

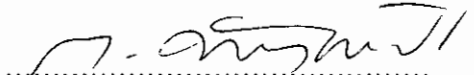
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคาร
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

สุกฤตา สังข์แก้ว

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารทั่วไป
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
ธันวาคม 2556
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

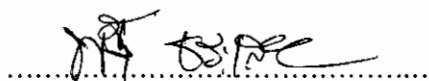
อาจารย์ผู้ควบคุมปัญหาพิเศษและคณะกรรมการสอบปากเปล่าปัญหาพิเศษ ได้พิจารณา
ปัญหาพิเศษของ สุกฤษดา สังข์แก้ว ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัย
บูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ


.....

(อาจารย์กฤษฎา นันทเพ็ชร)

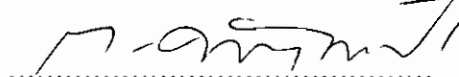
คณะกรรมการสอบปากเปล่าปัญหาพิเศษ

 ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชนีย์ ธรรมเสนา)

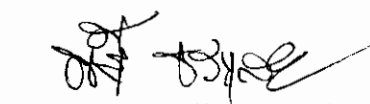
 กรรมการ

(อาจารย์พรเทพ นามกร)

 กรรมการและเลขานุการ

(อาจารย์กฤษฎา นันทเพ็ชร)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพา

 คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชนีย์ ธรรมเสนา)

วันที่ ...12... เดือน ...กรกฎาคม... พ.ศ. ...2556

ประกาศคุณูปการ

การศึกษาปัญหาพิเศษเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลืออย่างยิ่งโดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พชณีย์ ธารเสนา, อาจารย์พรเทพ นามกร, อาจารย์กฤษฎา นันทเพ็ชร ที่ได้ให้ความรู้และกรุณาให้คำแนะนำ เสนอแนะข้อคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับงานวิจัย เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในด้านเนื้อหามากที่สุด จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

และขอขอบพระคุณนายพิชัย พรหมอินทร์ พนักงานพัฒนาธุรกิจ และพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ทุกท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และผู้มาใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ข้อมูลที่ได้สมบูรณ์ครบถ้วน และได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ต่อไป ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้คุณค่าและประโยชน์จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ บิดา มารดาที่เคารพอย่างสูงและครอบครัวที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจทำให้การศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

สุกฤตา สังข์แก้ว

54930476: สาขาวิชา: การบริหารทั่วไป; รป.ม. (การบริหารทั่วไป)

คำสำคัญ: การตัดสินใจ/ สลากออมทรัพย์

สุกฤตา สังข์แก้ว: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง (FACTORS AFFECTING DECISION-MAKING IN USING THE PREMIUM SAVING BOND SERVICE AT THE BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES (BAAC), RANONG PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุมปัญหาพิเศษ: กฤษฎา นันทเพ็ชร, พบ.ม. 110 หน้า. ปี พ.ศ. 2556.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้มาใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย และผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ที่ให้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน มีการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการที่มีอายุ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

54930476: MAJOR: GENERAL ADMINISTRATION; M.P.A.

(GENERAL ADMINISTRATION)

KEYWORD: DECISION-MAKING/ PREMIUM SAVING BONDS

SUGRITTA SUNGKAE0: FACTORS AFFECTING DECISION-MAKING IN USING THE PREMIUM SAVING BOND SERVICE AT THE BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES (BAAC), RANONG PROVINCE. ADVISOR: KRISADA NANTAPECH, M.A. 110 P. 2013.

This study aimed at examining the decision-making made by people using the premium saving bond service at the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, (BAAC) in Ranong Province and to compare factors affecting their decision-making as classified by personal factors. The subjects participating in this study were 385 customers using the premium saving bond service provided by the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, (BAAC) in Ranong Province. The instrument used to collect the data was a questionnaire. The test statistics used to analyze the collected data were frequency, percentage, means, standard deviation, t-test, one way ANOVA. To test the differences between pairs, LSD was used with a preset of a significant level at 0.05.

The results revealed that the factors affecting the subjects' decision-making were found at the highest level. Considering each aspect, it was found that, the subjects rated the aspect of products affecting their decision-making the most, followed by the presentation of product image, and channel for product distribution, respectively. Comparing factors influencing the subjects' decision-making as classified by personal factors, it was revealed that no statistically significant differences were found in factors affecting the decision-making using the premium saving bond service among bank customers with different gender, educational level and occupation. There were statistically significant differences in factors affecting decision-making using the premium saving bond service among bank customers with different age, marital status, and monthly income at a significant level of 0.05.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	9
ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps).....	16
แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ (Service Quality).....	18
ข้อมูลด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์.....	21
ข้อมูลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.).....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
รูปแบบการศึกษา.....	50
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	50
วิธีสุ่มตัวอย่าง.....	51
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	51
การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
เกณฑ์การแปลผล.....	56
4 ผลการศึกษาวิจัย.....	58
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝาก สลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง.....	58
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง.....	61
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง.....	63
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	77
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	88
5 สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	90
สรุปผลวิจัย.....	90
อภิปรายผล.....	92
ข้อเสนอแนะ.....	98
บรรณานุกรม.....	99
ภาคผนวก.....	103
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	110

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	รายละเอียดเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ทวีสิน..... 27
2	รายละเอียดเกี่ยวกับบัตรเพิ่มทรัพย์..... 34
3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล..... 59
4	จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง..... 61
5	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์..... 64
6	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา..... 65
7	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 67
8	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด..... 69
9	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านบุคคล/ พนักงาน..... 71
10	จำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ..... 73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
11 จำนวนและร้อยละของที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยด้านการให้บริการ.....	75
12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์.....	76
13 การเปรียบเทียบเพศกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์.....	78
14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ จำแนกตามอายุ.....	78
15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบอายุกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์.....	79
16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของการเปรียบเทียบอายุกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง.....	79
17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
18 การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์.....	81
19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ จำแนกตามสถานภาพ.....	82
20 การเปรียบเทียบสถานภาพกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์.....	82
21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของการเปรียบเทียบสถานภาพกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง.....	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
22	84
ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภท สลากออมทรัพย์ จำแนกตามอาชีพ.....	84
23	84
การเปรียบเทียบอาชีพกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์...	84
24	85
การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝาก ประเภทสลากออมทรัพย์.....	85
25	85
การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝาก ประเภทสลากออมทรัพย์.....	85
26	86
ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วม ของการเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝาก ประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง.....	86
27	88
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	88

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันทำให้พฤติกรรมการออมเงินของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการลงทุนในตลาดทุนมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง ส่งผลให้ประชาชนไม่มั่นใจในการนำเงินไปลงทุน ประชาชนจึงหันมาสนใจการออมเงินกับธนาคาร อีกทั้งผลของ พ.ร.บ.คุ้มครองเงินฝากที่ส่งผลให้ประชาชนมีการกระจายเงินออมไปยังธนาคารหลายแห่งมากขึ้น โดยเฉพาะธนาคารของรัฐบาลที่ผู้ฝากเห็นว่ามีความมั่นคงมากกว่า เนื่องจากรัฐบาลมีหุ้นส่วนอยู่ด้วย ซึ่งรูปแบบในการออมเงินกับธนาคารมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ ลักษณะการใช้จ่ายหรือการลงทุน รวมทั้งพฤติกรรมของผู้ออม ดังนั้น ธนาคารจึงได้ศึกษาแนวทางเพื่อกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกพื้นที่ และทุกกลุ่มเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นช่องทางในการขยายฐานลูกค้าเงินฝากและเพิ่มปริมาณเงินฝากให้แก่ธนาคารได้ รูปแบบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากที่ใช้ในการขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่และขยายฐานการซื้อของลูกค้าเดิม ได้แก่ เงินฝากที่มีผลตอบแทนในรูปแบบที่มีรางวัล ร่วมกับดอกเบี้ยเงินฝาก ซึ่งสามารถตอบสนองลูกค้าเงินฝากในกลุ่มที่มีความชอบในการเสี่ยงโชค แต่ยังคงต้องการออมเงิน และสามารถออมเงินได้ในระยะยาวได้ ซึ่งผลตอบแทนของเงินฝากในรูปแบบนี้จะประกอบด้วยดอกเบี้ยเงินฝาก และรางวัล ซึ่งปัจจุบันธนาคารได้มีการดำเนินการพัฒนาเงินฝากประเภทนี้อยู่แล้ว ได้แก่ สลากออมทรัพย์ทวีสิน และบัตรเพิ่มทรัพย์ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555 ก)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ. 2509 มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ทำการส่งเสริมอาชีพเกษตรกร หรืออาชีพอย่างอื่น เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรมได้อีกด้วยเมื่อวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2549 ได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษา แก้ไขพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ. 2509 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 6 พ.ศ. 2549) โดยสาระสำคัญอยู่ที่ มาตรา 9 ซึ่งเป็นมาตราที่กำหนดวัตถุประสงค์ การดำเนินงานของธนาคาร เดิมนั้นจะระบุเพียงเรื่องการให้สินเชื่อแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและ

สหกรณ์การเกษตร เพื่อนำเงินทุนไปใช้ในอาชีพการเกษตรและเกี่ยวเนื่องกับการเกษตร ในการแก้ไขใหม่ ได้เพิ่มบทบาทของ ธ.ก.ส. เป็นธนาคารเพื่อการพัฒนาชนบทอย่างแท้จริงขยาย บทบาทการให้สินเชื่อแก่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ได้มากขึ้น ได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน หรือองค์กรใดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการประกอบอาชีพของชุมชน สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพของชุมชนให้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการเพิ่มเติมวัตถุประสงค์ให้ธนาคารสนับสนุนเงินทุน ให้กับสหกรณ์ได้ทุกประเภทด้วย อีกประเด็นที่ได้รับการแก้ไข คือ การให้ธนาคารมีการจัดตั้งสำนักงานตัวแทนหรือสาขาใน ต่างประเทศได้ และการอนุญาตให้ธนาคารประกอบธุรกิจเงินตราต่างประเทศได้ รวมทั้งการให้ ธนาคารสามารถให้บริการด้านการเงินการธนาคาร ที่เป็นประเพณีปฏิบัติได้เหมือนธนาคารพาณิชย์ ทั่วไป เช่น การทำธุรกรรมสนับสนุนการค้าขายระหว่างประเทศ (ฉกัทร กัณฑ์วงศ์, 2553, หน้า 1)

สลากออมทรัพย์เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทหนึ่งซึ่งกำหนดระยะเวลารับฝากและ อัตราผลตอบแทนที่แน่นอน เป็นการสร้างทางเลือกให้กับประชาชนโดยคุณสมบัติในการให้ ผลตอบแทนแก่ผู้ฝากซึ่งนอกเหนือจากดอกเบี้ยแล้วยังให้ผลประโยชน์ตอบแทนในรูปของเงิน รางวัลพิเศษซึ่งเกิดจากการสุ่มจับหมายเลขประจำสลากโดยมีมูลค่าเงินรางวัลลดหลั่นกันไปตาม เงื่อนไขของสลากแต่ละชุดธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เริ่มรับฝากเงิน ในรูปแบบของสลากออมทรัพย์ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2540 โดยกระจายเปิดรับเงินฝากจากทุกสาขาซึ่ง กำหนดสลากเป็นหน่วย มูลค่าต่อสลากต่อหน่วย ระยะเวลาการรับฝาก อัตราดอกเบี้ยเมื่อครบ กำหนดได้ถอน มูลค่าเงินรางวัล จำนวนครั้งที่มิสิทธิถูกรางวัลตลอดเงื่อนไขพิเศษขึ้นอยู่กับแต่ละ ประเภทสลากโดยมีผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ในปัจจุบันอยู่ 2 ประเภท คือ สลากออมทรัพย์ทวีสินและบัตรเพิ่มทรัพย์ (พรภิมล ชีระกุลชัย, 2551, หน้า 1)

การตัดสินใจใช้เงินฝากมีความสำคัญต่อธนาคารหลายประการ โดยเฉพาะใน ด้านการระดมเงินทุนที่จะส่งผลต่อเสถียรภาพและฐานะการเงินซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทาง และแผนธุรกิจของธนาคารในการจัดสรรเงินทุนเพื่อขับเคลื่อนภารกิจของธนาคารตามพันธกิจหลัก เพื่อสนองนโยบายรัฐบาลรัฐบาลตามบทบาทในฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลังช่วย ให้การสนับสนุนเงินทุนในการประกอบอาชีพของเกษตรกรลูกค้า ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของ ประเทศให้ได้อย่างพอเพียง และช่วยยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

เงินรับฝากและอัตราการเติบโต ณ สิ้นปีของปีบัญชี 2554 ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง มีเงินรับ ฝากจำนวน 1,463 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากสิ้นปีบัญชีที่ผ่านมา 189 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.92 สำหรับ เงินรับฝากประกอบด้วย เงินฝากออมทรัพย์และกระแสรายวัน 36.72% ออมทรัพย์ทวีโชค 5.35% ออมทรัพย์ทวีสุข 0.43% ออมทรัพย์ทวีสินและเพิ่มทรัพย์ 27.94% เงินฝากประจำ 1.12% และเงิน

ฝากภาครัฐ 28.44% ผลการดำเนินงาน ณ สิ้นปีบัญชี 2554 ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง ผลการดำเนินงาน มีกำไรสุทธิ 14 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2553 จำนวน 7 ล้านบาท หรือร้อยละ 100 (ผลการดำเนินงาน ธ.ก.ส. สาขาระนอง ประจำปีไตรมาสที่ 4/ 2554) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝาก ประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จึงเป็นเรื่อง น่าสนใจอย่างยิ่งโดยการวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูลจากลูกค้าผู้มาใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออม ทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ซึ่งคาดว่าจะการศึกษาครั้งนี้จะเป็น ประโยชน์ต่อการให้บริการลูกค้ารวมถึงปรับปรุงผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สามารถนำไปปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ การให้บริการ และการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อตอบสนองของลูกค้าและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนผู้สนใจได้นำไปใช้พัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการเงินฝากประเภทสลาก ออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการเงินฝากประเภทสลาก ออมทรัพย์ของธนาคารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

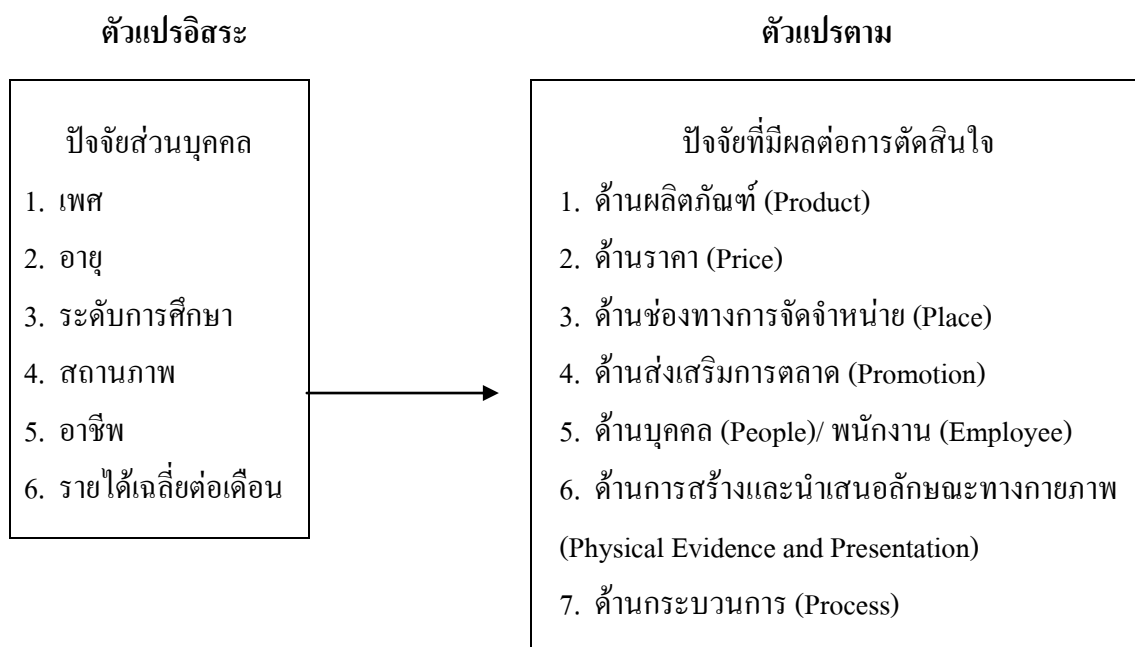
สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลาก ออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลาก ออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝาก ประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลาก ออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลาก ออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างกัน

6. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝาก ประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมได้ใช้แนวคิดของฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler, 1997, p. 92) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตัวแปรตาม คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล/ พนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงการตัดสินใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง
2. ทราบความแตกต่างของการตัดสินใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง
3. นำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านเงินฝากออมทรัพย์ประเภทสลากออมทรัพย์เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลแบ่งออกเป็น

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. สถานภาพ
5. อาชีพ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม ได้แก่ องค์ประกอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามกรอบแนวคิดของ

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Kotler, 1997, p. 92)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคคล (People)/ พนักงาน (Employee)
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)
7. ด้านกระบวนการ (Process)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ ณ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง 3 สาขา คือ สาขาระนอง สาขากระบรี และสาขากะเปอร์ โดยมีจำนวนทั้งหมด จำนวน 9,065 ราย (ฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555 ข)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้มาใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ ณ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง 3 สาขา โดยสุ่มตัวอย่างแบบมีชั้นภูมิและกำหนดขนาดจากการคำนวณค่าสัดส่วนประชากรตามแนวทาง Yamane (1970 อ้างถึงใน พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต, 2555, หน้า 32) จะทำให้ได้จำนวนประชากรที่ต้องทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย

3. ขอบเขตด้านเวลา

ในการทำวิจัยและเก็บข้อมูลครั้งนี้อยู่ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2556

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา หรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร
2. ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าเงินฝากสลากออมทรัพย์ทวีสิน หรือบัตรเพิ่มทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
3. สลากออมทรัพย์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม ซึ่งออกหลักฐานถือครองเป็นสลากซึ่งสลากออมทรัพย์แต่ละฉบับ ผู้ฝากจะฝากก็หน่วยก็ได้ นอกจากได้รับดอกเบี้ยเงินฝากแล้ว ผู้ฝากยังมีสิทธิถูกรางวัล ซึ่งใช้เลขหน่วยการฝากในบัตรเป็นเลขในการออกรางวัล แบ่งออกเป็น
 - 3.1 สลากออมทรัพย์ กำหนดสิ้นสุดอายุการรับฝากเมื่อฝากครบ 3 ปี รับฝากเป็นหน่วย ๆ 500 บาท
 - 3.2 บัตรเพิ่มทรัพย์ กำหนดสิ้นสุดอายุการรับฝากเมื่อฝากครบ 3 ปี จ่ายดอกเบี้ยพร้อมถอนคืนเงินต้นเมื่อครบกำหนด 3 ปี รับฝากหน่วยละ ๆ 500 บาท
4. ผลตอบแทน หมายถึง สิทธิในการถูกรางวัลทวีสิน, ได้รับดอกเบี้ยเมื่อฝากครบกำหนด

5. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สลากที่การจัดทำออกมาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นการรับฝากซึ่งมีมูลค่าแทนตัวเงิน
6. ด้านราคา (Price) หมายถึง มูลค่าที่มีต่อการกำหนดหรือตราขึ้นมาจากของสลากมีหน่วยเป็นบาท
7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่หรือจุดบริการที่ให้การอำนวยความสะดวกแก่บุคคลในการเข้าถึงตัวผลิตภัณฑ์และบริการ
8. ด้านการส่งเสริม (Promotions) หมายถึง เทคนิค วิธีการ เครื่องมือ ที่นำมาใช้ในการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้
9. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) หมายถึง พนักงานหรือลูกจ้างธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ประจำสาขาที่ตั้ง หรือจุดบริการและพนักงานตัวแทนผู้รับมอบอำนาจที่มีหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มารับบริการเงินฝาก
10. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง วิธีการ หรือทางเลือกที่ถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อเสนอการให้บริการแก่ผู้มารับบริการเงินฝาก
11. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนที่ถูกกำหนดไว้ของหน่วยงาน โดยเป็นได้ทั้งข้อปฏิบัติของบุคคล หรือข้อพึงระวังหรือข้อควรละเว้น เพื่อรองรับการมาใช้บริการของผู้มารับบริการ
12. เพศ หมายถึง รูปที่แสดงให้รู้ว่าหญิงหรือชาย
13. อายุ หมายถึง เวลาที่ดำรงชีวิตอยู่ เวลาชั่วชีวิต ช่วงเวลานับตั้งแต่เกิดหรือมีมาจนถึงเวลาที่กล่าวถึง ระยะเวลาที่กำหนดไว้
14. ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิต่างการศึกษาตามระบบปกติที่มีการเรียนการสอนและรับรองคุณวุฒิจากทางราชการที่บุคคลพึงได้รับ โดยสมบูรณ์เป็นลำดับท้ายสุด
15. สถานภาพ หมายถึง บทบาทที่ปรากฏอยู่ในสังคม
16. อาชีพ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลพึงกระทำอย่างต่อเนื่องโดยก่อให้เกิดรายรับทั้งที่เป็นทรัพย์สินและไม่ใช่ทรัพย์สินมีเป้าหมายเพื่อเป็นการยังชีพ
17. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายรับที่วัดออกมาเป็นมูลค่าของหน่วยทางการเงินของบุคคลตลอดเวลาตามเดือนปฏิทิน จากทุกช่องทางรายรับ
18. ประเภทของสลาก หมายถึง สลากออมทรัพย์ทวีสินและบัตรเพิ่มทรัพย์
19. จำนวนหน่วยสลาก หมายถึง มูลค่าที่มีการกำหนดหรือตราขึ้นมาจากของสลาก มีหน่วยเป็นบาท

20. ระยะเวลาที่ถือครอง หมายถึง ระยะเวลาการถือครองสลากตั้งแต่เริ่มซื้อสลากจนกระทั่งมีการไถ่ถอนสลาก

21. ช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อ หมายถึง เวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการตั้งแต่เวลาที่ธนาคารเปิดทำการจนถึงเวลาปิดทำการ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดในการตัดสินใจ
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
3. แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)
4. ข้อมูลด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์
5. ข้อมูลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจมีความหมายใกล้เคียงกัน ไปตามทัศนะของนักวิชาการแต่ละท่าน ซึ่งในที่นี้ขอยกตัวอย่างพอสังเขปไว้ดังต่อไปนี้ (บุญทวารณ วิงวอน, 2551, หน้า 431)

ลัสซีเออร์ (Lussier, 2005, p. 438) ได้ให้ความหมายการตัดสินใจว่า เป็นกระบวนการในการเลือกแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมที่จะดำเนินการบนพื้นฐานของการระดมปัญหา ร่วมกันเพื่อให้องค์การเกิดประโยชน์มากที่สุด

มัวร์เฮดและกริฟฟิน (Moorhead & Griffin, 1995, p. 236) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกเพียงทางเลือกเดียวจากทางเลือกที่มีอยู่ทั้งหมด ซึ่งในการตัดสินใจดังกล่าวผู้บริหารมักจะใช้เป้าหมายเป็นแนวทางในการตัดสินใจ

เบอร์ตันและธาร์เกอร์ (Burton & Thakur, 1995, p. 94) ได้กล่าวถึง การตัดสินใจว่า หมายถึง กระบวนการที่รวมเอาการวิเคราะห์และการนิยามสถานการณ์ของปัญหาการวิเคราะห์เพื่อ การกำหนดทางเลือก การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดหนึ่งทางเลือกและกำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ โดยพิจารณาว่า “ทางเลือกที่ดีที่สุดหนึ่งทางเลือก” หมายถึง ทางเลือกที่มีประสิทธิผลมากที่สุด ทั้งในแง่ของกำไรและการพิจารณาในเชิงคุณภาพ

จอห์น (Johns, 1996, p. 364) ได้ระบุว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการพัฒนาแนวทางในการดำเนินงาน เพื่อการปฏิบัติงาน

รอปบินส์และเซนโซ (Robbins & Cenzo, 1998, p. 134) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจ หมายถึง ขั้นตอนที่สำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ 8 ขั้นตอนที่รวมถึง การวิเคราะห์ปัญหา การเลือกวิธีการแก้ปัญหาและประเมินประสิทธิผลในการแก้ปัญหา

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2530, หน้า 340) ได้บัญญัติไว้ว่า ตัดสินใจ เป็นคำกริยา หมายถึง ตกลงใจ ในส่วนของ การตัดสินใจ หมายถึง การตกลงใจ

ดังนั้น ตามความหมายของศัพท์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การตัดสินใจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตกลงใจของบุคคลในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการตกลงใจเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัว หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของส่วนรวม

การตัดสินใจ ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “Decision-making” โดยที่ Webster Encyclopedic Dictionary ได้บัญญัติคำว่า “Decision” เป็นคำที่มาจากรากศัพท์ในภาษาละตินว่า “Decisio, Decisionis” แปลว่า ตกลงใจ (Decide) และ การตัดสินใจ (Decision) หมายถึง การตกลงใจ (The act of deciding)

สำหรับในทางบริหารจะใช้คำว่า “การตัดสินใจ” ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า “Decision-making” (Thatcher & McQueen, 1980, p. 221)

นักวิชาการชาวไทย เช่น ทองใบ สุทธาริ (2547, หน้า 329) ได้สรุปความหมายของการตัดสินใจไว้ว่าเป็นกระบวนการในการพัฒนาทางเลือกในการแก้ปัญหาใด ๆ จนเกิดความมั่นใจในการเลือกหนึ่งทางเลือกในการแก้ปัญหาหรือการดำเนินการเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพดังนั้น จากความหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การตัดสินใจเป็นทางเลือกหนึ่ง ที่ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ทำการตัดสินใจเลือกแนวทางในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดและได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

วิจิตร ต้นทสุทธิและคณะ (2550, หน้า 84) ได้ให้ความหมายการตัดสินใจ (Decision-making) หมายถึง การพิจารณาตกลงใจซึ่งขาดเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือกในอันที่ให้มีการกระทำในลักษณะเฉพาะใด ๆ หรือหมายถึงการตกลงใจเลือกข้อยุติ ข้อขัดแย้งข้อถกเถียง เพื่อให้มีการกระทำไปในทางหนึ่งทางใดที่ได้มีการพิจารณาเลือกหรือตรวจสอบอย่างรอบคอบแล้ว

ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ (2547, หน้า 271) ได้กล่าวไว้ว่าผู้ผลิตจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อและทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อจริง ๆ อย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องแยกแยะให้ได้ว่าใครเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ รูปแบบและขั้นตอนในกระบวนการซื้อเป็นอย่างไร และยังคงกล่าวถึงบทบาทการซื้อของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ (Buyingroles) ซึ่งมีบทบาทที่แตกต่างกันดังนี้

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) เป็นผู้เสนอความคิดที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นคนแรก
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) เป็นผู้ที่มีความสำคัญที่จะให้คำแนะนำว่าควรซื้อหรือไม่ควร
3. ผู้ตัดสินใจ (Decider) เป็นผู้ที่ตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้า
4. ผู้ซื้อ (Buyer) เป็นผู้ที่ไปซื้อสินค้า
5. ผู้ใช้ (User) เป็นผู้บริโภคที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น

สิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 144) ได้กล่าวถึงรูปแบบที่สำคัญของสถานการณ์การซื้อ (Types of Buying Behavior) การตัดสินใจซื้อจะแตกต่างกันตามรูปแบบของการตัดสินใจในการซื้อ ซึ่งอาจแบ่งถึงพฤติกรรมซื้อตามความซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อและระดับความแตกต่างระหว่างสินค้า โดยสามารถจัดลำดับได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อแบบสลับซับซ้อน (Complex Buying Behavior) เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูงในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าสูงหรือผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง ซื้อไม่บ่อยและมีความเสี่ยงสูง โดยทั่วไปผู้บริโภคยังไม่รู้จักเกี่ยวกับประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงต้องเข้าใจในการรวบรวมข้อมูลและการประเมินพฤติกรรมการซื้อที่มีความซับซ้อนสูง

2. พฤติกรรมการซื้อแบบลดความสลับซับซ้อน (Dissonance-reducing Buying Behavior) พฤติกรรมการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อสูงในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าต่ำเป็นสถานการณ์การซื้อที่มีความสลับซับซ้อนสูง แต่มีความแตกต่างในตราสินค้าน้อยไม่บ่อยครั้งและมีความเสี่ยงสูง

3. พฤติกรรมการซื้อแบบประจำ (Habitual Buying Behavior) เป็นพฤติกรรมการซื้อที่มีความซับซ้อนในการตัดสินใจต่ำในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างต่ำ เป็นสถานการณ์เมื่อผู้บริโภคเห็นความแตกต่างระหว่างตราสินค้าน้อยและความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจซื้อต่ำ เช่น การซื้อสบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องซื้อตราสินค้าเดียวกัน เพราะการเลือกตราสินค้าขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสินค้าที่มีระยะเวลาที่ใช้และความต้องการที่แตกต่างกันแต่ลักษณะทั่วไปเป็นการปฏิบัติของผู้ซื้อแบบประจำไม่ต้องใช้ความคิดหรือเวลาเพื่อการค้นหาในการซื้อมากนัก

4. พฤติกรรมการซื้อแบบเลือกมาก (Variety-seeking Buying Behavior) เป็นการซื้อที่มีความสลับซับซ้อนในการซื้อต่ำในผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างระหว่างตราสินค้าสูง ดังตัวอย่างการซื้อขนมเค้กผู้บริโภคมีความเชื่อถือในขนมเค้กเอสแอนด์พี (S&P) ในร้านค้าสะดวกซื้อใกล้บ้านกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้นำ (S&P) จะต้องพยายามกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อตามชั้นวาง มีสินค้า

ให้ครบถ้วนในชั้นวาง มีโฆษณาเพื่อเตือนความทรงจำคู่แข่งชั้นจะต้องกระตุ้นให้หลากหลายโดยการเสนอราคาต่ำ การแจกคูปอง การขายควบ การแจกตัวอย่างสินค้าและ โฆษณา ซึ่งแสดงถึงความพยายามในการค้นหาสิ่งใหม่ ๆ อีกทั้ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 146) ได้กล่าวว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งกระบวนการซื้อจะมีด้วยกัน 5 ขั้นตอน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อและมีผลกระทบหลังจากการซื้อ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงข้อมูลว่ามีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องได้ดังนี้

4.1 การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความเจ็บปวดความกระหาย ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกายและความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีตทำให้เขารู้ว่าจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

4.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันที แต่ในบางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันทีความต้องการจะถูกจดจำไว้เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นจะทำให้เกิดการปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่ง คือ ความตั้งใจให้ได้รับการสนองความต้องการ ดังนั้นแหล่งข้อมูลประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ แหล่งบุคคล แหล่งการค้า แหล่งชุมชน แหล่งทดลอง แหล่งประสบการณ์

4.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากการค้นหาข้อมูล ผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ดังนั้นจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือก กระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ยากและไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคนและไม่ใช่เป็นของผู้ซื้อคนเดียวคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อ

4.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกพฤติกรรมจะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่ว ๆ ไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุดและปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อ 3 ประการ คือ ทักษะคิดของบุคคลอื่น ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ และปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้

4.5 ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Postpurchase Feeling) หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์และตราสินค้ามีผลกระทบที่สำคัญเกี่ยวกับความชอบตราสินค้า ถ้าตราสินค้าที่ซื้อไม่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตราสินค้าและอาจเลิกซื้อผลิตภัณฑ์เลย ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้ซื้อที่มีความพึงพอใจภายหลังการซื้อสินค้าจะทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีก

ประเภทของการตัดสินใจ

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางการบริหารส่วนมากจะจำแนกประเภทของการตัดสินใจไว้ใกล้เคียงกันมากและจำแนกประเภทการตัดสินใจไว้ 2 แนวทาง ได้แก่

1. การตัดสินใจแบบมีโครงสร้าง หมายถึง การตัดสินใจ ซึ่งมักจะเกิดขึ้นเป็นประจำ มีกฎเกณฑ์การตัดสินใจอย่างชัดเจนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การพิจารณาอนุมัติวงเงินกู้ของลูกค้ารายย่อยของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) การอนุญาตให้อาจารย์พานักศึกษา ไปดูงานที่กรมส่งออกกรุงเทพมหานคร เป็นต้น ขณะเดียวกัน ไชมอน (Simon, 1977, pp. 46-48) ได้อธิบายถึงลักษณะของการตัดสินใจแบบมีโครงสร้างและการตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง พร้อมกับให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเทคนิคที่นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจแต่ละประเภท อีกทั้ง การตัดสินใจแบบมีโครงสร้างเป็นการตัดสินใจที่เกิดขึ้นอยู่บ่อย ๆ และมีลักษณะเป็นการตัดสินใจในงานประจำและซ้ำ ๆ แม้ว่าจะเป็นกาตัดสินใจในเรื่องใหม่แต่ยังสามารถใช้กฎระเบียบและวิธีการที่เคยปฏิบัติมาในอดีตเข้าไปประยุกต์ใช้ในการวินิจฉัยเพื่อการลงความเห็นทันทีและมีลักษณะเหมือนเป็นการตัดสินใจที่เคยปฏิบัติมาแล้วส่วนเทคนิคที่นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ ดังนี้

- 1.1 ใช้อุปนิสัยที่เคยปฏิบัติงานเป็นประจำ
- 1.2 ใช้กฎระเบียบขององค์กร
- 1.3 ตัดสินใจตามโครงสร้างขององค์กร
- 1.4 ใช้เทคนิคการวิจัยดำเนินการ
- 1.5 ใช้กระบวนการทางข้อมูลจากคอมพิวเตอร์

2. การตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้าง หมายถึง การตัดสินใจที่ยังไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หรือเป็นการตัดสินใจที่ไม่สามารถนำกฎเกณฑ์ ระเบียบปฏิบัติที่มีอยู่ไปประกอบการตัดสินใจได้ทันทีจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาทางเลือกให้เหมาะสมกับเงื่อนไขและสถานการณ์ เช่น การที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จะจัดตั้งสาขาใหม่ขึ้นนั้น ควรจะดำเนินการอย่างไร มีกฎเกณฑ์ใดบ้างในการจัดตั้งสาขาใหม่และกฎหมายต่าง ๆ การศึกษาความเป็นไปได้ เพื่อประกอบการพิจารณาของผู้มีอำนาจย่อมต้องมีกลยุทธ์และวิธีการหลาย ๆ อย่างมาเป็นองค์ประกอบ

ร่วมกันและยากต่อการที่คาดการณ์ผลของการตัดสินใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ในขณะนั้น ๆ การตัดสินใจแบบไม่มีโครงสร้างเป็นการตัดสินใจที่ไม่มีรูปแบบที่แน่นอนและไม่สามารถใช้วิธีการตัดสินใจแบบใดแบบหนึ่งที่เคยประสบผลสำเร็จในอดีตไปปรับใช้ได้ เนื่องจากการตัดสินใจดังกล่าวเป็นเรื่องใหม่ มีความสลับซับซ้อนสูง หรือเพราะเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ ไม่อาจจะใช้วิธีการในอดีตได้ โดยมีเทคนิคที่นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ ดังนี้

- 2.1 ใช้ดุลพินิจ สัญชาติญาณและความคิดสร้างสรรค์
- 2.2 ใช้การคัดเลือกและฝึกอบรมผู้บริหาร
- 2.3 ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่มีความสลับซับซ้อนสูงเข้าไปประยุกต์ใช้

ประกอบการตัดสินใจ

สภาพแวดล้อมของการตัดสินใจ

การตัดสินใจที่ผู้บริหารทุกระดับขององค์การยุคใหม่จำเป็นต้องนำมาประกอบการพิจารณาในรูปของระดับความแน่นอนของสถานการณ์ไปจนถึงความไม่แน่นอน กล่าวคือ ในทางทฤษฎีอาจพิจารณาว่าผู้บริหารจะต้องมีข้อมูล สารสนเทศประกอบการตัดสินใจและมีความรู้เกี่ยวกับประเด็นปัญหาในการตัดสินใจอย่างครบถ้วน แต่บนพื้นฐานของความเป็นจริงย่อมเป็นไปได้ที่ผู้ตัดสินใจจะมีความพร้อมด้วยความรู้ ประสบการณ์และข้อมูลไปทุกประเด็นแต่ในบางกรณีอาจจะไม่ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องเลยก็ได้ ดังนั้น สถานการณ์ในการตัดสินใจซึ่งมีองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งอาจเป็นเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความล้มเหลว ในการตัดสินใจสามารถจำแนกได้ 4 ได้แก่ ระดับแรก ความแน่นอน ระดับที่สอง ความเสี่ยง ระดับที่สาม ความไม่แน่นอนและระดับสุดท้าย ความคลุมเครือ (บุญทวารณ วิงวอน, 2551, หน้า 434)

1. ความแน่นอน

การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอนอาจจะเกิดขึ้น ได้จริงก็ต่อเมื่อผู้บริหารทราบทางเลือกในทุก ๆ ทางเลือกกว่ามีเงื่อนไขอย่างไรและมีผลอย่างไร ในการดำเนินการตามทางเลือกนั้น การตัดสินใจในสถานการณ์ที่แน่นอนมีสมมติฐานว่า “ผู้บริหารต้องรู้ข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อสถานการณ์นั้น ๆ”

2. ความเสี่ยง

ภายใต้สถานการณ์ของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเมื่อผู้บริหารรู้ว่ามีความเสี่ยงทั้งหมดอะไรบ้างแต่ไม่ทราบถึงผลที่จะเกิดขึ้นในแต่ละทางเลือก ดังนั้น การตัดสินใจเลือกทางเลือกและเป็นเพียงการพยากรณ์เพื่อคาดการณ์ผลจากทางเลือกที่มีอยู่ โดยสิ่งที่มีความสำคัญต่อการคาดการณ์ภายใต้ความเสี่ยงและเป็นวิธีการที่ผู้บริหารอาศัยข้อมูลของความเสี่ยงที่จะเกิดผลในแต่ละทางเลือกซึ่งจะช่วยคาดการณ์ความน่าจะเป็นของความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของแต่ละทางเลือก

3. ความไม่แน่นอน

เทคนิคของการตัดสินใจที่มักจะพบมากที่สุดส่วนใหญ่จะเป็นการตัดสินใจ ภายใต้สภาพแวดล้อมของสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน กล่าวคือ ผู้ตัดสินใจไม่ทราบว่าทางเลือกทั้งหมดในสถานการณ์นั้น ๆ มีองค์ประกอบอะไรบ้าง อีกทั้งไม่ทราบอีกเช่นกันว่าผลลัพธ์จะเป็นอย่างไร การนำสถิติเข้ามาประยุกต์ใช้จึงไม่เป็นประโยชน์แต่อย่างใด ดังนั้น การตัดสินใจในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนนี้ขึ้นอยู่กับผู้ตัดสินใจว่าจะต้องตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับสถานการณ์ เพื่อสร้างกรอบของการวิเคราะห์ที่มีความเป็นเหตุเป็นผลในการนำไปประกอบการตัดสินใจ ถ้ามีการตั้งสมมติฐานผิดพลาด ข้อมลาคาดการณ์ได้ว่าความล้มเหลวในการตัดสินใจย่อมจะเกิดตามมาในอนาคต

4. ความคลุมเครือ

การตัดสินใจบางครั้งอาจจะต้องเผชิญกับความยุ่งยาก กล่าวคือ ในการตัดสินใจในสถานการณ์ที่คลุมเครือ ไม่ชัดเจน ไม่ทราบว่าปัญหาที่จะทำการตัดสินใจและเป้าหมายของการตัดสินใจนั้น คืออะไร ดังนั้น การกำหนดทางเลือกในการตัดสินใจเป็นสิ่งที่กระทำได้อย่างยากมาก และไม่สามารถหาสารสนเทศมาประกอบการตัดสินใจได้ ซึ่งบางครั้งเงื่อนไขต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยมากจึงมีความลำบากมากขึ้นที่การตัดสินใจในสถานการณ์ของความคลุมเครือ ส่วนใหญ่การตัดสินใจในลักษณะนี้มักจะประสบกับความล้มเหลว

รูปแบบของการตัดสินใจ

การตัดสินใจตามแนวคิดของโรบบินส์ (Robbins, 1994, p. 110) ซึ่งได้แบ่งรูปแบบการตัดสินใจเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบการตัดสินใจแบบผู้ชี้นำหรือนักชี้นำ เป็นลักษณะการตัดสินใจที่รวมเอาองค์ประกอบด้านวิธีการคิดแบบมีเหตุผลรวมเข้ากับองค์ประกอบของความแน่นอนในการตัดสินใจ เป็นลักษณะการตัดสินใจที่มีความเป็นตรรกะและมีประสิทธิภาพสูง สามารถตัดสินใจได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว โดยมีจุดเน้นอยู่ที่การตัดสินใจในระยะสั้น

2. รูปแบบการตัดสินใจแบบนักวิเคราะห์ เป็นการตัดสินใจที่รวมเอาส่วนผสมผสานระหว่างองค์ประกอบของการคิดแบบมีเหตุผลกับลักษณะของความไม่แน่นอนเข้าด้วยกัน บุคคลที่ตัดสินใจตามรูปแบบนี้จะพยายามแสวงหาข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุดก่อนการตัดสินใจและการพิจารณาผลของการตัดสินใจที่จะเกิดขึ้นในแต่ละทางเลือก ซึ่งการพิจารณาผลของการตัดสินใจที่จะเกิดขึ้นในแต่ละทางเลือกจะพิจารณาด้วยความระมัดระวัง

3. รูปแบบการตัดสินใจแบบนักคิด เป็นรูปแบบของผู้ที่พยายามมองปัญหาในภาพรวมหรือมุมกว้างและพยายามแสวงหาทางเลือกให้มากที่สุด ผู้ที่ตัดสินใจตามรูปแบบนี้จะเป็นผู้ที่มองการณ์ไกลและคิดค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหาคด้วยการสร้างสรรค์

4. รูปแบบการตัดสินใจแบบนักพฤติกรรม เป็นรูปแบบที่บุคคลพยายามมองวิธีการในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยสัญชาตญาณ และเป็นผู้ที่มีความมั่นคงในการตัดสินใจมาก เขาจะทำงานกับคนอื่นได้ดีด้วยการใช้หลักมนุษยสัมพันธ์ เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นและจะดูแลผู้ที่ทำงานร่วมกับตนเองเป็นพิเศษ

จากความหมายของการตัดสินใจสรุปได้ว่าการตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุด จากทางเลือกต่าง ๆ ที่หลากหลาย อย่างเหมาะสมและมีเหตุผลเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่คาดไว้หรือตั้งไว้

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมาย (Kotler, 1997, p. 92)

ส่วนประสมทางการตลาด (The Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างทางการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้ มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เราเรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า 7Ps ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้ จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์และศุภร เสรีรัตน์ (2541, หน้า 337-339) ได้สรุปเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการบริการ (Market Mix) ไว้ในหนังสือ การบริหารการตลาดยุคใหม่ที่ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอน คือ ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งซึ่งจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ในด้านการบริการด้านสินเชื่อนั้นถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ (Service Product) การที่จะสร้างความมั่นใจและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้นธุรกิจจะต้องสร้างและนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรมเพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ของลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่า ในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตราเป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคานโยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาจากการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรก คือ การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาให้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดและคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มแข่งขันด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภทในส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels) การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ลักษณะของการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่ายและลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดบริการในการส่งเสริมทางการตลาดอาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ประกอบไปด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ผู้อุปถัมภ์ราชการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาดที่กระทำการอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นแผนงานการนำเสนออย่างต่อเนื่องเพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กรตลอดจนสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้า การเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น ธุรกิจโรงพยาบาลยนต์ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็วในการจำหน่ายตัว หรือคุณประโยชน์อื่น

7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็วและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

แนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

ความหมายคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

วีรพงษ์ เถлимจิระรัตน์ (2543, หน้า 14-15) คุณภาพการให้บริการ คือ ความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้า หรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, หน้า 66) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติ ที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) ผู้รับบริการก็จะมีคามพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคลและความพึงพอใจนี้ เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

กรอนรูส (Gronroos, 1990, p. 17) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการว่าคุณภาพจำแนกได้ 2 ลักษณะ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถจะวัดได้เช่นเดียวกับการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมิน

ครอสบี (Crosby, 1988, p. 15) กล่าวว่าไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ยึดหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องของผู้ให้บริการและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ อีกทั้งยังสามารถทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

คุณภาพการให้บริการเป็นมโนทัศน์ในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988, p. 40, 1990, p. 18; Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004, p. 78; Kotler & Anderson, 1987, p. 102) ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามี ความสอดคล้องกันเพียงใด ข้อสรุปที่น่าสนใจอีกหนึ่งประการคือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้น หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นความพึงพอใจของการบริการจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตาม ความคาดหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคนั่นเอง

พาราสุรามาน, เซียแฮมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) ได้ให้ความสนใจในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการนั้น เป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญ 3 ข้อ ประกอบด้วย

1. คุณภาพการให้บริการคืออะไร (What is Service Quality?)
2. อะไรคือสาเหตุที่เกิดปัญหาคุณภาพการให้บริการ (What Causes Service-quality Problems?)
3. องค์กรสามารถแก้ปัญหาคุณภาพการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร (What Can Organizations Do to Solve These Problems?)

กล่าวสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ

คุณภาพของการบริการ คือ

1. ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. ระดับของความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า
3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการ

พาราสุรามาน, เซียแทมล์ และเบอร์รี่ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, p. 44) ได้ทำการ Focus Interview เพื่อศึกษาสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการ โดยเลือกตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการจากธุรกิจ 4 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจธนาคาร (Retail Banking) ธุรกิจบัตรเครดิต (Credit Card) ธุรกิจนายหน้าค้าหลักทรัพย์ (Securities Brokerage) และธุรกิจซ่อมบำรุง (Product Repair and Maintenance) ผลการศึกษาพบว่า เกณฑ์ที่ลูกค้าใช้บริการประเมินคุณภาพบริการ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตัวกำหนดคุณภาพบริการ (Determinants of Service Quality) ประกอบด้วย 10 ประการ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง การปฏิบัติงานได้อย่างสม่ำเสมอไม่มีข้อผิดพลาดและการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ
2. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจและความพร้อมของพนักงานในการให้บริการอย่างรวดเร็วโดยลูกค้าไม่ต้องรอคอย
3. ความรู้ความชำนาญ (Competence) หมายถึง มีความรู้และทักษะ เช่น ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสารและความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อและเข้าใช้บริการ หรือรับบริการได้สะดวกและไม่ซับซ้อนเกินไป
5. อหฺยาศัย (Courtesy) หมายถึง การแสดงความสุภาพต่อผู้ให้บริการและการให้บริการต้อนรับที่เหมาะสมและมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสื่อสารข้อมูลชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการให้ลูกค้าเข้าใจโดยง่าย
7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ชื่อเสียงขององค์กร ความซื่อสัตย์ คุณภาพ ของงานบริการมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (Security) หมายถึง การปราศจากซึ่งอันตราย ความเสี่ยงและข้อสงสัยไม่มั่นใจต่าง ๆ
9. การเอาใจใส่ (Understanding) หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสำคัญแก่ลูกค้าทุกคน

10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการและการจัดสถานที่บริการสวยงาม สะอาด รวมทั้งบุคลิกภาพของพนักงานผู้ให้บริการ การประกอบธุรกิจบริการให้ประสบผลสำเร็จนั้น จะต้องสามารถนำเสนอการบริการที่มีคุณภาพสูงสุดให้แก่ลูกค้า ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง กล่าวคือ จะต้องสามารถสนองตอบต่อความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) ได้ในระดับเดียวกัน หรือในระดับสูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวังเอาไว้

ข้อมูลด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทออมทรัพย์อยู่ 2 ประเภท คือ สลากออมทรัพย์ทวีสินและบัตรเพิ่มทรัพย์ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555 ก) โดยมีรายละเอียดดังนี้

สลากออมทรัพย์ทวีสิน

เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทมีรางวัลโดยกลุ่มธนาคารมีกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักการเมือง ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ประชาชนในเขตเมืองที่มีรายได้อยู่ในระดับปานกลางขึ้นไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเงินฝากมาก่อนเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและมีเม็ดเงินใหม่เข้ามาเพิ่มทุนดำเนินงานและรักษาสภาพคล่องของธนาคารอย่างแท้จริง (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2548, หน้า 47)

กลุ่มเป้าหมาย

1. บุคคลธรรมดา สำหรับบุคคลที่เป็นผู้เยาว์ต้องมีอายุตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไป กรณีอายุต่ำกว่า 7 ปีให้ฝากในชื่อของผู้ปกครองโดยระบุชื่อผู้เยาว์

2. นิติบุคคล

สลากออมทรัพย์ทวีสิน ชุดขวัญข้าว

หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน

1. รับฝากเป็นหน่วย ๆ ละ 500 บาท
2. เปิดรับฝากเงินตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน 2553 ในการฝากให้นำสำเนาบัตรประชาชนไปด้วย

การออกรางวัล

1. ออกรางวัลในวันที่ 16 ของทุกเดือน 3 ปี รวม 36 ครั้ง
2. ออกรางวัลครั้งแรกวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2554 และครั้งสุดท้ายวันที่ 16 มกราคม 2557
3. ดำเนินการออกรางวัลโดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ดอกเบียเงินฝาก

ฝากครบกำหนดได้ดอกเบียหน่วยละ 18.75 บาท รวมกับต้นเงินพร้อมดอกเบียหน่วยละ 518.75 บาท

การประกาศผลรางวัล

1. ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ AM 891 กิโลเฮิร์ตซ์ ช่วงเวลา 09.30 น. ถึง 11.00 น.

2. ประกาศผลรางวัลทาง Internet ที่ <http://www.baac.or.th>

3. ขอรับใบแจ้งผลการออกรางวัลได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา

4. ประกาศผลรางวัลทางหนังสือพิมพ์

5. ตรวจสอบรางวัลทางโทรศัพท์ หมายเลข 1900-1901-98, 1900-222-229 และ 1111

6. โทรศัพท์เคลื่อนที่เครือข่ายเอไอเอส กด *942

การรับรางวัล การโอนกรรมสิทธิ์และการถอนคืนเงินฝาก

1. หากผู้ฝากมีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ธนาคารจะ โอนเงินรางวัล ต้นเงินและดอกเบีย เมื่อครบกำหนดเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของผู้ฝาก

2. ครบกำหนดคืนเงินฝากวันที่ 20 มกราคม 2557

3. ต้องฝากอย่างน้อย 3 เดือนจึงจะถอนคืนได้ แต่ธนาคารจะไม่จ่ายดอกเบีย

4. การโอนกรรมสิทธิ์ ผู้ฝากต้องมาดำเนินการด้วยตนเองที่ธนาคาร

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีสิทธิถูกรางวัล 36 ครั้งตลอดระยะเวลาการฝาก นับตั้งแต่ออกรางวัลครั้งแรก

2. เงินรางวัลได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไป

3. ดอกเบียเงินฝาก ได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นผู้ทรงคนแรก

4. ใช้เป็นหลักประกันกู้เงิน ธ.ก.ส. ได้ ณ สาขาที่ฝาก

5. ใช้เป็นหลักประกันในการออกหนังสือค้ำประกันจาก ธ.ก.ส. (Bank Guarantee)

6. ใช้เป็นหลักประกันของและประกันสัญญาในงานจัดซื้อจัดจ้างของ ธ.ก.ส.

7. ใช้ประกันผู้ต้องหาในชั้นสอบสวนของตำรวจและอัยการและประกันตัวจำเลย

ในชั้นศาล

สลากออมทรัพย์ทวีสิน ชุดขวัญข้าว มีจำนวน 7 หมวดอักษร คือ LG-LM

มีจำนวนรางวัลและเงินรางวัล ดังนี้

รางวัลที่ 1 เลี้ยงหมวด	มี	1 รางวัล	รางวัลละ	20,000,000 บาท
รางวัลที่ 1 ต่างหมวด	มี	6 รางวัล	รางวัลละ	500,000 บาท
รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง	มี	21 รางวัล	รางวัลละ	200,000 บาท
รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง	มี	70 รางวัล	รางวัลละ	50,000 บาท
รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง	มี	140 รางวัล	รางวัลละ	20,000 บาท
รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง	มี	700 รางวัล	รางวัลละ	10,000 บาท
รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง	มี	140,000 รางวัล	รางวัลละ	200 บาท
รวมทั้งสิ้น		140,938 รางวัล	เงินรางวัล	68,500,000 บาท

การส่งเสริมการขายสำหรับผู้ฝากเงิน

ฝากก่อน 2 กุมภาพันธ์ 2554 ลุ้นรับรถยนต์ Toyota Altis ถึง 30 คัน

สลากออมทรัพย์ทวีสิน ชุดขวัญข้าว 2

หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน

1. รับฝากเป็นหน่วย ๆ ละ 500 บาท
2. ลูกค้าผู้ฝาก สทส.ชุดกล้วยไม้ไทย เริ่มรับฝากวันที่ 20 มิถุนายน 2554
3. ลูกค้ารายใหม่ เริ่มรับฝากวันที่ 1 กรกฎาคม 2554

การออกรางวัล

1. ออกรางวัลในวันที่ 16 ของทุกเดือน 3 ปี รวม 36 ครั้ง
2. ออกรางวัลครั้งแรกวันที่ 16 กันยายน 2554 และครั้งสุดท้ายวันที่ 16 สิงหาคม 2557
3. ดำเนินการออกรางวัลโดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ดอกเบี้ยเงินฝาก

ฝากครบกำหนดได้ดอกเบี้ยหน่วยละ 22.50 บาท รวมคืนต้นเงินพร้อมดอกเบี้ยหน่วยละ 522.50 บาท

การประกาศผลรางวัล

1. ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ AM 891 กิโลเฮิร์ตซ์ ช่วงเวลา 09.30 น. ถึง 11.00 น.
2. ประกาศผลรางวัลทาง Internet ที่ <http://www.baac.or.th>
3. ขอรับใบแจ้งผลการออกรางวัลได้ที่ ช.ก.ส. ทุกสาขา
4. ประกาศผลรางวัลทางหนังสือพิมพ์

การรับรางวัล การโอนกรรมสิทธิ์และการถอนคืนเงินฝาก

1. หากผู้ฝากมีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ธนาคารจะโอนเงินรางวัล เงินต้นและดอกเบี้ย เมื่อครบกำหนดเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของผู้ฝาก

2. ครบกำหนดคืนเงินฝากวันที่ 20 สิงหาคม 2557
3. ต้องฝากอย่างน้อย 3 เดือนจึงจะถอนคืนได้ แต่ธนาคารจะไม่จ่ายดอกเบี้ย
4. การโอนกรรมสิทธิ์ ผู้ฝากต้องมาดำเนินการด้วยตนเองที่ธนาคาร

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีสิทธิถูกรางวัล 36 ครั้งตลอดระยะเวลาการฝาก นับตั้งแต่ออกรางวัลครั้งแรก
2. เงินรางวัลได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไป
3. ดอกเบี้ยเงินฝาก ได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นผู้ทรงคนแรก
4. ใช้เป็นหลักประกันกู้เงิน ธ.ก.ส. ได้ ณ สาขาที่ฝาก
5. ใช้เป็นหลักประกันในการออกหนังสือค้ำประกันจาก ธ.ก.ส. (Bank Guarantee)
6. ใช้เป็นหลักประกันของและประกันสัญญาในงานจัดซื้อจัดจ้างของ ธ.ก.ส.
7. ใช้ประกันผู้ต้องหาในชั้นสอบสวนของตำรวจและอัยการ และประกันตัวจำเลย

ในชั้นศาล

สลากออมทรัพย์ทวีสิน ชุดขวัญข้าว 2 มีจำนวน 6 หมวดอักษร คือ LN-LT

มีจำนวนรางวัลและเงินรางวัล ดังนี้

รางวัลที่ 1 เลี่ยงหมวด	มี	1 รางวัล	รางวัลละ 20,000,000 บาท
รางวัลที่ 1 ต่างหมวด	มี	5 รางวัล	รางวัลละ 500,000 บาท
รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง	มี	18 รางวัล	รางวัลละ 200,000 บาท
รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง	มี	60 รางวัล	รางวัลละ 50,000 บาท
รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง	มี	120 รางวัล	รางวัลละ 20,000 บาท
รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง	มี	600 รางวัล	รางวัลละ 10,000 บาท
รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง	มี	120,000 รางวัล	รางวัลละ 200 บาท
รวมทั้งสิ้น		120,804 รางวัล	เงินรางวัล 61,500,000 บาท

การส่งเสริมการขายสำหรับผู้ฝากเงิน

ลุ้นรับรถยนต์ Nissan March จำนวน 45 คัน

กำหนดการออกรางวัล

- ครั้งที่ 1 เดือนกันยายน 2554
- ครั้งที่ 2 เดือนธันวาคม 2554

ครั้งสุดท้ายเดือนมิถุนายน 2555

รวม 3 ครั้ง ๆ ละ 15 รางวัล โดยวิธีการเสี่ยงหมวด

สลากออมทรัพย์ทวีสินชุดกล้วยไม้พระนาม

หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน

1. รับฝากเป็นหน่วย ๆ ละ 500 บาท
2. ลูกค้าผู้ฝาก สทส.ชุดกล้วยไม้พระนาม เริ่มรับฝากงานมหกรรมการเงิน (Money Expo 2012) วันที่ 17 พฤษภาคม 2555 และที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา วันที่ 15 มิถุนายน 2555

การออกรางวัล

1. ออกรางวัลในวันที่ 16 ของทุกเดือน 3 ปี รวม 36 ครั้ง
2. ออกรางวัลครั้งแรกวันที่ 16 สิงหาคม 2555 และครั้งสุดท้ายวันที่ 16 กรกฎาคม 2558
3. ดำเนินการออกรางวัลโดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ดอกเบี้ยเงินฝาก

1. ผู้ที่ฝากตั้งแต่วันที่ 17 พฤษภาคม 2555 ถึงวันที่ 10 สิงหาคม 2555 และฝากจนครบกำหนด จะได้รับดอกเบี้ยหน่วยละ 22.50 บาท คิดเป็นดอกเบี้ยร้อยละ 1.50 ต่อปี
2. ผู้ที่ฝากตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม 2555 เป็นต้นไป จะได้รับดอกเบี้ย ดังนี้
 - 2.1 ฝากไม่ครบปี ไม่ได้รับดอกเบี้ย
 - 2.2 ฝากตั้งแต่ 1 ปี ไม่ถึง 2 ปี ได้รับดอกเบี้ยหน่วยละ 2 บาท
 - 2.3 ฝากตั้งแต่ 2 ปี ไม่ถึง 3 ปี ได้รับดอกเบี้ยหน่วยละ 6 บาท

การประกาศผลรางวัล

1. ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ AM 891 กิโลเฮิร์ตซ์ ช่วงเวลา 09.30 น. ถึง 11.00 น.
2. ประกาศผลรางวัลทาง Internet ที่ <http://www.baac.or.th>
3. ขอรับใบแจ้งผลการออกรางวัลได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา
4. ประกาศผลรางวัลทางหนังสือพิมพ์

การรับรางวัล การโอนกรรมสิทธิ์และการถอนคืนเงินฝาก

1. หากผู้ฝากมีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ธนาคารจะ โอนเงินรางวัล เงินต้นและดอกเบี้ย เมื่อครบกำหนดเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของผู้ฝาก
2. ต้องฝากอย่างน้อย 3 เดือน จึงจะถอนคืนได้ แต่ธนาคารจะไม่จ่ายดอกเบี้ย
3. การโอนกรรมสิทธิ์ ผู้ฝากต้องมาดำเนินการด้วยตนเองที่ธนาคาร

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีสิทธิอุทธรณ์รางวัล 36 ครั้งตลอดระยะเวลาการฝาก นับตั้งแต่ออกรางวัลครั้งแรก
2. เงินรางวัลได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไป
3. ดอกเบี้ยเงินฝาก ได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นผู้ทรงคนแรก
4. ใช้เป็นหลักประกันกู้เงิน ธ.ก.ส. ได้ ณ สาขาที่ฝาก
5. ใช้เป็นหลักประกันในการออกหนังสือค้ำประกันจาก ธ.ก.ส. (Bank Guarantee)
6. ใช้เป็นหลักประกันของและประกันสัญญาในงานจัดซื้อจัดจ้างของ ธ.ก.ส.
7. ใช้ประกันผู้ต้องหาในชั้นสอบสวนของตำรวจและอัยการและประกันตัวจำเลย

ในชั้นศาล

สลากออมทรัพย์ทวีสิน ชุดกล้วยไม้พระนาม มีจำนวน 7 หมวดอักษร คือ MA-MG มีจำนวนรางวัลและเงินรางวัล ดังนี้

รางวัลที่ 1 เลี้ยงหมวด	มี	1 รางวัล	รางวัลละ	20,000,000 บาท
รางวัลที่ 1 ต่างหมวด	มี	6 รางวัล	รางวัลละ	500,000 บาท
รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง	มี	21 รางวัล	รางวัลละ	200,000 บาท
รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง	มี	70 รางวัล	รางวัลละ	50,000 บาท
รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง	มี	140 รางวัล	รางวัลละ	20,000 บาท
รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง	มี	700 รางวัล	รางวัลละ	10,000 บาท
รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง	มี	140,000 รางวัล	รางวัลละ	200 บาท
รวมทั้งสิ้น		140,938 รางวัล	เงินรางวัล	68,500,000 บาท

การประกาศผลรางวัล

1. ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ AM 891

กิโบลีเรตซ์ ช่วงเวลา 09.30 น. ถึง 11.00 น.

2. ประกาศผลรางวัลทาง Internet ที่ <http://www.baac.or.th>
3. ขอรับใบแจ้งผลการออกรางวัลได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา
4. ประกาศผลรางวัลทางหนังสือพิมพ์

การรับรางวัล การโอนกรรมสิทธิ์และการถอนคืนเงินฝาก

1. หากผู้ฝากมีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ธนาคารจะโอนเงินรางวัล เงินต้นและดอกเบี้ยเมื่อครบกำหนดเข้าบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ของผู้ฝาก

2. ต้องฝากอย่างน้อย 3 เดือนจึงจะถอนคืนได้ แต่ธนาคารจะไม่จ่ายดอกเบี้ย
3. การโอนกรรมสิทธิ์ ผู้ฝากต้องมาดำเนินการด้วยตนเองที่ธนาคาร

ตารางที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับสลากทรัพย์สินออมทรัพย์ทวีสิน

สลากออมทรัพย์ทวีสิน			
กลุ่มเป้าหมาย	1. บุคคลธรรมดาทั่วไป (เอกสารรับฝาก-บัตรประชาชนและสำเนาบัตรประชาชน) 2. นิติบุคคล (เอกสารรับฝาก-หนังสือสำคัญการจดทะเบียนนิติบุคคล, ตราประทับ, รายงานการประชุมและบัตรประชาชน)		
หน่วยรับฝาก	รับฝากหน่วยละ 500 บาท		
ชุด	ชุดขวัญข้าว	ชุดขวัญข้าว 2	ชุดกล้วยไม้พระนาม
หมวด	LG-LH-LI-LJ-LK-LL-LM	LN-LP-LQ-LR-LS-LT	MA-MB-MC-MD-ME-MF-MG
ดอกเบี้ย/ หน่วย	18.75 บาท (ร้อยละ 1.25 ต่อปี)	22.50 บาท (ร้อยละ 1.50 ต่อปี)	1. ผู้ที่ฝากภายในวันที่ 10 สิงหาคม 2555 และฝากจนครบกำหนดจะได้รับดอกเบี้ยหน่วยละ 22.50 บาท คิดเป็นอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 1.50 ต่อปี 2. ผู้ที่ฝากตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม 2555 เป็นต้นไปและผู้ที่ยกถอนเงินก่อนครบกำหนดจะได้รับดอกเบี้ย ดังนี้ 2.1 ฝากไม่ครบ 1 ปี ไม่ได้รับดอกเบี้ย 2.2 ฝากตั้งแต่ 1 ปี ไม่ถึง 2 ปี ได้รับดอกเบี้ยหน่วยละ 2 บาท 2.3 ฝากตั้งแต่ 2 ปี ไม่ถึง 3 ปี ได้รับดอกเบี้ยหน่วยละ 6 บาท

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สลากออมทรัพย์ทวีสิน				
ชุด	ชุดขวัญข้าว	ชุดขวัญข้าว 2	ชุดกล้วยไม้พระนาม	
จำนวนรางวัลและเงิน รางวัลต่อชุด	รางวัลที่ 1 เลี้ยงหมวด มี 1 รางวัล ๆ ละ 20,000,000 บาท	รางวัลที่ 1 เลี้ยงหมวด มี 1 รางวัล ๆ ละ 20,000,000 บาท	รางวัลที่ 1 เลี้ยงหมวด มี 1 รางวัล ๆ ละ 20,000,000 บาท	
	รางวัลที่ 1 ต่างหมวด มี 6 รางวัล ๆ ละ 100,000 บาท	รางวัลที่ 1 ต่างหมวด มี 5 รางวัล ๆ ละ 500,000 บาท	รางวัลที่ 1 ต่างหมวด มี 6 รางวัล ๆ ละ 500,000 บาท	
	รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง มี 21 รางวัล ๆ ละ 50,000 บาท	รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง มี 18 รางวัล ๆ ละ 200,000 บาท	รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง มี 21 รางวัล ๆ ละ 200,000 บาท	
	รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง มี 70 รางวัล ๆ ละ 10,000 บาท	รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง มี 60 รางวัล ๆ ละ 50,000 บาท	รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง มี 70 รางวัล ๆ ละ 50,000 บาท	
	รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง มี 140 รางวัล ๆ ละ 5,000 บาท	รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง มี 120 รางวัล ๆ ละ 25,000 บาท	รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง มี 140 รางวัล ๆ ละ 20,000 บาท	
	รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง มี 700 รางวัล ๆ ละ 3,000 บาท	รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง มี 600 รางวัล ๆ ละ 10,000 บาท	รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง มี 700 รางวัล ๆ ละ 10,000 บาท	
	รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง มี 140,000 รางวัล ๆ ละ 200 บาท	รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง มี 120,000 รางวัล ๆ ละ 200 บาท	รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง มี 140,000 รางวัล ๆ ละ 200 บาท	
	รางวัลส่งเสริมการขาย	รางวัลรถยนต์ Toyota Altis จำนวน 30 รางวัล	รางวัลรถยนต์ Nissan March จำนวน 45 รางวัล ครั้งที่ 1 วันที่ 16 กันยายน 2554 จำนวน 15 รางวัล ครั้งที่ 2 วันที่ 16 ธันวาคม 2554 จำนวน 15 รางวัล ครั้งที่ 3 วันที่ 16 มิถุนายน 2555 จำนวน 15 รางวัล	
	วันที่ครบกำหนด	20 มกราคม 2557	20 สิงหาคม 2557	20 สิงหาคม 2558

บัตรเพิ่มทรัพย์

มีรายละเอียด ดังนี้ (กลุ่มงานเงินฝากแบบมีรางวัล กองธุรกิจเงินฝากฝ่ายรายได้และ
ค่าธรรมเนียม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2552)

บัตรเพิ่มทรัพย์ ชุดที่ 1 และบัตรเพิ่มทรัพย์ ชุดที่ 2

หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน

1. รับฝากจากบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล
2. รับฝากเป็นหน่วย ๆ ละ 100 บาท
3. เปิดรับฝากเงินตั้งแต่วันที่ 3 พฤศจิกายน 2551 เป็นต้นไป ทั้งนี้ในการฝากให้นำสำเนา

บัตรประชาชนไปด้วย

การออกรางวัล

1. ออกรางวัลทุกเดือน รวม 3 ปี 36 ครั้ง โดยออกรางวัลในวันที่ 16 ของทุกเดือน
2. ชุดที่ 1 ออกรางวัล ครั้งแรก วันที่ 16 ม.ค. 51 ครั้งสุดท้าย วันที่ 16 ธ.ค. 54
3. ชุดที่ 2 ออกรางวัล ครั้งแรก วันที่ 16 ม.ค. 52 ครั้งสุดท้าย วันที่ 16 ธ.ค. 54
4. ดำเนินการออกรางวัลโดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ดอกเบี้ยเงินฝาก

1. เมื่อฝากครบกำหนด จะได้ดอกเบี้ยหน่วยละ 4.50 บาท
2. ถอนคืนก่อนครบกำหนด จะได้รับเงินคืนเฉพาะต้นเงิน หน่วยละ 100 บาท

การประกาศผลรางวัล

1. ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ AM 891
กิโวลีเรตซ์ ช่วงเวลา 09.30 น. ถึง 11.00 น.

2. ประกาศผลรางวัลทาง Internet ที่ <http://www.baac.or.th>
3. ขอรับใบแจ้งผลการออกรางวัลได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา
4. ประกาศผลรางวัลทางหนังสือพิมพ์
5. ตรวจสอบรางวัลทางโทรศัพท์ หมายเลข 1900-1901-98, 1900-222-299 และ 1111
6. โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย *499222

การรับเงินรางวัล

รับเงินรางวัลที่สำนักงาน ธ.ก.ส. สาขาที่ฝากเงิน

การถอนเงินฝาก

ต้องฝากอย่างน้อย 3 เดือน จึงจะมีสิทธิ์ถอนคืนก่อนกำหนดได้ แต่ไม่ได้รับดอกเบี้ย

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีสิทธิอุทธรณ์รางวัลตลอดระยะเวลาการฝาก
2. เงินรางวัลได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไป
3. ดอกเบี้ยเงินฝาก ได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นผู้ทรงคนแรก
4. ใช้เป็นหลักประกันกู้เงิน ธ.ก.ส. ได้ ณ สาขาที่ฝาก
5. ใช้เป็นหลักประกันในการออกหนังสือค้ำประกันจาก ธ.ก.ส. (Bank Guarantee)
6. ใช้เป็นหลักประกันของและประกันสัญญาในงานจัดซื้อจัดจ้างของ ธ.ก.ส.
7. ใช้ประกันผู้ต้องหาในชั้นสอบสวนของตำรวจและอัยการและประกันตัวจำเลย

ในชั้นศาล

มีจำนวนรางวัลและเงินรางวัล ดังนี้

รางวัลที่ 1	มี	5 รางวัล	รางวัลละ	1,000,000 บาท
รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง	มี	30 รางวัล	รางวัลละ	50,000 บาท
รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง	มี	100 รางวัล	รางวัลละ	10,000 บาท
รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง	มี	200 รางวัล	รางวัลละ	5,000 บาท
รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง	มี	1,000 รางวัล	รางวัลละ	3,000 บาท
รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง	มี	200,000 รางวัล	รางวัลละ	50 บาท
รวมทั้งสิ้น		201,335 รางวัล	เงินรางวัล	21,500,000 บาท

บัตรเพิ่มทรัพย์ ชุดที่ 3 และบัตรเพิ่มทรัพย์ ชุดที่ 4

หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน

1. รับฝากจากบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล
2. รับฝากเป็นหน่วย ๆ ละ 100 บาท
3. เปิดรับฝากเงินตั้งแต่วันที่ เริ่มรับฝากวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2553 เป็นต้นไป

การออกรางวัล

1. ออกรางวัลทุกเดือน รวม 3 ปี 36 ครั้ง โดยออกรางวัลในวันที่ 16 ของทุกเดือน
2. ชุดที่ 3-4 ออกรางวัล ครั้งแรก วันที่ 16 มี.ค. 53 ครั้งสุดท้าย วันที่ 16 มี.ค. 56
3. ดำเนินการออกรางวัลโดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ดอกเบี้ยเงินฝาก

1. เมื่อฝากครบกำหนด จะได้ดอกเบี้ยหน่วยละ 1 บาท
2. ถอนคืนก่อนครบกำหนด จะได้รับเงินคืนเฉพาะต้นเงิน หน่วยละ 100 บาท

การประกาศผลรางวัล

1. ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ AM 891 กิโลเฮิรตซ์ ช่วงเวลา 09.30 น. ถึง 11.00 น.
2. ประกาศผลรางวัลทาง Internet ที่ <http://www.baac.or.th>
3. ขอรับใบแจ้งผลการออกรางวัลได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา
4. ประกาศผลรางวัลทางหนังสือพิมพ์
5. ตรวจสอบรางวัลทางโทรศัพท์ หมายเลข 1900-1901-98, 1900-222-299 และ 1111
6. โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย *499222

การรับเงินรางวัล

รับเงินรางวัลที่สำนักงาน ธ.ก.ส. สาขาที่ฝากเงิน

การถอนเงินฝาก

ต้องฝากอย่างน้อย 3 เดือน จึงจะมีสิทธิ์ถอนคืนก่อนกำหนดได้ แต่ไม่ได้รับดอกเบี้ย

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีสิทธิ์ถูกรางวัลตลอดระยะเวลาการฝาก
2. เงินรางวัลได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไป
3. ดอกเบี้ยเงินฝาก ได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นผู้ทรงคนแรก
4. ใช้เป็นหลักประกันกู้เงิน ธ.ก.ส. ได้ ณ สาขาที่ฝาก
5. ใช้เป็นหลักประกันในการออกหนังสือค้ำประกันจาก ธ.ก.ส. (Bank Guarantee)
6. ใช้เป็นหลักประกันของและประกันสัญญาในงานจัดซื้อจัดจ้างของ ธ.ก.ส.
7. ใช้ประกันผู้ต้องหาในชั้นสอบสวนของตำรวจและอัยการและประกันตัวจำเลย

ในชั้นศาล

มีจำนวนรางวัลและเงินรางวัล ดังนี้

รางวัลที่ 1 เสียหมวด	มี	1 รางวัล	รางวัลละ	2,000,000 บาท
รางวัลที่ 1 ต่างหมวด	มี	4 รางวัล	รางวัลละ	100,000 บาท
รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง	มี	15 รางวัล	รางวัลละ	50,000 บาท
รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง	มี	50 รางวัล	รางวัลละ	10,000 บาท
รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง	มี	100 รางวัล	รางวัลละ	5,000 บาท
รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง	มี	500 รางวัล	รางวัลละ	3,000 บาท
รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง	มี	100,000 รางวัล	รางวัลละ	50 บาท
รวมทั้งสิ้น		100,670 รางวัล	เงินรางวัล	10,650,000 บาท

รางวัลพิเศษ

1. ทองคำหนัก 1 กิโลกรัม ชุดละ 2 รางวัล รวม 4 รางวัล มูลค่าประมาณ 5 ล้านบาท
2. “ทุนประกอบอาชีพ” ชุดละ 50 รางวัล รวม 2 ชุด 100 รางวัล ๆ ละ 200,000 บาท

มูลค่า 20,000,000 บาท

สำหรับรางวัลพิเศษนี้ ออกรางวัล 2 ครั้ง ๆ ละ 25 รางวัลต่อชุด รวม 50 รางวัล

1. ครั้งที่ 1 งวดวันที่ 16 เมษายน 2553
2. ครั้งที่ 2 งวดวันที่ 16 พฤษภาคม 2553

สิทธิถูกรางวัลพิเศษ ผู้มีสิทธิถูกรางวัลพิเศษ ต้องฝากเงินภายในวันที่ 2 เมษายน 2553

บัตรเพิ่มทรัพย์ ชุดที่ 6 และบัตรเพิ่มทรัพย์ ชุดที่ 7

หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน

1. รับฝากจากบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล
2. รับฝากเป็นหน่วย ๆ ละ 100 บาท
3. เปิดรับฝากเงินตั้งแต่วันที่ 21 พฤศจิกายน 2554 ทั้งนี้ ในการฝากให้นำสำเนาบัตรประชาชนไปด้วย

ประชาชนไปด้วย

การออกรางวัล

1. ออกรางวัลทุกเดือน รวม 3 ปี 36 ครั้ง โดยออกรางวัลในวันที่ 16 ของทุกเดือน
2. ชุดที่ 6 ออกรางวัล ครั้งแรก วันที่ 16 ม.ค. 55 ครั้งสุดท้าย วันที่ 16 ธ.ค. 57
3. ชุดที่ 7 ออกรางวัล ครั้งแรก วันที่ 16 ก.พ. 55 ครั้งสุดท้าย วันที่ 16 ม.ค. 58
4. ดำเนินการออกรางวัลโดยสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล

ดอกเบี้ยเงินฝาก

1. เมื่อฝากครบกำหนด จะได้ดอกเบี้ยหน่วยละ 5 บาท รวมคืนเงินพร้อมดอกเบี้ยหน่วยละ 105 บาท

2. ถอนคืนก่อนครบกำหนด จะได้รับเงินคืนเฉพาะต้นเงิน หน่วยละ 100 บาท

การประกาศผลรางวัล

1. ถ่ายทอดทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ AM 891 กิโลเฮิรตซ์ ช่วงเวลา 09.30 น. ถึง 11.00 น.

2. ประกาศผลรางวัลทาง Internet ที่ <http://www.baac.or.th>

3. ขอรับใบแจ้งผลการออกรางวัลได้ที่ ธ.ก.ส. ทุกสาขา

4. ประกาศผลรางวัลทางหนังสือพิมพ์

5. ตรวจสอบรางวัลทางโทรศัพท์ หมายเลข 1900-1901-98, 1900-222-299 และ 1111

6. โทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย *499222

การรับเงินรางวัล

รับเงินรางวัลที่สำนักงาน ธ.ก.ส. สาขาที่ฝากเงิน

การถอนเงินฝาก

ต้องฝากอย่างน้อย 3 เดือน จึงจะมีสิทธิถอนคืนก่อนกำหนดได้ แต่ไม่ได้รับดอกเบี้ย

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับ

1. มีสิทธิถูกรางวัลตลอดระยะเวลาการฝาก
2. เงินรางวัลได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไป
3. ดอกเบี้ยเงินฝาก ได้รับการยกเว้นภาษีสำหรับบุคคลทั่วไปซึ่งเป็นผู้ทรงคนแรก
4. ใช้เป็นหลักประกันกู้เงิน ธ.ก.ส. ได้ ณ สาขาที่ฝาก
5. ใช้เป็นหลักประกันในการออกหนังสือค้ำประกันจาก ธ.ก.ส. (Bank Guarantee)
6. ใช้เป็นหลักประกันของและประกันสัญญาในงานจัดซื้อจัดจ้างของ ธ.ก.ส.
7. ใช้ประกันผู้ต้องหาในชั้นสอบสวนของตำรวจและอัยการและประกันตัวจำเลย

ในชั้นศาล

บัตรเพิ่มทรัพย์ชุดที่ 6 และ 7 มีจำนวนชุดละ 10 หมวด

ชุดที่ 6 คือ หมวด BA, BB, BC, BD, BE, BF, BG, BH, BI และ BJ

ชุดที่ 7 คือ หมวด BK, BL, BM, BN, BO, BP, BQ, BR, BS และ BT

มีจำนวนรางวัลและเงินรางวัล ดังนี้

รางวัลที่ 1 เลี้ยงหมวด	มี	1 รางวัล	รางวัลละ	2,000,000 บาท
รางวัลที่ 1 ต่างหมวด	มี	9 รางวัล	รางวัลละ	100,000 บาท
รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง	มี	30 รางวัล	รางวัลละ	50,000 บาท
รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง	มี	100 รางวัล	รางวัลละ	10,000 บาท
รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง	มี	200 รางวัล	รางวัลละ	5,000 บาท
รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง	มี	1,000 รางวัล	รางวัลละ	3,000 บาท
รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง	มี	200,000 รางวัล	รางวัลละ	50 บาท
รวมทั้งสิ้น		201,340 รางวัล	เงินรางวัล	19,400,000 บาท

รางวัลพิเศษ

“ทุนประกอบอาชีพ” ชุดละ 90 รางวัล รวม 2 ชุด 180 รางวัล ๆ ละ 100,000 บาท รวม

18,000,000 บาท

สำหรับรางวัลพิเศษนี้ ออกรางวัล 3 ครั้ง ๆ ละ 30 รางวัลต่อชุด รวม 60 รางวัล

1. ครั้งที่ 1 งวดวันที่ 16 เมษายน 2553
2. ครั้งที่ 2 งวดวันที่ 16 พฤษภาคม 2553

ตารางที่ 2 รายละเอียดเกี่ยวกับบัตรเพิ่มทรัพย์

บัตรเพิ่มทรัพย์			
กลุ่มเป้าหมาย		1. บุคคลธรรมดาทั่วไป (เอกสารรับฝาก-บัตรประชาชน และสำเนาบัตรประชาชน) 2. นิติบุคคล (เอกสารรับฝาก-หนังสือสำคัญการจดทะเบียนนิติบุคคล, ตราประทับ, รายงานการประชุมและบัตรประชาชน)	
หน่วยรับฝาก		รับฝากหน่วยละ 100 บาท	
ชุด	ชุดที่ 1-2	ชุดที่ 3-4 -5	ชุดที่ 6-7
หมวด	ชุดที่ 1 AA-AB-AC-AD-AE ชุดที่ 2 AF-AG-AH-AI-AJ	ชุดที่ 3 AK-AL-AM-AN-AO ชุดที่ 4 AP-AQ-AR-AS-AT ชุดที่ 5 AU-AV-AW-AX-AY	ชุดที่ 6 BA-BB-BC-BD-BE-BF-BG-BH-BI-BJ ชุดที่ 7 BK-BL-BM-BN-BO-BP-BQ-BR-BS-BT
ดอกเบี้ย/หน่วย	4.5 บาท (ร้อยละ 1.5 ต่อปี)	1 บาท (ร้อยละ 0.33 ต่อปี)	5 บาท (ร้อยละ 1.67 ต่อปี)
จำนวนรางวัลและเงินรางวัลต่อชุด	รางวัลที่ 1 มี 5 รางวัล ๆ ละ 1,000,000 บาท	รางวัลที่ 1 มี 1 รางวัล ๆ ละ (เสี่ยงหมวด)	รางวัลที่ 1 มี 1 รางวัล ๆ ละ (เสี่ยงหมวด)
	รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง มี 30 รางวัล ๆ ละ 50,000 บาท	2,000,000 บาท	2,000,000 บาท
	รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง มี 100 รางวัล ๆ ละ 10,000 บาท	รางวัลที่ 1 ต่างหมวด มี 4 รางวัล ๆ ละ 100,000 บาท	รางวัลที่ 1 ต่างหมวด มี 9 รางวัล ๆ ละ 100,000 บาท
	รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง มี 200 รางวัล ๆ ละ 5,000 บาท	รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง มี 30 รางวัล ๆ ละ 50,000 บาท	รางวัลที่ 2 หมุน 3 ครั้ง มี 30 รางวัล ๆ ละ 50,000 บาท
		รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง มี 100 รางวัล ๆ ละ 10,000 บาท	รางวัลที่ 3 หมุน 10 ครั้ง มี 100 รางวัล ๆ ละ 10,000 บาท

ตารางที่ 2 (ต่อ)

บัตรเพิ่มทรัพย์สิน			
ชุด	ชุดที่ 1-2	ชุดที่ 3-4 -5	ชุดที่ 6-7
	รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง มี 1,000 รางวัล ๆ ละ 3,000 บาท	รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง มี 200 รางวัล ๆ ละ 5,000 บาท	รางวัลที่ 4 หมุน 20 ครั้ง มี 200 รางวัล ๆ ละ 5,000 บาท
	รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง มี 200,000 รางวัล ๆ ละ 50 บาท	รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง มี 1,000 รางวัล ๆ ละ 3,000 บาท	รางวัลที่ 5 หมุน 100 ครั้ง มี 1,000 รางวัล ๆ ละ 3,000 บาท
		รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง มี 200,000 รางวัล ๆ ละ 50 บาท	รางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 2 ครั้ง มี 200,000 รางวัล ๆ ละ 50 บาท
		รางวัลทุนประกอบอาชีพ 100 รางวัล ๆ ละ 100,000 บาท	รางวัลทุนประกอบอาชีพ 180 รางวัล ๆ ละ 100,000 บาท
		รางวัลทองคำหนัก 1 กิโลกรัม จำนวน 4 รางวัล ครั้งที่ 1 วันที่ 16	ครั้งที่ 1 วันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2555 จำนวน 60 รางวัล
รางวัลส่งเสริมการ ขาย		กุมภาพันธ์ 2555 ครั้งที่ 2 วันที่ 16	ครั้งที่ 2 วันที่ 16 พฤษภาคม 2555 จำนวน 60 รางวัล
		พฤษภาคม 2555	ครั้งที่ 3 วันที่ 16 สิงหาคม 2555 จำนวน 60 รางวัล
	ชุดที่ 1 วันที่ 20 พฤศจิกายน 2554	ชุดที่ 3-4 วันที่ 20 มีนาคม 2556	ชุดที่ 6 วันที่ 20 ธันวาคม 2557
วันที่ครบกำหนด	ชุดที่ 2 วันที่ 20 ธันวาคม 2554	ชุดที่ 5 วันที่ 20 มิถุนายน 2556	ชุดที่ 7 วันที่ 20 มกราคม 2558

ข้อมูลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

ประวัติความเป็นมา

พ.ศ. 2509 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

นายจำเนียร สารระนาท ผู้จัดการ ธ.ก.ส. คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงาน ธ.ก.ส. ทุกคนละเว้นการอันควรต่าง ๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริตและไม่เบียดเบียนลูกค้า เพราะงานสินเชื่อเพื่อการเกษตร เป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ความชำนาญยิ่งขึ้น ขอให้ท่านละเว้นการอันควรละเว้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้า จงทำงานหนัก เร่งรัด ทุ่มเท อดทน และแม่นยำ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งพนักงาน ธ.ก.ส. ถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน

ปรับบทบาทสู่ธนาคารพัฒนาชนบท

ทศวรรษที่ 1 (พ.ศ. 2509-2519) มุ่งลดบทบาทเงินกู้ในระบบในทศวรรษแรก ธ.ก.ส. ให้ความสำคัญกับการให้สินเชื่อเพื่อการผลิตระยะสั้นและระยะปานกลาง แก่เกษตรกรให้ทั่วถึงอย่างรวดเร็ว เพื่อลดบทบาทของเงินกู้ในระบบ โดยสร้างนวัตกรรมทางการเงินใหม่ที่ให้สินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน โดยใช้บุคคลในกลุ่มค้าประกันรับรองรับผิดชอบอย่างลูกหนี้ร่วมกัน สร้างรากฐานความพร้อมของเกษตรกรเพื่อสร้างรายได้และฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

ทศวรรษที่ 2 (พ.ศ. 2520-2529) พัฒนาการให้สินเชื่อและบริการครบวงจร ช่วงทศวรรษที่ 2 ธ.ก.ส. ได้พัฒนาแนวทางปฏิบัติงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยการให้บริการสินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน ในรูปแบบของสัญญาเครดิตเงินสด เพื่อให้เกษตรกรเบิกรับเงินกู้โดยสะดวกและเริ่มดำเนินงานบนพื้นฐานความร่วมมือกับส่วนราชการและเอกชน ในการช่วยหาปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกพัฒนาการเกษตรอย่างครบวงจร ในรูปของวัสดุอุปกรณ์การเกษตรและเชื่อมโยงการตลาดโดยการจัดตลาดกลางพืชผลการเกษตรตลอดจนการรับจำนำข้าวเปลือก

ทศวรรษที่ 3 (พ.ศ. 2530-2539) ช่วยเหลือเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน จัดตั้งสถาบันเกษตรกรช่วงทศวรรษที่ 3 ได้พยายามขยายการให้บริการเกษตรกรให้ทั่วถึงและครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรชั้นเล็กและยากจน ซึ่งปกติจะไม่สามารถขอใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ ธ.ก.ส.

ทศวรรษที่ 4 (พ.ศ. 2540-2549) น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาชนบท ช่วงทศวรรษที่ 4 ช.ก.ส. ได้ปรับบทบาทและกลยุทธ์การดำเนินงานครั้งสำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยขอแก้ไข พ.ร.บ. ช.ก.ส. ให้ครอบคลุมการให้สินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพอื่นเพื่อเสริมรายได้ รวมทั้งการพัฒนาความรู้และ คุณภาพชีวิต ตลอดจนได้น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับ เกษตรกรลูกค้า เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียงและมั่นคง สร้างความเข้มแข็งสู่ชุมชน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมและสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังปลูกฝังให้พนักงานดูแล และ ให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิดและทั่วถึง

นอกจากนี้ ในปี 2542 ช.ก.ส. ได้จัดตั้งกองทุนขึ้น โดยใช้ชื่อว่า กองทุนธนาคารอิสลาม (Islamic Banking Fund) เพื่อทำหน้าที่ให้บริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลามและสามารถ ดำเนินการได้ภายใต้กรอบ พ.ร.บ. ช.ก.ส.

ทศวรรษที่ 5 (พ.ศ. 2550-ปัจจุบัน) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อยและ ให้บริการสินเชื่อที่หลากหลายเข้าสู่ทศวรรษที่ 5 ช.ก.ส. ยังคงมุ่งมั่นกับภารกิจพัฒนาชนบทภายใต้ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย อีกทั้งขยาย การให้บริการสินเชื่อไปสู่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง และสหกรณ์ทุกประเภท ให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุนในระบบ พร้อมทั้งสนับสนุนสินเชื่อ เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม เพื่อให้เกษตรกรลูกค้ามีฐานะและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้งสร้างวัฒนธรรม องค์กรให้พนักงานทำงานเป็นทีม มีความซื่อสัตย์ มีสำนึกรับผิดชอบ และใช้ชีวิตพอเพียงบน มาตรฐานเดียวกัน ทุกช่วงเวลาที่ผ่านมา ช.ก.ส. มุ่งมั่นต่อพันธกิจที่มีต่อเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เพื่อ ช่วยเหลือและสนับสนุนเกษตรกร และเศรษฐกิจภาคเกษตรในชนบทให้เติบโตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

วัตถุประสงค์ ช.ก.ส.

1. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร สำหรับ
 - 1.1 ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม
 - 1.2 ประกอบอาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้
 - 1.3 พัฒนาความรู้ในด้านเกษตรกรรมหรืออาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนา คุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร
 - 1.4 ดำเนินกิจการตามโครงการที่เป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบ เกษตรกรรม ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิต ของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

2. ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม
3. ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใด ที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร หรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูปและการตลาด หรือเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต
4. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์ เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์

แผนการดำเนินงาน ปีบัญชี 2555-2559

1. วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) ของธนาคาร
 - 1.1. วิสัยทัศน์ (Vision) "เป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่มั่นคง มีการจัดการที่ทันสมัย เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย"
 - 1.2. พันธกิจ (Mission) เพื่อก้าวสู่การเป็นธนาคารพัฒนาชนบทเต็มรูปแบบ ธ.ก.ส. ได้กำหนดพันธกิจสำคัญไว้ 4 ประการ คือ
 - 1.2.1 บริการสินเชื่อครบวงจร เพื่อเสริมสร้างโอกาสและสนับสนุนเกษตรกรจนสามารถเพิ่มผลผลิต ได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ
 - 1.2.2 พัฒนาการเรียนรู้ด้านการจัดการทรัพยากร เพื่อให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
 - 1.2.3 บริหารจัดการเงินทุน ให้เพียงพอและมีต้นทุนที่เหมาะสมต่อการดำเนินงาน
 - 1.2.4 พัฒนาบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ
2. ค่านิยมองค์กร (Core Value)

ธ.ก.ส. ยึดมั่นในหลักการบริหารงาน SPARK เพื่อช่วยสะท้อนความรับผิดชอบขององค์กร ที่มีต่อประชาชน สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินการตามพันธกิจให้บรรลุวิสัยทัศน์อันพึงประสงค์ ประกอบด้วย

 - 2.1. ความยั่งยืน (Sustainability: S) ความยั่งยืนทั้งขององค์กร ธ.ก.ส. ลูกค้า ผู้ถือหุ้น สังคม และสิ่งแวดล้อม
 - 2.2. การมีส่วนร่วม (Participation: P) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

2.3. ความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบ (Accountability: A) ความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการและบุคลากร

2.4. ความเคารพและให้เกียรติ (Respect: R) ความเคารพและให้เกียรติต่อตนเองและผู้อื่น

2.5. การส่งเสริมและยกระดับความรู้ (Knowledge: K) การส่งเสริมและยกระดับความรู้ให้เป็นธนาคารแห่งการเรียนรู้

3. ยุทธศาสตร์การดำเนินงาน

ธ.ก.ส. น้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงหลักการบริหารจัดการที่ดี (Good Governance) ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social Responsibility) มาเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนภารกิจองค์กร ธ.ก.ส. อย่างบูรณาการ ภายใต้วิสัยทัศน์และพันธกิจ เพื่อพัฒนาภาคการเกษตรและภาคชนบทให้เป็นสังคมอุดมปัญญา เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร โดย ธ.ก.ส. สร้างโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน พัฒนาเกษตรกรและเครือข่าย สร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดและหาแนวทางประกันความเสี่ยงให้กับลูกค้าจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานไว้ 5 ด้าน ดังนี้

3.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนสินเชื่อเชิงรุกอย่างมีคุณภาพ

เพื่อเป็นการเพิ่ม โอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้เกษตรกรรายย่อย ธ.ก.ส.

จึงสนับสนุนการให้บริการด้านสินเชื่อโดยเฉพาะสินเชื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตตลอด Value Chain ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยใช้เครือข่ายธุรกิจชุมชนและขบวนการสหกรณ์เป็นกลไกในการขับเคลื่อนควบคู่กับการพัฒนาองค์ความรู้แก่เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรและสนับสนุนให้ลูกค้ามีการประกันความเสี่ยงและความเสียหาย ทั้งด้านชีวิต ด้านอาชีพและด้านรายได้ รวมทั้งการปรับปรุงกระบวนการสินเชื่อทุกขั้นตอนให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยน โครงสร้างทางการเงินภาคชนบท

3.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการเรียนรู้และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับลูกค้า

เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยการพัฒนาชุมชนเกษตรให้เป็นเครือข่ายเกื้อกูลกันและกันผ่านศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ ธ.ก.ส. และสถาบันพัฒนาเกษตรกรและชนบทและพัฒนากลุ่มเกษตรกรรายคนให้มีการจัดการการผลิตที่ทันสมัย มีคุณภาพและเสริมสร้างการรวมกลุ่มผลิตเพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรอง รวมทั้ง พัฒนาทักษะของสถาบันเกษตรกรด้านการจัดการทางธุรกิจและการตลาดเพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการสู่สากล

3.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 บริหารเงินทุนให้สมดุลและเพียงพอ

มุ่งเน้นการเติบโตด้านเงินฝากด้วยการรักษาลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยการบริหารความสัมพันธ์และกระตุ้นการออมอย่างต่อเนื่อง โดยกำหนด อัตราผลตอบแทนที่สอดคล้องกับอัตราดอกเบี้ยในตลาด ตลอดจนเพิ่มช่องทางและความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ

3.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน

พัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกรรมบริการใหม่ ๆ ให้ตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้า โดยนำเทคโนโลยีและระบบงานธุรกิจหลัก (CBS) มาใช้ในการเพิ่ม ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจและดำเนินโครงการธนาคารใกล้บ้าน โดยร่วมมือกับเครือข่ายชุมชน เพื่อลดต้นทุนในการเดินทางของลูกค้า

3.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 จัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรที่ดีตามกรอบ Good Governance Risk Management Compliance (GRC) ด้วยการมีแผนแม่บทในการดำเนินงานและบริหารจัดการ เจริญบูรณาการ ใช้การวิจัยนำการพัฒนา จัดตั้งสถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (BAAC Academy) เพื่อส่งเสริมพนักงานให้ทำงานอย่างมืออาชีพและพัฒนาการประชาสัมพันธ์สื่อสารภาพลักษณ์ องค์กรเพื่อสร้างภาพจำที่ดีต่อลูกค้า ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียและสังคม

4. วัฒนธรรมของ ธ.ก.ส.

ชื่อสัตย์สุจริต มีสำนึกรับผิดชอบ ตอบสนองเป็นทีม ยึดบริการด้วยใจ ใช้ชีวิตพอเพียง

5. ข้อมูลธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในปัจจุบัน

ปัจจุบัน ธ.ก.ส. มีฝ่ายกิจการสาขา 9 ฝ่ายสำนักงานธ.ก.ส. ระดับจังหวัด 75 แห่งเพื่อทำ หน้าที่กำกับดูแลสาขาในสังกัดทั่วประเทศรวมจำนวน 1,026 สาขา มีหน่วยธุรกิจสินเชื่อที่ให้บริการ จำนวน 968 หน่วยกระจายอยู่ในท้องที่อำเภอต่าง ๆ ทั่วประเทศสำหรับเกษตรกรที่ได้รับบริการ สินเชื่อจาก ธ.ก.ส. มีจำนวนทั้งสิ้น 6.25 ล้านครัวเรือนจำแนกเป็นเกษตรกรลูกค้ารายคน 4.50 ล้าน ครัวเรือนสมาชิกสหกรณ์การเกษตร 1.63 ล้านครัวเรือนและสมาชิกกลุ่มเกษตรกร 6,942 ครัวเรือน ฝ่ายกิจการสาขา 9 ฝ่าย ดังนี้

5.1 ฝ่ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย เชียงราย แพร่ เชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน น่าน พะเยาและแม่ฮ่องสอน

5.2 ฝ่ายกิจการสาขาภาคเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย ตาก พิษณุโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์และอุทัยธานี

5.3 ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประกอบด้วย อุดรธานี ขอนแก่น ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ เลย สกลนคร นครพนม มหาสารคาม หนองคาย หนองบัวลำภู มุกดาหารและบึงกาฬ

5.4 ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประกอบด้วย ชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี อำนาจเจริญและยโสธร

5.5 ฝ่ายกิจการสาขาภาคกลาง ประกอบด้วย ออยุธยา สระบุรี ลพบุรี ชัยนาท นนทบุรี อ่างทอง กรุงเทพฯ ปทุมธานีและสิงห์บุรี

5.6 ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันออก ประกอบด้วย ปราจีนบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา นครนายก จันทบุรี ระยอง ตราด ชลบุรี สระแก้วและสมุทรปราการ

5.7 ฝ่ายกิจการสาขาภาคตะวันตก ประกอบด้วย เพชรบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม ประจวบคีรีขันธ์ ราชบุรี กาญจนบุรี สมุทรสาครและสมุทรสงคราม

5.8 ฝ่ายกิจการสาขาภาคใต้ตอนบน ประกอบด้วย ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี กระบี่ พังงาและภูเก็ต

5.9 ฝ่ายกิจการสาขาภาคใต้ตอนล่าง ประกอบด้วย ปัตตานี นครศรีธรรมราช สงขลา พัทลุง นราธิวาส ตรัง ยะลาและสตูล

6. ข้อมูลธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง
ในปัจจุบันสำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง มี 3 สาขา ดังนี้ ธ.ก.ส.สาขาระนอง มีพนักงานจำนวน 35 คน ธ.ก.ส.สาขากระบี่ มีพนักงาน จำนวน 19 คน และ ธ.ก.ส.สาขากะเปอร์ มีพนักงานจำนวน 17 คน โดยมีวิสัยทัศน์และพันธกิจในการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้

6.1 วิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) ของ ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง

6.1.1 วิสัยทัศน์ (Vision) “เป็นผู้นำในการสนองนโยบายธนาคารสู่ความสำเร็จ และมีหลักการบริหารจัดการที่ดี”

6.1.2 พันธกิจ (Mission) ได้กำหนดพันธกิจสำคัญไว้ 7 ประการ คือ

6.1.2.1 ให้บริการสินเชื่อเพื่อส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าและประสิทธิภาพการผลิตให้มีคุณภาพ

6.1.2.2 ให้บริการสินเชื่อเพื่อการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่า

6.1.2.3 บริหารจัดการทุนให้เพียงพอและมีต้นทุนที่เหมาะสมต่อ

การตอบสนองต่อพันธกิจหลักของธนาคารเน้นการมีสภาพคล่องและมีเสถียรภาพ

6.1.2.4 การส่งเสริมและพัฒนาความรู้ให้แก่บุคลากร

6.1.2.5 พัฒนาและสนับสนุนความเข้มแข็งของลูกค้าและชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

6.1.2.6 บริหารจัดการหนี้อย่างมีคุณภาพตามศักยภาพของลูกค้า

6.1.2.7 ให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ

6.2 ภารกิจของ ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง

ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง มีภารกิจในการดำเนินงานตามนโยบายธนาคาร ดังต่อไปนี้

6.2.1 นำนโยบายธนาคารสู่การปฏิบัติ บูรณาการยุทธศาสตร์ระดับภูมิภาค ยุทธศาสตร์ของจังหวัด แผนธุรกิจของ ฝตบ. แผนธุรกิจของ สนจ.เชื่อมโยงสู่แผนปฏิบัติงาน ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง

6.2.2 อำนาจหน้าที่และบุคลากรที่สามารถสนับสนุนการดำเนินงานของสาขา โดยสามารถบริหารจัดการงานธนาคารได้ครบถ้วน ตามที่ได้รับมอบหมาย

6.2.3 มีการจัดกลุ่มงานภายใน ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง และกำหนดบทบาทหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน จำนวน 4 สายงาน ดังนี้

6.2.3.1 สายงานธุรกิจสินเชื่อ มีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

6.2.3.1.1 รับผิดชอบในการบริหารของหน่วยอำเภอให้บรรลุผลสำเร็จตามนโยบาย วัตถุประสงค์และเป้าหมายของธนาคาร ตลอดจนพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาชนบทของธนาคาร

6.2.3.1.2 รับผิดชอบในการปฏิบัติงานสินเชื่อด้านเกษตรกร นอกภาคการเกษตร สหกรณ์นอกภาคการเกษตร สถาบันเกษตรกร องค์กรชุมชนงานเงินฝาก งานรายได้ ค่าบริการ งานส่งเสริมการผลิต การแปรรูป งานด้านการตลาด งานบริหารคุณภาพหนี้ งานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรลูกค้าและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เพื่อให้เป็นไปตามนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและแผนงานของจังหวัดระนอง

6.2.3.2 สายงานการเงินการธนาคาร มีหน้าที่รับผิดชอบดังนี้

6.2.3.2.1 รับผิดชอบในการปฏิบัติงานด้านการเงิน การธนาคารและการบัญชี สร้างรายได้ ค่าธรรมเนียมและค่าบริการ (FBI) ของสาขาให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้สาขามีสภาพคล่อง เป็นไปตามเป้าหมายของจังหวัดระนอง

6.2.3.2.2 ปฏิบัติงานด้านการเงินการธนาคารและการบัญชีของสาขา ให้เป็นไปตามข้อบังคับ ระเบียบวิธีปฏิบัติและสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้าในฐานะผู้แทน ภาพลักษณ์ของธนาคาร

6.2.3.3 สายงานพัฒนาลูกค้าและชุมชน มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต การจัดการ การตลาดของลูกค้า กลุ่มลูกค้า สถาบันเกษตรกร องค์กรท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน กองทุนในพื้นที่ ให้เกิดความเข้มแข็งและเชื่อมโยงธุรกิจกับธนาคาร อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6.2.3.4 สายงานสนับสนุนธุรการ มีหน้าที่รับผิดชอบงานธุรการ งานสารบรรณ งานจัดเก็บเอกสาร งานพัสดุทรัพย์สิน งานพิมพ์หนังสือและงานบริการ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานสาขา ตลอดจนปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้อง

6.3 นโยบายการดำเนินงานของ ธ.ก.ส. จังหวัดระนอง ปี 2555

6.3.1 ขยายการจ่ายสินเชื่อพืชพลังงานทดแทนและพืชเศรษฐกิจรวมทั้งสินเชื่อนอกภาค เพื่อกระตุ้นการสร้างงานในชนบท

6.3.2 ให้มีการบริหารจัดการหนี้อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อควบคุมหนี้ NPLs

6.3.3 ส่งเสริมการออมเงินในภาคประชาชนและส่วนราชการเพิ่มขึ้นจากปีบัญชี 2554

6.3.4 ส่งเสริมการหารายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียมผ่านเครือข่ายเงินออมและพันธมิตร

6.3.5 สนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานของสาขา

6.3.6 ส่งเสริมให้พนักงานเป็นคนดี คนเก่งและมีความสุขในการดำเนินชีวิต

6.3.7 พัฒนาและส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับลูกค้าและชุมชน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555 ก)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตติมา ศรีวรวิทย์ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษกรณีศึกษาธนาคารออมสินภาค 2 วัดลูประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษและปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าที่ใช้บริการสาขาในสังกัดธนาคารออมสินภาค 2 โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าไคสแควร์ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-19,999 บาท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ใน

การซื้อสลากออมสินพิเศษเพื่อการเสี่ยงโชคโดยซื้อเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้งมูลค่า การซื้อสลากออมสินพิเศษเฉลี่ยครั้งละ 5,001-10,000 บาท การชำระเงินส่วนใหญ่ชำระด้วยเงินสด ส่วนประมาณการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อสลากออมสินพิเศษมากที่สุด คือ ผลិតภัณฑ์ เนื่องจากสลากออมสินพิเศษสามารถถอนคืนก่อนกำหนดได้ รองลงมา ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคาและการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าจำนวนครั้งที่ซื้อสลากออมสินพิเศษมีความสัมพันธ์กับ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพสาขาที่ซื้อสลากออมสินพิเศษ มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และระยะเวลาการเป็นลูกค้า ส่วนมูลค่าที่ซื้อสลากออมสินพิเศษ มีความสัมพันธ์กับ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาการเป็นลูกค้า

พิสมร พัตรตราณ์ (2548) ศึกษาเรื่องความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด พบว่า

1. ด้านความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ในการซื้อสลากออมทรัพย์ สกส.

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาสมาชิกมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในเรื่องความเหมาะสมของการตั้งราคาของสลากออมทรัพย์มูลค่า 300 บาท ต่อหน่วยและราคา 500 บาท ต่อหน่วยด้านผลิตภัณฑ์สมาชิกมีความคิดเห็นในระดับมาก ในเรื่องสลากออมทรัพย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้เกิดการออม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ประกันความเสี่ยงในเรื่องการลงทุนคืนผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกในระยะยาวและมีความคุ้มค่าในการลงทุนระยะยาวด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมแต่ยังมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในการตั้งซื้อสลากออมทรัพย์ สกส. ด้วยระบบออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต การสั่งซื้อโดยตรงจากสำนักงานใหญ่และสาขาของ ธ.ก.ส ในส่วนภูมิภาคและการสั่งซื้อผ่านตัวแทนในด้านการส่งเสริมการขาย สมาชิกมีความคิดเห็นในระดับมากในเรื่องการประชาสัมพันธ์การออมสลากออมทรัพย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตและหนังสือเวียน

จากการศึกษาประชาามีความคิดเห็นเชิงบวกต่อสลากออมทรัพย์เป็นเพราะประชาชนเห็นความสำคัญของการออมทรัพย์ อีกทั้งยังมีผลตอบแทนในรูปของเงินรางวัลซึ่งเป็นแรงจูงใจอีกทางหนึ่งที่ทำให้ประชาชนซื้อสลาก

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีต่อความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ สกส. พบว่าปัจจัยทางสังคม ได้แก่ อายุ ระยะการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์ต่อการซื้อปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยรวมของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อสลาก แต่ค่าใช้จ่ายไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อสลากทั้งนี้อาจเป็นเพราะภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้ประชาชนลดการใช้จ่ายในครัวเรือนลงและหันมาออมมากขึ้น

รุ่งวิภา ลาวัณย์รัตนากุล (2549) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน

พิเศษเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงมีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป สมรสแล้ว อายุ 45 ปีขึ้นไป เป็นพนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ ในส่วนของพฤติกรรมการศึกษาซื้อสลากออมสินพิเศษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษ โดยมีลักษณะการซื้อเป็นครั้งคราววิธีการชำระเงินในการซื้อชำระด้วยเงินสด/เช็คถอนจากธนาคารพาณิชย์และวัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อการออมเงิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญระดับมาก 5 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการให้บริการของพนักงานและด้านขั้นตอนการให้บริการและความสำคัญระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านส่งเสริมการตลาด

วิจิต ขอบพานิช (2550, หน้า 140-141) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ งวดที่ 31 ของผู้บริโภคร ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ งวดที่ 31 ของผู้บริโภครในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้ำที่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษ งวดที่ 31 ในจังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 300 คน กำหนดตัวอย่างแบบโควต้า การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ทราบข้อมูลสลากออมสินในเรื่องราคาผลตอบแทนเมื่อซื้อสลากครบอายุและผลตอบแทนในรูปแบบเงินรางวัล ในขณะที่ถือสลากออมสินอยู่โดยไม่ถอนคืนก่อนครบกำหนดผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการเป็นอันดับแรกโดยเฉพาะการรับรางวัลสลากออมสินพิเศษ สามารถโอนเงินรางวัลเข้าบัญชีได้และสามารถรับรางวัลหรือซื้อสลากออมสินพิเศษได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศรองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องที่พนักงานสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสินพิเศษ ได้เป็นอย่างดี การซื้อสลากออมสินพิเศษสะดวกและรวดเร็วเป็นต้นและการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการน้อยที่สุด

กณ พชรกมล (2551) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินและพฤติกรรมการศึกษาซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขต

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยประชาชนทั่วไป 114 ราย เกษตรกร 76 ราย ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน มี 5 ปัจจัยหลัก ดังนี้ ด้านราคา ได้แก่ สลากออมทรัพย์ทวีสินมีราคาต่อหน่วยเหมาะสม ด้านผลตอบแทนที่จะได้รับประกอบด้วย ดอกเบี้ยต่อหน่วยที่ได้รับสมเหตุสมผล สลากมีรางวัลจำนวนมากและมีมูลค่ารางวัลสูง ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การขายคืนสลากได้โดยไม่เสียค่าปรับหรือหักเงินต้น รางวัลและ ดอกเบี้ยได้รับการยกเว้นภาษี สลากออมทรัพย์ทวีสินใช้เป็นหลักประกันเงินกู้ ใช้ประกันตัว ผู้ต้องหาหรือสัญญาจัดซื้อจัดจ้างได้ ด้านผู้ซื้อที่มีความชอบในการลงทุนในสลากออมทรัพย์ทวีสิน ด้านการส่งเสริมการขายของ ธ.ก.ส. ซึ่งประกอบด้วยการประชุมสัมพันธ์ผ่านสื่อพนักงาน ธ.ก.ส. มีการแนะนำและชี้แจง และมีการชิงโชคส่วนพฤติกรรมในการซื้อสลาก ประกอบด้วย ประเภทของการซื้อ มูลค่าการซื้อ การเคยใช้สลากเป็นหลักประกันเงินกู้ ประกันชองหรือสัญญาในการจัดซื้อจัดจ้างและประกันตัวผู้ต้องหาหรือจำเลยหรือไม่ การเคยถูกรางวัลและประเภทรางวัลที่เคยถูก และ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติไค์สแควร์ ทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างกลุ่มผู้ซื้อสลากที่เป็นประชาชนทั่วไป และเกษตรกร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนทั่วไปที่ซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 31-50 ปี สมรสแล้ว การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพค้าขายและประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-30,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน 2 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา คือ สลากออมทรัพย์ทวีสินมีราคาต่อหน่วยเหมาะสม รองลงมา คือ ปัจจัยด้านผลตอบแทนที่ได้รับ ซึ่งประกอบด้วย ดอกเบี้ยต่อหน่วยที่ได้รับสมเหตุสมผล สลากมี จำนวนรางวัลและมูลค่าของรางวัลมาก ส่วนใหญ่ซื้อแบบเรียงหมายเลข มูลค่าการซื้อไม่เกิน 50,000 บาท ไม่เคยใช้สลากเป็นหลักประกันเงินกู้ ไม่เคยใช้ประกันชองหรือสัญญาในการจัดซื้อจัดจ้าง หรือประกันตัวผู้ต้องหาหรือจำเลย ส่วนใหญ่เคยถูกรางวัลเลขท้าย 3 ตัว และการซื้อสลากผู้ซื้อ ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเอง ส่วนเกษตรกรที่ซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ ระหว่าง 31-50 ปีสมรสแล้ว มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน 2 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา คือ สลากออม ทรัพย์ทวีสินมีราคาต่อหน่วยเหมาะสม รองลงมาคือปัจจัยด้านผลตอบแทนที่ได้รับ ซึ่งประกอบด้วย ดอกเบี้ยต่อหน่วยที่ได้รับสมเหตุสมผล สลากมีจำนวนรางวัลและมูลค่าของรางวัลมาก ส่วน พฤติกรรมในการซื้อสลาก พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อแบบเรียงหมายเลข มูลค่าการซื้อไม่เกิน 10,000 บาท ไม่เคยใช้สลากเป็นหลักประกันเงินกู้ หลักประกันชอง หรือสัญญาในการจัดซื้อจัดจ้าง ไม่เคยใช้ ประกันตัวผู้ต้องหาหรือจำเลย ส่วนใหญ่ไม่เคยถูกรางวัล ในส่วนผู้ที่เคยถูกรางวัลส่วนใหญ่เคยถูก รางวัลเลขท้าย 3 ตัว และการซื้อสลากผู้ซื้อตัดสินใจด้วยตัวเอง

ในการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ระหว่างกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นประชาชนทั่วไป และเกษตรกร พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันทั้ง 5 ปัจจัย กล่าวคือ กลุ่มประชาชนทั่วไปมีความเห็นว่า ปัจจัยทั้ง 5 ปัจจัย มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินมากกว่ากลุ่มเกษตรกร

ไพฑูรย์ ไบเจริญ (2551, หน้า 61) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินแบบสลากออมสินพิเศษของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขาแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง การศึกษารุ่นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินแบบสลากออมสินพิเศษของลูกค้ำธนาคารออมสินสาขาแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง กลุ่มประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้ำของธนาคารออมสิน สาขาแจ้ห่ม อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง ที่ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมสินพิเศษ จำนวน 1,502 ราย ซึ่งมีการสุ่มตัวอย่างตามหลักการของ Yamane คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 315 ราย ที่เป็นตัวแทนกลุ่มประชากร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกอนเนกนาม (Multinomial Logistic Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินแบบสลากออมสินพิเศษของลูกค้ำธนาคารออมสินสาขาแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพและมูลค่ารวมเงินฝาก ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินแบบสลากออมสินพิเศษ ยกเว้นปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านรายได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินแบบสลากออมสินพิเศษ และปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินแบบสลากออมสินพิเศษยกเว้นด้านส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินแบบสลากออมสินพิเศษ

ณภัทร กันทะวงศ์ (2553, หน้า 138) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 สาขา จำนวน 400 ราย ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า จำนวนหน่วยที่ถือครองอยู่ระหว่าง 11-100 หน่วยมากที่สุด ระยะเวลาที่ถือครองอยู่ในช่วง 3 เดือน-ไม่ถึง 1 ปี มากที่สุด

ณัฐพงศ์ ศิริธรรานนท์ (2554) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขาอ้อมใหญ่ จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลาก

ออมสินพิเศษของธนาคารออมสินมากที่สุด คือ ด้านบุคคลากร มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีเหนือคู่แข่ง ตลอดจนขั้นตอน เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อ สลากออมทรัพย์ของธนาคาร

ฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2555 ก, หน้า 28-29) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์รูปแบบใหม่ การสำรวจ ความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์รูปแบบใหม่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวม ข้อมูล โดยแบบสอบถาม ชุดที่ 1 สอบถามผู้บริหารและพนักงาน ธ.ก.ส. สาขา และแบบสอบถาม ชุดที่ 2 สอบถามลูกค้าหรือผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้าสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. โดยสามารถรวบรวม แบบสอบถามชุดที่ 1 จำนวน 616 ชุด และชุดที่ 2 จำนวน 924 ชุด

พนักงานส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การจำหน่ายสลากออมทรัพย์ทวีสินชุด ขวัญข้าว 2 และบัตรเพิ่มทรัพย์ ชุด 6 และ 7 ของสาขาส่วนใหญ่สามารถจำหน่ายได้ตามเป้าหมายและใน ระยะเวลาที่กำหนดไว้ แต่ต้องดำเนินการเชิงรุกหรือจัดรายการส่งเสริมการขายเพิ่มเติม ส่วนกระแส ในการจำหน่ายสลากออมทรัพย์ทวีสินชุดด้วยไม้พระนาม สาขาส่วนใหญ่คาดการณ์ว่าจะสามารถ จำหน่ายได้ตามเป้าหมายในระยะเวลาที่กำหนด แต่ต้องดำเนินการเชิงรุกเช่นเดียวกัน ปัจจัยที่มีผล ในการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ขึ้นอยู่กับ มูลค่าของรางวัลที่ 1 และอัตราผลตอบแทน (ดอกเบี้ย) ส่วนบัตรเพิ่มทรัพย์ชุดที่ คือ ราคาต่อหน่วย และอัตราผลตอบแทน (ดอกเบี้ย) การโฆษณาผ่านสื่อหลัก (โทรทัศน์ช่องหลักและหนังสือพิมพ์) เป็นสิ่งที่เป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าของ สาขาสนใจและเข้ามาสอบถามรายละเอียดของสลากออมทรัพย์ได้มากที่สุด เงื่อนไขหรือคุณสมบัติ ของสลากออมทรัพย์ทวีสินและบัตรเพิ่มทรัพย์ สาขาเห็นว่า มีความสอดคล้องกับความต้องการของ ลูกค้าแล้ว ไม่ต้องปรับปรุงเงื่อนไขและคุณสมบัติ ยกเว้นอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตามอัตราดอกเบี้ยใน ตลาดและการประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์ช่องหลักเหมาะสมมากที่สุด สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีและควรควรมีการจัดกิจกรรมเดินตลาด เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อีก ช่องทางหนึ่งและการแจ้งข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ให้ข้อมูล หรือขอข้อมูล ลูกค้าของสาขา ส่วนใหญ่ ใช้บริการผ่านทางพนักงานสาขา

ผลการวิจัยพบว่าลูกค้าหรือผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้าสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี มีอาชีพเกษตรกรและข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่เคย ซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน คือ มูลค่าของ รางวัลที่ 1 และอัตราผลตอบแทน ส่วนบัตรเพิ่มทรัพย์ คือ ราคาต่อหน่วย และมูลค่ารางวัลที่ 1 ลูกค้า ส่วนใหญ่ได้รับข่าวการเปิดจำหน่ายสลากออมทรัพย์ทวีสินและบัตรเพิ่มทรัพย์ ผ่านทาง การโฆษณา ผ่านสื่อหลัก (โทรทัศน์ช่องหลักและหนังสือพิมพ์) เงื่อนไขหรือคุณสมบัติของสลากออมทรัพย์

ทวีสิน และบัตรเพิ่มทรัพย์สิน ลูกค้าน่าเห็นว่า มีความเหมาะสมแล้ว ไม่ต้องปรับปรุงเงื่อนไขและคุณสมบัติ ยกเว้นอัตราดอกเบี้ยที่ปรับตามอัตราดอกเบี้ยในตลาด ส่วนรูปแบบใหม่ของสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ลูกค้าเห็นว่ารูปแบบที่ 1 เหมาะสมมากที่สุด ซึ่งเงื่อนไขและรางวัล คล้ายกับบัตรเพิ่มทรัพย์สิน แต่มีจำนวนรางวัลและมูลค่าเพิ่มขึ้น ช่องทางส่วนใหญ่ที่ลูกค้าใช้ ในการร้องเรียน ข้อเสนอแนะ ให้ข้อมูล หรือขอข้อมูล คือ การผ่านทางพนักงานสาขา

ข้อเสนอแนะ มีดังนี้

1. แม้ว่าสลากออมทรัพย์ (สลากทวีสินและบัตรเพิ่มทรัพย์สิน) จะสามารถจำหน่ายได้ตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดไว้ แต่สาขาจะต้องดำเนินการในเชิงรุก อีกทั้งลูกค้าของธนาคารอย่างน้อยร้อยละ 10 ยังไม่ได้ใช้บริการนี้ ซึ่งธนาคารอาจต้องสนับสนุนสาขาในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลัก ได้แก่ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงลูกค้ามากที่สุด อีกทั้งสื่อสารให้สาขาทราบล่วงหน้าเพื่อให้สาขาแจ้งให้ลูกค้าเดิมทราบและสามารถบอกต่อแก่ผู้อื่นได้อีกช่องทางหนึ่ง รวมทั้งอาจมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ของลูกค้าและประชาชนทั่วไปเพิ่มเติม

2. จุดขายของสลากออมทรัพย์ทวีสินที่ผ่านมา คือ มูลค่าของรางวัลที่ 1 แต่สลากออมทรัพย์ทวีสินชุดกล้วยไม้พระนาม จุดขาย คือ ดอกเบี๊ยเงินฝาก ส่วนจุดขายของบัตรเพิ่มทรัพย์สิน คือ ราคาต่อหน่วย ซึ่งกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์หรือนำเสนอผลิตภัณฑ์อาจต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการในเวลาใดเวลาหนึ่ง

3. นอกจากรางวัลที่ 1 หรือรางวัลใหญ่จะเป็นสิ่งที่จูงใจในการใช้บริการ แต่ลูกค้าเห็นว่าการกระจายเม็ดเงินจากรางวัลใหญ่ไปสู่รางวัลย่อย เพื่อให้เพิ่มโอกาสถูกรางวัล เป็นสิ่งที่ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการ ธนาคารจึงควรมีการกระจายเม็ดเงินมาสู่รางวัลย่อยมากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มมูลค่าหรือจำนวนรางวัลย่อย ซึ่งสะท้อนจากการเลือกผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ในรูปแบบที่ 1 และ 4 ในสัดส่วนรางวัลใหญ่และรางวัลย่อยที่เหมาะสม แต่ต้องไม่ทำให้จุดขายของผลิตภัณฑ์เดิมสูญหายไป ซึ่งธนาคารจะต้องมีการพัฒนารูปแบบสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า สามารถแข่งขันได้ และสอดคล้องกับปัจจัยแวดล้อมอื่นที่เปลี่ยนไป

4. ในการส่งเสริมการขายในบางช่วงที่มีการแข่งขันสูง อาจพิจารณารางวัลพิเศษเพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายเพิ่มเติม

5. พนักงานต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีเหนือคู่แข่ง ตลอดจนขั้นตอนและวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องแม่นยำ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ บริการและธนาคาร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจและศึกษาจากเอกสารทางรายงานวิชาการ รายงานการวิจัยและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

รูปแบบการศึกษา

1. ศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัยและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชาชน
ผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ สาขาระนอง สาขากระบี่ สาขาเกาะเปอร์ โดยมีจำนวนทั้งหมด จำนวน 9,065 ราย (ฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555 ข)
2. กลุ่มตัวอย่าง
ผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3 สาขา การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด จำนวน 9,065 ราย (ฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555 ข) จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 ตัวอย่างโดยใช้แบบสุ่มจากกลุ่มตัวอย่างการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1970) (พงษ์เสถียร เหลืองอลงกต, 2555 หน้า 32)

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ

$$\frac{9,065}{1+9,065(0.05)^2}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง = 385 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Method) การสุ่มตัวอย่างของประชากรลูกค้าเงินฝาก สลากออมทรัพย์ จำนวนประชากร 9,065 คน ขนาดตัวอย่าง 385 คน จะเป็นการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 385 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถาม เป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพและรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Questions) โดยมีระดับการวัดข้อมูลดังนี้

- 1.1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 1.2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 1.3 ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 1.4 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 1.5 สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

2. ข้อมูลใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบมีหลายคำตอบให้เลือก (Multichotomous Questions) โดยมีระดับการวัดข้อมูลดังนี้

- 2.1 ประเภทของสลากออมทรัพย์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 2.2 จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ที่ถือครอง เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)
- 2.3 ระยะเวลาที่ถือครองสลากออมทรัพย์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
- 2.4 ช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง โดยแบ่งคำถาม ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (บุคคล/ พนักงาน) ด้านกายภาพและด้านการให้บริการ เป็นคำถามปลายปิดโดยได้กำหนดการให้คะแนนแบบเกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนประกอบด้วย

- 5 คะแนนหมายถึง การตัดสินใจมากที่สุด
 - 4 คะแนนหมายถึง การตัดสินใจมาก
 - 3 คะแนนหมายถึง การตัดสินใจปานกลาง
 - 2 คะแนนหมายถึง การตัดสินใจน้อย
 - 1 คะแนนหมายถึง การตัดสินใจน้อยที่สุด
4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือในการศึกษาโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ผู้ศึกษาได้ทำ

การทบทวนวรรณกรรมมาแล้วเบื้องต้นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 อาจารย์ ดร.กฤษฎา นันทเพ็ชร อาจารย์วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

3.2 อาจารย์พรเทพ นามกร อาจารย์วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

3.3 นายถนัด คงสมบัติ ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขากระบุรี

โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าว ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือในด้านเนื้อหาคำถาม เพื่อให้ครอบคลุมและวัดได้ตรงตามที่ต้องการวัด รวมทั้งตรวจสอบความเป็นปรนัย (Objectivity) ของคำถาม คำตอบแต่ละข้อเพื่อให้ได้ข้อคำถาม คำตอบที่ชัดเจน ถูกต้อง เมื่อผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทำการปรับแก้ให้เหมาะสมทั้งภาษาและเนื้อหาตามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้แบบสอบถามมีคุณภาพและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบภาษาที่ใช้ให้เป็นที่เข้าใจและมีความชัดเจนเมื่อนำแบบสอบถามไปใช้จริง โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ (Reliability Test) ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.9313 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงจากประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คนต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ขึ้นหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

2. ผู้ศึกษาขออนุญาตผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

3. นำแบบสอบถามไปแจกจ่ายให้กับผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง โดยใช้ระยะเวลารวบรวม

1 เดือน เพื่อใช้เป็นแนวทางวิเคราะห์ข้อมูล

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ก่อนนำไปลงรหัส แล้วจึงป้อนข้อมูลจากแบบลงรหัสในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ผลต่อไป

5. จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 385 ชุด โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา และมีความสมบูรณ์ จำนวน 385 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วน คือ

1. ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

2. ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

3. ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

4. ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีการประมวลผลค่าทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์แบบสอบถาม ดังนี้

1.1 ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะภาพ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

1.2 ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านประเภทของ สลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ที่ถือครอง จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ที่ถือครอง ระยะเวลา ที่ถือครองสลากออมทรัพย์และช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

1.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (บุคคล/ พนักงาน) ด้านกายภาพและรูปแบบ การให้บริการและด้านการให้บริการ ซึ่งเป็นกระบวนการให้บริการเงินฝากประเภทสลากออม ทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบ สมมติฐาน โดยใช้ข้อมูลในส่วนที่ 1 เพื่อทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวแปรไม่เกิน 2 กลุ่ม (Independent Sample t-test) โดยกำหนดค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และการวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างตัวแปร คือ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยผู้ให้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เพื่อวิเคราะห์ ความแตกต่างของตัวแปร ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ ในเวลาเดียวกัน โดยใช้การทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ซึ่งเป็นวิธีการเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรครั้งละคู่ และหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลาก ออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างกัน จะใช้สถิติ การวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวแปรไม่เกิน 2 กลุ่ม (Independent Sample t-test)

2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลาก ออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างกัน จะใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

2.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองแตกต่างกัน จะใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

2.4 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองแตกต่างกัน จะใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

2.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองแตกต่างกัน จะใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

2.6 ลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองแตกต่างกัน จะใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

เกณฑ์การแปลผล

1. ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะภาพ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละนำเสนอในรูปแบบตารางและแปลผลโดยการบรรยาย

2. ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน ประเภทของสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส.ที่ถือครอง จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส.ที่ถือครอง ระยะเวลาที่ถือครองสลากออมทรัพย์ และ ช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละนำเสนอในรูปแบบตารางและแปลผลโดยการบรรยาย

3. ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

4. ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
เกณฑ์ในการแปลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของตัวแปรต่าง ๆ ที่แสดงระดับการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แบ่งระดับการตัดสินใจออกเป็น 5 ระดับโดยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต, 2550, หน้า 55)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิตการแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยโดยยึดเกณฑ์ตามค่าที่ได้จากสูตรของระดับชั้น = 0.80 โดยกำหนดการแปลค่าคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถามตามการแปลความหมายเป็น 5 ช่วงชั้นที่เท่ากันดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ระดับการตัดสินใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับการตัดสินใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับการตัดสินใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

การศึกษา “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง และเปรียบเทียบการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ สาขาระนอง สาขากระบรี และสาขากะเปอร์ จำนวน 385 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 3 สาขา ได้แก่ สาขาระนอง สาขากระบรี และสาขากะเปอร์ โดยมีจำนวนทั้งหมด 9,065 ราย (ฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2555 ข) จำนวน 385 คน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยการแจกแจงความถี่และคิดเป็นร้อยละ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	221	57.40
หญิง	164	42.60
รวม	385	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	10	2.60
21 ปีขึ้นไป-30 ปี	91	23.64
31 ปีขึ้นไป-40 ปี	92	23.90
41 ปีขึ้นไป-50 ปี	116	30.13
51 ปีขึ้นไป	76	19.74
รวม	385	100.00
3. การศึกษา		
ประถมศึกษา	72	18.70
มัธยมศึกษาตอนต้น	66	17.14
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	106	27.53
อนุปริญญา/ ปวส.	71	18.44
ปริญญาตรี	63	16.36
สูงกว่าปริญญาตรี	7	1.82
รวม	385	100.00
4. สถานภาพ		
โสด	68	17.66
สมรส	284	73.77
หม้าย	29	7.53
หย่าร้าง	4	1.04
รวม	385	100.00

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ		
ข้าราชการ	43	11.17
รัฐวิสาหกิจ	28	7.27
เกษตรกร	199	51.69
ค้าขาย	81	21.04
อื่น ๆ	34	8.83
รวม	385	100.00
6. รายได้		
ไม่เกิน 5000 บาท	25	6.49
5,001-10,000 บาท	144	37.40
10,001-15,000 บาท	172	44.68
15,001-20,000 บาท	37	9.61
20,001-30,000 บาท	6	1.56
มากกว่า 30,000 บาท	1	0.26
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้ดังนี้

1. เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.40 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 42.60
2. อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.13 รองลงมาอายุ 31 ปี ขึ้นไป-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 23.90 และต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.60 เป็นอันดับสุดท้าย
3. ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 27.53 รองลงมา คือ ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.70 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 1.82 เป็นอันดับสุดท้าย
4. สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่สมรส คิดเป็นร้อยละ 73.77 รองลงมา คือ โสด คิดเป็นร้อยละ 17.66 และหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 1.04 เป็น อันดับสุดท้าย

5. อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 51.69 รองลงมา คือ ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 21.04 และรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.27 เป็นอันดับสุดท้าย

6. รายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 44.68 รองลงมา คือ มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.40 และมีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.26 เป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำนวน 385 คน ประกอบด้วย ประเภทของสลากออมทรัพย์ จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ ระยะเวลาการถือครองสลากและช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ด้วยการแจกแจงความถี่และคิดเป็นร้อยละ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของ ธ.ก.ส.	จำนวน	ร้อยละ
1. ประเภทสลาก		
สลากออมทรัพย์	262	68.05
บัตรเพิ่มทรัพย์	82	21.30
ฉลากออมทรัพย์และบัตรเพิ่มทรัพย์	41	10.65
รวม	385	100.00
2. จำนวนหน่วย		
1-10 หน่วย	177	45.97
11-100 หน่วย	191	49.61
101-1,000 หน่วย	13	3.38
มากกว่า 1,000 หน่วย	4	1.04
รวม	385	100.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของ ธ.ก.ส.	จำนวน	ร้อยละ
3. ระยะเวลาถือครองสลาก		
น้อยกว่า 3 เดือน	67	17.40
3 เดือน-ไม่ถึงปี	173	44.94
1 ปี-ไม่ถึง 2 ปี	53	13.77
2 ปี-ไม่ถึง 3 ปี	92	23.90
รวม	385	100.00
4. ช่วงเวลา		
เช้า 08.30-11.59 น.	261	67.79
พักเที่ยง 12.00-13.00 น.	51	13.25
บ่าย 13.01-15.30 น.	73	18.96
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำนวน 385 คน จำแนกตามประเภทของสลากออมทรัพย์ จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ ระยะเวลาการถือครองสลากและช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ได้ดังนี้

1. ประเภทสลากออมทรัพย์ออมทรัพย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ให้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่ฝากไว้หรือถือครองอยู่เฉพาะสลากออมทรัพย์เท่านั้น มีจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 68.05 รองลงมา คือ เฉพาะบัตรเพิ่มทรัพย์มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 ประเภทสลากออมทรัพย์ที่ฝากไว้หรือถือครองอยู่ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ถือครองทั้งสลากออมทรัพย์และบัตรเพิ่มทรัพย์มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.06

2. จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ให้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่มีจำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ฝากไว้ หรือถือครองอยู่คือ 11-100 หน่วย มีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 49.61 รองลงมาคือ 1-10 หน่วย มีจำนวน 177 คน

คิดเป็นร้อยละ 45.97 จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ฝากไว้หรือถือครองอยู่ที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ถ้อยมากกว่า 1,000 หน่วย มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 1.04

3. ระยะเวลาการถือครองสลาก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการ ด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัด ระนอง จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่ถือครองสลากออมทรัพย์นาน อยู่ 3 เดือน-ไม่ถึงปี มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.94 รองลงมา คือ นาน 2 ปี-ไม่ถึง 3 ปีมีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.90 และช่วงเวลาที่ถือครองสลากออมทรัพย์ที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ถ้อยน้อยกว่า 3 เดือน มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40

4. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำนวน 385 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ คือ ช่วงเวลาทำการตอนเช้า 08.30-11.59 น. มีจำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 67.79 รองลงมา คือ ช่วงเวลาทำการตอนบ่าย 13.01-15.30 น. มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.96 ช่วงเวลาที่มีการใช้ บริการจำนวนน้อยที่สุดคือ ตอนพักเที่ยง 12.00-13.00 น. มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล/ พนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการให้บริการ ซึ่งเป็นกระบวนการให้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ดังรายละเอียดใน ตารางที่ 5-12

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ระยะเวลาของ การถือครองสลาก ออมทรัพย์ทวีสินมี ความเหมาะสมใน การลงทุน	196 (50.91)	177 (45.97)	12 (3.12)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.48	0.56	มากที่สุด	2
2. การฝากสลาก ออมทรัพย์ทวีสิน ตลอดระยะเวลา 3 ปี มีสิทธิ์ในการถูก รางวัลทั้งหมด 36 ครั้ง	136 (35.32)	211 (54.81)	37 (9.61)	1 (0.26)	0 (0.00)	4.25	0.63	มากที่สุด	5
3. การฝากเงินจาก การซื้อสลากออม ทรัพย์ทวีสินไม่ต้อง มีการเสียภาษี	213 (55.32)	160 (41.56)	12 (3.12)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.52	0.56	มากที่สุด	1
4. เงินรางวัลที่ได้ จากการฝากเงินกับ สลากออมทรัพย์ทวี สินคุ้มค่ากับการ ลงทุน	163 (42.34)	206 (53.51)	16 (4.16)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.38	0.57	มากที่สุด	4
5. สลากออมทรัพย์ ทวีสินสามารถ นำมาใช้ค่าประกัน การกู้เงินได้	184 (47.79)	174 (45.19)	26 (6.75)	1 (0.26)	0 (0.00)	4.41	0.63	มากที่สุด	3
	ภาพรวม					4.70	0.50	มากที่สุด	

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, $SD = 0.50$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านผลิตภัณฑ์พบว่า การฝากเงินจากการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินไม่ต้องมีการเสียภาษี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, $SD = 0.56$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1

ระยะเวลาของการถือครองสลากออมทรัพย์มีความเหมาะสมในการลงทุนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, $SD = 0.56$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา

การฝากสลากออมทรัพย์ทวีสินตลอดระยะเวลา 3 ปีมีสิทธิในการถูกรางวัลทั้งหมด 36 ครั้ง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.63$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา

ด้านราคา (Price)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. สลากออมทรัพย์									
ไม่จำกัดปริมาณการซื้อ ลูกค้าสามารถซื้อจำนวนเท่าไรก็ได้	196 (46.49)	202 (52.47)	4.00 (1.04)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.45	0.52	มากที่สุด	3

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ด้านราคา (Price)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
2. ลูก้าสามารถ กำหนดมูลค่าในการ ซื้อสลากออมทรัพย์ ได้ตามความ ต้องการ	192 (49.87)	190 (49.35)	3 (0.78)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.49	0.52	มากที่สุด	2
3. ลูก้าที่ซื้อสลาก ออมทรัพย์จะได้รับ เงินฝากพร้อม ดอกเบี้ยเมื่อฝาก ครบกำหนด 3 ปี	198 (51.43)	183 (47.53)	4 (1.04)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.52	0.52	มากที่สุด	1
	ภาพรวม					4.48	0.36	มากที่สุด	

จากตารางที่ 6 ผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา โดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, $SD = 0.36$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านราคา พบว่าลูก้าที่ซื้อสลากออมทรัพย์ที่สินจะได้รับเงินฝากพร้อมดอกเบี้ยเมื่อฝากครบกำหนด 3 ปี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, $SD = 0.52$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1

ลูก้าสามารถกำหนดมูลค่าในการซื้อสลากออมทรัพย์ที่สินได้ตามความต้องการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.52$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา

สลากออมทรัพย์ไม่จำกัดปริมาณการซื้อ ลูก้าสามารถซื้อจำนวนเท่าไรก็ได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, $SD = 0.52$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์

ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้มีความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (Place)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ทำเลที่ตั้งของ ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี ความเหมาะสมและ สะดวกในการมา ติดต่อกับธนาคาร	122 (31.69)	240 (62.34)	23 (5.97)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26	0.56	มาก ที่สุด	3
2. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี สถานที่ในการจอด รถได้เพียงพอ	141 (36.62)	171 (44.42)	67 (17.40)	6 (1.56)	0 (0.00)	4.16	0.76	มาก ที่สุด	4
3. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี สถานที่ที่กว้างขวาง สะอาดและทันสมัย ทำให้น่าเข้ามาใช้ บริการ	145 (37.66)	213 (55.32)	27 (7.01)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.31	0.59	มาก ที่สุด	2

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (Place)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
4. การรับรางวัลจาก สลากออมทรัพย์ทวี สินสามารถออนไลน์	169	210	6	169	169	4.42	0.53	มาก ที่สุด	1
รางวัลจากถูกสลาก สามารถเข้าบัญชีได้ ทันที	(43.90)	(54.55)	(1.56)	(43.90)	(43.90)				
	ภาพรวม					4.29	0.41	มากที่สุด	

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าการรับรางวัลจากสลากออมทรัพย์ทวีสินสามารถออนไลน์รางวัลจากถูกสลากสามารถเข้าบัญชีได้ทันที อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.53$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีสถานที่ที่กว้างขวาง สะอาด และทันสมัย ทำให้น่าเข้ามาใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.59$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีสถานที่ในการจอดรถได้เพียงพอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.16$, $SD = 0.76$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริม การตลาด (Promotion)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ข้อมูลการ ให้บริการของ ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี ความทันสมัย มี เนื้อหาครบถ้วนตรง ตามความต้องการ ของลูกค้า	145 (37.66)	236 (61.30)	4.00 (1.04)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.37	0.50	มากที่สุด	3
2. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สลากออมทรัพย์ผ่าน สื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์และ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น	211 (54.81)	171 (44.42)	3 (0.78)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.54	0.51	มากที่สุด	2
3. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี ของชำร่วยที่ระลึก ให้แก่ลูกค้า ที่มาซื้อ สลากออมทรัพย์	217 (56.36)	165 (42.86)	3 (0.78)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.56	0.51	มากที่สุด	1
	ภาพรวม					4.49	0.31	มากที่สุด	

จากตารางที่ 8 ผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49, SD = 0.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีของชำร่วยที่ระลึกให้แก่ลูกค้า ที่มาซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56, SD = 0.51$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สลากออมทรัพย์ทวีสินผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54, SD = 0.51$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา

ข้อมูลการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีความทันสมัย มีเนื้อหาครบถ้วนตรงตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37, SD = 0.50$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญ เกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านบุคคล/ พนักงาน

ด้านบุคคล (People)/ พนักงาน (Employee)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และ ความชำนาญ เกี่ยวกับสลากออม ทรัพย์ทวิสิน	195 (50.65)	189 (49.09)	1 (0.26)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.50	0.51	มาก ที่สุด	1
2. พนักงานของ ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร เป็นผู้มีน้ำใจ มนุษย์ สัมพันธ์และมารยาท ที่ดีในการให้บริการ	179 (46.49)	204 (52.99)	2 (0.52)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.46	0.51	มาก ที่สุด	2
3. พนักงานของ ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร ให้บริการด้วยความ สุภาพ	118 (30.65)	261 (67.79)	6 (1.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.29	0.49	มาก ที่สุด	5
4. พนักงานของ ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร ให้การต้อนรับ และ บริการลูกค้าอย่าง เป็นกันเอง	146 (37.92)	219 (56.88)	20 (5.19)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.33	0.57	มาก ที่สุด	4

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ด้านบุคคล (People)/ พนักงาน (Employee)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
5. จำนวนพนักงาน ของธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี จำนวนเพียงพอใน การให้บริการ	162 (42.08)	195 (50.65)	28 (7.27)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.35	0.61	มากที่สุด	3
	ภาพรวม					4.39	0.31	มากที่สุด	

จากตารางที่ 9 ผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านบุคคล/ พนักงาน โดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านบุคคล/ พนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านบุคคล/ พนักงาน พบว่าพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีความรู้ความสามารถและความชำนาญเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์ที่สินอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.51$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1

พนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นผู้ที่มีน้ำใจ มนุษย์สัมพันธ์ และมารยาทที่ดีในการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, $SD = 0.51$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา

พนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ให้บริการด้วยความสุภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.49$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ (Physical Evidence & Presentation)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. เครื่องมือและ อุปกรณ์ของธนาคาร เพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี ความทันสมัย	123 (31.95)	258 (67.01)	4 (1.04)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.31	0.48	มาก ที่สุด	5
2. สำนักงานของ ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร ตกแต่งภายในมี ความทันสมัยและ สวยงาม	176 (45.71)	206 (53.51)	3 (0.78)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.45	0.51	มาก ที่สุด	3
3. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร เป็นธนาคารที่มี ชื่อเสียง	281 (72.99)	100 (25.97)	4 (1.04)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.72	0.47	มาก ที่สุด	1
4. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี ภาพลักษณ์ที่ดี	273 (70.91)	106 (27.53)	6 (1.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.69	0.49	มาก ที่สุด	2

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทาง กายภาพ (Physical Evidence & Presentation)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
5. การออกแบบ สลากออมทรัพย์มี ความสวยงามและมี การปรับเปลี่ยนอยู่ เสมอ	174 (45.19)	204 (52.99)	7 (1.82)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.43	0.53	มาก ที่สุด	4
	ภาพรวม					4.52	0.27	มากที่สุด	

จากตารางที่ 10 ผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, $SD = 0.27$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, $SD = 0.47$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีภาพลักษณ์ที่ดี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, $SD = 0.49$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา

เครื่องมือและอุปกรณ์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีความทันสมัย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.48$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของที่ใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญ
เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปัจจัยด้านการ
ให้บริการ

ด้านการให้บริการ (Process)	จำนวนและร้อยละของระดับการตัดสินใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
1. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี การให้บริการที่ สะดวก รวดเร็วและ ถูกต้อง	136 (35.32)	248 (64.42)	1 (0.26)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.35	4.35	มาก ที่สุด	4
2. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี ขั้นตอนในการ ให้บริการที่ไม่ ยุ่งยากและ สลับซับซ้อน	136 (42.34)	220 (57.14)	2 (0.52)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.42	.50	มาก ที่สุด	2
3. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี ความสะดวกในการ ติดต่อทางโทรศัพท์	213 (55.32)	160 (41.56)	12 (3.12)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.45	0.58	มาก ที่สุด	1
4. ธนาคารเพื่อ การเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรมี การติดต่อทาง Internet ได้อย่าง สะดวก	190 (49.35)	178 (46.23)	17 (4.42)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.38	0.67	มาก ที่สุด	3
	ภาพรวม					4.40	0.37	มากที่สุด	

จากตารางที่ 11 ผลการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการให้บริการ โดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, $SD = 0.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านการให้บริการ พบว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ ($\bar{X} = 4.45$, $SD = 0.58$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีขั้นตอนในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากและสลับซับซ้อน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.50$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.35$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.70	0.50	มากที่สุด	1
2. ปัจจัยด้านราคา (Price)	4.48	0.36	มากที่สุด	4
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.29	0.41	มากที่สุด	7
4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.49	0.31	มากที่สุด	3
5. ปัจจัยด้านบุคคล (People)/ พนักงาน (Employee)	4.39	0.31	มากที่สุด	6
6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)	4.52	0.27	มากที่สุด	2
7. ปัจจัยด้านการให้บริการ (Process)	4.40	0.37	มากที่สุด	5

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.47, SD = 0.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70, SD = 0.50$) โดยการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ($\bar{X} = 4.52, SD = 0.27$) อยู่ในอันดับรองลงมา (ความสำคัญเป็นอันดับ 2) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{X} = 4.29, SD = 0.41$) โดยผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ได้ให้ความสำคัญน้อยที่สุดตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวแปรไม่เกิน 2 กลุ่ม (Independent Sample t-test) โดยกำหนดค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (t-test) และการวิเคราะห์หาความแตกต่างระหว่างตัวแปร คือ ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลาย ๆ คู่ในเวลาเดียวกัน โดยใช้การทดสอบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) ซึ่งเป็นวิธีการเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรครั้งละคู่และหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

1. สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบเพศกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์

เพศ	จำนวน	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย	221	3.09	0.24	0.157	0.876
หญิง	164	3.14	0.23		

* $p < .05$

จากตารางที่ 13 การเปรียบเทียบเพศกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.876 แสดงว่าผู้ใช้บริการเพศชายและผู้ใช้บริการเพศหญิง มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน

2. สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ จำแนกตามอายุ

อายุ	N	Mean	Std. Deviation
1. ต่ำกว่า 20 ปี	10	4.66	0.21
2. 21-30 ปี	91	4.49	0.25
3. 31-40 ปี	92	4.48	0.21
4. 41-50 ปี	116	4.43	0.24
5. 51 ปีขึ้นไป	76	4.44	0.25
รวม	385	4.46	0.24

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบอายุกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.64	4.00	0.16	2.85	0.02*
ภายในกลุ่ม	21.29	380.00	0.06		
รวม	21.93	384.00			

* $p < .05$

จากตารางที่ 15 การเปรียบเทียบอายุกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.02 แสดงว่าผู้ให้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของการเปรียบเทียบอายุกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

อายุ	\bar{X}	ต่ำกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		4.66	4.49	4.48	4.43	4.44
1. ต่ำกว่า 20 ปี	4.66		0.17*	0.18*	0.23*	.006
2. 21-30 ปี	4.49		-	0.01	0.06	0.05
3. 31-40 ปี	4.48		-	-	0.05	0.04
4. 41-50 ปี	4.43				-	-0.01
5. 51 ปีขึ้นไป	4.44					-

จากตารางที่ 16 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีทดสอบของ LSD พบว่า ผู้ให้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภท
สลากออมทรัพย์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation
1. ประถมศึกษา	72	4.42	0.27
2. มัธยมศึกษาตอนต้น	66	4.50	0.23
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	106	4.50	0.23
4. อนุปริญญา/ ปวส.	71	4.48	0.23
5. ปริญญาตรี	63	4.42	0.24
6. สูงกว่าปริญญาตรี	7	4.45	0.17
รวม	385	4.47	0.24

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลาก
ออมทรัพย์

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.46	5.00	0.09	1.63	0.15
ภายในกลุ่ม	21.47	379.00	0.06		
รวม	21.93	384.00			

* $p < .05$

จากตารางที่ 18 การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.150 แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน

4. สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภท
สลากออมทรัพย์ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	N	Mean	Std. Deviation
1. โสด	68	4.52	0.26
2. สมรส	284	4.46	0.23
3. หม้าย	29	4.37	0.29
4. หย่า	4	4.58	0.17
รวม	385	4.47	0.24

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบสถานภาพกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลาก
ออมทรัพย์

แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.56	3.00	0.19	3.31	0.02*
ภายในกลุ่ม	21.37	381.00	0.06		
รวม	21.93	384.00			

* $p < .05$

จากตารางที่ 20 การเปรียบเทียบสถานภาพกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.020 แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) ต่อ ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของการเปรียบเทียบสถานภาพกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

สถานภาพ	\bar{X}	โสด	สมรส	หม้าย	หย่าร้าง
		4.52	4.46	4.37	4.58
1. โสด	4.52		0.06*	0.15*	-0.06
2. สมรส	4.46		-	0.09*	-0.12
3. หม้าย	4.37		-	-	-0.21
4. หย่าร้าง	4.58				-

จากตารางที่ 21 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีทดสอบของ LSD พบว่าผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่มีสถานภาพโสดมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส โดยพบว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสดมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่มีสถานภาพโสดมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหม้าย พบว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสดมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหม้าย

ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่มีสถานภาพสมรสมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหม้าย พบว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพหม้าย

5. สมมติฐานที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	N	Mean	Std. Deviation
1. ข้าราชการ	43	4.47	0.20
2. รัฐวิสาหกิจ	28	4.48	0.25
3. เกษตรกร	199	4.47	0.24
4. ค้าขาย	81	4.44	0.23
5. อื่น ๆ	34	4.47	0.27
รวม	385	4.47	0.24

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบอาชีพกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.08	4.00	0.02	0.35	0.84
ภายในกลุ่ม	21.85	380.00	0.06		
รวม	21.93	384.00			

* $p < .05$

จากตารางที่ 23 การเปรียบเทียบอาชีพกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.841 แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน

6. สมมติฐานที่ 6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภท
สลากออมทรัพย์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	N	Mean	Std. Deviation
1. ไม่เกิน 5,000 บาท	25	4.60	0.17
2. 50,01-10,000 บาท	144	4.54	0.19
3. 10,001-15,000 บาท	170	4.39	0.25
4. 15,001-20,000 บาท	36	4.43	0.27
5. 20,001-30,000 บาท	6	4.67	0.17
6. มากกว่า 30,000 บาท	4	4.35	0.31
รวม	385	4.47	0.24

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภท
สลากออมทรัพย์

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.44	5.00	0.49	9.47	0.00*
ภายในกลุ่ม	19.49	379.00	0.05		
รวม	21.93	384.00			

* $p < .05$

จากตารางที่ 25 การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.00 แสดงว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD (Post Hoc) ต่อ ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของ
การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภท
สลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
จังหวัดระนอง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	\bar{X}	ไม่เกิน	5,001-	10,001-	15,001-	20,001-	มากกว่า
		5,000	10,000	15,000	20,000	30,000	30,000
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท
		4.60	4.54	4.39	4.43	4.67	4.35
1. ไม่เกิน 5,000 บาท	4.60		0.06	0.20*	0.17*	-0.08	0.24*
2. 5,001-10,000 บาท	4.54		-	0.14*	0.11*	-0.14	0.18
3. 10,001-15,000 บาท	4.39		-	-	-0.03	-0.28*	0.04
4. 15,001-20,000 บาท	4.43				-	-0.25*	0.07
5. 20,001-30,000 บาท	4.67					-	0.32*
6. มากกว่า 30,000 บาท	4.35						-

จากตารางที่ 26 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี
ทดสอบของ LSD พบว่า

1. ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและ
สหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการ
ด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)
จังหวัดระนอง แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท โดยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มี
รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคาร

6. ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท โดยพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001-30,000 มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง มากกว่าผู้บริกรที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท

7. ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรจังหวัดระนอง ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท โดยพบว่าผู้บริกรที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนองมากกว่าผู้บริกรที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการสำรวจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง สามารถสรุปการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. ผู้ใช้บริการที่อายุแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 27 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
3. ผู้ใช้บริการที่ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
4. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐาน
5. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
2. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ที่แตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้ที่ให้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้ที่ให้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง จำนวน 3 สาขา จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9313 และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จำนวน 385 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่ามัชฌิมเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบค่าที (t-test) และทดสอบสมมติฐาน ด้วยสถิติ Two Independent Sample t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเป็นการอธิบายข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของสลากออมทรัพย์ จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ ระยะเวลาที่ถือครองและช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อ

สรุปผลวิจัย

สรุปผลจากการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด มีการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มากที่สุด มีสถานภาพสมรส

มากกว่าโสด หม้ายหรือหย่าร้าง ประกอบอาชีพเกษตรกรมากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาทมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการตัดสินใจถือครองสลากออมทรัพย์มากที่สุด จำนวนหน่วยที่ถือครองอยู่ระหว่าง 11-100 หน่วย มากที่สุด ระยะเวลาที่ถือครองอยู่ในช่วง 3 เดือน-1 ปี มากที่สุด ช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อใช้บริการเป็นช่วงเวลาทำการเช้า 08.30 น.-11.59 น. มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลในการการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ได้ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง โดยรวมอยู่ใน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยเป็นรายด้านแล้ว พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านราคา (Price) ด้านการให้บริการ (Process) ด้านบุคคล (People)/ พนักงาน (Employee) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ตามลำดับ โดย ผู้ใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ทั้งได้ให้ความสำคัญน้อยที่สุด ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ผลการทดสอบสมมติฐานจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ที่ให้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ ที่มีเพศ ระดับการศึกษาและอาชีพ มีการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ไม่แตกต่างกัน แตกต่างกับอายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

อภิปรายผล

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง มีความสัมพันธ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านการให้บริการ ด้านบุคคล/ พนักงานและด้านช่องทางจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา ศรีวรวิทย์ (2546) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษ กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ภาค 2 พบว่า ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซื้อสลากออมสินพิเศษมากที่สุด คือผลิตภัณฑ์ เนื่องจากสลากออมสินพิเศษ สามารถถอนคืนก่อนกำหนดได้ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเนื่องจากมูลค่าของเงินรางวัล และอัตราผลตอบแทนที่ได้รับจากนั้นความสนใจของผู้ใช้บริการจึงค่อยมาให้ความสำคัญในเรื่องอื่น ๆ ตามมา สามารถสรุปผลการศึกษาในแต่ละด้านได้ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง เป็นการฝากเงินในลักษณะเงินฝากออมทรัพย์ โดยผู้ฝากจะได้ลุ้นรับเงินรางวัลพิเศษ นอกเหนือจากดอกเบี้ยที่จะได้รับเมื่อฝากครบ 3 ปี โดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านผลิตภัณฑ์พบว่า การฝากเงินจากการซื้อสลากออมทรัพย์ไม่ต้องมีการเสียภาษี อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2555 ก, หน้า 28-29) ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์รูปแบบใหม่ พบว่าปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ขึ้นอยู่กับมูลค่าของรางวัลที่ 1 และอัตราผลตอบแทน (ดอกเบี้ย) และขัดแย้งกับกับการศึกษาวิจัยของ ณัฐพงศ์ ศิริธรานนท์ (2554) ที่ได้กล่าวถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาอ้อมใหญ่ พบว่าปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับภาวะของตลาด

อยู่ตลอดเวลา ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งของทางธนาคาร รวมถึงการปรับปรุงผลตอบแทนเรื่องดอกเบี้ย ซึ่งจะได้รับแตกต่างกันตามระยะเวลาการถือครองสลาก

1.2 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษาคัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวมพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ไพฑูรย์ ไบเจริญ (2551, หน้า 62-63) เรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากแบบสลากออมสินของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดทางด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบคำถามคำนึงถึงในระดับมาก ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า ครั้งนี้พบว่าผู้ใช้บริการต่างมีความรู้สึกนึกคิดและทัศนคติต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ในเรื่องของความมั่นคงของธนาคาร เพราะธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง อยู่ในความดูแลของรัฐบาลซึ่งทำให้ผู้มาใช้บริการได้รับความมั่นใจมาก

1.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาคัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2555 ก, หน้า 28-29) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์รูปแบบใหม่ พบว่าการโฆษณาผ่านสื่อหลัก (โทรทัศน์ช่องหลักและหนังสือพิมพ์) เป็นสิ่งที่เป็นตัวกระตุ้นให้ลูกค้าของสาขาสนใจและเข้ามาสอบถามรายละเอียดของสลากออมทรัพย์ได้มากที่สุด แต่ขัดแย้งกับกับการศึกษาวิจัยของ วิจิต ขอบพานิช (2550, หน้า 140-141) จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีของชำร่วยที่ระลึกให้แก่ลูกค้า ที่มาซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินและ

มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สลากออมทรัพย์ทวีสินผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพราะการส่งเสริมการตลาดจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งปัจจุบันนี้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ทำให้ลูกค้าได้รับรู้มากยิ่งขึ้นกว่าก่อน

1.4 ด้านราคา

ราคา สำหรับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) แล้วหมายถึงมูลค่าของสลากออมทรัพย์ทวีสิน ซึ่งมีมูลค่าหน่วยละ 500 บาท และบัตรเพิ่มทรัพย์ ซึ่งมีมูลค่าหน่วยละ 100 บาท ซึ่งผลการศึกษาคัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา โดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วิจิต ชอบพานิช (2550, หน้า 140-141) จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษงวดที่ 31 ในจังหวัดนนทบุรี พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษงวดที่ 31 ของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก แต่ขัดแย้งกับการศึกษาวิจัยของ พิสมร พัตรธรรม (2548) จากผลการศึกษาความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด พบว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาสมาชิกมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ซึ่งอธิบายได้ว่าปัจจัยด้านราคานี้เป็นเงื่อนไขในการบริหารต้นทุนของผู้ผลิต เพราะการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค นั้นถ้าตั้งราคาสูงเกินไปก็จะไม่จูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่ากระบวนการที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของราคานี้เป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะถ้าหากสลากมีราคาสูงมากจนเกินไป ผู้ใช้บริการก็ไม่สามารถใช้บริการได้ ซึ่งราคาเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

1.5 ด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการศึกษาคัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการให้บริการ โดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็วและถูกต้อง อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาวิจัยของ วิจิต ชอบพานิช (2550, หน้า 140-141) จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษงวดที่ 31

ในจังหวัดนนทบุรี พบว่าการซื้อสลากออมสิน ต้องมีบัตรประจำตัวประชาชนและการซื้อสลากออมสินใช้เวลานาน ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า งานบริการเป็นงานสร้างพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้าและผู้ที่มาติดต่อ หากการใช้บริการมีความยุ่งยาก หรือใช้เวลานาน ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการไม่อยากใช้บริการนั้นอีก การซื้อสลากออมทรัพย์ก็เช่นกัน หากมีการบริการที่ดีย่อมส่งผลดีต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ได้

1.6 ด้านบุคคล/ พนักงาน

ผลการศึกษการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านบุคคล/ พนักงาน โดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านบุคคล/ พนักงานอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านบุคคล/ พนักงาน พบว่าพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีความรู้ความสามารถและความชำนาญเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์วิสิิน อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ณัฐพงศ์ ศิริธรรานนท์ (2554) จากผลการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาอ้อมใหญ่ จังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า บุคลากร/ พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่มีเหนือคู่แข่ง ตลอดจนขั้นตอน เพื่อให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อสลากออมทรัพย์ของธนาคาร

1.7 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วิชิต ขอบพานิช (2550, หน้า 140-141) จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษงวดที่ 31 ในจังหวัดนนทบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายเป็นลำดับแรก ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า การอำนวยความสะดวกในการรับผลประโยชน์จากธนาคารมีความสำคัญแก่ผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยที่ลูกค้าสามารถเลือกฝากเงินประเภทสลาก

ออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง สาขาอื่นได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเป็นสาขาที่ลูกค้าฝากเงินสลากออมทรัพย์ในครั้งแรก

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

2.1 ด้านข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปีมากที่สุด มีการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. มากที่สุด มีสถานภาพสมรสมากกว่าโสด หม้ายหรือหย่าร้าง ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมากที่สุดและมีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของ ศิริพร เสมงศ์พันธ์ (2546) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ที่เคยซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 6 สาขา ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 417 ราย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 37-47 ปีมากที่สุด และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า การที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สืบเนื่องจากฐานลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง นั้นเป็นเพศชายเป็นส่วนใหญ่และในสังคมในจังหวัดระนอง ให้อำนาจผู้ชาย ซึ่งเป็นผู้นำครอบครัวจึงมีอำนาจการตัดสินใจมากกว่าผู้หญิง สืบเนื่องจากผู้ชายเป็นผู้หารายได้เลี้ยงดูครอบครัวจากน้ำพักน้ำแรงของตนเองและด้วยอายุที่อยู่ในช่วงวัยที่มีความพร้อมในด้านของวุฒิภาวะที่เหมาะสมในการพิจารณาเพื่อวางแผนการดำรงชีวิตเพื่อตนเองและครอบครัวและด้วยกลุ่มผู้ใช้บริการมีการศึกษาที่ไม่สูงมากนัก ประกอบกับมีความชอบในการเสี่ยงโชคเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงทำให้การออมเงินในรูปแบบสลากออมทรัพย์ จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ ไพฑูรย์ ไบเจริญ (2551, หน้า 61) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเงินฝากแบบสลากออมสินพิเศษของลูกค้าออมสิน สาขาแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าเงินฝากแบบสลากออมสินพิเศษของลูกค้าออมสิน สาขาแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง จำนวน 315 ราย พบว่า มีสถานภาพสมรสและมีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า การที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ซึ่งการใช้ชีวิตคู่จำเป็นต้องมีการวางแผนการดำเนินชีวิตและการวางแผนทางการเงิน เพื่อให้ผู้ที่มีชีวิตคู่มีสถานภาพทางการเงินที่มั่นคงต่อไปได้ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ก็เพียงพอต่อการที่จะออมเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ ซึ่งสามารถใช้เงินออมที่ไม่สูงมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

(2555 ก, หน้า 28-29) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์รูปแบบใหม่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าหรือผู้ที่มีโอกาสเป็นลูกค้าสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. พบว่ามีอาชีพในด้านเกษตรกร ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า ผู้มาใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเกษตรกร เนื่องจากกลุ่มเกษตรกร เป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ก็เป็นธนาคารเพื่อเกษตรอยู่แล้ว จึงทำให้ผู้ใช้บริการหลักก็คือเกษตรกรนั่นเอง

2.2 ข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ตัดสินใจถือครอง สลากออมทรัพย์มากที่สุด จำนวนหน่วยที่ถือครองอยู่ระหว่าง 11-100 หน่วยมากที่สุด ระยะเวลาที่ถือครองอยู่ในช่วง 3 เดือน-1 ปีมากที่สุด ช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อใช้บริการเป็นช่วงเวลาทำการเช้า 08.30 น.-11.59 น. มากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาวิจัยของ ณภัทร กันทะวงศ์ (2553, หน้า 138) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพฯ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 10 สาขา จำนวน 400 ราย ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า จำนวนหน่วยที่ถือครองอยู่ระหว่าง 11-100 หน่วยมากที่สุด ระยะเวลาที่ถือครองอยู่ในช่วง 3 เดือน-1 ปี มากที่สุด ในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า สาเหตุอาจเป็นเพราะสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันราคาผลผลิตตกต่ำ เนื่องจากผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ในจังหวัดระนองเป็นเกษตรกร สวนยางพารา สวนปาล์มและไร้กาแฟ ซึ่งราคาผลผลิตตกต่ำเป็นอย่างมากทำให้ต้องนำเงินเก็บออกมาใช้ทำให้ต้องไถ่ถอนสลากออมทรัพย์ก่อนกำหนด ช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อใช้บริการเป็นช่วงเวลาทำการเช้า 08.30 น.-11.59 น. มากที่สุด สาเหตุน่าจะมาจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรช่วงเช้าเป็นช่วงเวลาที่สะดวกที่สุดของผู้มาใช้บริการเพราะจะได้มีเวลาที่เหลือในช่วงบ่ายทำธุระส่วนตัว

3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง โดยผลการทดสอบสมมติฐานจากการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้ใช้บริการที่มี อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง พบว่าผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ควรมีการจัดอบรมพนักงานในด้านการให้บริการและปลูกฝังค่านิยมให้พนักงานมีจิตใจรักในงานบริการอย่างต่อเนื่องควบคู่กับการพัฒนาขีดความสามารถในด้านอื่น ๆ ประกอบกัน อันจะนำผลสัมฤทธิ์ตามภารกิจขององค์กร

1.2 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ควรจัดให้ภายในสาขามีเคาน์เตอร์บริการเพียงพอสะดวกสำหรับบริการลูกค้าที่มาติดต่อซื้อสลากออมทรัพย์ หรือตรวจเงินรางวัล เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ควรจะใช้เครื่องมือการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อติดตามและส่งเสริมทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ให้ต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับลูกค้าเดิมก่อน แล้วจึงขยายฐานลูกค้า แสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ต่อไป

2.2 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ควรสร้างการบริการที่ประทับใจ ด้วยการเพิ่มช่องบริการที่เป็นเฉพาะลูกค้าเงินฝากสลากออมทรัพย์และพนักงานบริการตลอดเวลาในช่วงเช้า ซึ่งเป็นช่วงบริการที่ลูกค้าใช้บริการเป็นจำนวนมาก

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น มีการสัมภาษณ์ หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อได้ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ที่จะส่งผลการใช้บริการด้านเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ เพื่อที่จะขยายประเด็นทางการศึกษา เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทอื่น ๆ อาจจะทำให้ทราบการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กองทุนการเงินฝัก ฝ่ายรายได้และค่าธรรมเนียม ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
(2552). *กลุ่มงานเงินฝักแบบมีรางวัล*. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- กัญญวัฒน์ ชัยปรากฏ. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านเงินฝักกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร*. ม.ป.ท.
- คน พชรกมล. (2551). *พฤติกรรมในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้ายธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิตติมา ศรีวรวิทย์. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินพิเศษ: กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ภาค 2*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณภัทร กันทะวงศ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝักประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการประกอบการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทองใบ สุดซารี. (2545). *ทฤษฎีองค์การ*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ. (2547). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2548). *ข้อมูลสลากออมทรัพย์*. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- _____. (2548). *รู้จัก ช.ก.ส. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร*. กรุงเทพฯ: สหมิตรพรีนติ้ง.
- _____. (2549). *รายงานกิจการประจำปี 2548*. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- _____. (2555 ก). *รู้จัก ช.ก.ส. ข้อมูลสลากทวีสินและบัตรเพิ่มทรัพย์*. วันที่ค้นข้อมูล 20 ธันวาคม 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.baac.or.th>
- _____. (2555 ข). *แผนแม่บทประจำปีบัญชี 2555-2559*. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.baac.or.th>

- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดระนอง. (2554). *ผลการดำเนินงาน ช.ก.ส. สาขาระนอง ประจำปีไตรมาสที่ 4/2554*. ระนอง: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: วี. อินเตอร์. บุญชม ศรีสะอาด. (2541). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญจาวรณ วิงวอน. (2551). *มนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร*. ลำปาง: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- ฝ่ายกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2555 ก). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์รูปแบบใหม่*. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- _____. (2555 ข). *รายงานสรุปข้อมูลเงินฝาก ออมทรัพย์ทวีสิน ประจำปี 2555*. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต. (2555). *ระเบียบวิธีวิจัย*. ชลบุรี: ม.ป.ท.
- พิสมร พัตราภรณ์. (2548). *ความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร*. ปัญหาพิเศษหลักสูตรมหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- รุ่งวิภา ลาวัณย์รัตนากุล. (2549). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสิน*. สำนักพลโยธิน. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2530). *พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- วิจิตร ดันทุฤทธิ์และคณะ. (2551). *ส่วนประสมทางการตลาด*. วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤศจิกายน 2555, เข้าถึงได้จาก <http://www.ru.ac.th>
- วิจิต ขอบพานิช. (2550). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษงวดที่ 31 ของผู้บริโภคร*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. (2543). *คุณภาพในงานบริการ*. กรุงเทพฯ: ประชาชน.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: เอเอ็นการพิมพ์.
- _____. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็ก.

- ศุภกร เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: คอกหญ้า.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอล บั๊คส์.
- สินีนานู ธรรมณี. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อหอยบนดินของประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไพฑูริย์ ไบเจริญ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินแบบสลากออมสินพิเศษ ของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- Burton, G., & Thakur, M. (1995). *Management Today: Principles and Practice*. New Delhi: McGraw-Hill.
- Crosby, P. B. (1988). *Quality is Free*. New York: McGraw-Hill.
- Fitzsimmons, J. A. & Fitzsimmons, M. J. (2004). *Service Management: Operations, Strategy and Information Technology*. Boston: McGraw-Hill.
- Gronroos. (1990). Quality/ Selection Definitions, Models and Methods in Use. *Selection Criteria for Quality Controlled Information Gateways*. Retrieved November 15, 2013, from <http://www.ukoln.ac.uk/metadata/desire/quality/appendix-3.html>
- Johns, G. (1996). *Organization Behavior* (4th ed.). New York: Harper Collins.
- Kotler, P., & Anderson, A. R. (1985). *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (1997). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Likert, R. (1970). A Technique for the Measurement of Attitude. In G.F. Summer (Ed.), *Attitudes Measurement*. New York: Rand McNally.
- Lussier, R. N. (2005). *Human Relation in Organizations: Application and Skill Building* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Moorhead, G., & Griffin, R.W. (1995). *Organization Behavior: Managing People and Organization*. Boston: Houghton Mifflin.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- _____. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Robbin, S. P. (1994). *Essentials of Organization Behavior*. (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Robbin, S. P. & Cenzo, D. A. (1998). *Human Resource Management*. New York: John Wiley & Sons.

Simon, H. A. (1977). *Administrative Behavior*. New York: McMillan.

Thatcher, V. S., McQueen, A. (1980). *The New Webster Encyclopedic Dictionary of the English Language*. Chicago: Consolidated Book Publishers.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อจัดเก็บข้อมูลในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำปัญหาพิเศษของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ศูนย์การศึกษาจังหวัดระนอง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลการใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด และผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

ผู้วิจัย

สุกฤตา สังข์แก้ว

นิสิตปริญญาโท สาขาการบริหารทั่วไป
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

โปรดพลิกด้านใน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ต่ำกว่า 20 ปี () 2. 21-30 ปี
 () 3. 30-40 ปี () 4. 41-50 ปี
 () 5. 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ประถมศึกษา () 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
 () 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. () 4. อนุปริญญา/ ปวส.
 () 5. ปริญญาตรี () 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส
 () 3. หม้าย () 4. หย่าร้าง

5. อาชีพ

- () 1. ข้าราชการ () 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () 3. เกษตรกร () 4. ค้าขาย
 () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 5,000 บาท () 2. 5,001-10,000 บาท
 () 3. 10,001-30,000 บาท () 4. 15,001-20,000 บาท
 () 5. 20,001-30,000 บาท () 6. มากกว่า 30,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดระนอง

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกให้ตรงกับความเป็นจริง

7. ประเภทของสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ที่ถือครองไว้

- () 1. สลากออมทรัพย์ หน่วยละ 500 บาท
- () 2. บัตรเพิ่มทรัพย์ หน่วยละ 100 บาท
- () 3. สลากออมทรัพย์ หน่วยละ 500 บาท และบัตรเพิ่มทรัพย์ หน่วยละ 100 บาท

8. จำนวนหน่วยของสลากออมทรัพย์ ธ.ก.ส. ที่ท่านถือครองไว้

- () 1. 1-100 หน่วย
- () 2. 11-100 หน่วย
- () 3. 101-1,000 หน่วย
- () 4. มากกว่า 1,000 หน่วย

9. ระยะเวลาที่ถือครองสลากออมทรัพย์

- () 1. น้อยกว่า 3 เดือน
- () 2. 3 เดือน-1 ปี
- () 3. 1 ปี-2 ปี
- () 4. 2 ปี-3 ปี

10. ช่วงเวลาที่เข้ามาติดต่อใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์

- () 1. ช่วงเวลาทำการตอนเช้า 08.30-11.59 น.
- () 2. ช่วงเวลาทำการระหว่างพักเที่ยง 12.00-13.00 น.
- () 3. ช่วงเวลาทำการตอนบ่าย 13.01-15.30 น.

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
เงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

จังหวัดระนอง

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย (✓) หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกให้ตรงกับความเป็นจริง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
11. ระยะเวลาของการถือครองสลากออมทรัพย์มีความเหมาะสมในการลงทุน					
12. การฝากสลากออมทรัพย์ตลอดระยะเวลา 3 ปี มีสิทธิในการถูกรางวัลทั้งหมด 36 ครั้ง					
13. การฝากเงินจากการซื้อสลากออมทรัพย์ไม่ต้องการเสียภาษี					
14. เงินรางวัลที่ได้จากการฝากเงินกับสลากออมทรัพย์คุ้มค่ากับการลงทุน					
15. สลากออมทรัพย์สามารถนำมาใช้ค้ำประกันการกู้เงินได้					
ปัจจัยด้านราคา (Price)					
16. สลากออมทรัพย์ไม่จำกัดปริมาณการซื้อ ลูกค้าสามารถซื้อจำนวนเท่าไรก็ได้					
17. ลูกค้าสามารถกำหนดมูลค่าในการซื้อสลากออมทรัพย์ได้ตามความต้องการ					
18. ลูกค้าที่ซื้อสลากออมทรัพย์จะได้รับเงินฝากพร้อมดอกเบี้ยเมื่อฝากครบกำหนด 3 ปี					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
19. ท่าเลที่ตั้งของ ธ.ก.ส. มีความเหมาะสมและสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
20. ช.ก.ส. มีสถานที่จอดรถได้อย่างเพียงพอ					
21. ช.ก.ส. มีสถานที่ที่กว้างขวาง สะอาดและทันสมัย ทำให้น่าเข้ามาใช้บริการ					
22. การรับรางวัลจากสลากออมทรัพย์สามารถโอนเงินรางวัลจากถูกสลากสามารถเข้าบัญชีได้ทันที					
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)					
23. ข้อมูลการให้บริการของ ช.ก.ส. มีความทันสมัย มีเนื้อหาครบถ้วนตรงตามความต้องการของลูกค้า					
24. ช.ก.ส. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สลากออมทรัพย์ ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น					
25. ช.ก.ส. มีของชำร่วยที่ระลึกให้แก่ลูกค้าที่มาซื้อสลากออมทรัพย์					
ปัจจัยด้านบุคคล (People)/ พนักงาน (Employee)					
26. พนักงานของ ช.ก.ส. มีความรู้ความสามารถและความชำนาญเกี่ยวกับสลากออมทรัพย์					
27. พนักงานของ ช.ก.ส. มีมนุษยสัมพันธ์และมารยาทที่ดีในการให้บริการ					
28. พนักงานของ ช.ก.ส. ให้บริการด้วยความสุภาพ					
29. พนักงานของ ช.ก.ส. ให้การต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเป็นกันเอง					
30. จำนวนพนักงานของ ช.ก.ส. มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)					
31. เครื่องมือและอุปกรณ์ของ ช.ก.ส. มีความทันสมัย					
32. สำนักงานของ ช.ก.ส. ตกแต่งภายในมีความทันสมัยและสวยงาม					
33. ช.ก.ส. เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง					
34. ช.ก.ส. มีภาพลักษณ์ที่ดี					
35. การออกแบบสลากออมทรัพย์มีความสวยงามและมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบอยู่เสมอ					
ปัจจัยด้านการให้บริการ (Process)					
36. ช.ก.ส. มีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็วและถูกต้อง					
37. ช.ก.ส. มีขั้นตอนในการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากและสลับซับซ้อน					
38. ช.ก.ส. มีความสะดวกในการติดต่อทางโทรศัพท์ (Call Center)					
39. ช.ก.ส. มีการติดต่อทาง Internet ได้อย่างสะดวก					

40. ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....