



การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดการใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน

The guidelines to increase the savings amount of “Kaset Yang Yuen” BAAC Savings Certificate

สุรตนา กิจเรือนทอง¹ และ ปราณี เอี่ยมละออภักดี²

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Email : Tuktik.baac@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Email : pranee@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน เพื่อนำมากำหนดแนวทางการเพิ่มยอดการออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน โดยการวิจัยเชิงปริมาณ และเก็บแบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางเขน ที่มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ หรือมีรายได้ไม่เกิน 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 200 กลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยทำงาน สถานภาพสมรส นิยมใช้การออมเงินผ่านธนาคารเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในยามจำเป็น ชื่นชอบการเสี่ยงโชค เพราะมีโอกาสได้ลุ้นรางวัล สนใจสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน เพราะได้ออมเงินพร้อมกับมีโอกาสลุ้นรางวัล แต่ปัญหาที่พบในกลุ่มที่ไม่สนใจผลิตภัณฑ์ฯ คือมีขั้นตอนการใช้บริการที่ยุ่งยาก สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน ซึ่งราคามีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือการส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ ทางเลือกในการแก้ไขปัญหาคือการขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มเยาวชน นักเรียน นักศึกษา โดยนําการส่งเสริมการตลาด ช่วยมุ่งเน้นให้กลุ่มเยาวชนเห็นถึงข้อดีของผลิตภัณฑ์ และลงพื้นที่เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อลดขั้นตอนที่ยุ่งยากก็จะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายสนใจใช้บริการต่อไป

คำสำคัญ: สลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน, สลาก 20 บาท, ส่วนประสมทางการตลาด, พฤติกรรมการออม

ABSTRACT

The objectives of this research were to investigate savings behavior among low income people and to study marketing mix factors affecting savings decision through the purchase of “Kaset Yang Yuen” BAAC Savings Certificate and to determine the guidelines to stimulate the savings through the purchase of “Kaset Yang Yuen” BAAC Savings Certificate. This study was a quantitative research. A questionnaire was used as a research instrument for data collection. The sample was customers of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) Bangkok Branch holding a government welfare card or earning monthly income not more than 25,000 baht 200 samples. The results of this study indicated that Most of the respondents were female, working age, had married status,



the sample saved money by bank for expenses as needed. The sample preferred gambling because there was a chance to win prizes. The sample was interested in “Kaset Yang Yuen” BAAC Savings Certificate because of saving money while having a chance to win prizes. The reasons that some people were not interested in the product were difficult process. Most of them would recommend associates to use the service. Overall marketing mix factors significantly affecting savings decision through the purchase of “Kaset Yang Yuen” BAAC Savings Certificate. When individual aspects were considered, an aspect with the highest mean was Price, followed by Promotion, Product, and Place, respectively. the solution to the problem is to expand the target audience to young people. By bringing promotion Help focus on the youth group to see the advantages of the product. And go into the area to reach the target audience To reduce the complicated process, it will help the target audience be interested in continuing to use the service.

Keywords: “Kaset Yang Yuen” BAAC Savings Certificate, BAAC Savings Certificate 20 Bath, Marketing mix, savings behavior

1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยในระบบเศรษฐกิจลดลง ประกอบกับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ธนาคารพาณิชย์และธนาคารของรัฐมีการแข่งขันที่สูงมาก สถาบันการเงินต่าง ๆ ต้องปรับตัวทั้งด้านกลยุทธ์ และแนวทางการปฏิบัติงาน ในตอบรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อจะได้ส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด และก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร ประกอบกับกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในประเทศไทยมีจำนวนมาก ซึ่งนิยมการเสี่ยงโชคผ่านสลากกินแบ่งรัฐบาล และหวยใต้ดิน ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเสี่ยงโชคมีมูลค่ามากและเป็นการลงทุนที่เสียเปล่า หากสามารถนำเงินที่เสียไปกับการเสี่ยงโชค นำมาเป็นเงินออมพร้อมกับได้เสี่ยงโชคไปด้วย อันจะทำให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถมีเงินออมเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในยามจำเป็น และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ ธ.ก.ส. ได้เล็งเห็นถึงจำนวนเงินที่สูงเกินไปสำหรับการเสี่ยงโชค จึงได้ออกผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ “ชุดเกษียณยั่งยืน” ซึ่งเป็นสลากออมทรัพย์แบบไร้ใบตราสาร ซึ่งมีราคาเริ่มต้นขั้นต่ำอยู่ที่ 20 บาท/หน่วย (สูงสุดไม่เกิน 200,000 บาท/ครั้ง) ดอกเบี้ย 0.5% ต่อปี เน้นให้คนสะสมเรื่อย ๆ ในจำนวนไม่มาก ใคร ๆ ก็สามารถเก็บออมได้ แถมยังได้ลุ้นรางวัลทุกเดือน โดยสลากจะมีภาษาไทย 4 ตัวและตามด้วยตัวเลข 4 ตัว สามารถลุ้นในมูลค่า 2,000 บาท/รางวัล และยังมีสิทธิ์ลุ้นรับรางวัลทองคำแท่งมูลค่า 1 ล้านบาท จำนวน 2 รางวัล หากคุณออมมาแล้วอย่างน้อย 6 งวดภายในระยะ 1 ปี อัตราดอกเบี้ย 0.5% ต่อปี (ดอกเบี้ยครบอายุสลาก) สลากมีอายุ 2 ปี เพื่อรองรับการออมของเกษตรกรผู้ลงทะเบียนสวัสดิการแห่งรัฐ และผู้ฝากรายย่อย เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการลงทุนเสี่ยงโชคสู่การออมเงิน สร้างภูมิคุ้มกันแก่เกษตรกรและผู้ฝากรายย่อย โดยในปี 2563 มีผู้สนใจสมัครใช้บริการเพียง 16% จากเป้าหมายที่คาดการณ์ไว้ หากปล่อยไว้ อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่าง ๆ ตามมา เช่น ทำให้ยอดเงินฝากต้นทูลต่ำของสาขาลดลง ส่งผลต่อการประเมินผลการดำเนินงานของสาขา และทำให้ธนาคารเกิดค่าใช้จ่ายของโครงการ ในขณะที่ยอดเงินฝากไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เกิดการขาดทุนสะสม และส่งผลกระทบต่อธนาคารขาดสภาพคล่อง จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์และหาแนวทางเพิ่มยอดเงินฝาก เพื่อที่จะรักษารฐานลูกค้าเดิมเอาไว้และขยายฐานลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น



1.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิพวรรณ เคะชะคำภู่ (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้ายุทธการออมสิน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้ายุทธการออมสิน ได้แก่ ด้านการออม ด้านผลตอบแทน ด้านราคา ด้านความเสี่ยง ด้านระยะเวลาในการถือครอง ด้านช่องทางการจำหน่าย โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ คนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการออม ด้านระยะเวลาในการถือครอง ด้านผลตอบแทน และด้านความเสี่ยง ตามลำดับ

ปรารธนา หลีกภัย (2563) ได้ศึกษาพฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออม และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดตรัง กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรัง จำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างออมเงินโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการออม คือ รายได้และรายจ่ายในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออม คือ ปัจจัยรายได้ต่อเดือนซึ่งสัมพันธ์กับจำนวนเงินออมรวมของที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 และรายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินออมรวมที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พิมพ์ลภัส สุขสวัสดิ์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออม และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มคนวัยทำงานในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนวัยทำงาน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูล ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการออมอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมมี 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านรายจ่าย ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัย ด้าน โปร โหมชั่นและปัจจัยด้านการศึกษา ตามลำดับ

ปิยพิชาพร ประกอบสุข (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของลูกค้ายุทธการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของลูกค้า ธ.ก.ส. ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่ใช้บริการ ธ.ก.ส. ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สาเหตุอาจเป็นกลุ่มคนกลุ่มนี้มีความพร้อมทางรายได้ มีวุฒิภาวะที่เหมาะสมในการพิจารณาเพื่อวางแผนการดำรงชีพเพื่อตนเองและครอบครัว และด้วยสภาพสังคมไทยส่วนใหญ่ที่จะให้ผู้หญิงหรือแม่บ้านเป็นผู้ดูแลทางการเงินของครอบครัว

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน
- 3) เพื่อกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดการออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน



3. การดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ใช้บริการ ธ.ก.ส. สาขาบางเขนที่มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐหรือมีรายได้น้อยไม่เกิน 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 200 คน (โดยปัจจุบันผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ มีจำนวน 14,000,000 คน (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2563))

3.1 กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ที่ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ หรือมีรายได้น้อยกว่า 25,000 บาทต่อเดือน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณค่าสัดส่วนประชากรตามแนวทาง Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน ร้อยละ 5 จากจำนวนผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ จำนวน 14,000,000 คน (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม 2563) จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 399.98 คน แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ Corona Virus (COVID-19) เพื่อป้องกันการติดเชื้อ จึงทำให้ประชาชนเก็บตัว ไม่ออกจากบ้าน และไม่หยิบจับสิ่งของร่วมกัน ส่งผลให้ผู้วิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ตามเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูล จำนวน 200 ชุด โดยใช้แบบสอบถามกระจายตามเกณฑ์ประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ ซึ่งมีความน่าเชื่อถือตามสถิติอย่างมีนัยสำคัญ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบปิด (Close – Ended Questions) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรออมและการเสี่ยงโชค โดยเป็นคำถามแบบปิด (Close – Ended Questions) จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเป็นคำถามแบบปิด (Close – Ended Questions) จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินกับสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน โดยใช้คำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 25 ข้อ และกำหนดระดับความสำคัญ 5 ระดับ ได้แก่

ระดับความสำคัญมากที่สุด	= 5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	= 4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	= 3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	= 2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	= 1 คะแนน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาบางเขน ที่ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ หรือมีรายได้น้อยไม่เกิน 25,000 บาท จำนวน 200 คน โดยแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. สาขาบางเขน ระหว่างวันที่ 1 – 14 กุมภาพันธ์ 2564 โดยในแบบสอบถามได้ระบุไว้ใช้เพื่อการศึกษาวิจัย และจะเก็บข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นความลับ ไม่เผยแพร่ไม่ว่ากรณีใดๆ



3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

- 1) ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- 2) พฤติกรรมการออมของกลุ่มผู้มีรายได้น้อย
- 3) พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
- 4) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินกับสลากออมทรัพย์เกษียณ

4. ผลการวิจัย

4.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผลจากแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 59 อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33 มีสถานภาพสมรส จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 26 มีรายได้ต่อเดือน จำนวน 10,001- 15,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ไม่มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5

4.2 พฤติกรรมการออมและการเสี่ยงโชค ผลจากแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการออมเงิน จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 98 โดยการฝากธนาคาร (บัญชีออมทรัพย์) จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 43 เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในยามจำเป็น จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 50 จากรายได้ประจำ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ออมเงินเดือนละ 1 ครั้ง เป็นจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 ออมเงินครั้งละ 500 บาทขึ้นไป จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 59 ชื่นชอบการเสี่ยงโชคเพราะมีโอกาสลุ้นรางวัล จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 นิยมเสี่ยงโชคสลากกินแบ่งรัฐบาล (ลอตเตอรี่) จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ส่วนใหญ่นิยมเสี่ยงโชคเดือนละ 2 ครั้ง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ส่วนใหญ่เสี่ยงโชค ครั้งละ 100 – 300 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ส่วนใหญ่สนใจผลิตภัณฑ์ที่สามารถออมเงินและเสี่ยงโชค จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 77 ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเก็บเงิน 20 บาท ทุกวันจะสามารถมีเงินก้อนได้ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 95 เป็นลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์เงินฝาก จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 77 ส่วนใหญ่ทราบว่า ธ.ก.ส. มีผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมทรัพย์เกษียณ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 70

4.3 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ผลจากแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมทรัพย์เกษียณ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 เพราะได้ออมเงินพร้อมกับลุ้นรางวัล จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 41 และส่วนใหญ่จะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์เกษียณ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5

4.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลจากแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์เกษียณ มีความสำคัญมากปัจจัย โดยเรียงลำดับความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.002) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า ราคาสลากฯ ต่อหน่วยมีราคาถูกสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยได้จริง ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.739) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.064) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า ระยะเวลาการฝากสลากออมทรัพย์เกษียณมีความเหมาะสม



($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.0674) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.94$, SD = 0.03) เมื่อพิจารณารายประเด็น การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.792) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.243) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า ชื้อผ่านพนักงานขายของ ธ.ก.ส. ซึ่งให้ข้อมูลของสลากฯ ได้อย่างครบถ้วน ราคา ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.743)

5. การอภิปรายผล

การศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมทรัพย์เกษียณยิ่งยั้ง ผลจากแบบสอบถามผู้ใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จำนวน 200 คน พบว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมทรัพย์เกษียณยิ่งยั้ง เพราะได้ออมเงินพร้อมกับได้ลุ้นรางวัล และผู้ที่ไม่สนใจใช้บริการ เพราะมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่ว่า ความแตกต่างกันอย่างมากทั้งอายุ รายได้ ระดับการศึกษา และรสนิยมของผู้บริโภคจะส่งผลกระทบต่อทางเลือกต่าง ๆ ในการซื้อสินค้า รวมทั้งเหตุการณ์หรือสิ่งกีดขวางในสภาพแวดล้อม เช่น เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรมก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพิชาพร ประกอบสุข (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของลูกค้ายุทธศาสตร์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 45 ปีขึ้นไปมากที่สุด มีสถานภาพสมรสมากกว่าโสด มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด และงานวิจัยของปรารธนา หลีกภัย (2563) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการออมของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีในจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งมีความสนใจในการออมคือเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน และยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์เกษียณยิ่งยั้ง ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญ ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด ที่ว่าส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพวรรณ เดชะคำภู (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้ายุทธศาสตร์ออมสิน โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการออม ด้านระยะเวลาในการถือครอง ด้านผลตอบแทน และด้านความเสี่ยง ตามลำดับ และ พิมพภัฏ สุธสวัตต์ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มคนวัยทำงาน จังหวัดปทุมธานี ที่ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการออมมี 6 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านรายจ่าย ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัย ด้านโปรโมชั่นและปัจจัยด้านการศึกษา เป็นต้น

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการศึกษา จากการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมทรัพย์เกษียณยิ่งยั้งในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยที่เป็นลูกค้ายุทธศาสตร์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย
- (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษียณยิ่งยั้ง
- (3) เพื่อกำหนดแนวทางในการเพิ่มยอดการออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษียณยิ่งยั้ง



ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กำหนดตัวอย่าง จำนวน 200 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่นิยมใช้บริการ เป็นเพศหญิง วัยกลางคน สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นิยมการออมเงินโดยการฝากธนาคาร เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในยามจำเป็น และชื่นชอบการเสี่ยง เพราะมีโอกาสในการลุ้นรางวัล กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน เพราะได้ออมเงินพร้อมกับได้ลุ้นรางวัล และทราบว่า ธ.ก.ส. มีผลิตภัณฑ์นี้ สำหรับคนที่ไม่สนใจผลิตภัณฑ์ ๆ เนื่องจากมีขั้นตอนที่ยุ่งยาก สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยในครั้งนี้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมากที่สุด คือ ราคาสลากต่อหน่วยมีราคาถูกสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้น้อยได้จริง ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ระยะเวลาการฝากสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนมีความเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ซื้อผ่านพนักงานขายของ ธ.ก.ส. ซึ่งให้ข้อมูลของสลากฯ ได้อย่างครบถ้วน

จากผลการศึกษานำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis สรุปเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) ธ.ก.ส. เป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมทรัพย์ และเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง น่าเชื่อถือ และ สลากฯ มีราคาต่ำ เหมาะสมกับทุกวัย ซึ่งกลุ่มผู้มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้

จุดอ่อน (Weaknesses) ราคาของสลากฯ มีความเหมาะสมกับผู้มีรายได้น้อยเท่านั้น ซึ่งไม่นิยมกับผู้มีรายได้น้อยปานกลางถึงสูง ทำให้รางวัลมีมูลค่าน้อยไม่ดึงดูดใจ และมีขั้นตอนการเปิดบัญชีมีความยุ่งยาก

โอกาส (Opportunities) สลากฯ สามารถขยายไปยังกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในวัยอื่นได้อีก และการประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จริง

อุปสรรค (Threats) ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ในตลาดมากขึ้น และมีคู่แข่งจากสถาบันการเงินเพิ่มมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ SWOT Analysis สามารถนำมากำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาโดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix จำนวน 3 กลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

1) **ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาสโดยการขยายกลุ่มเป้าหมายใหม่ (SO)** จากผลการตอบแบบสอบถามพบว่า นอกจากกลุ่มที่ใช้บริการส่วนมากอยู่ในวัยกลางคน ช่วงอายุ 31 – 40 ปี นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มลูกค้าในวัยอื่นที่ใช้บริการ เช่น กลุ่มเยาวชน นักเรียน/นักศึกษา ช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 และ 20 – 30 ปี เริ่มหันมาใช้บริการ ดังนั้น จึงควรใช้จุดแข็ง (สลากมีราคาถูก) ร่วมกับ โอกาส (ขยายไปยังผู้มีรายได้น้อยในวัยอื่น) โดยการขยายกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นที่กลุ่มเยาวชน เพื่อเป็นการส่งเสริมให้กลุ่มเยาวชน นักเรียน/นักศึกษาหันมาออมเงินผ่านสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนต่อไป



2) แก้ไขจุดอ่อนร่วมกับโอกาส โดยการเสริมสร้างความผูกพันและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีให้กับลูกค้า (WO) จากผลการตอบแบบสอบถามพบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากถึงร้อยละ 77 ซึ่งสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน มีการเปิดขายมาตั้งแต่ปี 2562 ปัจจุบันอยู่ในช่วงอ้อมตัว จึงควรใช้กลยุทธ์การรักษา ส่วนแบ่งตลาด โดยการแก้ไขจุดอ่อน (ราคาและรางวัลมีมูลค่าน้อย) ร่วมกับโอกาส (การประชาสัมพันธ์เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้จริง) ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่าที่ซื้อสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน ให้ยังคงถือสลากฯ ไว้ และสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากใหม่ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดความพึงพอใจ และแนะนำบุคคลใกล้ชิดให้มาใช้ผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนต่อไป โดยเน้นการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบการมอบของขวัญของชำร่วยของที่ระลึก

3) ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส โดยการมุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาด ธ.ก.ส. เป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์เงินฝาก สลากออมทรัพย์ (SO) ซึ่งได้ออกผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์มาแล้วหลากหลายชุด ราคาตั้งแต่ หน่วยละ 100 ถึงหน่วย ละ 500 บาท ปัจจุบัน ธ.ก.ส. ได้ออกผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืน ซึ่งมีราคาต่อหน่วยที่ 20 บาท เน้น กลุ่มเป้าหมายคือผู้มีรายได้น้อยและนิคมเสี่ยงโชค ให้รับพฤติกรรมความเสี่ยงโชคในช่องทางต่างๆ ให้หันมาออมเงิน ในสลากออมทรัพย์ จึงควรใช้จุดแข็ง (ธ.ก.ส. เป็นผู้นำตลาด) ร่วมกับโอกาส (การประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ จริง) โดยเน้นการส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ทางสื่อให้มากขึ้นทั้งทาง Online และ Offline เพื่อประชาชน ทั่วไปทั้งที่เป็นลูกค้าและไม่เป็นลูกค้าได้รับทราบผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนได้อย่างทั่วถึง

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษานี้

- 1) ธนาคารควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเยาวชนมากขึ้น เนื่องจากเป็นอนาคตของชาติ การส่งเสริมการออมจึง เป็นวิธีที่สามารถดึงดูดให้กลุ่มเยาวชนหันมาสนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้น
- 2) ธนาคารควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในช่องทาง Online มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันประชาชนนิยมการใช้ สื่อสังคม Social Media ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ในช่องทาง Online จะสามารถเข้าถึงประชาชนทั้งที่เป็นลูกค้า และ ไม่เป็นลูกค้าได้อย่างทั่วถึง
- 3) ธนาคารควรลดขั้นตอนและกระบวนการของการเปิดบัญชีสลากออมทรัพย์ในง่ายขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

- 1) ควรทำการศึกษาในกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ด้วย เช่น กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความมั่นคง ทางอาชีพการงาน เพื่อให้ทราบพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินของกลุ่มเป้าหมายนี้ และนำมาพัฒนา ปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร และสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรต่อไป
- 2) ควรทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการเงินชนิดอื่น ๆ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เพื่อที่จะได้รับทราบพฤติกรรมความคิดเห็นใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือสินเชื่่อื่น ๆ ของ ธ.ก.ส. เพื่อประโยชน์ในการนำมาพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรม ของลูกค้า เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร และสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรต่อไป



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี เอี่ยมละออภักดี อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาครั้งนี้ที่ได้นำคำปรึกษาและแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหา ด้วยความใส่ใจ ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ทั้งทางตรง และทางอ้อม และ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่ให้การสนับสนุนทางการศึกษาด้วยดีเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2563). *สรรพากรจัดมาตรการภาษีชุดใหญ่เยียวยา COVID-19 รอบ 2*. สืบค้นจาก https://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/news/news22_2563.pdf
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *อู่เทพบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ได้สิทธิอะไรบ้าง*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/899998/>
- ทิพวรรณ เดชะคำภู. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษ ของลูกค้าธนาคารออมสิน*. (การค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ปารณา หลีกภัย. (2563). *พฤติกรรมการออมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดตรัง*. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 13(1), 111-125.
- ปิยพิชาพร ประกอบสุข. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- พิมพ์ภัส สุขสวัสดิ์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มคนวัยทำงานจังหวัดปทุมธานี*. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 5(2), 105-122.