

คุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจออม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Service Quality Perceived Value and Trust Affects Intentions to Save
Via Lottery of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives of
Working-age People in Bangkok Metropolitan Region

พัทธ์มน วงษ์กวน

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Patthamon Wongkuan

E-mail: 6514154046@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจออม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และความไว้วางใจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คุณภาพบริการโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.04$) การรับรู้คุณค่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข ($\bar{X} = 4.61$) ความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) และความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและด้านการรู้จักและ เข้าใจผู้รับบริการ นอกจากนี้ การรับรู้คุณค่า ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข ด้านอารมณ์ ด้านการใช้งาน ด้านความประหลาดใจ และด้านสังคม รวมถึงความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความตั้งใจซื้อ

Abstract

The purpose of this study is to examine the service quality, perceived value and trust affects intentions to save via lottery of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives of working-age people in Bangkok Metropolitan Region, factors include demographic factors, service quality, perceived value and trust. The 400 sample were drawn from population of working-age people in Bangkok Metropolitan Region. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most working-age people in Bangkok Metropolitan Region of the respondents were female, aged 20 - 30 years, received Bachelor's Degree, civil servant state enterprise employees and received monthly income of 10,001 – 20,000 baht. Service quality were at high level ($\bar{X} = 3.87$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean reliabilities ($\bar{X} = 4.04$). Perceived value were at high level ($\bar{X} = 3.59$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was conditional value ($\bar{X} = 4.61$). Trust was at highest level ($\bar{X} = 4.22$). The intentions to save via lottery of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives of working-age people in Bangkok Metropolitan Region was rated at a high level ($\bar{X} = 4.10$).

The results of hypothesis test show that (1) the working-age people in Bangkok Metropolitan Region with different age, education and income had different overall intentions to save via lottery of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives at statistical significance of 0.05 levels. (2) Service quality; tangibles, responsiveness, reliabilities, assurance, empathy, in addition, perceived value; conditional value, emotional value, functional value, epistemic value, social value, including, trust had effect the intentions to save via lottery of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives of working-age people in Bangkok Metropolitan Region at statistical significance of 0.05 levels.

Keyword: Intentions to Save

บทนำ

การวางแผนการเงิน เป็นเครื่องมือที่ช่วยเตรียมความพร้อมและนำชีวิตไปสู่ความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งควรเริ่มจากนิสัยการออมและการใช้เงินอย่างสมเหตุสมผล ต้องรู้วิธีการวางแผนการจัดสรรรายได้ให้เพียงพอกับการออมเงินตามเป้าหมาย และรายจ่ายต่าง ๆ อย่างเหมาะสม ซึ่งหากไม่มีการวางแผนที่ดี ก็อาจเกิดปัญหาได้ หากรู้ล่วงหน้าว่าจะต้อง ใช้เงินจำนวนมาก ควรวางแผนเก็บเงิน เตรียมไว้แต่เนิ่น ๆ บริหารเงินออมให้คงอยู่ เช่น ฝากธนาคาร ซื้อพันธบัตร ซื้อประกันสะสมทรัพย์ ซื้อกองทุนรวม ทั้งนี้ ต้องศึกษาและทำความเข้าใจรูปแบบการออม ความเสี่ยง รวมทั้งติดตามข่าวภาวะเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อ เช่น ภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยเพื่อประกอบการตัดสินใจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

สลากออมทรัพย์ เป็นทางเลือกการออมของผู้ที่ชอบลุ้นรางวัลรายเดือน แม้จะให้ผลตอบแทนไม่สูงนัก แต่จะได้เงินต้นเต็มจำนวนเมื่อครบกำหนด สถาบันการเงินที่ออกสลากส่วนใหญ่เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ สลากขายเป็นจำนวนหน่วยและมีการกำหนดอายุที่แน่นอน (เช่น อายุ 3 ปี หรือ 5 ปี) และมักมีการจ่ายดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทนด้วย หากถือจนครบตามเกณฑ์ที่ผู้ออกสลากกำหนด ผู้ซื้อสลากสามารถลุ้นรางวัลได้ทุกงวดจนกว่าสลาก จะหมดอายุ แต่ก็อาจมีสลากบางรุ่นซึ่งหากถอนก่อนครบกำหนดอาจได้คืนเงินต้นน้อยกว่าที่จ่ายไป (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ยกกระดับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile มีฟีเจอร์หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเปิดบัญชีเงินฝาก การตรวจสอบรายละเอียดบัญชี การขอสินเชื่อ การซื้อสลาก การตรวจสอบข้อมูลสลากออมทรัพย์ เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าผู้ใช้บริการ และปริมาณการทำธุรกรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการให้บริการทางการเงินที่ครบวงจร ทันสมัย และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ ในยุคดิจิทัล (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2566) โดยเปิดรับฝากสลากดิจิทัล ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผ่าน แอปพลิเคชัน เพื่อสนับสนุนการออมเงินและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์เงินฝากและสลากออมทรัพย์แก่ลูกค้าและประชาชนทั่วไป พร้อมรับสิทธิลุ้นเงินรางวัลมากมาย ดอกเบี้ยและเงินรางวัลจากการฝากสลากดิจิทัล ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จะได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลธรรมดาไม่เสียภาษีดอกเบี้ย และสามารถใช้เป็นหลักประกันในการกู้เงินกับ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรบนแอปพลิเคชันได้ (ไทยโพสต์, 2565)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจออม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรของวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในการวางแผนและพัฒนาด้านการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการ รับรู้คุณค่า และความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจออม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพบริการ รับรู้คุณค่า และความไว้วางใจ ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพบริการ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้คุณค่า มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4 ความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และความไว้วางใจ

2. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในการวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ

ความตั้งใจซื้อเป็นการแสดงถึงการใช้บริการนั้นเป็นตัวเลือกแรก ซึ่งกล่าวได้ว่าความตั้งใจซื้อเป็นมิติหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความจงรักภักดี ประกอบด้วย 4 มิติ คือ (1) ความตั้งใจซื้อ (2) พฤติกรรมการบอกต่อ (3) ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (4) พฤติกรรมการร้องเรียน (Zeithaml, et al., 1990) นอกจากนี้การแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมหรือความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคโดยถูกกล่าวไว้ในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (A theory of Reasoned Action-TRA) ว่าด้วยความสัมพันธ์ของความเชื่อและทัศนคติที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยกล่าวไว้ว่า บุคคลโดยปกติจะมีเหตุผลและใช้ข้อมูลที่มีประโยชน์ประกอบการพิจารณาเพื่อตัดสินใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างเป็นระบบก่อนแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ดังนั้นพฤติกรรมใดๆ ที่แสดงออกนั้น เรียกว่าพฤติกรรมความตั้งใจหรือความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม (Behavioral-intention) ซึ่งสามารถทำนายได้จากการวัดความเชื่อ (Belief) ทัศนคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) โดยพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้น จะประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Fishbein & Ajzen, 1975)

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพการให้บริการ เป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ขณะเดียวกันคุณภาพการให้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลไปยังภาพลักษณ์ขององค์กร ผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตั้งแต่กระบวนการเริ่มให้บริการจนถึงสิ้นสุดการให้บริการ โดยการให้บริการจะยิ่งดียิ่งขึ้น ถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมินการให้บริการ ในขณะนั้น (Goetsch & Davis, 1997) โดยมีประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” แบ่งเป็น 5 มิติ ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (2) ความน่าเชื่อถือ (3) การตอบสนองลูกค้า (4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (5) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Parasuraman et al., 1988)

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่า

การรับรู้คุณค่า หมายถึง การที่ผู้บริโภคคาดหวังคุณประโยชน์ในด้านต่างๆ จากสินค้าหรือบริการแต่ละชนิด เมื่อผู้บริโภครู้สึกสมหวังจากที่คาดหวังไว้ ก็จะทำให้เกิดอิทธิพลเชิงบวกต่อความไว้วางใจและความสัมพันธ์อันดีในระยะยาวระหว่างผู้บริโภคและตราสินค้า (Kotler & Keller, 2009) นอกจากนี้ คุณค่าผู้บริโภค มี 5 ประเภท ได้แก่ (1) คุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย (2) คุณค่าทางสังคม (3) คุณค่าทางอารมณ์ (4) คุณค่าทางความคิด (5) คุณค่าที่มีเงื่อนไข (Sheth, et al., 1991a, 1991b)

4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ หมายถึง ความวางใจและความเต็มใจในการแลกเปลี่ยนผู้บริโภคของหุ้นส่วนของตน ซึ่งมีแนวคิดที่ว่าผู้บริโภคต้องการความเชื่อมั่นต่อองค์กรในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ความเชื่อมั่นจะเกิดขึ้นจากทางเลือกสองประการ คือ ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ และมีความซื่อตรงมากที่สุด อีกทั้งความไว้วางใจยังเป็นรากฐานที่สำคัญในการสื่อสารให้บริการแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการจึงต้องเรียนรู้ทฤษฎีเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและไว้วางใจเพื่อครองใจลูกค้า (Moorman, et al., 1992) โดยที่ความไว้วางใจ คือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ได้แก่ (1) การสื่อสาร (Communication) (2) ความดูแลและการให้ (Caring and Giving) (3) การให้ข้อผูกมัด (Commitment) (4) การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) และ (5) การแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้ง (Conflict) (Stern, 1997)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ตั้งใจออม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่ม

ตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาโดยเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความตั้งใจออม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการมีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 24 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าที่มีผลต่อความตั้งใจออม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณค่า ซึ่งประกอบด้วย ด้านการใช้งาน ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความประหลาดใจ และด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 21 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจออม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล คุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่า ความไว้วางใจ และความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมาย ของตัวแปรต่าง ๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์ กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมดที่จะใช้ในการดำเนินการวัดผล

4. จัดทำร่างแบบสอบถาม ประกอบด้วยโครงสร้าง 5 ส่วน

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทำการตรวจสอบคุณภาพของความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence-IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามมีการนำเกณฑ์การแปลความหมายของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ที่ 0.88 โดยถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ 0.50

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) ค่าความเชื่อมั่นของคุณภาพการบริการโดยภาพรวมเท่ากับ 0.937 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านความเป็นรูปธรรม 0.876 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ 0.891 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ 0.719 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ 0.703 และด้านกรรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ 0.899 การรับรู้คุณค่า โดยภาพรวมเท่ากับ 0.936 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านการใช้งาน 0.733 ด้านสังคม 0.979 ด้านอารมณ์ 0.880 ด้านความประหลาดใจ 0.932 และด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข 0.794 ความไว้วางใจ โดยภาพรวมเท่ากับ 0.860 และความตั้งใจยอมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่ากับ 0.891

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ตั้งใจยอมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยการสุ่มแบบบังเอิญหรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นตอนต่อไป คือ การนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่นำมาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ คุณภาพการบริการ การรับรู้คุณค่า ความไว้วางใจ และความตั้งใจยอมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร จำแนกตาม เพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และความไว้วางใจ ที่มีผลต่อ ความตั้งใจอ้อม ผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านการรู้จักและเข้าใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่าโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไขอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ด้านการใช้งาน ด้านอารมณ์ ด้านความประหลาดใจ อยู่ในระดับสำคัญมาก ตามลำดับ และด้านสังคม อยู่ในระดับสำคัญน้อย

ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน ทำให้ความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมไม่ต่างกัน และประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์คุณภาพบริการ ที่มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณค่า ที่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การรับรู้คุณค่า ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข ด้านอารมณ์ ด้านการใช้งาน ด้านความประหลาดใจ และด้านสังคม มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์ความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ดังนี้ ความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทสรุปและอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความตั้งใจที่จะซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม หรือในอนาคตอันใกล้ ด้วยความเต็มใจและไม่ลังเลใจ เมื่อได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ครบถ้วน ตรงตามที่เคยคาดหวังไว้ หรือหากมีคนมาแนะนำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้านาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์ยา เปรมสวัสดิ์ (2561) ได้ศึกษาความไว้วางใจ การรับรู้ด้านราคาและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จากห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงโดยผู้ซื้อในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องความตั้งใจซื้อในระดับมาก

2. ผลการศึกษาความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุป ได้ดังนี้

2.1 ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศไม่มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ดังนั้น ไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิง ความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้านาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน ทำให้ความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรโดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ชำมัน สมบัติเจริญ (2564) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เจดีเซ็นทรัล ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ทำให้ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เจดี เซ็นทรัลแตกต่างกัน

2.3 ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้ความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อ สลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมไม่ต่างกันต่างกัน แสดงว่าอาชีพไม่มีผลต่อความ ตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ดังนั้น ไม่ว่าจะอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน หรือข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือประกอบธุรกิจส่วนตัว ความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยภาพรวมก็คล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ กมลนันทน์ สุขสม (2565) ที่ศึกษา อิทธิพลความน่าไว้วางใจต่อธุรกิจและการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ คอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าของพนักงานบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า อาชีพ ที่ต่างกัน ทำให้ความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าของพนักงานบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาคุณภาพบริการ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 คุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ใน ระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การดูแลสถานที่ให้บริการให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีการจัดทำป้ายและวิธีการปฏิบัติตามจุดต่างๆ ได้ชัดเจน จัดเรียงเอกสารไว้อย่างเด่นชัด พร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการ รวมไปถึงความสะดวกในการเดินทาง มาธนาคารของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญาพร บุญธรรมมา (2563) ได้ทำการศึกษาคูณภาพการบริการและ พฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดย พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอ เมือง จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 คุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การแสดงความจริงใจในการให้บริการ มีความเป็นมืออาชีพ น่าเชื่อถือ ในการให้บริการ สามารถให้บริการตรงตามมาตรฐานของธนาคาร ลูกค้าได้รับการบริการที่ดีเหมือนเดิมทุกครั้ง และตรงตามความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญญาพร บุญธรรมมา (2563) ได้ทำการศึกษาคูณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพัก ที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามลำดับ

3.3 คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัย มีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการ ด้านการ ตอบสนองต่อผู้รับบริการ ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การแสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการมีความพร้อมในการ

ให้บริการลูกค้าอย่างทั่วถึง มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการลูกค้า ไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอ และไม่ปฏิเสธคำร้องขอของลูกค้า โดยไม่อธิบายเหตุผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลติกานต์ ทิศเสถียร (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภค ระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อตัวแปรตามคือ การตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) ของผู้บริโภคระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.4 คุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การมีความมั่นใจในการบริการทุกครั้งที่ทำให้การบริการต่อลูกค้า อย่างสุภาพ อ่อนน้อมตลอดเวลา รวมถึงการให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามที่ลูกค้าต้องการทราบได้อย่างชัดเจน และสามารถตัดสินใจได้ ขณะที่เกิดปัญหาขึ้นระหว่างปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุญญาพร บุญธรรมมา (2563) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกโดยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลติกานต์ ทิศเสถียร (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภค ระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า คุณภาพการให้บริการ ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก ของผู้บริโภคระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามลำดับ

3.5 คุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อคุณภาพบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก การเอาใจใส่กับสิ่งบริการที่ลูกค้าต้องการจนสำเร็จ แสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการ เข้าใจความต้องการและปัญหาของลูกค้า และเอาใจใส่ลูกค้าทุกครั้งที่ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุญญาพร บุญธรรมมา (2563) ได้ทำการศึกษา คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกโดยพบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการดูแลเอาใจใส่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลาง ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลติกานต์ ทิศเสถียร (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภค ระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ การตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก ของผู้บริโภคระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาการรับรู้คุณค่า มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 การรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านการใช้งาน ในระดับมาก

ทั้งนี้เนื่องจาก การซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้ผลตอบแทนที่เป็นประโยชน์และมีความคุ้มค่า ลูกค้านำสามารถซื้อได้หลากหลายราคา และไม่ยุ่งยากกับการเลือกซื้อ เนื่องจากสามารถเลือกซื้อได้ตลอดเวลา นอกเหนือจากวันทำการของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัล ด้านการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 การรับรู้คุณค่า ด้านสังคม มีผลต่อมีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านสังคม ในระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องจากการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จะช่วยทำให้ภาพลักษณ์ดูทันสมัยขึ้น ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคม ทำให้เข้าสังคมได้ และทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัล ด้านสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 การรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ มีผลต่อมีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านอารมณ์ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก ลูกค้ารู้สึกชื่นชอบ รู้สึกดี รู้สึกเพลิดเพลิน รู้สึกสนุก และรู้สึกผ่อนคลาย เมื่อได้ซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัล ด้านอารมณ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 การรับรู้คุณค่า ด้านความประหลาดใจ มีผลต่อมีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านความประหลาดใจในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทำให้ลูกค้าได้ลองใช้งานแอปพลิเคชันใหม่ ๆ เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากการใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคาร กระตุ้นความอยากรู้ของลูกค้า และเป็นการติดตามกระแสของแอปพลิเคชันใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัย การรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัล ด้านความประหลาดใจ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 การรับรู้คุณค่า ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข มีผลต่อมีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการรับรู้คุณค่า ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากการใช้แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในการ

ซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทำให้ลูกค้าสามารถใช้เวลาไปทำอย่างอื่นได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปเข้าแถวที่ธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิตติยานัน แสงทอง (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยการรับรู้คุณค่าของสลากดิจิทัล ด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

5. ผลการศึกษาความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 ความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อความไว้วางใจ ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีข้อตกลง เงื่อนไขการรับประกันในการซื้อสลากออมทรัพย์อย่างชัดเจน รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ครบถ้วน ตามรายละเอียดที่ได้แจ้งให้กับลูกค้าทราบ และมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมีการจัดเก็บข้อมูลของผู้ซื้อได้อย่างน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลติกานต์ ทิศเสถียร (2564) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า ความไว้วางใจมีส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภค ระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์ยา เปรณสวัสดิ์ (2561) ทำการศึกษา ความไว้วางใจ การรับรู้ด้านราคาและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จากห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงโดยผู้ซื้อในเขตสาทรกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จากห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงของผู้ใช้ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในการวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี ดังต่อไปนี้

คุณภาพบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการดูแลสถานที่ให้บริการ แสดงออกถึงความจริงใจในการให้บริการ มีความเป็นมืออาชีพ และควรแสดงออกถึงความตั้งใจในการบริการ ให้การบริการลูกค้าด้วยความสุภาพ ให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามที่ลูกค้าต้องการทราบได้อย่างชัดเจน รวมถึงเอาใจใส่ลูกค้า เข้าใจความต้องการและปัญหาของลูกค้า และเอาใจใส่ลูกค้าทุกครั้งที่ให้บริการ

การรับรู้คุณค่า

ด้านการใช้งาน ด้านสังคม ด้านอารมณ์ ด้านความประหลาดใจ และด้านคุณค่าที่มีเงื่อนไข จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การรับรู้คุณค่า ทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้ผลตอบแทนที่

คุ่มค่า เป็นที่ยอมรับในสังคมมากขึ้น ทำให้ลูกค้ารู้สึกดี เมื่อได้ซื้อสลากออมทรัพย์ และควรส่งเสริม หรือประชาสัมพันธ์การใช้ แอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ในการซื้อสลากออมทรัพย์ให้ลูกค้าทราบ เพื่อเป็นการกระตุ้นความอยากรู้อยากลองของลูกค้า รวมถึงประหยัดเวลาในการเดินทางไปธนาคาร

ความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความไว้วางใจ มีผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ของประชาชนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. A-Mobile ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ข้อตกลง มีข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ครบถ้วน รวมถึงเงื่อนไขการรับประกันในการซื้อสลากออมทรัพย์ให้ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ขึ้นอยู่กับความตั้งใจของแต่ละบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการวางแผนและพัฒนาด้านการตลาด ให้แก่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ในการวิจัย ครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาวัยทำงานทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบถึงระดับความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในภาพรวมทั้งประเทศ

เอกสารอ้างอิง

กมลนันทน์ สุขสม. (2565). อิทธิพลความน่าไว้วางใจต่อธุรกิจและการรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อคอนโดมิเนียมตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้าของพนักงานบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชลติกานต์ ทิศเสถียร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคระหว่างสถานการณ์โควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ไทยโพสต์. (2565). เตรียมเงินเลย 'ธ.ก.ส.' เปิดรับฝากสลาก 3 หมื่นล้าน. ค้นเมื่อ 25 เมษายน 2567, จาก <https://www.thaipost.net/economy-news/263232/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). การวางแผนการเงิน. ค้นเมื่อ 25 เมษายน 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-story/money-plan/planning-steps.html>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). ผลิตภัณฑ์ที่คล้ายเงินฝาก. ค้นเมื่อ 25 เมษายน 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-story/rights-responsibility/savings-alike.html>

ธามัน สมบัติเจริญ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เจดีเซ็นทรัล ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). *คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักรที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พิศิตยานัน แสงทอง. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภรณ์ยา เปรมสวัสดิ์. (2561). *ความไว้วางใจ การรับรู้ด้านราคาและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จากห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงโดยผู้ซื้อในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (2566). *ศ.ก.ส.ปรับโฉมแอปฯ ลู่ BAAC Mobile ตอบโจทย์การใช้งานหลากหลาย*. ค้นเมื่อ 25 เมษายน 2567, จาก <https://www.infoquest.co.th/2023/333795>
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading MA.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (1997). Introduction to total quality. *Quality Function Deployment*, 245-279.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management (13th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314-328.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 49(1), 41-50
- Rovenelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use content specialists in the assessment of criterion-reference test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Sheth J. N., Bruce I. N., & Barbara L.G.. (1991b). *Consumption Values and Market Choices: Theory and Applications*. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co.
- Sheth, J.N., Bruce I.N., & Barbara L. G. (1991a). "Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values,". *Journal of Business Research*, 22, 159-170.
- Stern, N. (1997). *Promoting an effective market economy in a changing world*. Retrieved from <http://eprints.lse.ac.uk/3740/>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis (3rd Ed)*. New York: Harper and Row Publications.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, and L. L., Berry.(1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions*. New York : The Free Press.