

การศึกษาทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใน
การเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่
A STUDY OF ATTITUDE AND CONSUMER RISK PERCEPTION THAT
AFFECTS THE DECISION TO BUY SAVINGS LOTTERY OF
GOVERNMENT HOUSING BANK CHIANG MAI BRANCH

¹น้ำทิพย์ ดวงดี และ ²ปราณี เอี่ยมละออภักดี

¹Namthip Duangdee and ²Pranee Eamlarpakdee

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ประเทศไทย

The University of the Thai Chamber of Commerce, Thailand

¹2221131623014@live4.utcc.co.th

Received : December 24, 2023; Revised : March 26, 2024; Accepted : April 30, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ 2) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้าธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ และ 3) เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สลากออมทรัพย์ และวงเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์ที่ต่างกันมีการตัดสินใจในการซื้อสลากออมทรัพย์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 2) ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้าธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 3) การรับรู้

¹นักศึกษา กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ความเสี่ยงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขา เชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ทักษะคิด, การรับรู้ความเสี่ยง, การตัดสินใจในการซื้อ, สลากออมทรัพย์

Abstract

This independent study. The objectives are 1) to study personal factors of Government Housing Bank customers. Chiang Mai branch that affects the decision to buy savings lottery tickets. 2) To study the attitudes that affect the decision to buy savings lottery tickets among bank customers. housing Chiang Mai branch and 3) to study risk perception that affects customers' decision to purchase savings lottery tickets. Government Housing Bank Chiang Mai Branch The sample group is Government Housing Bank service users. Chiang Mai Branch, 300 people. The instrument used in this study was a questionnaire. Statistics used in data analysis include Frequency percentage, mean, standard deviation, t-test, One way ANOVA (F-test), and multiple regression analysis (Multiple regression). The results of the study found that 1) Personal factors include gender, age, status, and educational level. Average monthly income Savings lottery and the limit for purchasing savings lottery tickets is different. There are decisions to make when purchasing savings lottery tickets. no different Statistically significant at 0.05 2) Attitude affects bank customers' decision to purchase savings lottery tickets. housing Chiang Mai Branch Statistically significant at 0.05 and 3) Risk perception affects customers' decision to purchase savings lottery tickets. Government Housing Bank, Chiang Mai Branch Statistically significant at 0.05

Keyword: Attitude, Risk Perception, Purchasing Decision, Savings Lottery

บทนำ

สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันทำให้พฤติกรรมออมเงินของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการลงทุนในตลาดลงทุนมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง ส่งผลทำให้ประชาชนไม่กล้าที่จะนำเงินหรือทรัพย์สินไปลงทุนทำธุรกิจ ประชาชนจึงหันมาสนใจการออมเงินกับทางธนาคาร ซึ่งได้ผลตอบแทนที่แน่นอน อีกทั้งผลของ พ.ร.บ. คู้มครองเงินฝาก ที่ส่งผลให้ประชาชนมีการกระจ่ายเงินออมไปยังธนาคารหลายแห่งมากขึ้น โดยเฉพาะธนาคารเฉพาะกิจของรัฐบาลที่

ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดที่มีความมั่นคงมากกว่า ธนาคารพาณิชย์หรือธนาคารเอกชน เนื่องจากรัฐบาลเป็นหุ้นส่วนอยู่ด้วย ซึ่งรูปแบบในการออมเงินกับทาง ธนาคารก็มีความหลากหลาย ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจและลักษณะของการใช้จ่ายหรือการลงทุน รวมทั้ง พฤติกรรมของผู้ออม ดังนั้นธนาคารจึงได้ศึกษาแนวทางและกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มปริมาณเงินฝากให้แก่ทางธนาคาร ซึ่งเงินฝากมีความสำคัญต่อธนาคารหลายประการโดยเฉพาะในด้านการระดมเงินทุนที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และยังส่งผลต่อเสถียรภาพและฐานะทางการเงินของธนาคารอีกด้วย (สุจิตรา คำกัมพล, 2564)

อีกทั้งสถานการณ์ปัจจุบันการที่ประชาชนได้ตระหนักถึงการต่อยอดเงินหรือการออมเพิ่มมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่ารายได้กับค่าใช้จ่ายอาจจะไม่สอดคล้องกันเท่าไรนักจึงให้เกิดการออมเงินลดน้อยลงดังนั้นทำให้นักออมมองหาวิธีการลงทุนแบบใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้นเพราะวิธีการออมเงินหรือต่อยอดเงินของประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต และจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนในปัจจุบัน นั้นทำให้ประชาชนตระหนักถึงวิธีการออมเงินเพื่ออนาคตของตัวเองและได้ศึกษาหาวิธีการลงทุนด้วยวิธีการต่างๆ ที่มีเพิ่มมากขึ้นอย่างหลากหลาย ในปัจจุบัน แต่การเลือกลงทุนด้วยวิธีต่างๆ นั้นย่อมมีความเสี่ยงไม่มากนักน้อย โดยการลงทุนเพื่อออมเงินหรือ หวังผลตอบแทนอาจมีทางเลือกให้เลือกหลายทางอย่างเช่น การฝากเงินประจำ พันธบัตรรัฐบาล หุ้น ทองคำ อสังหาริมทรัพย์ หรือ กองทุนรวม และในปัจจุบันสถาบันการเงินในแต่ละแห่งเล็งเห็นถึงปัญหาในการมีรายได้เท่าเดิมและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของประชาชนจึงมีช่องทางทำการตลาดโดยนำเสนออัตราเงินปันผล หรือดอกเบี้ยต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นอัตราดอกเบี้ยจากการฝากเงินประจำ เงินรางวัลจากสลากออมทรัพย์ หรือเงินปันผลจากกองทุนรวมต่างๆ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของการออมเงินกับ สถาบันการเงินแต่ละแห่งซึ่งมีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ (กุสุมา ภูมิลำเนา, 2565)

ผู้ศึกษาในฐานะพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานการเงิน ได้มีโอกาสในการเข้าไปสนับสนุนกิจกรรมของลูกค้า ได้รับรู้ถึงความจำเป็นในความต้องการสนับสนุนเงิน ทุนจากธนาคาร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการประกอบอาชีพ อันจะนำมาซึ่งความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ในขณะที่ธนาคารเองก็จำเป็นต้องระดมทุนมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอ โดยมีเป้าหมายให้ลูกค้าที่จะขอสินเชื่อจากธนาคารมีภาระจากดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำ ในขณะที่ธนาคารก็ต้องไม่ประสบ กับปัญหาภาระจากการระดมทุนที่หนักจนเป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนองค์กรมากจนเกินไป ซึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ ออส. ของลูกค้ามีความสำคัญต่อธนาคารหลายประการ โดยเฉพาะในด้านการระดมทุนที่จะส่งผลต่อเสถียรภาพและฐานะทางการเงิน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและแผนธุรกิจของธนาคารใน การจัดสรรเงินทุน เพื่อไปขับเคลื่อนภารกิจของธนาคารให้เป็นไปตามพันธกิจหลัก และเพื่อเป็นการตอบสนองต่อ นโยบายของรัฐบาลตามบทบาทในฐานะรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง ซึ่งสภาพคล่องที่เหมาะสมจะสามารถช่วยให้การสนับสนุนเงินทุน และช่วยยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

ตามเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษา เรื่อง การศึกษาทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคาร

อาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสำรวจเก็บข้อมูลจากผู้มาใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งคาดว่าจะการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการลูกค้ารวมถึงปรับปรุงผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน ปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์การให้บริการ การกำหนดช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนผู้สนใจได้นำไปใช้พัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์
2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

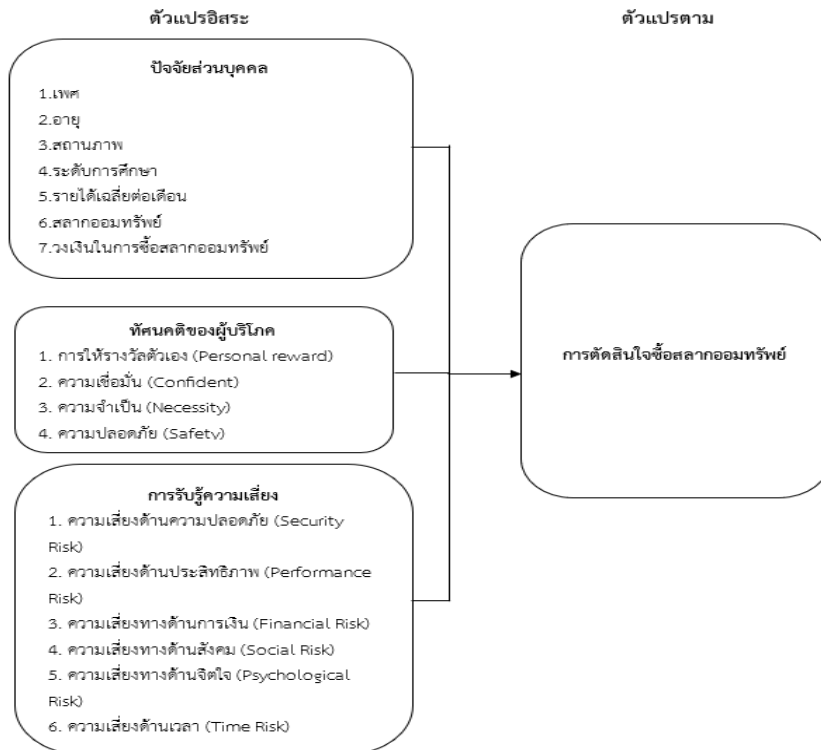
การศึกษาทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปแจกด้วยตนเอง ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ คือ ผู้ซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ จำนวน 1,172 คน (ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่, 2566) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) กรณิหาราจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ 0.05 แทนค่าได้ 298.21 คน ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ผู้ศึกษาจะตามแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค ได้แก่ การให้รางวัลตัวเอง ความเชื่อมั่น ความจำเป็น และความปลอดภัย แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความ

เสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงทางการเงิน ความเสี่ยงทางด้านสังคม ความเสี่ยงทางด้านจิตใจ และความเสี่ยงด้านเวลา แสดงตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ ซึ่งสามารถแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สลากออมทรัพย์ และวงเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) โดยเลือกตอบตัวเลือกเพียงตัวเลือกเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทัศนคติของผู้บริโภค ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการซื้อสลากออมทรัพย์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามข้อเสนอแนะ

4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด ได้แก่ ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยผ่านการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย และนำมาทดสอบโดยใช้ค่าทางสถิติ Cronbach's alpha ในการพิจารณาความเชื่อมั่น ซึ่งในงานวิจัยนี้ ค่าที่ยอมรับได้ คือต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จะถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างได้ โดยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Alpha's coefficient- α) ของแบบสอบถามทั้งชุดได้ 0.899 ซึ่งมีความมากกว่าเกณฑ์ของระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้สามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูลและดำเนินการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage)

5.1.2 วิเคราะห์ระดับทัศนคติของผู้บริโภค การรับรู้ความเสี่ยง และการตัดสินใจในการซื้อสลากออมทรัพย์ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สัญลักษณ์ $\bar{X}$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้สัญลักษณ์ S.D.

5.2 สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics)

5.2.1 ใช้สถิติทดสอบความแตกต่าง โดยใช้สถิติค่า t-test แบบ Independent ค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) ที่ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยกรณีประชากรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และหากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

5.2.1 สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ สามารถสรุปผลในภาพรวมได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

15,001-20,000 บาท มีการขายสลากออมทรัพย์ชุดขาดเพิ่มพูนปี 2566 และวงเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์ 100,001-500,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับทัศนคติของผู้บริโภค ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค โดยรวม

ทัศนคติของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การให้รางวัลตัวเอง	3.95	0.38	มาก
2. ความเชื่อมั่น	3.96	0.38	มาก
3. ความจำเป็น	4.09	0.40	มาก
4. ความปลอดภัย	3.96	0.36	มาก
รวม	3.99	0.32	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อทัศนคติของผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความจำเป็น ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.40) รองลงมา คือ ด้านความเชื่อมั่น ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.38) ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.36) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการให้รางวัลตัวเอง ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.38) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค โดยรวม ดังแสดงตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค โดยรวม

การรับรู้ความเสี่ยง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	3.96	0.36	มาก
2. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	3.99	0.36	มาก
3. ความเสี่ยงทางด้านการเงิน	3.99	0.34	มาก
4. ความเสี่ยงทางด้านสังคม	3.95	0.35	มาก
5. ความเสี่ยงทางด้านจิตใจ	3.93	0.37	มาก
6. ความเสี่ยงด้านเวลา	3.98	0.36	มาก
รวม	3.97	0.30	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.36) รองลงมา คือ ด้านความเสี่ยงทางด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.34) ด้านความเสี่ยงด้านเวลา ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.36) ด้านความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.36) ด้านความเสี่ยงทางด้านสังคม ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.35) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความเสี่ยงทางด้านจิตใจ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.36) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ดังแสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่

การตัดสินใจในการซื้อสลากออมทรัพย์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ในอนาคต	3.92	0.74	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.74)

5. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้านักธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ มีการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์แตกต่างกัน ดังแสดงตามตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ชาย	123	3.97	0.79	.862	.389
หญิง	177	3.89	0.70		

จากตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ จำแนกอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน สลากออมทรัพย์ และวงเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์

ปัจจัยส่วนบุคคล		Sum of Squares	df	Mean of Squares	F	Sig.
1. อายุ	ระหว่างกลุ่ม	1.454	3	.485	.887	.448
	ภายในกลุ่ม	161.782	296	.547		
	รวม	163.237	299			
2. สถานภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.112	2	.056	.102	.903
	ภายในกลุ่ม	163.124	297	.549		
	รวม	163.237	299			
3. ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	.178	2	.089	.162	.851
	ภายในกลุ่ม	163.059	297	.549		
	รวม	163.237	299			
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	2.019	2	1.010	1.860	.157
	ภายในกลุ่ม	161.217	297	.543		
	รวม	163.237	299			
5. สลากออมทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	.379	2	.189	.346	.708
	ภายในกลุ่ม	162.858	297	.548		
	รวม	163.237	299			
6. วงเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์	ระหว่างกลุ่ม	2.249	3	.750	1.378	
	ภายในกลุ่ม	160.988	296	.544		
	รวม	163.237	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ จำแนกอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สลากออมทรัพย์ และวงเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์ พบว่า ผู้ซื้อสลากออมทรัพย์ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สลากออมทรัพย์ และวงเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์ แตกต่างกัน มีการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ไม่แตกต่างกัน

6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้าธนาคาร อัครสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ดังแสดงตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้าธนาคาร อัครสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยทัศนคติ	การตัดสินใจซื้อ			t-statistic	Sig
	(β)	(Std. Error)	(Beta)		
(Constant)	.637	.495		1.287	.199
การให้รางวัลตัวเอง	.388	.152	.199	2.559	.011*
ความเชื่อมั่น	.284	.168	.144	1.690	.092
ความจำเป็น	.075	.137	.041	.543	.588
ความปลอดภัย	.081	.168	.040	.484	.629
R = 0.372, R Square = 0.139, F = 11.872, Sig. = 0.000					

* Sig. < 0.05, ** Sig. < 0.01

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้าธนาคาร อัครสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยการให้รางวัลตัวเอง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้าธนาคาร อัครสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

7. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้าธนาคาร อัครสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ ดังแสดงตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าลูกค้าธนาคาร อัครสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง	การตัดสินใจซื้อ			t-statistic	Sig
	(β)	(Std. Error)	(Beta)		
(Constant)	.513	.532		.965	.336
ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	.130	.186	.063	.700	.485
ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	.008	.184	.004	.046	.963
ความเสี่ยงทางด้านการเงิน	.286	.198	.133	1.443	.150
ความเสี่ยงทางด้านสังคม	.457	.191	.217	2.392	.017*
ความเสี่ยงทางด้านจิตใจ	.239	.148	.120	1.612	.108
ความเสี่ยงด้านเวลา	-.257	.162	-.125	-1.580	.115
R = 0.385, R Square = 0.148, F = 8.480, Sig. = 0.000					

* Sig. < 0.05, ** Sig. < 0.01

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้ายุค Z ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงทางด้านสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้ายุค Z ธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสลากออมทรัพย์ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ายุค Z ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์

ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สลากออมทรัพย์ และวงเงินในการซื้อสลากออมทรัพย์ที่ต่างกันมีการตัดสินใจในการซื้อสลากออมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งกานต์ เรืองยศ (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพัทลุง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ที่เคยใช้บริการด้านเงินฝาก สลากออมทรัพย์ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพัทลุง ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และอาชีพ แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์ ไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือน มีการตัดสินใจใช้บริการเงินฝากประเภทสลากออมทรัพย์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของกุสุมา ภูมิลำเนา (2565) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ของลูกค้ายุค Z ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ธอส. ของลูกค้ายุค Z ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้ายุค Z ธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่

ทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้ายุค Z ธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชณี มาเสถียร (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเสริมอาหารที่ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้คุณค่าด้านการใช้งานในแง่คุณภาพ การรับรู้คุณค่าด้านอารมณ์ ทัศนคติ ด้านรางวัลแห่งความเชื่อมั่นและทัศนคติด้านสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มเสริมอาหารที่ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่

การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าย ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของชมลวรรณ สมพงศ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐมอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติมีจำนวน 8 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอยมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกสบาย (Beta = 0.518) รองลงมาคือ การติดต่อสื่อสาร (Beta = 0.412) ความปลอดภัย (Beta = 0.361) ความไว้วางใจ (Beta = 0.309) ประสิทธิภาพ (Beta = 0.302) ผลิตรภัณฑ์ (Beta = 0.255) ราคา (Beta = 0.190) และการส่งเสริมการขาย (Beta = 0.155) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา

1. ผู้บริหารฝ่ายบริหารผลิตภัณฑ์และการตลาด ควรสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานให้แก่ผู้ซื้อสลาก ไม่ว่าจะเป็นในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานระบบในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟนบนอินเทอร์เน็ตได้อย่างไม่ลำบาก และง่ายดาย ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานในทุกช่วงเวลาที่ต้องการ มีความต่อเนื่อง โดยไม่เกิดข้อขัดข้องระหว่างการใช้งาน ส่งผลให้ผู้ซื้อสลากดิจิทัลเกิดความสะดวกในการใช้งาน และซื้อซ้ำเพิ่มในช่องทางออนไลน์ที่ง่ายในทุกช่วงเวลา

2. จากการศึกษาทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ของลูกค้าย ธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในเรื่องของทัศนคติ ด้านการให้รางวัลตัวเอง ควรแนะนำลูกค้ายถึงการลงทุนสลากออมทรัพย์ ว่าเป็นอย่างไร เป็นการลงทุนที่คุ้มค่าหรือไม่ และควรมีการแนะนำลูกค้ายว่าการซื้อสลากออมทรัพย์ เป็นการให้รางวัลตัวเองเพื่ออนาคต และในเรื่องการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความเสี่ยงทางด้านสังคม ควรมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าย และควรการระบุงการโดนโกงจากทางช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้ายสบายใจและไว้วางใจในการเข้ามาใช้บริการกับธนาคารต่อไป

3. ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของทางธนาคาร สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมา กำหนดแผนการสื่อสารทางตลาดดิจิทัลกับลูกค้ายกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการแอปพลิเคชันของทางธนาคาร รวมถึงแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันของทางธนาคาร ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ายให้ได้ทุกกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการรักษาลูกค้ายเก่า และเพิ่มลูกค้ายใหม่ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา ภูมิลำเนา. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin92/6214155558.pdf>. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2566.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2566). รายงานจำนวนลูกค้าธนาคาร. สืบค้นจาก <https://www.ghbank.co.th/>. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2566.
- ฉมวรรณ สมพงศ์. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัชณี มาเสถียร. (2564). การรับรู้คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเสริมอาหารที่ใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาลของผู้บริโภค. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รุ่งกานต์ เรืองยศ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพัทลุง. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้นจาก http://www.baabstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2562-5-11_1599049070.pdf. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2566.
- สุจิตรา คำกัมพล. (2564). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.

