุงการออมสินเงินในรูปแบบสลากออมสินพิเศษเป็นการฝากเงินระยะยาว[4] ซึ่งเป็นการลงทุนอีกประเภทหนึ่งซึ่งไม่มีความเสี่ยง เพราะเงินต้นไม่สูญหาย สภาวะการณ์ในปัจจุบันและการที่สลากออมสินพิเศษเป็นรูปแบบการออมทรัพย์ที่แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์อื่น จึงเป็นธุรกิจที่ธนาคารออมสินควรให้ความสนใจในการพัฒนาเพราะมีคู่แข่งค่อนข้างน้อยราย แต่มีเงื่อนไข ราคา เงินรางวัล และอายุสลากที่แตกต่างกัน[5] ดังนั้นการทราบถึงพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า ส่งผลทำให้ธนาคารออมสินสามารถบริการธุรกิจประเภทสลากออมสินพิเศษได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อันนำมาซึ่งการเพิ่มผลการดำเนินงานด้านเงินฝากของธนาคารออมสิน ทำให้สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และเพิ่มส่วนแบ่งตลาดด้านเงินฝากได้มากขึ้น ส่งผลให้บรรลุเป้าหมายด้านเงินฝากตามนโยบายที่ธนาคารกำหนด [3]

ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษ สาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ผลการดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายของสาขาที่ได้รับมอบหมาย ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจต่อสลากออมสินส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีกับธนาคาร และสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้า รวมทั้งดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการกับธนาคารได้ [1]

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ สาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ สาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
3. การกำหนดแนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

## วิธีการดำเนินงาน

ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการ เงินฝากสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินของประชาชน จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ กำหนดรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) [6] ผู้ศึกษาได้จัดทำแบบสอบถามเพื่อสะดวกในการจัดเก็บแบบสอบถามประชาชนที่มาใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ที่ธนาคารออมสินสาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 ชุด โดยคำนวณจากประชาชนที่มาเงินฝากใช้บริการสลากออมสินพิเศษ ที่ธนาคารออมสินสาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น จำนวน 6,948 คน วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติในการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาในระดับระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 40,000 บาท/เดือน และมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการที่ธนาคารฯ เป็นเวลา 15 ปี ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสลากออมสินพิเศษจากสื่อโทรทัศน์ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมสินพิเศษประเภทสลากออมสินพิเศษ 5 ปีโดยถือครองสลากออมสินพิเศษระหว่าง 1-2 ปี วงเงินในการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษโดยเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 1,001-5,000 บาท ส่วนใหญ่จะซื้อสลากออมสินพิเศษเมื่อมีโอกาสพิเศษ / วันสำคัญส่วนใหญ่มีครอบครัวที่เป็นอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ

ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษสาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดจากการศึกษาแต่ละด้านพบว่า

1. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความเชื่อมั่นว่าธนาคารออมสิน เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคง
2. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ด้านราคา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญถึงความคุ้มค่าของราคา (สลากออมสินพิเศษ สามารถตรวจรางวัลได้ถึง 36 ครั้ง)
3. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศ
4. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีการแจกรางวัลชิงโชค เช่น ทองคำ, บ้าน, รถยนต์ เป็นต้น
5. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ด้านพนักงานบริการ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการให้พนักงานให้คำปรึกษาแนะนำในการใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ
6. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการความถูกต้องและรวดเร็วในการใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ
7. ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่พอใจในทำเลที่ตั้งของธนาคารมีความเพียงพอของสถานที่จอดรถ

## สรุป

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ สาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค [2] เพื่อหาแนวทางการเพิ่มผลการดำเนินงานด้านเงินฝากสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขาประตูน้ำขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ซึ่งสามารถนำมากำหนดแผนปฏิบัติการเชิงรุก ซึ่งเมื่อปฏิบัติตามแผนที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง จะสามารถเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินจากเป้าหมายที่ได้รับมอบปี 2558 จำนวนเงินตามเป้าสาขา 100 ล้านบาท

## ข้อเสนอแนะ

จากสภาพการณ์ในปัจจุบันธนาคารที่มีภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นมีการช่วงชิงลูกค้าเงินฝากในการที่จะเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ ธนาคารต้องรักษาลูกค้ารายเก่าให้ใช้บริการกับธนาคารออมสินต่อไป มีการนำเสนออัตราดอกเบี้ยเงินฝากอย่างต่อเนื่อง เสนอข้อมูลช่วงที่มีโปรโมชั่นในการแจกรางวัลพิเศษที่เป็นปัจจุบันให้กับลูกค้า เอาใจใส่ลูกค้าเมื่อสลากออมสินพิเศษครบอายุ และแนะนำให้ลูกค้าฝากอย่างต่อเนื่อง

**เอกสารอ้างอิง**

- [1] จิตติมา ศรีวรวิทย์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษ กรณีศึกษานาการออมสิน ภาค 2.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- [2] ฉัตยาพร เสมอใจ.(2550).**พฤติกรรมผู้บริโภค** . กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- [3] ฉันทิพย์ ด้วงวังกิน (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัวกับธนาคารออมสิน สาขาอมลาลัย.** ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- [4] ธนาคารออมสิน.(2558).ประวัติธนาคารออมสิน.ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558,จาก <http://www.gsb.or.th/index.php>
- [5] ปริญ ลักษิตานนท์.(2554).**จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 3).กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ทิปป์ พอยท์.
- [6] อุดลย์ จาตุรงค์กุลและดลยา จาตุรงค์กุล.(2550).**พฤติกรรมผู้บริโภค**.ปรับปรุงครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.