

พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม  
กรุงเทพมหานคร

BUYING BEHAVIOR OF GOVERNMENT SAVINGS LOTTERY BY EMPLOYEES OF FOOD  
EXPORTING COMPANIES IN BUENG KUM DISTRICT, BANGKOK

สุชาดา เข็มแก้ว

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Suchada Kiemkaew

E-mail: 6314155049@rumail.ru.ac.th

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

(3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (1) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติการทดสอบแบบ t-test และใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหากในการวิเคราะห์พบความแตกต่าง จะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน (2) ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน; ส่วนประสมทางการตลาด;พนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม

## **ABSTRACT**

The objectives of this study were (1) To explore the behavior of the purchasers of government savings lottery tickets of employees of food export business companies in the Bueng Kum District, Bangkok, (2) To study the marketing mix affecting employees' decision to purchase government savings lottery tickets of food export business companies in the Bueng Kum District, Bangkok, and (3) To study decision to buy GSB lottery tickets of employees of food export business companies in Bueng Kum District, Bangkok. The sample of this study consisted of 200 customers, using a questionnaire as a tool for collecting data. In analyzing the research data, this

research was divided into 2 parts as follows: (1) descriptive statistics, including frequency, percentage, mean and standard deviation, (2) Inferential statistics including t-test and one-way ANOVA statistics as well as LSD for a pairwise comparison in case that the differences were found.

The results of the hypothesis testing indicated that (1) There were differences in GSB lottery ticket purchasing behavior of employees of food export business companies in the Bueng Kum District, Bangkok in terms of personal factor in occupation and income each month. However, there were no differences in GSB lottery ticket purchasing behavior of employees of food export business companies in the Bueng Kum District, Bangkok in terms of personal factor in genders, ages and educational levels, and (2) Marketing mix namely product, price, distribution channel, marketing promotion, personnel, service process, and physical appearance affected the GSB lottery ticket purchasing behavior of employees of food export business companies in the Bueng Kum District, Bangkok.

**Keywords:** Buying behavior of GSB lottery tickets, Marketing mix, Employees of food export business companies in the

## บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ครัวเรือน เป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้รัฐบาลต้องออกแนวทางในการส่งเสริมการออม เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการออมมากขึ้น รู้จักใช้จ่ายอย่างเพียงพอและเหมาะสมกับรายได้ ซึ่งการออมเงินเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการออมแบบเงินฝากประจำ ออมเพื่อการเก็บเงินโดยเฉพาะ ซึ่งการเลือกวิธีการออมแบบใดก็ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคเองที่สนใจในการออมจะเลือกการออมแบบไหน โดยอยู่บนพื้นฐานความพอใจ ความพร้อม ความเสี่ยงของแต่ละบุคคล

สลากออมสิน ก็เป็นทางเลือกอีกทางในการออมเงิน สลากออมสินเป็นการออมทรัพย์ที่มีมานานมากกว่า 60 ปี ซึ่งการซื้อสลากออมสินไม่เพียงแต่การสร้างความมั่นคงในอนาคตให้กับผู้ฝากเท่านั้น แต่ยังสามารถช่วยให้ประชาชนที่มีความโชคดีให้ผลตอบแทนจากการออมในสลากออมสินได้สูงขึ้น โดยผู้ฝากมีสิทธิถูกรางวัล ตามที่ธนาคารกำหนดไว้ ซึ่งการออมสลากออมสินก็เป็นทางเลือกอีกทางให้ผู้สนใจลงทุนเป็นทางเลือกที่จะลงทุน กับสลากออมสินที่มีความเสี่ยงต่ำ สลากออมสินได้ออกจำหน่ายครั้งแรก ใน

รูปแบบของ “สลากออมสินสามัญ” โดยธนาคารออมสินได้ออกให้บริการรับฝากรวมทั้งสิ้น จำนวน 6 งวด ตั้งแต่ พ.ศ. 2485 ถึง พ.ศ. 2490 ต่อมาธนาคารได้ทำการพัฒนาปรับปรุง โดยการออกจำหน่าย “สลากออมสินพิเศษ” โดยเริ่มให้บริการรับฝากสลากออมสินพิเศษ งวดที่ 1 เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2486 จนถึงปัจจุบัน

ที่ผ่านมา การออมเงินในรูปแบบสลากออมสิน เป็นการออมเงินที่มีความเสี่ยงต่ำ ต้นทุนไม่หาย และ ยังได้ลุ้นรางวัลในแต่ละเดือน ซึ่งเมื่อครบกำหนดผู้ฝากจะได้รับคืนเงินต้นพร้อม ดอกเบี้ยโดยจะโอนเข้าบัญชีธนาคาร ซึ่งรางวัลจะออกทุกวันที่ 16 ของเดือน ซึ่งประชาชนสนใจในความเสี่ง พฤติกรรมประชากรที่ชองเสี่งกับการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งเป็นการลงทุนที่สูญเปล่า ไม่คุ้ม จึงมีการออกสลากออมสินมาเพื่อช่วยให้ประชาชนได้ลองใช้ความเสี่ง เพราะความเสี่งในการซื้อสลากออมสินจะช่วยให้ประชาชนมีเงินออมอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของการวิจัย

**ขอบเขตด้านเนื้อหา** ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน ของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

ตัวแปรอิสระ คือ - ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

- ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ

ตัวแปรตาม คือ - พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร คือด้านการออม ด้านผลตอบแทน ด้านราคา ด้านความเสี่ยง

**ขอบเขตด้านประชากร** กลุ่มพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ที่ซื้อสลากออมสิน

**ขอบเขตด้านระยะเวลา** การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน พ.ศ. 2566

การศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของประชากรในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ซื้อสลากออมสินในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร โดยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่รับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยผลจากการเปิดตารางขนาดของกลุ่มตัวอย่างพบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องทำการศึกษาจำนวน 200 ตัวอย่าง และ สุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย

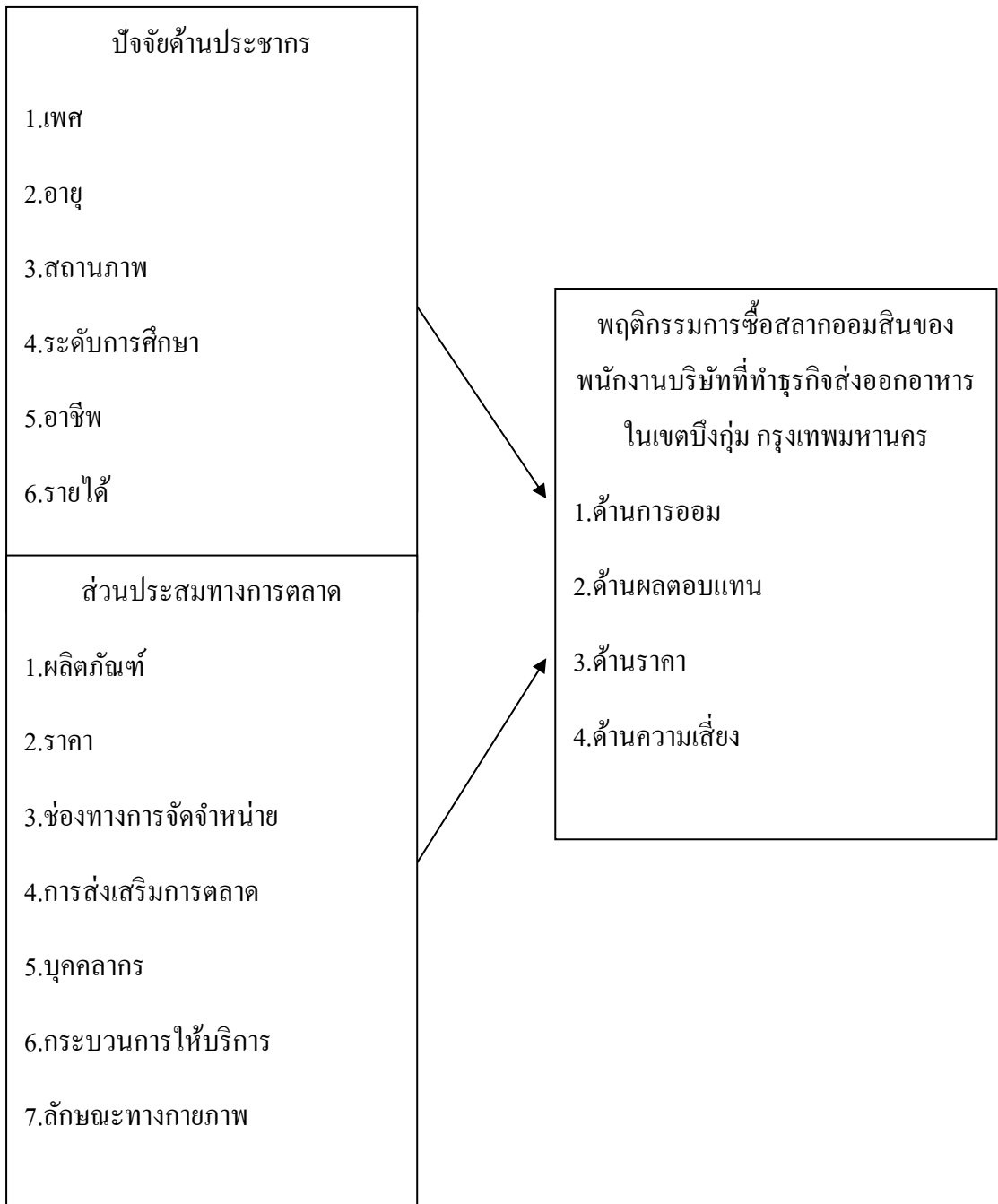
## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหาร
2. สามารถนำ ผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในตัดสินใจที่จะเลือกซื้อสลากออมสินไว้ เพื่อเป็นแนวทางในการออมในอนาคต

# กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



## สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2560) การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ เป็นการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้หลักด้านประชากรศาสตร์ โดยถือ เกณฑ์เช่น เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นการแบ่งส่วนตลาดตามขนาด โครงสร้างและการกระจายของ ประชากร การแบ่งส่วนตลาดตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ ซึ่งใช้ในการแยกแยะความแตกต่างของ กลุ่มลูกค้า

### ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาด ที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

### ทฤษฎีการออม

การออม คือ รายได้สุทธิ เป็นส่วนที่เหลือจากการใช้จ่ายหรือการบริโภค ถ้ารายได้สุทธิอยู่ในเกณฑ์ต่ำการออมย่อมต่ำไปด้วยและการออมจะเพิ่มสูงขึ้นเมื่อรายได้สูง ดังนั้น การ ออมย่อมมีความสัมพันธ์กับรายได้สุทธิของบุคคล

วัตถุประสงค์ในการออม สามารถจัดสรรวัตถุประสงค์หลักได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้ (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน)

1. ออมเพื่อกรณีฉุกเฉิน ควรมีจำนวนเท่ากับรายจ่ายประจำ 6 เดือน เพื่อเก็บไว้ ใช้ในกรณีเจ็บป่วย หรือมีเหตุให้ต้องใช้เงินก้อน

2. ออมเพื่อเติมฝัน เป็นการออมระยะสั้นถึงปานกลาง 1-5 ปี เพื่อนำไปใช้จ่ายใน สิ่งที่ต้องการ เช่น ท่องเที่ยว ซื้อสิ่งของที่อยากได้ หรือบริจาคเพื่อสังคม

3. ออมเพื่อวัยเกษียณ เป็นการออมระยะยาว เพื่อใช้จ่ายเมื่อพ้นวันทำงาน และ เพียงพอสำหรับการดูแลสุขภาพ ทำกิจกรรมเพื่อความสุขในชีวิตและลดภาระของครอบครัว

4. ออมเพื่อการลงทุน เป็นการนำเงินออมไปลงทุนในหุ้น กองทุนรวม หุ้น ซึ่งควรเลือกการลงทุนที่เหมาะสมภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้

ปัจจัยที่พิจารณาในการออม การออมเงินเป็นเงินสดไว้กับตัวแม่จะนำมาใช้จ่ายได้ง่ายแต่ก็เสี่ยงต่อการสูญหาย และไม่มีผลตอบแทนที่จะทำให้เงินออมงอกเงยได้ ซึ่งการเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออมให้เหมาะสมกับ ความต้องการและวัตถุประสงค์ในการออมนั้น สามารถพิจารณาได้จากปัจจัยต่อไปนี้ (ศูนย์คุ้มครอง ผู้ใช้บริการทางการเงิน, 2557)

1. ผลตอบแทน คือ ดอกเบี้ย ซึ่งมีความสำคัญมากต่อการออม เพราะยิ่งอัตรา ผลตอบแทนสูงเท่าไร เงินออมก็จะยิ่งงอกเงยรวดเร็วขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้ สามารถสอบถามข้อมูลอัตรา ผลตอบแทนของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้จากสถาบันการเงินที่ต้องการ หรือตรวจสอบ อัตราดอกเบี้ย ประจำวันของธนาคารพาณิชย์ ได้จากเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย

2. อัตราเงินเฟ้อ เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ "ค่าของเงิน" เช่น เมื่อก่อนซื้อ ข้าวราดแกงจานละ 30 บาท แต่ปัจจุบันราคาเพิ่มขึ้นเป็น 50 - 60 บาท ราคาสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือ "เงินเฟ้อ" ทำให้เงินมีมูลค่า หรือ "อำนาจซื้อ" ลดลงเมื่อเวลาผ่านไป ดังนั้นดอกเบี้ยเงิน ฝากที่ได้รับนั้นจึงยังไม่ใช้ผลตอบแทนที่แท้จริง ต้องมีการหักผลกระทบจากเงินเฟ้อออกก่อน

3. ระยะเวลาในการออม เพราะการออมมีผลตอบแทน ดังนั้นยิ่งเริ่มต้นออมเร็ว เท่าไหร่ เงินก็จะยิ่งงอกเงยมากขึ้นเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่น่าเงินไปฝากแบบมีการคิด ดอกเบี้ยทบต้น ดอกเบี้ยที่ได้จะถูกทบเข้ากับเงินต้นเดิม และกลายเป็นเงินต้นของงวดถัดไปเรื่อย ๆ ทำให้เงินงอกเงยได้เร็วยิ่งขึ้นนอกจากนี้ หากมีการตั้งเป้าหมายทางการเงินไว้ ยิ่งเริ่มออมเร็วเท่าไร ภาระในการเก็บออมก็จะยิ่งลดลง

4. สภาพคล่องทางการเงินของผลิตภัณฑ์ สภาพคล่องทางการเงิน คือ ความยาก ง่ายในการเปลี่ยนสินทรัพย์ที่มีเป็นเงินสด สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง จะสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้ อย่างรวดเร็ว เช่น เงินฝากธนาคาร ส่วนสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องต่ำ จะต้องใช้เวลานานในการขาย หรือเปลี่ยนให้เป็นเงินสด เช่น รถ ที่ดิน หรือ สิ่งของสะสม ผลิตภัณฑ์เพื่อการออมแต่ละประเภทก็มี สภาพคล่องที่ต่างกันไป เช่น การฝากออมทรัพย์จะมีสภาพคล่องสูง สามารถฝาก-ถอนเงินสดได้ ตลอดเวลา แต่ก็ได้รับผลตอบแทนเป็นอัตราดอกเบี้ยต่ำ ในขณะที่การฝากประจำแม้จะมีผลตอบแทน สูงกว่า แต่ก็อาจเรียกได้ว่า มีสภาพคล่องต่ำกว่า เนื่องจากหากถอนเงินออกจากบัญชีก่อนครบ กำหนดเวลา ก็มักจะได้รับดอกเบี้ยต่ำกว่าที่ประกาศไว้จึงควรจัดสรรเงินออมให้สอดคล้องกับรูปแบบการ ใช้จ่ายและความจำเป็นทางการเงิน เพื่อป้องกันปัญหาขาดสภาพคล่อง จนต้องถอนเงินก่อนกำหนด หรือต้องกู้ยืมเงินมาใช้โดยไม่จำเป็น



## วิธีดำเนินการวิจัย

### ระเบียบการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ เกิดจากการที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานวิจัย วรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

### ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ที่ซื้อสลากออมสิน

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ที่ซื้อสลากออมสิน ซึ่งมีจำนวนมากและผู้วิจัยไม่อาจจะระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงทำการคัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน (Yamane) ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้คือ 223 ตัวอย่าง

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรพฤติกรรมการณ์การซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัท
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม จัดทำเพื่อให้ความหมายของตัวแปรต่าง ๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการซื้อสลากออมสินในปัจจุบันว่าท่านเคยซื้อสลากออมสินหรือไม่ จำนวน 2 ข้อ ซึ่งรูปแบบของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) ให้เลือกคำตอบเดียวและเป็นคำถามปลายเปิด มีทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ซึ่งรูปแบบของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product)ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการให้บริการ (Process) จะประกอบด้วยคำถาม 28 ข้อโดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ด้านการออม ด้านผลตอบแทน ด้านราคา ด้านความเสี่ยง โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ สำหรับการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ Independent Sample T-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในการทดสอบค่าความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าสองกลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน โดยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และปัจจัยด้านประชากร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร” โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 200 คน สามารถสรุปได้ตามลำดับ ดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงจำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 76.32 ช่วงอายุระหว่าง 21 - 30 ปีจำนวน 104 คน คิด เป็นร้อยละ 63.16 มีสถานภาพสมรส จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 การศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 80.26 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน154 คน คิดเป็นร้อยละ 67.54 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 52.63

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผู้ที่ซื้อสลากออมสินเพื่อการออม รองลงมาคือ เพื่อการเลี้ยงชีพ

2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการเปรียบเทียบพบว่า

1. **ด้านอาชีพ** ปัจจัยส่วนบุคคลของพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

2. **ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน** ปัจจัยส่วนบุคคลของพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร

1. **ด้านราคา** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**3. ด้านบุคลลากร** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลลากร มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลลากร ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**4. ด้านผลิตภัณฑ์** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**5. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลลากร มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### **ข้อเสนอแนะผลการวิจัย**

ผลการวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมถึงเป็นแนวทางในการนำไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการซื้อสลากออมสิน

### **ปัจจัยส่วนบุคคล**

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าในด้านอาชีพและด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนนั้นทำให้พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จากการศึกษพบว่าผู้ที่มีมีอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันนั้นมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน ทั้งนี้ทางหน่วยงานที่ออกสลากออมสินควรจัดการในเรื่องของราคา สลากออมสินทุกอาชีพสามารถเข้าถึงและซื้อได้ เพราะแต่ละอาชีพก็จะมีรายได้ที่แตกต่างกันไป ดังนั้นควรปรับปรุงสลากออมสินให้สอดคล้องกับทุกอาชีพ

## ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ด้านราคา และด้านบุคลากรนั้นมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ดังนั้นหน่วยงานสลากออมสินควรมุ่งเน้นถึงความสำคัญในเรื่องของราคา ว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ หรือหากราคามีความเหมาะสมแล้วนั้น ให้ผู้ซื้อสลากออมสินเกิดความไม่เชื่อมั่น

2. ด้านบุคลากร จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร ดังนั้น หน่วยงานสลากออมสินควรมุ่งเน้นถึงความสำคัญในเรื่องของการจัดการฝึกอบรมพนักงาน เรื่องของความพร้อมในการให้บริการ และฝึกอบรมพนักงานในเรื่องของมารยาทในการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการพนักงานให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การบริการ การรับพนักงานเพิ่มเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอต่อผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อการบริการที่ดีและตอบสนองลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงตัวแปรของปัจจัยในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของพนักงานบริษัทที่ทำธุรกิจส่งออกอาหารในเขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร เพื่อที่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นำผลที่ได้มาวางแผน

2. การศึกษาข้อมูลเชิงลึกโดยอาจเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากผู้ซื้อสลากออมสินอย่างยาวนาน เพื่อที่จะได้ทราบถึงปัญหาและความต้องการแบบใหม่ๆ รวมถึงความต้องการของผู้ที่ซื้อสลากออมสินอยู่แล้วมีความคิดเห็นที่แตกต่างไปเดิมอย่างไร เป็นการสัมภาษณ์เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ถูกต้องและตรงประเด็นที่สุดมาพัฒนาและปรับปรุงเพื่อที่จะวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

นางสาวกิตติยา ปั่นกลาง.(2558).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสิน

พิเศษของลูกค้ำธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3กรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์,มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนพล กันธชาติศิริกุล.(2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษที่

ธนาคารออมสินสาขาสาทรชิตี ทาวเวอร์.การค้นคว้าอิสระ,มหาวิทยาลัยสยาม

ปรเมศวรรี ว่องพิรินพงส์.(2551). การออม และการลงทุนของพนักงานภาคเอกชน.

สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธนาคารออมสิน. (2562). ประวัติสลากออมสิน. เข้าถึงได้จาก

<https://www.gsb.or.th/personal/gsb-lottery-history/>

ครองขวัญอรอดหมวน.(2561). ส่งเสริมวินัยการออม. เข้าถึงได้จาก

<https://www.thaipost.net/main/detail/1257>