

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน
ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

**Causal Factors Affecting Decision Making on Buying Taweasin Savings
Lottery among Customers of Bank for Agriculture and Agricultural
Cooperatives (BAAC) in Nakhon Si Thammarat Province.**

ปณาลี ไชยศรี

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อส่งผลต่อการตัดสินใจ การซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน และศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการ ธ.ก.ส. จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 5 สาขา ได้แก่ สาขาพิปูน สาขาหวดทอง สาขาท่าศาลา สาขาขนอม และสาขาจันดี จำนวน 400 คน ซึ่งนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา ด้านการจัดจำหน่าย และสุดท้าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน พบว่า พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างด้านสถานภาพและระดับการศึกษา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างด้านเพศ อายุอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การตัดสินใจเลือกซื้อ, สลากออมทรัพย์

ABSTRACT

This research aimed to investigate causal factors affecting decision making on buying Taweessin savings lottery among customers of BAAC in Nakhon Si Thammarat province, to study demographic factors affecting decision making on buying Taweessin savings lottery, and to study buying behavior affecting decision making on buying Taweessin savings lottery among customers of BAAC in Nakhon Si Thammarat province. A questionnaire was used for collecting data from 400 customers receiving services at 5 branches of BAAC in Nakhon Si Thammarat province in 2022, namely, Pipoon, Tuadtong, Tha Sala, Khanom, and Jandee. Package software which called SPSS was used for data analysis.

The findings from the study found that marketing mix had the greatest effect on decision making on buying Taweessin savings lottery in terms of people, followed by place, price, process, product, physical evidence, and promotion. Every aspect was at the highest level. With regard to the factors affecting decision making on buying Taweessin savings lottery, in terms of marketing mix, between different demographic factors, it was found that different demographic factors regarding marital status and education level gave no different effects on decision making on buying Taweessin savings lottery in terms of overall marketing mix. Different demographic factors regarding gender, age, career and monthly income gave different effects on decision making on buying Taweessin savings lottery in terms of overall marketing mix.

Keywords: Decision Making on Buying, Savings Lottery

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันบุคคลทั่วไปนิยมการออมเงินในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการฝากออมทรัพย์ การฝากประจำ การซื้อพันธบัตร การซื้อตราหุ้นตราสารหนี้หรือการซื้อหน่วยลงทุนของกองทุนรวม แต่ด้วยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากค่อนข้างต่ำ โดยบุคคลทั่วไปเริ่มหันมาให้ความสนใจการออมในรูปแบบอื่น ที่มีสิทธิประโยชน์และความคุ้มค่าที่มากกว่า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีอีกทางเลือกหนึ่งในการออมเงิน คือการออกสลากออมทรัพย์ทวีสิน เป็นการจัดหา

เงินทุนที่มีต้นทุนและความเสี่ยงทางการเงินต่ำ ผู้ฝากเงินจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบเงินรางวัล และได้รับดอกเบี้ยเงินฝาก โดยสลากออมทรัพย์ทวีสินแต่ละชุดที่ออกมาจำหน่าย จะเห็นได้ว่า ลูกค้าและประชาชนทั่วไปให้ความสนใจและซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินเป็นจำนวนมากข้าพเจ้า เล็งเห็นถึงความสำคัญ จึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัด นครศรีธรรมราช เพื่อเป็นประโยชน์แก่ธนาคาร ที่จะสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เกี่ยวกับการออกสลากออมทรัพย์ทวีสินในแต่ละชุดให้เพียงพอและตรงกับความต้องการซื้อของลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านตัวแปร
 - 1.1. ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน งบประมาณในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง ความถี่ในการซื้อเฉลี่ยต่อ 1 ปี โอกาสในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน และระยะเวลาถือครองสลากออมทรัพย์ทวีสิน
 - 1.2. ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้ำที่มาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรทุกสาขา จังหวัดนครศรีธรรมราช และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยจะสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แล้วคำนวณจากสูตรของ W.G. Cochran (1953) ณ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ ลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย สาขาพิปูน สาขาหวดทอง สาขาท่าศาลา สาขาขนอม และสาขาจันดี รวมทั้งสิ้น 5 สาขา ซึ่งได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง เดือนกันยายน 2565 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2565 เป็นระยะเวลา 3 เดือน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ปณิศา มีจินดา (2553) ให้ความหมายพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่จะเลือก สรรหา และการตัดสินใจซื้อ เพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการ ซึ่งเกิดจากความรู้ การเรียนรู้ การรับรู้ และเหตุผลและอาจจะเกิดจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงของ เศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) ได้กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อไว้ว่าเป็นกระบวนการสำคัญที่น่าจะศึกษาก่อนที่ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อนั้นมีขั้นตอนการตัดสินใจอย่างไร ซึ่งกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ปัญหา คือ การที่ผู้ซื้อตระหนักถึงความต้องการของตนเองซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างของสภาวะที่เป็นอยู่กับสภาวะที่เขาปรารถนาที่จะให้เป็น การเล็งเห็นปัญหามักจะเกิดจากความต้องการ

2. การค้นหาข้อมูล คือ การที่ความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ ทำให้ผู้ซื้อพยายามที่จะค้นหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการ เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจซื้อ

3. การประเมินผลทางเลือก คือ เมื่อได้ข้อมูลต่าง ๆ มาอย่างเพียงพอแล้ว ผู้ซื้อจะนำข้อมูลของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งในการพิจารณาทางเลือกนี้ผู้ซื้อจะดึงเอาเกณฑ์การประเมินผลความเชื่อ ทศนคติ และความสนใจที่จะซื้อมาใช้ในการตัดสินใจ

4. การตัดสินใจซื้อ คือ เมื่อผู้ซื้อทำการประเมินแล้ว จะทำให้ผู้ซื้อสามารถกำหนดความพอใจระหว่างสินค้าที่เป็นทางเลือก และในที่สุดกระบวนการตัดสินใจก็มาสิ้นสุดที่การซื้อสินค้านั้น

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ คือ หลังจากการซื้อ ผู้ซื้อมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจในตัวสินค้า จะมีผลต่อความเชื่อมั่น ทศนคติ และความตั้งใจที่จะซื้อในครั้งต่อ ๆ ไป ถ้าซื้อมาแล้วมีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก จะทำให้เกิดเป็นความเชื่อต่อตัวสินค้า และทำให้เกิดทัศนคติที่ดี ผลที่ตามมาคือคือเกิดความสนใจซื้อซ้ำและบอกต่อแก่ผู้อื่น

ประวัติความเป็นมาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เมื่อปี พ.ศ. 2509 โดยมีวัตถุประสงค์ คือ ให้ความช่วยเหลือทางด้านการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อที่จะเพิ่มรายได้หรือยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร (พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2509)

สลากออมทรัพย์ทวีสิน

กระทรวงการคลังได้ออกกฎกระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการออก “สลากออมทรัพย์” ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ. 2544 เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2544 โดยให้ธนาคารมีอำนาจออก “สลากออมทรัพย์” เพื่อจัดหาเงินทุนที่มีต้นทุนและความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) ต่ำ การจัดหาเงินทุนโดยวิธีดังกล่าว ผู้ฝากเงินจะได้รับผลตอบแทนในรูปเงินรางวัล และได้รับดอกเบี้ยเงินฝาก โดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีอีกทางเลือกหนึ่งในการออมเงินให้แก่ลูกค้าที่ต้องการออมเงินในรูปแบบอื่น คือการออมเงินในรูปแบบการออกสลากออมทรัพย์ทวีสิน ซึ่งลูกค้ามีโอกาสได้รับรางวัลในการออกสลากในแต่ละเดือนจำนวน 36 ครั้ง ซึ่งจะออกรางวัลในวันที่ 16 ของทุกเดือน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2565)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิติพร เนตรวัชระ (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการสลาก ดิจิทัล ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อที่จะศึกษา ความสัมพันธ์ ระหว่างความพึงพอใจและพฤติกรรมในการใช้บริการสลากดิจิทัลของธนาคาร ออมสิน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด โดยมี อายุ ระหว่าง 37-51 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน โดยมี รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้าน ประชากรศาสตร์ ในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางการ

สมรส และรายได้มีความสัมพันธ์ต่อ ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการใช้บริการสลากดิจิทัล ธนาคาร ออมสินและพฤติกรรมการใช้บริการสลากดิจิทัล ด้านเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ ด้าน ช่วงเวลาที่ลูกค้านิยม ซื้อ ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการ ด้านงบประมาณ ด้านความถี่ในการซื้อ ด้าน ความคิดเห็นที่จะซื้อ ครั้งต่อไป มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการสลากดิจิทัล ธนาคารออมสิน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูล คือ 385 คน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วน ความคลาดเคลื่อน 0.05 แต่ผู้วิจัยทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน เพื่อป้องกัน แบบสอบถามไม่สมบูรณ์ครบถ้วน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ปัจจัยเชิง สาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูล ตำรา โดย แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) สถานภาพ (4) ระดับการศึกษา (5) อาชีพ และ (6) รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ (1) วัตถุประสงค์ในการ ซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน (2) งบประมาณในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง (3) ความถี่ในการซื้อเฉลี่ยต่อ 1 ปี (4) โอกาสในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน และ (5) ระยะเวลาถือครองสลากออมทรัพย์ทวีสิน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัด นครศรีธรรมราช รูปแบบคำถามใช้แบบสอบถามแบบ Rating Scale จำนวน 28 ข้อ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพและสภาพแวดล้อม ธนาคาร

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถาม ปลายเปิด

3. จากนั้นทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นศึกษา แนวคิดและทฤษฎีตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่า ความเที่ยงตรงเท่ากับ +1 และหาความเชื่อมั่นรวม โดยวิธีการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่นของ Cronbach (Cronbach's Reliability Coefficient) จากการทดสอบค่าความ เชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ซึ่งมากกว่า 0.75 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งหมดมาจัดระบบข้อมูล ลงรหัสด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นขั้นตอน ดังนี้

- การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน สถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

- การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้ายุทธศาสตร์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

- การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการทดสอบ *t test* ในการเปรียบเทียบความแตกต่างจำแนกตามเพศ และใช้สถิติในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance--ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างจำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของลูกค้ายุทธศาสตร์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน พบว่าลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการออมทรัพย์ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 ส่วนใหญ่มีงบประมาณในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินต่อครั้ง 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินเฉลี่ยต่อ 1 ปี 1 ครั้ง จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75 ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน

ในโอกาส เป็นปกติ / ซื่อเป็นประจำ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ส่วนใหญ่ระยะเวลา
ถือครองสลากออมทรัพย์ทวีสิน ครบกำหนด 3 ปี จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.25

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ
สลากออมทรัพย์ทวีสิน ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่าภาพรวม
ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน
ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.80 เมื่อพิจารณาผลของแต่ละด้านแล้วพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ
การตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.82 ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ใน
ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.81 ด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมธนาคาร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 และ
ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ตามลำดับ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ด้าน
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันพบว่าปัจจัย
ด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างด้านสถานภาพและระดับการศึกษา มีผลต่อ การตัดสินใจเลือก
ซื้อสลากออมสินพิเศษด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัย
ด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างด้านเพศ อายุอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ไม่ขึ้นอยู่กับ เพศ ส่วน
วัตถุประสงค์ในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ขึ้นอยู่กับ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ
และรายได้ต่อเดือน

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน
ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำ
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน
206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็น
ร้อยละ 27.00 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 ส่วนใหญ่มี
ระดับการศึกษาที่ ระดับปริญญาตรี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 ส่วนใหญ่ประกอบ
อาชีพเกษตรกร จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง
20,001 – 30,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ษรศรี จิตต์ปราณี (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกลงทุนทางการเงินของ นักลงทุนในรูปแบบการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็น ร้อยละ 53.00 ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 30-45 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาที่ ระดับปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 และส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,001 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00

2. พฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน พบว่า ลูกค้ำที่ตัดสินใจเลือกซื้อสลาก ออมทรัพย์ทวีสินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการออมทรัพย์ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 ส่วนใหญ่ มีงบประมาณในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินต่อครั้ง 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินเฉลี่ยต่อ 1 ปี 1 ครั้ง จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75 ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินในโอกาส เป็นปกติ / ซื้อเป็นประจำ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ส่วนใหญ่ระยะเวลาถือครองสลากออม ทรัพย์ทวีสิน ครบกำหนด 3 ปี จำนวน 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.25 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ กิตติยา บันกลาง (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสิน พิเศษ ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการออมทรัพย์ จำนวน 380 คน คิดเป็นร้อยละ 98.00 ส่วน ใหญ่มีงบประมาณในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสลากออมสินพิเศษเฉลี่ยใน 1 ครั้งต่อปี จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.75 ส่วนใหญ่ซื้อสลากออมสินพิเศษเมื่อสะสมเงินได้มากพอ จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 76.75 ส่วนใหญ่ระยะเวลาถือครองสลากออมสินพิเศษ ครบกำหนด 3 ปี จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ทวีสิน พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ สลากออมทรัพย์ทวีสิน ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร อยู่ในระดับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และเมื่อพิจารณาผลของแต่ละด้านแล้วพบว่า ปัจจัยด้าน ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 รองลงมา คือ ด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ด้านราคา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 ด้านกายภาพและสภาพแวดล้อมธนาคาร อยู่ใน ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิษฐ์า เดชะกุลกำจร (2555)

ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้ายุทธศาสตร์ออมสินสาขา
มหาดไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสลากออม
สินพิเศษ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริการมากที่สุด
รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

อธิบายได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่สามารถตอบสนองความต้องการของ
ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับและเลือกซื้อสินค้าและบริการ จากผลการ
วิเคราะห์ทำให้ทราบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสลากออม
สินมีความถูกต้อง ครบถ้วน มีกระบวนการซื้อที่เป็นรูปแบบ แนนอนตรวจสอบได้อาจเนื่องจาก
เป็นสลากออมสินพิเศษเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ผู้บริโภคจึงต้องการความเชื่อมั่นมากที่สุด
ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยสุด แสดงว่าผู้บริโภคเห็นว่าสลากออมสิน
พิเศษมีเหมาะสมตรงกับความต้องการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้

ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่วัยกลางคนถึงวัยเกษียณอายุ ซึ่งเป็นวัยที่มี
รายได้ที่แน่นอนและมีเงินเก็บ ซึ่งมีความสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่าง
หลากหลาย ดังนั้นธนาคารควรมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่ม หรือผลิตภัณฑ์ทาง
การเงินเพิ่ม เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้ายุทธศาสตร์เพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร เป็นการรักษารฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ในอนาคต

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยธนาคาร
สามารถนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารให้ดียิ่งขึ้น ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการออกแบบสลากออมทรัพย์ทวีสินให้มีความทันสมัยและ
สวยงามตามความนิยม เพื่อดึงดูดลูกค้าที่หลากหลายกลุ่ม ทั้งวัยเรียน วัยทำงาน และ
วัยเกษียณอายุ สามารถที่จะเลือกซื้อได้ตามความชอบ และควรมีการกำหนดระยะเวลาในการ
ถือครอง ให้เหมาะสมกับสภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ใช้สลากออมทรัพย์ทวีสินเป็น
หลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นอีกทางเลือก
ในการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน ที่ต้องการรักษาสภาพคล่องและหมุนเวียนค่าใช้จ่าย

ด้านราคา เป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสินมากที่สุด
ซึ่งธนาคารได้มีการกำหนดราคาสลากออมทรัพย์ทวีสินต่อหน่วยให้แก่ลูกค้าหลากหลายประเภท
ที่ลูกค้าสามารถที่จะเข้าถึงสลากได้ การมีผลตอบแทนของสลากออมทรัพย์ที่ดึงดูดความสนใจ
ของลูกค้าได้เป็นอย่างมาก ทั้งเงินรางวัลและอัตราดอกเบี้ย และความเสถียรของสลากออมทรัพย์
ทวีสินอยู่ในอัตราที่ต่ำมาก

ด้านการจัดจำหน่าย การเข้าถึงสลากออมทรัพย์ทวีสินสามารถเข้าถึงได้หลากหลายช่องทางตามความสะดวกของลูกค้า ทั้งสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ทุกสาขาในเวลาทำการ และช่องทาง Mobile Banking ของธนาคารคือ Application A-mobile และเมื่อสลากออมทรัพย์ทวีสินครบกำหนดอายุสลาก ก็สามารถที่จะโอนเข้าบัญชีธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้ทันทีหรือจะผ่านสาขาของธนาคารทั่วประเทศ การที่มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการซื้อ การถอน การรับเงินรางวัล ทำให้มีความสะดวก ความแม่นยำ มีการแจ้งเตือนความเคลื่อนไหวที่รวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้ามีความต้องการสูงในปัจจุบัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ทั้งทางเว็บไซต์ ทางสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ ที่แพร่หลายมากยิ่งขึ้น มีรายละเอียดของสลากออมทรัพย์ทวีสินที่ครบถ้วน ชัดเจน เข้าใจง่าย ลูกค้าสามารถศึกษาได้จากช่องทางต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อ สลากออมทรัพย์ทวีสินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ด้านบุคลากร พนักงานทุกคนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนให้แก่ลูกค้าที่ต้องการข้อมูลของสลากออมทรัพย์ทวีสินได้ โดยพนักงานต้องมีการบริการด้วยใจ มีมารยาท มีความเข้าใจในตัวสลากออมทรัพย์ทวีสิน ซึ่งธนาคารอาจจะมีการจัดอบรมพนักงานก่อนการจำหน่ายสลากจริง ให้พนักงานทุกคนมีความเข้าใจที่ถูกต้องครบถ้วน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้มีความพึงพอใจในการซื้อสลากออมทรัพย์ทวีสิน และมีการกลับมาซื้อซ้ำ

ด้านกระบวนการให้บริการ สลากออมทรัพย์ทวีสินในปัจจุบันมีการจำหน่ายทั้งทางสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรทุกสาขาทั่วประเทศ และทาง Mobile Banking คือ Application A-mobile ทั้ง 2 ช่องทางสามารถที่จะตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน

ด้านกายภาพและสภาพแวดล้อม ลูกค้าสามารถเดินทางไปสาขาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้อย่างสะดวก มีบริการที่ดี มีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย สะอาด ปลอดภัย เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการของธนาคารได้อย่างสะดวกสบาย

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยา ปั่นกลาง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชาลินี เอื้อวิเศษวัฒนา. (2553). *ปัจจัยการลงทุนและพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อรูปแบบการออมประเภทเงินฝากประจำและการลงทุนในกองทุนรวมของผู้ลงทุนรายย่อย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพมหานคร: วี พรินท์.

- ณภัทร กันทะวงศ์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชนกฤต วันตะเมล์. (2554). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2565). *ประวัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร*. ค้นเมื่อ 28 กันยายน 2565, จาก https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0001
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2565). *ผลิตภัณฑ์และบริการสลากออมทรัพย์*. ค้นเมื่อ 28 กันยายน 2565, จาก https://www.baac.or.th/th/content-product.php?content_id=014978&content_group_semi=0003&content_group_sub=0001&content_group=0004&inside=1
- ปาณิสดา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ปิติพร เนตรวัชร. (2560.) *พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการสลากดิจิทัล ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). *รูปแบบพฤติกรรมการซื้อ*. กรุงเทพมหานคร: ไดมอนด์ อิน บิซิเนส เวลด์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ. (2541). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพมหานคร: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ และภาวนา สนวนพลู. (2552). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค*. ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2565, จาก <https://doctemple.wordpress.com/2017/01/23/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2-%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5-%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%87%E0%B8%B2/>
- อดุลย์ จาตุรงกุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

