

## บทที่ 5 ผลการศึกษา

การศึกษานี้มี 2 วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์แรก ศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินราคาหน่วยละ 50 บาท ด้วยเงื่อนไขที่ใช้ในปัจจุบัน วัตถุประสงค์ที่สอง ศึกษาเพื่อต้องการหาราคาสลากต่อหน่วย และระยะเวลาห่างของการออกรางวัลแต่ละครั้งที่ได้รับความนิยม

วัตถุประสงค์แรก เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินราคาหน่วยละ 50 บาทด้วยเงื่อนไขที่ใช้ในปัจจุบัน จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามกับลูกค้าผู้เข้ามาติดต่อใช้บริการกับธนาคารออมสินสาขาไม่ว่าจะซื้อ หรือไม่ซื้อสลาก คือเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Quota Sampling ณ.สาขาเชียงใหม่ สาขามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สาขาท่าแพ สาขาพิพิธเนตร สาขาประตูช้างเผือก สาขาหนองหอย และสาขามวกครกหลวง รวม 7 สาขา สาขาละ 70-75 รายรวมทั้งสิ้น 500 ราย พบว่า ข้อมูลระหว่างปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากกับการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อสลากเพื่อหาสัดส่วน จะทำให้ทราบถึงรายละเอียดที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะทั่วไปของลูกค้าที่เข้ามาติดต่อใช้บริการของธนาคาร ดังนี้

### 5.1 ลักษณะทั่วไปของลูกค้าผู้เข้ามาติดต่อใช้บริการของธนาคารออมสิน

#### 5.1.1 เพศ

จากการศึกษาลูกค้าผู้เข้ามาใช้บริการกับธนาคารจำนวนตัวอย่าง 500 ราย คุณลักษณะทั่วไปพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเมื่อพิจารณาถึงสัดส่วนการซื้อและไม่ซื้อสลากของทั้งสองเพศ พบว่า เพศหญิงตัดสินใจซื้อร้อยละ 34.8 ไม่ซื้อร้อยละ 25.8 เพศชายตัดสินใจซื้อร้อยละ 22.6 ไม่ซื้อร้อยละ 16.8 ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อสลากออมสินจำแนกตามเพศ

หน่วย : ราย

เพศ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
ชาย	113 (22.6)	84 (16.8)	197 (39.4)
หญิง	174 (34.8)	129 (25.8)	303 (60.6)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.2 อายุ

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างอายุ 20-40 ปีมีจำนวนมากถึง 305 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 เมื่อเดินเข้ามาในธนาคารจะตัดสินใจซื้อสลากออมสินร้อยละ 32.8 ไม่ซื้อร้อยละ 28.2 และหากพิจารณาเฉพาะกลุ่มผู้มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาติดต่อธนาคารจะซื้อสลากออมสินร้อยละ 22.6 ไม่ซื้อร้อยละ 9.4 ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามกลุ่มอายุ

หน่วย : ราย

ช่วงอายุ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
7 – 19 ปี	10 (2.0)	25 (5.0)	35 (7.0)
20 – 40 ปี	164 (32.8)	141 (28.2)	305 (61.0)
41 ปีขึ้นไป	113 (22.6)	47 (9.4)	160 (32.0)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.3 การศึกษา

ระดับการศึกษาของลูกค้าเกือบครึ่งคือ 242 ราย อยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป และในกลุ่มนี้ตัดสินใจซื้อสลากมากถึง 153 ราย รายคิดเป็นร้อยละ 30.6 และหากเปรียบเทียบกับจากกลุ่มประชากรตัวอย่างทั้ง 500 รายก็ยังคงเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดที่ซื้อสลากออมสิน ดังตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตาม กลุ่มการศึกษา

หน่วย : ราย

การศึกษา	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
ต่ำกว่าประถมปีที่ 6	15 (3.0)	22 (4.4)	37 (7.4)
ประถมปีที่ 6 –อนุปริญญา	119 (23.8)	102 (20.4)	221(44.2)
ปริญญาตรีขึ้นไป	153 (30.6)	89 (17.8)	242 (48.4)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

#### 5.1.4 สถานะภาพการสมรส

ลูกค้ำกลุ่มใหญ่จำนวน 273 รายจาก 500 รายอยู่ในสถานะสมรสและในกลุ่มนี้ 180 รายหรือร้อยละ 36.0 เลือกซื้อสลากออมสิน ไม่ซื้อร้อยละ 18.6 ในขณะที่กลุ่มสถานภาพโสด/หย่า/หม้าย มีการตัดสินใจไม่ซื้อสลากในสัดส่วนที่มากกว่าการตัดสินใจซื้อสลาก ดังตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามสถานะการสมรส หน่วย : ราย

สถานะ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
โสด	91 (18.2)	102 (20.4)	193 (38.6)
สมรส	180 (36.0)	93 (18.6)	273(54.6)
หย่า/หม้าย	16 (3.2)	18 (3.6)	34 (6.8)
รวม	287 (57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

#### 5.1.5 อาชีพ

กลุ่มอาชีพที่มาติดต่อธนาคารมีจำนวนมากที่สุดถึง 220 รายจากจำนวน 500 รายคือ กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการบำนาญ ในจำนวนนี้ร้อยละ 31.4 ซื้อสลากออมสินไม่ซื้อร้อยละ 12.6 และกลุ่มที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ก็มีสัดส่วนซื้อสลากรองลงมาคือร้อยละ 12.6 โดยไม่ซื้อเพียงร้อยละ 9.2 ส่วนกลุ่มอาชีพอื่นนอกจากสองกลุ่มข้างต้นมีการตัดสินใจไม่ซื้อสลากมากกว่าซื้อ ดังตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามกลุ่มอาชีพ หน่วย : ราย

กลุ่มอาชีพ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/บำนาญ	157 (31.4)	63 (12.6)	220 (44.0)
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	63 (12.6)	46 (9.2)	109(21.8)
เกษตรกร/นักเรียน/ลูกจ้าง,รับจ้าง	67 (13.4)	104 (20.8)	171(34.2)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

#### 5.1.6 รายได้ของครัวเรือน

กลุ่มผู้ฝากที่มีรายได้ของครัวเรือนเดือนละ 10,000.- ถึง 20,000.- บาทจะเป็นกลุ่มที่เข้ามาติดต่อธนาคารมากที่สุดในสัดส่วนร้อยละ 38.0 ของประชากรตัวอย่าง ในกลุ่มนี้ซื้อสลากออมสินร้อยละ 22.2 ไม่ซื้อร้อยละ 15.8 กลุ่มรายได้ของครัวเรือนเดือนละ 20,000.- บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มที่ซื้อสลากในสัดส่วนร้อยละ 22.2 ไม่ซื้อเพียงร้อยละ 8.4 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ของครัวเรือนต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนมีการตัดสินใจไม่ซื้อสลากมากกว่าการซื้อ ดังตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามรายได้

หน่วย : ราย

รายได้	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
ต่ำกว่า 10,000	65 (13.0)	92 (18.4)	157 (31.4)
ตั้งแต่ 10,000 – 20,000	111 (22.2)	79 (15.8)	190(38.0)
สูงกว่า 20,000	111 (22.2)	42 (8.4)	153(30.6)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.7 เงินออม

ลูกค้ากลุ่มใหญ่ที่มีเงินออมต่อเดือน 1,000-5,000 บาทจะเป็นกลุ่มที่เข้ามาติดต่อกับธนาคารมากที่สุดคือร้อยละ 42.4 และตัดสินใจซื้อสลากออมสินในสัดส่วนร้อยละ 23.8 ไม่ซื้อร้อยละ 18.6 กลุ่มที่มีเงินออมต่อเดือนมากกว่าคือสูงกว่า 5,000.- บาทต่อเดือนซื้อสลากในสัดส่วนที่ไม่น้อยคือร้อยละ 23.4 และไม่ซื้อเพียงร้อยละ 8.0 ในขณะที่กลุ่มมีเงินอมน้อยกว่า 1,000 บาทต่อเดือนจะตัดสินใจไม่ซื้อสลากมากกว่าซื้อ ดังตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามกลุ่มเงินออม

หน่วย : ราย

กลุ่มเงินออม	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
ต่ำกว่า 1,000	51 (10.2)	80 (16.0)	131 (26.2)
ตั้งแต่ 1,000 – 5,000	119 (23.8)	93 (18.6)	212 (42.4)
สูงกว่า 5,000	117 (23.4)	40 (8.0)	157 (31.4)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.8 ผลตอบแทน (ดอกเบ็ญ)

กลุ่มลูกค้าจำนวน 246 รายจาก 500 รายเป็นกลุ่มที่มีความเห็นว่าผลตอบแทนของธนาคารออมสินมีความแตกต่างจากธนาคารอื่นจะตัดสินใจซื้อสลากร้อยละ 33.2 ไม่ซื้อร้อยละ 16.0 ส่วนอีก 254 รายมีความเห็นว่าผลตอบแทนของธนาคารออมสินไม่แตกต่างจากธนาคารอื่นจึงซื้อสลากในสัดส่วนร้อยละ 24.2 น้อยกว่าไม่ซื้อ ดังตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามผลตอบแทน (ดอกเบ็ญ) หน่วย: ราย

ผลตอบแทน	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
แตกต่างจากธนาคารอื่น	166 (33.2)	80 (16.0)	246 (49.2)
ไม่มีความแตกต่าง	121 (24.2)	133 (26.6)	254 (50.8)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.9 การโฆษณา

กลุ่มลูกค้าจำนวน 407 รายจาก 500 รายยอมรับว่าธนาคารออมสินมีโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับธุรกิจของธนาคารทุก ๆ เรื่องอยู่ในเกณฑ์น้อย และลูกค้ากลุ่มนี้จำนวน 248 คนหรือร้อยละ 49.6 ตัดสินใจซื้อสลากไม่ซื้อร้อยละ 31.8 ขณะเดียวกันกลุ่มที่คิดว่ามีโฆษณาอยู่ในเกณฑ์ไม่น้อยกลับซื้อสลากเพียงร้อยละ 7.8 ไม่ซื้อในสัดส่วนที่มากกว่าคือร้อยละ 10.8 ดังตารางที่ 5.9

ตารางที่ 5.9 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามการโฆษณา หน่วย: ราย

การโฆษณาน้อย	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
ใช่ (โฆษณาน้อย)	248 (49.6)	159 (31.8)	407 (81.4)
ไม่ใช่ (โฆษณาไม่น้อย)	39 (7.8)	54 (10.8)	93 (18.6)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.10 ความมั่นคงของธนาคารออมสิน

ลูกค้ำกลุ่มที่คิดว่าธนาคารออมสินมีความมั่นคงมากกว่าธนาคารอื่นมีจำนวนมากถึง 460 รายจากประชากรตัวอย่าง 500 ราย ในกลุ่มนี้ตัดสินใจซื้อสลากร้อยละ 54.2 ไม่ซื้อสลากร้อยละ 37.8 สำหรับกลุ่มที่คิดว่าธนาคารออมสินมีความมั่นคงไม่แตกต่างจากธนาคารอื่นนั้น ได้ตัดสินใจซื้อสลากออมสินเพียงร้อยละ 3.2 และไม่ซื้อร้อยละ 4.8 ดังตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.10 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามความเชื่อมั่นในความมั่นคง  
รัฐบาลเป็นประกันของธนาคารออมสิน

ความมั่นคง	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
มีความมั่นคงกว่า	271 (54.2)	189 (37.8)	460 (92.0)
ไม่มีความมั่นคงกว่า	16 (3.2)	24 (4.8)	40 (8.0)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.11 ความสะดวกสบายในการเดินทางมาติดต่อกับธนาคารออมสินสาขา

ลูกค้ำกลุ่มที่มีความสะดวกสบายในการเดินทางมาติดต่อกับธนาคารมีจำนวนมากถึง 375 รายจากประชากรตัวอย่าง 500 รายคิดเป็นร้อยละ 75 ในกลุ่มนี้ตัดสินใจซื้อสลากร้อยละ 42.0 และไม่ซื้อสลากร้อยละ 33.0 ส่วนกลุ่มที่คิดว่าไม่มีความสะดวกสบายในการเดินทางตัดสินใจซื้อในสัดส่วนร้อยละ 15.4 ไม่ซื้อร้อยละ 9.6 จะเห็นว่าสัดส่วนการตัดสินใจซื้อมีมากกว่าไม่ซื้อไม่ว่าจะมีหรือไม่มีความสะดวกสบาย แสดงว่าความสะดวกสบายไม่มีผลต่อการซื้อสลากดังตารางที่ 5.11

ตารางที่ 5.11 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามความสะดวกสบาย  
ในการเดินทางมาติดต่อกับธนาคารออมสินสาขา

ความสะดวกสบาย	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
สะดวกสบาย	210 (42.0)	165 (33.0)	375 (75.0)
ไม่สะดวกสบาย	77 (15.4)	48 (9.6)	125 (25.0)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.12 ด้านการบริการของพนักงาน

กลุ่มลูกค้าที่มีความพอใจในการบริการของพนักงานธนาคารออมสินสาขามีจำนวนมากถึง 442 รายจากประชากรตัวอย่าง 500 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.4 แต่เป็นผู้ซื้อสลากเพียงร้อยละ 50.8 ไม่ซื้อสลากร้อยละ 37.6 กลุ่มไม่พอใจในการบริการของพนักงานซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 11.6 ตัดสินใจซื้อสลากร้อยละ 6.6 ไม่ซื้อสลากร้อยละ 5.0 จะเห็นว่าสัดส่วนการตัดสินใจซื้อจะมากกว่าการไม่ซื้อจากทั้งสองกลุ่ม แสดงให้เห็นว่าการบริการของพนักงานธนาคารไม่ว่าจะมีหรือไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากเพิ่มขึ้น ดังตารางที่ 5.12

ตารางที่ 5.12 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามความพอใจ

ด้านการบริการของพนักงานธนาคารออมสินสาขา			หน่วย : ราย
ความพอใจการบริการ	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
พอใจ	254 (50.8)	188 (37.6)	442 (88.4)
ไม่พอใจ	33 (6.6)	25 (5.0)	58 (11.6)
รวม	287(57.4)	213(42.6)	500(100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.13 มีเงินฝากกับธนาคารอื่น

ลูกค้ากลุ่มที่มีเงินฝากสะสมและฝากไว้ ณ. ธนาคารอื่นมีจำนวน 402 ราย จากประชากรตัวอย่าง 500 คิดเป็นร้อยละ 80.4 จะซื้อสลากร้อยละ 50.0 ไม่ซื้อสลากร้อยละ 30.4 ในขณะที่กลุ่มไม่มีเงินฝากสะสม ณ.ธนาคารอื่นจะซื้อสลากเพียงร้อยละ 7.4 ไม่ซื้อสลากร้อยละ 12.2 ดังตารางที่ 5.13

ตารางที่ 5.13 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกตามการมีเงินฝากกับธนาคารอื่นหน่วย : ราย

เงินฝาก ณ. ธนาคารอื่น	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
มี	250 (50.0)	152 (30.4)	402 (80.4)
ไม่มี	37 (7.4)	61 (12.2)	98 (19.6)
รวม	287 (57.4)	213 (42.6)	500 (100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.1.14 การรู้จักสลากออมสิน

ลูกค้ายุคใหม่ที่รู้จักสลากออมสินมีมากถึง 442 รายจากประชากรตัวอย่าง 500 รายคิดเป็นร้อยละ 88.4 ตัดสินใจซื้อสลากร้อยละ 56.2 อีกร้อยละ 32.2 ไม่ซื้อสลาก ในขณะที่กลุ่มไม่รู้จักสลากออมสินจะซื้อสลากเพียงร้อยละ 1.2 ไม่ซื้อสลากร้อยละ 10.4 ดังตารางที่ 5.14

ตารางที่ 5.14 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อ สลากออมสินจำแนกการรู้จักหรือไม่รู้จักสลาก หน่วย: ราย

ลูกค้ารู้จัก/ไม่รู้จักสลาก	ซื้อ	ไม่ซื้อ	รวม
รู้	281 (56.2)	161 (32.2)	442 (88.4)
ไม่รู้	6 (1.2)	61 (10.4)	58 (11.6)
รวม	287 (57.4)	213 (42.6)	500 (100)

ที่มา : จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงอัตราร้อยละ

### 5.2 ผลการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ/ไม่ซื้อสลาก

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินของลูกค้าผู้เข้ามาติดต่อใช้บริการธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีหลายอย่างเช่น อัตราผลตอบแทน การโฆษณา การคำนึงถึงความมั่นคงของสถาบันการเงินที่นำไปฝากหรือลงทุน ความสะดวกสบายในการเดินทางไปติดต่อกับธนาคาร การบริการของพนักงานธนาคาร เป็นต้น เนื่องจากตัวแปรตาม (Dependent Variables) หรือการตัดสินใจที่จะซื้อสลากเป็นรูปแบบที่มีทางเลือก 2 ทาง คือ ซื้อและไม่ซื้อ ดังนั้นการประมาณค่าการตัดสินใจจึงเลือกใช้ Logit Model ดังต่อไปนี้

$$\ln [y / (1-y)] = b_0 + b_1x_1 + b_2x_{21} + b_{22}x_{22} + b_{31}x_{31} + b_{32}x_{32} + b_{41}x_{41} + b_{42}x_{42} + b_{51}x_{51} + b_{52}x_{52} + b_{61}x_{61} + b_{62}x_{62} + b_{71}x_{71} + b_{72}x_{72} + b_8x_8 + b_9x_9 + b_{10}x_{10} + b_{11}x_{11} + b_{12}x_{12} + b_{13}x_{13} + b_{14}x_{14} + e$$

โดยที่ โดยที่ y เป็นตัวแปรตาม

ถ้า y = 1 หมายถึง ซื้อสลาก

ถ้า y = 0 หมายถึง ไม่ซื้อสลาก

$b_0$  : ค่าคงที่ (ค่าของตัวแปรตามเมื่อตัวแปรอิสระเป็นศูนย์)

$b_i$  : ค่าสัมประสิทธิ์ ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม



$x_i$  : ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากซึ่งมีจำนวน 14 ตัวแปร

ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความหมายดังต่อไปนี้

$X_1$	=	1	ถ้าเป็นเพศ หญิง
	=	0	เพศชาย
$X_{21}$	=	1	ถ้าอายุ 20-40 ปี (AGE1)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มอายุ 7-19 ปีเป็นฐาน
$X_{22}$	=	1	ถ้าอายุ 40 ปีขึ้นไป (AGE 2)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มอายุ 7-19 ปี เป็นฐาน
$X_{31}$	=	1	ถ้ามีสถานภาพโสด (STATUS1)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มสถานภาพหย่า/ม่าย เป็นฐาน
$X_{32}$	=	1	ถ้ามีสถานภาพสมรส (STATUS2)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มสถานภาพหย่า/ม่าย เป็นฐาน
$X_{41}$	=	1	ถ้ามีการศึกษาประถมศึกษาปีที่ 6-อนุปริญญา (EDU1)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 เป็นฐาน
$X_{42}$	=	1	ถ้ามีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป (EDU2)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 6 เป็นฐาน
$X_{51}$	=	1	ถ้ามีอาชีพรับราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ข้าราชการบำนาญ (CAREER1)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป/แม่บ้าน/เกษตรกร เป็นฐาน
$X_{52}$	=	1	ถ้ามีอาชีพค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว (CAREER2)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป/แม่บ้าน/เกษตรกร เป็นฐาน
$X_{61}$	=	1	ถ้ามีรายได้มากกว่า 1 หมื่นบาทต่อเดือน (SARARY1)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นบาทต่อเดือนเป็นฐาน
$X_{62}$	=	1	ถ้ามีรายได้มากกว่า 2 หมื่นบาทต่อเดือน (SARARY2)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นบาทต่อเดือนเป็นฐาน
$X_{71}$	=	1	ถ้ามีเงินออม 1 พันบาทขึ้นไปต่อเดือน (NET1)
	=	0	อื่น ๆ โดยที่มีกลุ่มเงินออมต่ำกว่าหนึ่งพันบาทต่อเดือนเป็นฐาน

$X_{72}$	=	1	ถ้ามีเงินออม 5 พันบาทขึ้นไปต่อเดือน (NET2)
	=	0	อื่น ๆ โดยมีกลุ่มเงินออมต่ำกว่าหนึ่งพันบาทต่อเดือนเป็นฐาน
$X_8$	=	1	ถ้ามีเงินสะสมฝากไว้ ณ. ธนาคารอื่น (OTHER)
	=	0	อื่น ๆ
$X_9$	=	1	ถ้ารู้จักสลากออมสิน (A1)
	=	0	อื่น ๆ
$X_{10}$	=	1	ถ้าผลตอบแทน / ดอกเบี้ย แตกต่างจากธนาคารอื่น (A3)
	=	0	อื่น ๆ
$X_{11}$	=	1	ถ้าเห็นว่าการ โฆษณาของธนาคารออมสินมีน้อย (A4)
	=	0	อื่น ๆ
$X_{12}$	=	1	ถ้าเชื่อว่าธนาคารออมสินมั่นคงกว่าธนาคารอื่น (A5)
	=	0	อื่น ๆ
$X_{13}$	=	1	ถ้ามีความสะดวกสบายในการเดินทางติดต่อกับธนาคาร (A6)
	=	0	อื่น ๆ
$X_{14}$	=	1	ถ้าการบริการของพนักงานอยู่ในเกณฑ์ ดี (A7)
	=	0	อื่น ๆ
$e$	=		ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินตามแบบจำลอง แสดงในตารางที่ 5.15 พบว่าตัวแปรอิสระที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลาก ณ.ระดับนัยสำคัญ 0.05 คือ ตัวแปร( $X_9$ ) การรู้จักสลากออมสิน ตัวแปร( $X_{71}$ )กลุ่มมีเงินออม 1,000 ถึง 5,000 บาทต่อเดือนตัวแปร( $X_{51}$ )กลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการบำนาญ ตัวแปร( $X_6$ )กลุ่มมีเงินเก็บสะสมฝากไว้ ณ. ธนาคารอื่น ตัวแปร( $X_{10}$ )กลุ่มที่ทราบว่าผลตอบแทนของธนาคารออมสินแตกต่างจากของธนาคารอื่น ตัวแปร( $X_{11}$ )กลุ่มที่ยอมรับว่าการ โฆษณาของธนาคารออมสินมีอยู่ในเกณฑ์น้อยแต่ตัดสินใจซื้อสลาก แสดงว่าการ โฆษณาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสิน

ค่าสัมประสิทธิ์ ในตารางที่ 5.15 แสดงให้เห็นว่าเมื่อลูกค้ารู้จักสลากออมสินย่อมมีโอกาสที่จะซื้อสลากมากกว่าคนที่ไม่รู้จัก ผู้ที่มีเงินออม 1-5 พันบาทต่อเดือนมีโอกาสจะซื้อสลากมากกว่าผู้มีเงินออมต่ำกว่าหนึ่งพันบาทต่อเดือน อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ

การบ้านานญมีโอกาซื้อสลากมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น กลุ่มที่มีเงินเก็บสะสมฝากไว้ ณ. ธนาคารอื่น มีโอกาซื้อสลากมากกว่ากลุ่มไม่มีเงินฝาก กลุ่มที่ยอมรับว่าผลตอบแทน(ดอกเบี้ย)ของธนาคาร ออมสินมีความแตกต่างจากธนาคารอื่นมีโอกาซื้อสลากมากกว่ากลุ่มที่คิดว่าผลตอบแทน(ดอกเบี้ย)ไม่แตกต่าง และการโฆษณาที่อยู่ในเกณฑ์น้อยมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลาก แสดงว่าการ โฆษณาเพิ่มขึ้น ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินแต่อย่างใดรายละเอียดดังผลของการ ประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธีการของ Logic Model จาก Program SPSS. ดัง ตารางที่ 5.15

ตารางที่ 5.15 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธีการของ Logic Model

ตัวแปร	B	Wald	Sig
Constant	-6.5536	32.9209	.0000
(X <sub>1</sub> ) เพศ (SEX)	-0.4084	3.1378	.0765
(X <sub>21</sub> ) อายุ 20-40 ปี (AGE1)	.2095	.1448	.7036
(X <sub>22</sub> ) อายุ 40 ปีขึ้นไป (AGE 2)	.3739	1.8288	.1763
(X <sub>31</sub> ) สถานภาพโสด (STATUS1)	.2833	.3436	.5578
(X <sub>32</sub> ) สถานภาพสมรส (STATUS2)	.8050	3.7589	.0525
(X <sub>41</sub> ) การศึกษาประถมปีที่ 6-อนุปริญญา (EDU1)	.0031	.0000	.9948
(X <sub>42</sub> ) การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป (EDU2)	-0.1443	.3307	.5653
(X <sub>51</sub> ) อาชีพรับราชการ,รัฐวิฯ,บ้านานญ (CAREER1)	1.0631	14.0937	.0002**
(X <sub>52</sub> ) อาชีพค้าขาย,ธุรกิจส่วนตัว (CAREER2)	.5250	2.8932	.0890
(X <sub>61</sub> ) รายได้มากกว่า 1 หมื่นต่อเดือน (SARARY1)	-3.787	1.0459	.3065
(X <sub>62</sub> ) รายได้มากกว่า 2 หมื่นต่อเดือน (SARARY2)	.0846	.0858	.7696
(X <sub>71</sub> ) มีเงินออม 1-5 พันบาทต่อเดือน (NET1)	1.0761	9.2135	.0024 **
(X <sub>72</sub> ) เงินออม 5 พันบาทขึ้นไปต่อเดือน (NET2)	.5018	3.0116	.0827
(X <sub>8</sub> ) มีเงินสะสมฝากไว้ ณ. ธนาคารอื่น (OTHER)	.7550	7.4293	.0064**
(X <sub>9</sub> ) รู้จักสลากออมสิน (A1)	2.8032	33.3091	.0000**
(X <sub>10</sub> ) ผลตอบแทนหรือดอกเบี้ย (A3)	.7314	10.6493	.0011**
(X <sub>11</sub> ) การโฆษณาของธนาคารออมสินมีในเกณฑ์น้อย (A4).8753		10.0300	.0015**
(X <sub>12</sub> ) ความมั่นคงของธนาคารออมสินมีมากกว่าธนาคารอื่น(A5).7314		3.0830	.0791
(X <sub>13</sub> ) สะดวกสบายในการเดินทางไปติดต่อกับธนาคาร (A6)-.5349		3.5610	.0592
(X <sub>14</sub> ) การบริการของพนักงานอยู่ในเกณฑ์ ดี (A7)	.3354	.8413	.3590
จำนวนตัวอย่าง	500		
- Log Likelihood	519.569		

\*\* ระดับนัยสำคัญ 0.05 %

### 5.3 ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ที่สอง เพื่อหาราคาสลากต่อหน่วย และระยะเวลาห่างของการออกรางวัลแต่ละครั้งที่ได้รับความนิยม

ในขั้นแรกผู้วิจัยได้สมมุติให้มีสลาก 3 แบบมีรายละเอียด คุณสมบัติดังนี้

แบบที่หนึ่ง ราคา 100 บาทต่อหน่วย ตรวจรางวัลได้ทุกเดือน รางวัลที่หนึ่ง 5 ล้าน มีคุณลักษณะเหมือนสลากออมสินงวดที่ 19 ที่ธนาคารออมสินจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่าแบบที่หนึ่งเป็นตัวแทนของสลากที่มีราคาถูก และหากพิจารณาถึงเงินรางวัลผู้ฝากจะได้รับผลตอบแทนรางวัลเลขท้าย 4 ตัว หมุน 4 ครั้ง เป็นเงิน 1,200 บาทต่อ 1 งวดเมื่อซื้อสลากออมสินจำนวน 10,000 หน่วยเป็นเงิน 1,000,000 บาท ในระยะเวลา 3 ปี สามารถถูกรางวัล 35 ครั้ง อัตราผลตอบแทนรางวัลเท่ากับร้อยละ 1.40 ต่อปี เมื่อครบ 3 ปี จะได้ออกเบี้ยอีก 4 บาทต่อหน่วย คิดเป็นอัตราผลตอบแทนเท่ากับร้อยละ 1.33 ต่อปี รวมอัตราผลตอบแทนที่ผู้ฝากจะได้รับเท่ากับร้อยละ 2.73 ต่อปี เป็นที่น่าสังเกตว่าต้องใช้เงินลงทุนถึง 1,000,000 บาท เพื่อที่จะได้รับรางวัลทุกงวดที่ออกและนำไปสู่อัตราผลตอบแทนร้อยละ 2.73 ต่อปี

แบบที่สอง ราคา 500 บาทต่อหน่วย ตรวจรางวัลได้ทุก 3 เดือน รางวัลที่หนึ่ง 10 ล้าน มีคุณลักษณะเหมือนบัตรออมทรัพย์ทวีสิน 4 ซึ่ง ธ.ก.ส. ออกจำหน่ายไปเมื่อ 3 เม.ย.-31 ก.ค. 2543 ลักษณะเด่นคือเป็นสลากที่มีเงินรางวัลสูง และหากพิจารณาถึงเงินรางวัลผู้ฝากจะได้รับผลตอบแทนรางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 3 ครั้งเป็นเงิน 1,500 บาทต่อ 1 งวด เมื่อซื้อบัตรออมทรัพย์อย่างน้อยจำนวน 1,000 หน่วยเป็นเงิน 500,000 บาท ในระยะเวลา 3 ปีจะถูกรางวัล 12 ครั้ง อัตราผลตอบแทนรางวัลเท่ากับร้อยละ 1.20 ต่อปี เมื่อครบ 3 ปี จะได้ออกเบี้ยอีก 20 บาทต่อหน่วย คิดเป็นอัตราผลตอบแทนเท่ากับร้อยละ 1.33 ต่อปี รวมอัตราผลตอบแทนที่ผู้ฝากจะได้รับเท่ากับ 2.53 ต่อปี

แบบที่สาม ราคา 500 บาท ต่อหน่วย ตรวจรางวัลได้ทุก 15 วันรางวัลที่หนึ่ง 2 ล้าน มีคุณลักษณะเหมือนสลากออมสินงวดที่ 19 ที่ธนาคารออมสินจำหน่ายอยู่ในปัจจุบันแต่ราคาสูงกว่าและมีระยะเวลาในการออกรางวัลที่แตกต่างคือออกรางวัลทุก 15 วัน อาจกล่าวได้ว่าแบบที่สามมีลักษณะเด่นที่ระยะเวลาการออกรางวัลเร็ว และหากพิจารณาถึงเงินรางวัลผู้ฝากจะได้รับผลตอบแทนรางวัลเลขท้าย 3 ตัว หมุน 1 ครั้งเป็นเงิน 300 บาทต่อ 1 งวด เมื่อซื้อสลากออมสินจำนวน 1,000 หน่วยเป็นเงิน 500,000 บาท ในระยะเวลา 3 ปีจะถูกรางวัล 70 ครั้ง อัตราผลตอบแทนรางวัลเท่ากับร้อยละ 1.40 ต่อปี เมื่อครบ 3 ปี จะได้ออกเบี้ยอีก 20 บาทต่อหน่วย คิดเป็น

อัตราผลตอบแทนเท่ากับร้อยละ 1.33 ต่อปี รวมอัตราผลตอบแทนที่ผู้ฝากจะได้รับเท่ากับร้อยละ 2.73 ต่อปี

แบบที่สามสมมุติขึ้นมาเพื่อเปรียบเทียบกับบัตรออมทรัพย์ทวีสิน 4 ที่มีราคาต่อหน่วยเท่ากับ 500 บาทเหมือนกัน แตกต่างกันที่รางวัลที่หนึ่งจากได้รับ 10 ล้านบาทเพียงคนเดียวในช่วง 3 เดือนกระจายรางวัลเป็น 2 ล้านบาทต่อหนึ่งคนในทุก 15 วัน รวม 12 ล้านบาทในช่วง 3 เดือน ในขณะเดียวกันหากมองในด้านธนาคารออมสิน ธนาคารยังคงจ่ายผลตอบแทนให้กับลูกค้าในอัตราเท่ากับสลากออมสินงวดที่ 19 ที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบันคือร้อยละ 2.73 ในด้านผลประโยชน์ธนาคารสามารถระดมเงินฝากจากบุคคลผู้มีเงินเก็บสะสมและเลือกซื้อสลากตั้งแต่ 10,000 หน่วยคือ 500,000 บาท ที่มองเห็นว่าจะได้รับผลตอบแทนไม่ต่างจากเงินฝากชนิดเพื่อเรียกซึ่งปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 2.75 ในขณะเดียวกันก็มีสิทธิลุ้นโชคได้มาครั้งถึง 70 ครั้งตลอดอายุ 3 ปี ย่อมแสดงว่ามีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนจากรางวัลอื่น ๆ อีกซึ่งหากได้รับเพิ่มเติม อัตราผลตอบแทนของการซื้อสลากจะมากกว่าการฝากเงินชนิดเพื่อเรียกแน่นอน

ผู้วิจัยได้ทดลองออกแบบสอบถามที่ให้ความละเอียดถึงผลประโยชน์ สิทธิพิเศษคุณลักษณะพิเศษของสลากที่ลูกค้าควรทราบเพื่อช่วยในการตัดสินใจ เลือกแบบใด เพราะอะไร ผลที่ได้รับคือลูกค้ามักไม่อ่านแบบสอบถาม และหักท้วงว่าคำถามของแบบสอบถามยาวเกินไป โดยให้ผู้วิจัยพูดสรุปให้ฟัง เป็นคำถาม และยินดีตอบในทันที จากการ Pretest ครั้งแรกนี้ผู้วิจัยได้นำคำหักท้วงของผู้ตอบแบบสอบถามมาปรับปรุงคำถามในแบบสอบถาม โดยลดคำอธิบายถึงคุณลักษณะพิเศษของสลากในเรื่องต่าง ๆ ออกไปคงเหลือแต่สาระสำคัญที่ลูกค้ามักนำมาเปรียบเทียบเป็นสาระสำคัญคือ ราคาสลากต่อหน่วย และระยะเวลาการออกรางวัลแต่ละครั้งห่างกันเท่าไร ส่วนมูลค่าของเงินรางวัลที่หนึ่งเป็นสาระสำคัญรองลงไป ลูกค้าบางรายไม่คำนึงถึงรางวัลที่หนึ่งด้วยซ้ำไป โดยกล่าวว่าโอกาสถูกรางวัลที่หนึ่งยากมาก อยากให้เพิ่มในส่วนของรางวัลเลขท้ายมากขึ้น จะน่าสนใจมากกว่า

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามลูกค้าผู้เข้ามาติดต่อใช้บริการชุดเดียวกับวัตถุประสงค์แรก และให้เลือกซื้อสลากจำนวน 3 แบบ ที่ผู้วิจัยสมมุติขึ้นมาลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ราย ตัดสินใจเลือกซื้อสลากแบบ 1 จำนวน 281 รายคิดเป็น 56.2 % ตัดสินใจไม่ซื้อจำนวน 43.8 % และตัดสินใจเลือกซื้อแบบ 2 เพียง 26.8 % ไม่ซื้อ 73.2 % และตัดสินใจเลือกซื้อแบบ 3 58.4 % ไม่ซื้อ 41.6 % ดังตารางที่ 5.16

ตารางที่ 5.16 แสดงการซื้อ/ไม่ซื้อสลากออมสินจำแนกตามแบบที่สมมุติ

เลือก	แบบ 1 (ราย)	แบบ 1 %	แบบ 2 (ราย)	แบบ 2 %	แบบ 3 (ราย)	แบบ 3 %
ซื้อ	281	56.2 %	134	26.8 %	292	58.4 %
ไม่ซื้อ	219	43.8 %	366	73.2 %	208	41.6 %
รวม	500	100 %	500	100%	500	100 %

ที่มา : จากการสำรวจ

จากผลการสำรวจวัตถุประสงค์ที่สอง ลูกค้ำให้ความนิยมเลือกซื้อสลากแบบที่ 1 (ราคาไม่สูง) และแบบที่ 3 (ระยะเวลาการออกรางวัลเร็วกว่า) แสดงว่าลูกค้ำส่วนใหญ่ยินยอมเสี่ยงด้วยจำนวนเงินไม่มากจากการเลือกซื้อแบบที่ 1 แต่หวังในโอกาสเสี่ยงที่มีให้มากขึ้นจากการเลือกซื้อแบบที่ 3 และจากผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์แรก กลุ่มลูกค้ำที่ถือทรัพย์สินระดับปานกลาง(มีเงินออมเดือนละ 1,000-5,000 บาท)เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสลากออมสิน ตรงกับสมมุติฐานของ Milton Friedman และ L.J. Savage (1968) ที่กล่าวว่ากลุ่มผู้ถือทรัพย์สินแบ่งตามระดับรายได้เป็น 3 ระดับ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่มีรายได้ในระดับต่ำ (L) กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับปานกลาง (M) และกลุ่มที่สามเป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับสูง (H) โดยกลุ่มที่มีรายได้ในระดับต่ำ(L) และระดับสูง(H) ทั้ง 2 กลุ่มนี้จะไม่ชื่นชอบความเสี่ยง พร้อมทั้งจะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทุกประเภท ส่วนกลุ่มที่มีรายได้ระดับปานกลาง(M) เป็นกลุ่มที่มีอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของการถือทรัพย์สินสูง ผู้ถือทรัพย์สินกลุ่มนี้ไม่เพียงแต่ต้องการบริโภคสินค้าเพื่อการบริโภค (consumer goods) มากขึ้นเท่านั้น แต่ยังต้องการที่จะยกระดับความเป็นอยู่ในสังคมของตนให้สูงขึ้น และต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตของตนอีกด้วย ผู้ถือทรัพย์สินกลุ่มนี้จึงพร้อมและชื่นชอบที่จะเสี่ยง เพราะคาดคะเนว่ามูลค่าของเงินหรือสินทรัพย์ที่จะได้รับจะต้องสูงขึ้น

ดังนั้นกลุ่มผู้ถือทรัพย์สินระดับปานกลาง (มีเงินออม 1,000-5,000 บาทต่อเดือน)จึงยอมเสี่ยงด้วยจำนวนเงินน้อยจากการเลือกแบบที่ 1 เพื่อแลกกับเงินรางวัลที่มีโอกาสจะได้รับมากขึ้นจากการเลือกแบบที่ 3 นั่นเอง