

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินของผู้บริโภคในธนาคารออมสินสาขาพล จังหวัดขอนแก่น เพื่อการวางแผนการตลาด

FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' DECISION – MAKING IN PURCHASING GOVERNMENT SAVINGS BANK LOTTERY IN PHON BRANCH, KHON KAEN PROVINCE FOR MARKETING PLANNING

จุฑามาศ รัตนสมบัติ¹

ก่อพงษ์ พลโยธา²

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นการศึกษา อิทธิพลของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสลากออมสิน ธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ มากกว่า 50 ปี สถานภาพสมรส สมรสแล้ว มีอาชีพค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เห็นด้วยมากที่สุดกับการสามารถค้าประกันการกู้เงินได้ ด้านราคา เห็นด้วยมากที่สุดกับระยะเวลาการฝากเงิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เห็นด้วยมากที่สุดกับทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้และสะดวกต่อการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด เห็นด้วยมากที่สุดกับจิตใจในการบริการของพนักงาน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ผลการวิจัยนี้สามารถนำมาประยุกต์เพื่อวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ก่อให้เกิดประโยชน์กับธนาคารออมสิน สาขาพล ให้รู้ถึงระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมสิน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการลูกค้า สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางที่สามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้มากขึ้นและนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงต่อความต้องการได้มากขึ้น

คำสำคัญ: สลากออมสิน การตัดสินใจ

Abstract

This independent study investigates the influences of demographic factors on attitudes towards marketing mix of Government Saving Bank lottery of Government Saving Bank, Phon Branch, Khonkaen Province. The study results reveal that, from 400 questionnaire respondents, the majority is female, older than 50 years, married, merchants, with an average monthly income of higher than 30,000 Baht, and bachelor's degree graduates. Regarding the respondents' attitudes towards the marketing mix, the item with the highest score for the product dimension is this lottery can be used as collateral. The item with the highest score for the price dimension is the deposit duration. The item with the highest score for the place dimension is the bank location is near and convenient for travel. The item with the highest score for the promotion dimension is the staff's service mind. The hypothesis testing results reveal that sex, age, marital status, education, occupation, and average monthly income influence attitudes towards marketing mix. The research results can be applied to develop marketing strategies for the 4 dimensions for the Government Saving Bank, Phon Branch. The bank can understand the decision-making of this lottery buying, improve customer service, expand their new consumer database, and offer products which better satisfy consumer's need.

Keywords: GSB Lottery, Making a decision

¹ นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40002

โทรศัพท์ 0897441949 E-mail juthamas.rs@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40002

บทนำ

ธนาคารออมสิน เป็นหนึ่งในธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงการคลังและธนาคารแห่งประเทศไทย เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2456 มุ่งเน้นยุทธศาสตร์ ส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน เสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจ สังคมระดับฐานรากและสิ่งแวดล้อมของชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การขยายกลุ่มลูกค้ารายย่อย เพิ่มประสิทธิภาพในการลงทุน และเพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถขององค์กรในการแข่งขันภายใต้หลักธรรมาภิบาล ธนาคารตระหนักดีถึงภารกิจด้านการส่งเสริมและระดมเงินออมเงินฝากสลากออมสินพิเศษ นอกจากนี้ได้สนับสนุนการออม

ปัจจุบันธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น ได้มีการกำหนดเป้าหมายการรับฝากสลากออมสิน ผู้ศึกษาในฐานะพนักงานธนาคารออมสินปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานบริการลูกค้าด้านเงินฝาก ได้รับรู้ถึงปัญหาและความจำเป็นในความต้องการสนับสนุนเงินทุนจากธนาคาร ซึ่งมีความสำคัญของการประกอบอาชีพความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ในขณะที่ธนาคารเองก็ต้องระดมเงินทุนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการให้ได้อย่างเพียงพอ โดยมีเป้าหมายให้ลูกค้าที่จะขอสินเชื่อจากธนาคารมีภาระจากดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำ ทั้งนี้ในการตัดสินใจเลือกซื้อเงินฝากประเภทสลากออมสินของลูกค้ามีความสำคัญต่อธนาคารเป็นอย่างมากและหลายประการ โดยเฉพาะในด้านการระดมทุนที่จะส่งผลต่อเสถียรภาพและฐานะทางการเงินซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและแผนธุรกิจของธนาคารในการจัดสรรเงินทุน เพื่อเป็นการตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลตามบทบาทในฐานะรัฐวิสาหกิจ ซึ่งสามารถช่วยสนับสนุนเงินทุนในการให้สินเชื่อแก่บุคคลทั่วไปหรือผู้ประกอบการรายใหม่และรายย่อยไม่ว่าจะเพื่อการอยู่อาศัยหรือเพื่อประกอบธุรกิจภายในประเทศ

จากข้อมูลข้างต้นในภาพรวมของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น นั้นยังไม่บรรลุเป้าหมายที่ธนาคารออมสินได้กำหนดไว้ และปี 2559 มีแนวโน้มที่จะลดลงจากปี 2558 อย่างมาก จึงจำเป็นที่จะต้องหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสิน ของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ธนาคารออมสินได้กำหนดไว้ และมีจำนวนผู้ซื้อสลากออมสินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ธนาคารออมสินสาขาพลได้พัฒนาด้านการบริการ ด้านการส่งเสริมการขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นคว้าศึกษาความเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมสิน ในการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสิน ของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมสิน ของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

วิธีดำเนินงาน

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมสิน ของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมสิน ของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะใช้ตารางของเครซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เมื่อขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การเก็บรวบรวมครั้งนี้ ผู้ศึกษาค้างนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. จัดเตรียมแบบสอบถาม สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บข้อมูลเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้ที่ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมสิน ของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น โดยเลือกการตัวสุ่ม ตัวอย่างแบบเจาะจง คือ ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสลากออมสินเป็นประจำ และทำการเก็บแบบสอบถามจากรายชื่อในฐาน ข้อมูลลูกค้า ของสาขาพล ที่มาฝากสลากออมสิน โดยวิธีออกเก็บตามที่อยู่ตามข้อมูลของลูกค้า และแบบบังเอิญ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการบางครั้งคราว หรือบางโอกาส ที่มาใช้บริการฝากสลากออมสินสลากออมสิน

2. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูล ระหว่าง เดือน กุมภาพันธ์ – มิถุนายน 2559

การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้คัดเลือกไว้แล้ว มาดำเนินการจัดระเบียบข้อมูล ลงรหัส และนำข้อมูลดังกล่าวไปคำนวณหาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1-2 เป็นการตรวจสอบรายการ วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

บุญชม ศรีสะอาด (2553) ได้กำหนดการให้คะแนนและระดับความคิดเห็น ดังนี้

5	=	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด,
4	=	ระดับความคิดเห็นมาก
3	=	ระดับความคิดเห็นปานกลาง,
2	=	ระดับความคิดเห็นน้อย
1	=	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน ด้านปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสิน ของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ตัวอย่างทั้งสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน และมีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) โดยเป็นการศึกษาเชิงประยุกต์ (Applied Research) ลักษณะวิธีการศึกษาทางสังคมศาสตร์เชิงพรรณนา (Descriptive Research) การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาทำการแปรความหมาย วิเคราะห์ประมวลข้อมูลที่ได้รับและนำเสนอผลงานศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive – Analytical Method) อธิบายลักษณะของข้อมูลโดยใช้ความถี่ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และสถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐานคือค่าสถิติแบบ Independent samples T-Test ,การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (OneWayANOVA) วิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงซ้อน (MultipleComparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (L.S.D.) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมสินของธนาคารออมสิน สาขาพล จังหวัดขอนแก่น ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการ ศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คนผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 277 คน รองลงมา เพศชาย จำนวน 123 คนส่วนใหญ่อายุ มากกว่า 50 ปี 190 คน มีสถานภาพสมรส สมรสแล้ว 218 คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 143 คนมีอาชีพ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 163 คนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทจำนวน 180 คนข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด เมื่อ

พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดด้านต่างๆ อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ ดังนี้ ที่มีต่อส่วนประกอบทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ เห็นด้วยมากที่สุดกับการสามารถค้าประกันการกู้เงินได้ ด้านราคา เห็นด้วยมากที่สุดกับระยะเวลาการฝากเงิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เห็นด้วยมากที่สุดกับทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้และสะดวกต่อการเดินทาง ด้านการส่งเสริมการตลาด เห็นด้วยมากที่สุดกับจิตใจในการบริการของพนักงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อส่วนประกอบทางการตลาดของสลากออมสิน ธนาคารออมสิน สาขาพลจันทน์ตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หรือ ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทั้งหมด 20 สมมติฐาน จากทั้งหมดจำนวน 24 สมมติฐาน คือ 1.เพศกับด้านผลิตภัณฑ์ 2.เพศกับด้านส่งเสริมการตลาด 3.อายุกับด้านผลิตภัณฑ์ 4.อายุกับด้านราคา 5.อายุกับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 6.อายุกับด้านส่งเสริมการตลาด 7.สถานภาพสมรสกับด้านราคา 8.สถานภาพสมรสกับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 9.ระดับการศึกษากับด้านผลิตภัณฑ์ 10.ระดับการศึกษากับด้านราคา 11.ระดับการศึกษากับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 12.ระดับการศึกษากับด้านส่งเสริมการตลาด 13.อาชีพกับด้านผลิตภัณฑ์ 14.อาชีพกับด้านราคา 15.อาชีพกับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 16.อาชีพกับด้านส่งเสริมการตลาด 17.รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้านผลิตภัณฑ์ 18.รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้านราคา 19.รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 20.รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับด้านส่งเสริมการตลาด

สรุป

ผลการวิจัยที่ได้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประกอบทางการตลาด ผลการทดสอบพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่งผลต่อ ทัศนคติที่มีต่อส่วนประกอบทางการตลาด เพื่อวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ก่อให้เกิดประโยชน์กับธนาคารออมสิน สาขาพลจันทน์ เพื่อรู้ระดับถึงระดับการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมสิน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการลูกค้า สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางที่สามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้มากขึ้นและนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้ตรงต่อความต้องการได้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาในการให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือจาก ผศ.ดร.ก้องพงษ์ พลโยธา อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษานี้ นอกจากนี้ยังให้คำแนะนำและช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาด ข้อบกพร่องตั้งแต่เริ่มการดำเนินการศึกษาจนกระทั่งได้ผลของการศึกษาวิจัยสำเร็จเรียบร้อยแล้ว ยังให้คำแนะนำสำหรับวิธีการคำนวณโปรแกรม SPSS อย่างละเอียดอีกด้วย จึงต้องใคร่ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] ธงชัย สันติวงษ์ 2540. การตลาดสำหรับนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช
- [2] ธนาคารออมสิน.(2559). ระบบสารสนเทศเพื่อธุรกิจหลักสาขา. ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.gsb.or.th/lotto.aspx>
- [3] ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ 2540. การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท เอเอ็น การพิมพ์.