



การศึกษาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล
ที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร
Study on marketing strategies to increase the usage of government lottery prize claiming
service at branches of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives
in Bangkok area

กัญญาวรรณ อัทชู¹ และ สุกสันต์ ปรีดาวิภาต²

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Email: raccoon_doll@gmail.com

² หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย Email: supasan_pre@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากประชากรในกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จำนวน 400 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้มาโดยใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Question) และอีกส่วนใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 5 คน โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) ผลการศึกษาพบว่า ด้านการรับรู้ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่าส่วนใหญ่จะยังไม่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีการให้บริการดังกล่าว สำหรับผู้ที่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีบริการดังกล่าว ส่วนใหญ่จะทราบจากพนักงานธนาคารแนะนำ รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์/เพจ ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต บุคคลอื่นแนะนำ ตามลำดับ ด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 7 ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในแต่ละด้านโดยเรียงตามความสำคัญมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.34 โดยเน้นกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว กระบวนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน รองลงมาได้แก่ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ค่าธรรมเนียม (รวมค่าอากรแสตมป์) ที่เหมาะสมควรอยู่ที่ 1% ช่องทางที่สะดวกใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้า สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการกับแผงลอตเตอรี่/ร้านค้าส่วนใหญ่จะทราบจากคนใกล้ชิด จากผลการวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่าธนาคารควรมีกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากกว่าเดิม อาทิ การนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการให้บริการ หรือการบริหารจัดการกระบวนการให้บริการให้มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก รวดเร็ว โดยอาจจะมีการเพิ่มช่องทางการขึ้นเงินรางวัลโดยเฉพาะในช่วงเวลาที่คนนิยมใช้บริการมากที่สุด เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจการให้บริการในรูปแบบใหม่ เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ค่าธรรมเนียมที่เพิ่มขึ้นในระยะยาว

คำสำคัญ: บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล , ค่าอากรแสตมป์, รายได้ค่าธรรมเนียม, กลยุทธ์ทางการตลาด, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร



ABSTRACT

This research is a study on the marketing strategies to increase the usage of government lottery prize claiming service at branches of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in Bangkok area. The study was conducted by mean of a quantitative research performed by questionnaire using close ended question with 400 samples who have purchased government lottery in one part, and a qualitative research performed by semi-structured interviews with 5 samples on another part. The study showed that regarding awareness of the existence of government lottery prize claiming service provided by the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, it was found that most people were not aware that the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives offers such service. Most people who knew that the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives offered such service got the information from the bank employees who recommend such service, followed by the websites/pages of the service provider, internet, and recommended by other people, respectively. Regarding the 7 aspects of marketing mix factors affecting the government lottery prize claiming of people in Bangkok, the respondents prioritize, starting from the least important to the most important, these aspects as follows: firstly, they pay attention to the service providing process with the average scores of 4.34 by focusing on fast and simple service providing process; followed by physical component; personnel; price; service providing channel; product; and marketing promotion, respectively. The appropriate fee (including stamp duty) should be 1% of the total value. The prize claiming channel that they considered convenient was at the lottery stall. Regarding the respondents who used prize claiming service at lottery stall/shops, most of them got the information from their people who are close to them. From the aforementioned results, the researcher suggested that the bank should have a strategy to promote the service to the target group, as well as improving the service process to be faster; for example, implementing technology to help in the service process, or managing the service process to be simple and fast. The channels for prize claiming may have to be increased, especially during the peak hours of the service, etc., to increase the opportunity to expand the service in a new form and to expand the new customer base, which would result in the increase of fee income in long term.

Keywords : Government lottery prize claiming service, Stamp duty, Fee income, Marketing strategies, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

1. บทนำ



การขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่ธนาคารถือเป็นช่องทางใหม่ในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งเริ่มให้บริการในเดือนมีนาคม 2563 เป็นเดือนแรก เป็นบริการใหม่ที่สามารถสร้างรายได้ค่าธรรมเนียมให้แก่ธนาคารได้ เนื่องจากปัจจุบันส่วนแบ่งทางการตลาดในการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของ ธ.ก.ส. มีปริมาณที่น้อย เมื่อเทียบกับการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลกับที่อื่นๆ ซึ่งมีมูลค่าส่วนแบ่งทางการตลาดสูงถึง 60 ล้านบาทต่อเดือน กอปรกับประชากรในกรุงเทพมหานครยังมีการรับรู้ที่ ธ.ก.ส. มีการให้บริการดังกล่าวไม่มากนัก จึงถือเป็นโอกาสที่จะทำวิจัยเพื่อจะนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ในการขยายส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น สร้างความสนใจในการมาใช้บริการกับ ธ.ก.ส. มากขึ้น เนื่องจากรายได้ค่าธรรมเนียมการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของสาขาในเขตกรุงเทพมหานครของ ธ.ก.ส. ยังมีปริมาณที่น้อย เพียงแค่ 0.54 % ของส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมดและอัตราการเติบโตที่มีแนวโน้มน้อยลง จากเดือนตุลาคม 2563 ที่มีอัตราการเติบโตลดลงถึง 19.15 % และปัญหารายได้โดยรวมขององค์กรนั้นยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายผู้ใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ ธ.ก.ส. มีช่องทางในการสร้างโอกาสการเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมให้เป็นไปตามเป้าหมาย และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดจากการให้บริการรับขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล อันจะส่งผลต่อการแข่งขันในภาคธุรกิจธนาคารทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อต่อยอดไปสู่การพัฒนาระบบการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของ ธ.ก.ส. ที่มีประสิทธิภาพ
4. เพื่อศึกษาแนวทางปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มผู้ใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ ธ.ก.ส. ของสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร

3. การดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้รวบรวมจากแบบสอบถามเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณเป็นผู้ที่เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จำนวน 400 คน โดยใช้การคำนวณจากวิธีการของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้มาโดยใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Question) และอีกส่วนใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 5 คน จากกลุ่มผู้ที่ถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลแล้วนำสลากกินแบ่งรัฐบาลมาขึ้นเงินรางวัลที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารกรุงไทย ธนาคารออมสิน สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล และแผงขายสลากกินแบ่งรัฐบาล ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการขึ้นเงินสลากกินแบ่งรัฐบาลจากแหล่งต่างๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สร้างขึ้นมาเพื่อวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Question) มีจำนวน 39 ข้อ และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้เครื่องมือการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) โดยจัดบันทึก จากกลุ่มผู้ที่เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล จำนวน 5 ราย โดยใช้คำถามเป็นข้อคำถามในลักษณะที่เป็นปลายเปิด โครงคร่าวในการสัมภาษณ์จำนวน 10 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลในเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่าง คือประชากรในกรุงเทพมหานครที่เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) มีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ ซึ่งสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามโดยตรง และบางส่วนจาก Google form ซึ่งเป็นโปรแกรม Freeware จาก Google เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม Online แล้วนำส่งทาง Line และ Facebook เพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม Online โดยส่งให้ผู้รู้จักที่เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ มีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เคยซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลจำนวน 5 คน และนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากแบบสอบถามดังกล่าวทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ประกอบกับข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ข้อมูลภายในองค์กรของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายงานผลการดำเนินงานของกิจการ ตลอดจนแหล่งข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ฯลฯ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) แจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยใช้คำถามเป็นข้อคำถามในลักษณะที่เป็นปลายเปิด โครงคร่าว ในประเด็นเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการให้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด (SWOT Analysis) โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเชื่อมโยงกับข้อมูลทุติยภูมิ ทฤษฎี แนวคิดต่างๆ และสรุปผล

4. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ผลการศึกษาเชิงปริมาณและคุณภาพโดยผลการศึกษาครั้งนี้ ผลการศึกษาเชิงปริมาณ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมทั่วไปในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมทั่วไปในการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล การรับรู้และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม



ข้อมูลทั่วไป	ผลการศึกษาค้นคว้า	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	เพศหญิง	239 คน	59.75
อาชีพ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	165 คน	41.25
การศึกษา	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี	222 คน	55.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	15,001-25,000 บาท	100 คน	25

จากตารางที่ 1 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน ด้านอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 ระดับการศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่จบปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 15,001-25,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ตารางที่ 2 แสดงพฤติกรรมทั่วไปในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล

พฤติกรรมทั่วไปในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล	ผลการศึกษาค้นคว้า	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการซื้อ	ซื้อน้อยกว่าเดือนละครั้ง	191 คน	47.75
จำนวนเงินที่ซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลเฉลี่ยต่อเดือน	ซื้อน้อยกว่า 200 บาท	193 คน	48.25
ระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา มีการถูกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลกี่ครั้ง	ไม่ถูกละเลย	257 คน	64.25

จากตารางที่ 2 ความถี่ในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ส่วนใหญ่จะซื้อน้อยกว่าเดือนละครั้ง จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 ซึ่งในการซื้อแต่ละครั้งส่วนใหญ่จะซื้อน้อยกว่า 200 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 การถูกรางวัลในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่จะไม่ถูกละเลย จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25

ตารางที่ 3 แสดงพฤติกรรมทั่วไปในการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล

พฤติกรรมทั่วไปในการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล	ผลการศึกษาค้นคว้า	จำนวน
สถานที่ขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล	แผงสลากกินแบ่งรัฐบาล/ร้านค้า	298 คน
เมื่อถูกรางวัลมีการบริจจาคหรือไม่	ไม่ได้มีการบริจจาคเงิน	284 คน
หน่วยงานที่มักจะนำไปบริจาค	วัด	86 คน
ช่วงวันที่มักจะนำสลากกินแบ่งรัฐบาลไปขึ้นเงินรางวัล	วันธรรมดา จันทร์-ศุกร์	218 คน
ช่วงเวลาที่มักนำสลากกินแบ่งรัฐบาลไปขึ้นเงินรางวัล	เวลา 6:00-11:59 น.	164 คน

จากตารางที่ 3 ส่วนใหญ่มักจะนำสลากกินแบ่งรัฐบาลขึ้นเงินรางวัลที่แผงสลากกินแบ่งรัฐบาล/ร้านค้า จำนวน 298 คน เมื่อถูกรางวัลส่วนใหญ่ไม่ได้มีการบริจจาคเงินจำนวน 284 คน สำหรับหน่วยงานที่มักจะนำไปบริจาคคือ วัด จำนวน 86 คน สำหรับช่วงวันที่มักจะนำสลากกินแบ่งรัฐบาลไปขึ้นเงินรางวัล คือ วันธรรมดา จันทร์-ศุกร์



จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 และช่วงเวลาที่มักนำสลากกินแบ่งรัฐบาลไปขึ้นเงินรางวัล คือ เวลา 6:00-11:59 น. มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41

ตารางที่ 4 การรับรู้บริการขึ้นเงินรางวัลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

การรับรู้	ผลการศึกษาส่วนใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
การรับรู้ ธ.ก.ส. มีบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล	ไม่ทราบ	201 คน	50.25
แหล่งที่มาในการรับรู้	พนักงานธนาคารแนะนำ	81 คน	-

จากตารางที่ 4 ด้านการรับรู้ว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล พบว่าส่วนใหญ่จะยังไม่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีการให้บริการดังกล่าว จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 สำหรับผู้ที่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีบริการดังกล่าวส่วนใหญ่จะทราบจากพนักงานธนาคารแนะนำ จำนวน 81 คน รองลงมาได้แก่ เว็บไซต์/เพจ ของผู้ให้บริการ อินเทอร์เน็ต บุคคลอื่นแนะนำ ตามลำดับ สำหรับผู้ที่รับรู้ ธ.ก.ส. มีบริการดังกล่าว จะมีการรับรู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีค่าธรรมเนียมในการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล 1.5 % มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 72.86 ของผู้ที่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีการให้บริการดังกล่าว และการรับรู้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีค่าธรรมเนียมในการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลถูกกว่าแพลตฟอร์มอื่น ร้านค้า มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 72.86 ของผู้ที่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีการให้บริการดังกล่าว

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด (เรียงตามลำดับดังนี้)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล	อันดับ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	0.94	มาก	6
2. ด้านราคา	4.23	0.9	มากที่สุด	4
3.ด้านช่องทางการให้บริการ	4.13	1	มาก	5
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66	1.16	มาก	7
5.ด้านบุคลากร	4.24	0.82	มากที่สุด	3
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	4.34	0.77	มากที่สุด	1
7.ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	4.26	1.01	มากที่สุด	2



จากตารางที่ 5 ด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 7 ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในแต่ละด้าน โดยเรียงตามความสำคัญมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

1. ด้านกระบวนการให้บริการ เป็นด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล โดยกระบวนการให้บริการที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ กระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว กระบวนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ชับช้อน กระบวนการให้บริการที่ถูกต้อง ตามลำดับ

2. ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่สุดในด้านนี้ คือ สถานที่ในการให้บริการมีความปลอดภัย สถานที่ในการให้บริการมีความสะอาด สวยงาม สถานที่ในการให้บริการมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ ตามลำดับ

3. ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่สุดในด้านนี้ คือ บุคลากรให้บริการที่รวดเร็ว ความเต็มใจของผู้ให้บริการ ความมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้ให้บริการ ความเพียงพอของบุคลากรในการให้บริการ ตามลำดับ

4. ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่สุดในด้านนี้ คือ อัตราค่าธรรมเนียมขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ถูก การลดอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษให้เมื่อมีการขึ้นเงินรางวัลที่มีจำนวนเงินสูง ตามลำดับ

5. ด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่สุดในด้านนี้ คือ ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการช่วงเวลาที่เปิดให้บริการมีความเหมาะสมจำนวนสาขาที่ให้บริการมีปริมาณเพียงพอ ตามลำดับ

6. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่สุดในด้านนี้ คือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ การให้บริการด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย การมีบริการเสริม อาทิ การบริการรับขึ้นเงินรางวัลถึงที่บ้าน ตามลำดับ

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นด้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล

ตารางที่ 6 แสดงผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

ประเด็น	ผลการศึกษา
การรับรู้	ส่วนใหญ่จะไม่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีการให้บริการดังกล่าว
กระบวนการตัดสินใจขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลกับแต่ละหน่วยงาน	ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลคือ ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ตลอดจนมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก
โปรโมชั่น	ส่วนใหญ่ต้องการ ค่าธรรมเนียมที่ถูก
จุดแข็งการให้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของ ธ.ก.ส.	มีความน่าเชื่อถือ ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าแผงลอตเตอรี่ ร้านค้า
จุดแข็งการให้บริการขึ้นเงิน	การให้บริการที่รวดเร็วกว่าเดิม



รางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของ ธ.ก.ส.	
--------------------------------------	--

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ จากการสอบถามผู้ที่ไม่ได้นำสลากขึ้นเงินที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จะไม่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีการให้บริการดังกล่าว ส่วนผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจะทราบว่าธนาคารมีการให้บริการนี้จากพนักงานแนะนำและป้ายโฆษณาหน้าธนาคาร ปัจจัยในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลทุกคนตอบว่าต้องการถูกเงินรางวัลสำหรับปัจจัยในกระบวนการตัดสินใจขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล ส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ตลอดจนการมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก ซึ่งเป็นที่มาให้ส่วนใหญ่จะใช้ช่องทางขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่แผงล็อตเตอรี่ ร้านค้า สำหรับโปรโมชันส่วนใหญ่ต้องการ ค่าธรรมเนียมที่ถูก ซึ่งสอดคล้องกับค่าธรรมเนียมส่วนใหญ่ต้องการค่าธรรมเนียมรวมค่าอากรแสตมป์อยู่ที่ 1 % คุณสมบัติบุคลากรในการให้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล ควรจะต้องเต็มใจให้บริการ ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีการให้บริการที่รวดเร็ว สำหรับจุดแข็งและจุดอ่อน ในการให้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้ความคิดเห็นว่า ข้อดี คือมีความน่าเชื่อถือ มีค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าแผงล็อตเตอรี่ร้านค้า ส่วนข้อควรปรับปรุง คือควรให้บริการที่รวดเร็วกว่าเดิม และการรอคิวที่นานมาก

5. การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จะซื้อ น้อยกว่า 200 บาทต่อครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นสมล นูนนาค และ วสันต์ เจนร่วมจิต (2562) ได้พบว่า ในกลุ่มเฉลี่ยกลุ่มเงินเนอเรนซ์ B, X และ Y ในเขตกรุงเทพมหานครนั้น มีพฤติกรรมในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลโดยมีการซื้อต่อครั้งคือ 1 - 2 ใบ ในราคาขั้นต่ำใบละ 80 บาท และสูงสุดใบละ 100 บาท

จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านกระบวนการให้บริการนั้น เป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกมล รัตนแสง (2554) ระบบจ่ายรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลมี 3 กิจกรรมหลักคือ งานทะเบียนรางวัล งานพิสูจน์รางวัล และงานจ่ายเงินรางวัล โดยหากทั้ง 3 กิจกรรมมีการสูญหายหรือหยุดดำเนินการจะทำให้ได้รับผลกระทบสูงมาก ดังนั้นสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลจะต้องมีการวางแผนกระบวนการในกิจกรรมเหล่านั้น โดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยงานเพื่อการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลด้านช่องทางการให้บริการในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการนั้นมีค่าเฉลี่ย 4.23 ซึ่งแปลผลว่า มีผลต่อการตัดสินใจขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สโรชา พิมพ์ชัย (2561) พบว่าความสะดวกในการขึ้นเงินรางวัลตามสถานที่ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.6 ซึ่งแปลผลว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรชัย พลอยประดับ (2562) พบว่าระดับความสำคัญของการตัดสินใจซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยความสะดวกสบายในการติดต่อรับเงินรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ซึ่งแปลผลว่ามีความสำคัญระดับมาก ดังนั้น ความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญหนึ่งในการตัดสินใจซื้อและขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล



6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้จากการรวบรวมแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ทั้งเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และข้อมูลทฤษฎี สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ สาเหตุหลักที่ทำให้ยอดขายบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ยังมีน้อยนั้น จากข้อมูลแล้วส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรให้บริการดังกล่าว ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลมากที่สุด ต่อการตัดสินใจใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยกระบวนการให้บริการที่รวดเร็ว ขั้นตอนในการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลจะต้องไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน และถูกต้อง และสอดคล้องกับปัจจัยในส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากเป็นอันดับรองลงมาทางด้านกระบวนการให้บริการและด้านองค์ประกอบทางกายภาพ โดยต้องการให้บุคลากรบริการที่รวดเร็วมาเป็นอันดับแรก และด้านราคาต้องการอัตราค่าธรรมเนียมที่ถูก ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ากระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าที่รวดเร็วเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์ โดยสาเหตุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ไม่ขึ้นเงินรางวัลกับธนาคารเพราะว่า ขั้นตอนที่ยุ่งยากกว่า และต้องรอคิวลูกค้าคนอื่นๆที่มาทำธุรกรรมทางการเงินด้านอื่น ซึ่งใช้เวลาที่นานกว่าการไปขึ้นเงินที่แผงลอตเตอรี่ ร้านค้า ที่มีเพียงธุรกรรมเดียวคือการขึ้นเงินรางวัล ดังนั้น ธนาคารควรมุ่งเน้นกลยุทธ์ในการสร้างกระบวนการการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลให้มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก มีความรวดเร็วมากกว่าเดิม เพื่อให้การบริการสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ามาใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

ข้อมูลทฤษฎีแสดงถึงส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งสิ้นที่มีถึง 60 ล้านบาทต่องวด แต่รายได้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรของสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่เพียงแค่ 0.05% ของส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งหมด ซึ่งถือว่าน้อยมากแสดงถึงการบริหารจัดการด้านกลยุทธ์ทางการตลาดที่ยังไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านพฤติกรรมทั่วไปของผู้บริโภคในการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้น มีการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลอยู่บ่อยครั้งจึงเป็นโอกาสในการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดกับบริการนี้ได้

จากข้อมูลข้างต้นสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาการให้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. การรับรู้ของผู้ใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ยังมีการรับรู้น้อย
2. เนื่องจาก แผงลอตเตอรี่ ร้านค้า มีจุดให้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลที่มากกว่าธนาคาร ทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกที่มาใช้บริการจากแผงลอตเตอรี่ ร้านค้ามากกว่า
3. ธนาคารมีธุรกรรมที่หลากหลายทำให้การให้บริการอาจช้ากว่าแผงลอตเตอรี่ ร้านค้าที่มีเพียงการให้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลเพียงอย่างเดียว ทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกที่มาใช้บริการจากแผงลอตเตอรี่ ร้านค้ามากกว่า



4. ในกรณีที่มูลค่าเงินรางวัลสูง ทำให้ผู้ใช้บริการจะนำสลากกินแบ่งรัฐบาลไปขึ้นที่สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาลมากกว่า

สำหรับการสร้างทางเลือกในการแก้ไขปัญหา โดยผู้วิจัยขอประสมทางเลือกโดยใช้ทางเลือก ได้แก่ ประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้าทั่วประเทศให้มีการรับรู้ว่าธนาคารมีบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลและมีอัตราค่าธรรมเนียมบริการที่ถูก เนื่องจากผลจากการวิจัยพบว่า การรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามถึงการให้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรยังมีน้อย ซึ่งส่วนใหญ่จะไม่ทราบมีจำนวนถึง 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ไม่ทราบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลนั้น ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมเข้าใจว่ามีเพียง แผงล็อตเตอรี่ ร้านค้า สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ที่รับให้บริการเพียงเท่านั้น ตลอดจนผู้ที่ใช้บริการกับธนาคารอื่นๆ ส่วนใหญ่จะได้รับการประชาสัมพันธ์กับธนาคารนั้นๆ ผ่านช่องทาง mobile banking application ฯลฯ และผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะไม่ใช้ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งธนาคารควรจะมุ่งเน้นการรับรู้ให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยการประชาสัมพันธ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยจะต้องมีการสำรวจ คัดกรอง ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื้อหาการโฆษณาจะต้องมีความน่าสนใจกับผู้ใช้บริการ ช่วงเวลาในการประชาสัมพันธ์จะต้องให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลให้เพิ่มโอกาสทางการตลาดกับผู้ใช้บริการใหม่ได้มากยิ่งขึ้น และการเพิ่มช่องบริการรับขึ้นเงินรางวัลโดยเฉพาะที่สาขา โดยแยกจากการทำธุรกรรมอื่นเพื่อให้การบริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อให้ความรวดเร็วยิ่งขึ้น มาประยุกต์ใช้ได้ในช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการมักนำสลากกินแบ่งรัฐบาลมาขึ้นเงินรางวัล อาทิ ช่วงเวลา 6:00-11:59 น. ในวันที่มีการมาใช้บริการขึ้นเงินรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาลเยอะ ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากกว่าเดิม อาทิ การนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการให้บริการ หรือการบริหารจัดการกระบวนการให้บริการให้มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก ให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ดังนั้นธนาคารควรมุ่งนำกลยุทธ์มาประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการขยายธุรกิจการให้บริการในรูปแบบใหม่ เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้ค่าธรรมเนียมที่เพิ่มขึ้นในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากับประชากรตัวอย่างในพื้นที่อื่นๆ ให้กว้างขึ้น เพื่อสามารถนำผลการวิจัยนั้นไปกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมครบคลุมทั่วทั้งประเทศ
2. เพื่อให้ผลการวิจัยมีเชิงลึกมากขึ้นควรนำเครื่องมือ เช่น T-test F-test , Chi Square หรือ Multiple Regression มาช่วยในการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กมล รัตนแสง. (2554). การวิเคราะห์ผลกระทบของการดำเนินธุรกิจหลัก กรณีศึกษา ระบบจ่ายเงินรางวัลสำนักงาน
กินแบ่งรัฐบาล (สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).

จีนสุมล บุนนาค และ วสันต์ เจนร่วมจิต. (2561). พฤติกรรมการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาลของกลุ่มเงินเนอเธชั่น B, X
และ Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร,
15(1) (มกราคม – มิถุนายน 2561), 103-122.



- เก้าแก้วใหม่ เพื่อนคู่คิด ธุรกิจ SME. (2563). 5 ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า. สืบค้นจาก <https://www.taokaemai.com/5-ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า/>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2563). รู้จัก ธ.ก.ส. สืบค้นจาก https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0001
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). รายงานแนวโน้มธุรกิจ. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/BLP/BLP_TH_Q3_2020.pdf
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2554). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2549). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สโรชา พิมพ์ชัย. (2561). การศึกษาพฤติกรรมการเล่นพนัน กรณี สลากกินแบ่งรัฐบาลและสลากล็อตโต้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล. (2562). *Annual report 2019*. สืบค้นจาก <https://www.glo.or.th/about/performance/annual-report>
- Donlaya. (2562). *เกร็ดความรู้*. Retrieved from <https://www.moneywecan.com/swot-analysis/>