PANYAPAT
ปัญญาพัฒน์

JSDP
Journal of Spatial Development and Policy
https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/index

Research Article

Saving Behavior and Factors Influencing the Purchase of Savings Certificate of BAAC among Employees of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives

Nuttakarn Srasom[1*] and Thanarak Laosuthi[2]

[1] *Master's degree student, Department of Business Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[2] *Assistant Professor, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand*

[*] *Corresponding author. E-mail: nuttakarn.sra@ku.th*

ABSTRACT

This article aims to study the (1) saving behaviors, (2) factors influencing the purchase of Savings Certificates of BAAC among employees of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives. Data were collected from a sample of 417 respondents through an online questionnaire and analyzed using descriptive statistics and Chi-square tests. The results indicate that most respondents are working-age employees (under 40 years old) based in branch offices with a bachelor's degree. Their saving behaviors lean toward low-risk financial products, such as savings accounts, fixed deposits, Savings Certificates of BAAC, and endowment life insurance, primarily for wealth accumulation and retirement preparation. Regarding purchasing patterns, the majority prefer 2-year Savings Certificates, buying them 1–2 times per year with moderate investment levels and showing a strong tendency to reinvest upon maturity. In terms of influencing factors, age, income, and education level, as well as internal organizational communication and purchasing incentives, show a significant relationship with purchasing behavior in certain dimensions. Key product-related factors include interest rates and redemption conditions. However, no significant relationship was found between financial literacy, attitudes toward saving, or specific certificate features and purchasing behavior. Based on these findings, the Bank should prioritize developing products with competitive returns and flexible terms, while enhancing internal communication and tailoring product designs to match the specific demographics and income levels of employees to promote more effective and continuous saving habits.

Keywords: Saving Behavior, Factors Influencing The Purchase of Savings Certificates, Savings Certificates of BAAC

Received: 3 April 2026;
Revised: 7 May 2026;
Accepted: 1 June 2026

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy
ISSN: 2985-220X (Online)

พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ณัฐกานต์ สระโสม[1*] และ ธนารักษ์ เหล่าสุทธิ[2]

[1] *นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

[2] *ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย*

* *Corresponding author. E-mail: nuttakarn.sra@ku.th*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 417 คน ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการทดสอบไคสแควร์ (Chi-square) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานวัยทำงานอายุไม่เกิน 40 ปี ปฏิบัติงานในส่วนงานสาขา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีพฤติกรรมการออมในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่ำ เช่น เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สลากออมทรัพย์ และประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสะสมความมั่งคั่งและเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณ สำหรับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อสลากออมทรัพย์ที่มีอายุ 2 ปี เฉลี่ยซื้อปีละ 1–2 ครั้ง ใช้เงินลงทุนในระดับไม่สูงมาก และมีแนวโน้มซื้อสลากชุดใหม่อย่างต่อเนื่องเมื่อครบกำหนดไถ่ถอน ในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ พบว่า อายุ รายได้ และระดับการศึกษา รวมถึงแรงจูงใจในการซื้อและการได้รับข้อมูลจากภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อในบางมิติ ขณะที่อัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการไถ่ถอนเป็นปัจจัยสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ทางการเงิน ทัศนคติต่อการออม และคุณลักษณะบางประการของสลากกับพฤติกรรมการซื้อ จากผลการศึกษาดังกล่าว ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราผลตอบแทนเหมาะสมและเงื่อนไขที่ยืดหยุ่น ควบคู่กับการเสริมสร้างการสื่อสารและการให้ข้อมูลภายในองค์กร รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ซื้อในแต่ละช่วงวัยและระดับรายได้ เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการออมอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: พฤติกรรมการออม, ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์, สลากออมทรัพย์

© 2026 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

การออมทรัพย์ถือเป็นพฤติกรรมพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการสร้างระบบภูมิคุ้มกันทางการเงินตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อรองรับเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันและสร้างความมั่นคงในวัยเกษียณ โดยการเลือกผลิตภัณฑ์ทางการเงินต้องพิจารณาจากปัจจัยด้านผลตอบแทน ความเสี่ยง และสภาพคล่องเป็นสำคัญ หนึ่งในเครื่องมือทางการเงินที่มีบทบาทโดดเด่นในสังคมไทยคือสลากออมทรัพย์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบพิเศษที่ผสมผสานการฝากเงินเข้ากับแรงจูงใจในรูปของเงินรางวัล โดยมีกฎหมายรองรับผ่านสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ อาทิ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่ก่อตั้งตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พ.ศ. 2509 ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมการออมและพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเฉพาะสลากออมทรัพย์ที่ออกแบบมาเพื่อคืนเงินต้นเต็มจำนวนพร้อมดอกเบี้ยและสิทธิ์ลุ้นรางวัลใหญ่ จึงถือเป็นนวัตกรรมทางการเงินที่ตอบโจทย์ทั้งความมั่นคงและการสร้างโอกาสทางการเงินให้แก่ประชาชนทุกช่วงวัย (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2568)

ปัจจุบันพนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรใน 1,243 สาขาทั่วประเทศ ถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนนโยบายรัฐไปสู่ภาคเกษตรกรและชุมชน พนักงานเหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่

ให้บริการสินเชื่อ และบริการทางการเงิน แต่ยังเป็นที่ปรึกษาด้านการวางแผนการออมและการลงทุนอย่างเหมาะสมแก่เกษตรกรและชุมชนอีกด้วย ความใกล้ชิดระหว่างพนักงานและลูกค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาฐานความสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ของธนาคาร อย่างไรก็ตาม หากพนักงานซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในการนำเสนอและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเงินยังขาดความเข้าใจ หรือไม่มีพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ด้วยตนเอง อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารและการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า เนื่องจากการถ่ายทอดข้อมูลและประสบการณ์จากผู้ให้บริการที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์จริงย่อมมีความน่าเชื่อถือมากกว่า แม้พนักงานจะมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่และส่งเสริมการขายสลากออมทรัพย์ให้แก่ประชาชน แต่กลับยังขาดข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ชัดเจนว่าบุคลากรภายในองค์กรเองมีพฤติกรรมการออมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างไร (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2568)

ช่องว่างทางข้อมูลนี้อาจทำให้ธนาคารไม่สามารถประเมินความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์จากมุมมองของผู้ปฏิบัติงานได้อย่างครอบคลุม ทั้งยังเป็นข้อจำกัดต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกลยุทธ์ส่งเสริมการออมให้ตอบโจทย์ของผู้ใช้งาน หากบุคลากรในองค์กรเองยังขาดความสนใจ หรือไม่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ขององค์กร อาจสะท้อนต่อปัญหาด้านความเชื่อมั่น ข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ หรือประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการทำความเข้าใจพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญในการประเมินความเชื่อมั่นภายในองค์กร ผลการศึกษาจะช่วยให้ธนาคารสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความยืดหยุ่น มีผลตอบแทนที่จูงใจ และสอดคล้องกับความต้องการของทั้งพนักงานและประชาชนในวงกว้าง อันจะนำไปสู่การส่งเสริมพฤติกรรมการออมที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระดับมหภาคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดในการวิจัย

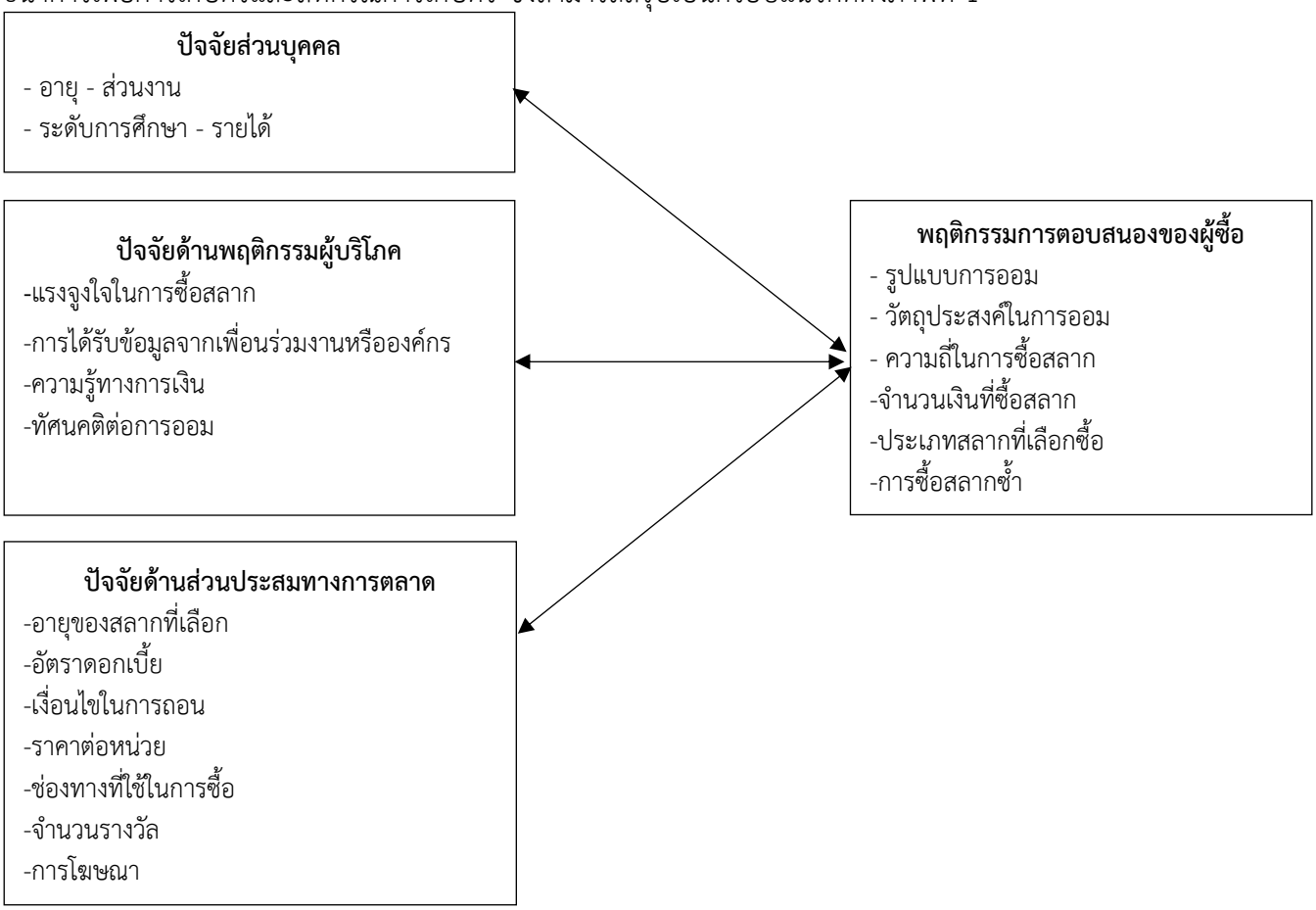
การศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์สามารถอธิบายได้จากทั้งมุมมองทางเศรษฐศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภค โดยทฤษฎีรายได้สัมบูรณ์เสนอว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น บุคคลจะมีแนวโน้มออมเพิ่มขึ้นเนื่องจากการบริโภคเพิ่มขึ้นไม่เต็มสัดส่วนของรายได้ (Rehal, 2022) ขณะที่ทฤษฎีรายได้เปรียบเทียบชี้ให้เห็นว่าการตัดสินใจบริโภคและออมไม่ได้ขึ้นอยู่กับรายได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากการเปรียบเทียบทางสังคมและความต้องการรักษาสถานะทางสังคม ส่วนทฤษฎีวัฏจักรชีวิตอธิบายว่า บุคคลแต่ละช่วงวัยมีรูปแบบการออมและการใช้จ่ายแตกต่างกันตามระดับรายได้ ภาระชีวิต และการเตรียมความพร้อมในอนาคต จึงทำให้อายุและรายได้เป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมการออม (Encyclopedia, 2026)

ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิด Buyer’s Black Box Model อธิบายว่า การตัดสินใจซื้อเกิดจากการประมวลผลสิ่งเร้าต่าง ๆ ทั้งสิ่งเร้าภายใน สิ่งเร้าภายนอก และสิ่งเร้าทางการตลาด ก่อนแสดงออกเป็นพฤติกรรมการซื้อ เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์ เวลาในการซื้อ ปริมาณการซื้อ และการซื้อซ้ำ ขณะที่แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่สำคัญซึ่งมีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Lumen Learning, 2026)

ผลการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสนับสนุนว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดย Ismail et al. (2013) พบว่า ความรู้ทางการเงินและอิทธิพลทางสังคมมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการออม Delafrooz & Paim (2011) พบว่า อายุ รายได้ การศึกษาและความรู้ทางการเงินมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออม กิตติยา ปั่นกลาง (2558) Noisong & Benchawattananon (2015) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ขณะที่คชภัค จิรวัชรพล และคณะ (2568)

และปรารถนา เหล่าคนดี (2558) ต่างชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล โดยเฉพาะอายุ รายได้ การศึกษา และข้อมูลข่าวสารทางการเงิน มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการออมและการวางแผนการเงิน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยโดยกำหนดปัจจัยที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ส่วนงาน รายได้ และระดับการศึกษา 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจในการซื้อ การได้รับข้อมูลข่าวสาร และความรู้ทางการเงิน และทัศนคติต่อการออม และ 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ อายุของสลาก อัตราดอกเบี้ย เงื่อนไขในการถอน ราคาต่อหน่วย ช่องทางในการซื้อ จำนวนรางวัล และการโฆษณา โดยใช้ทดสอบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่าง ประชากรเท่าไหร่

ประชากรของงานวิจัยฉบับนี้ คือ พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่เคยซื้อสลากออมทรัพย์ ซึ่งการกำหนดจำนวนขนาดตัวอย่าง ใช้สูตรแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cochran โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (Cochran, 1977)

$$n = \frac{(Z^2 \times p \times q)}{e^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z คือ ค่า Z score จากระดับความเชื่อมั่น

p คือ สัดส่วนของประชากรที่ต้องการจะสุ่ม

q คือ ค่า 1-p

e คือ ระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

แทนค่า

$$n = \frac{(Z^2 \times p \times q)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96^2 \times 0.5 \times 0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

จากสูตรคำนวณขนาดตัวอย่างได้ 384 ราย เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาเก็บข้อมูลแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในหลายสาขาทั่วประเทศ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลาย จากนั้นจึงทำการคัดกรอง (Screening) โดยเลือกเฉพาะผู้ที่เคยซื้อสลากออมทรัพย์เพื่อนำมาวิเคราะห์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรใช้แบบถามสอบ (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล จากพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ และ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์

ในการพัฒนาเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามทั้งด้านความตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.67 - 1.00 (ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด 0.50) และได้นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) โดยผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.82 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความแม่นยำและมีความเชื่อมั่นในระดับที่เหมาะสมต่อการเก็บข้อมูลจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลจะแบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่เก็บจากแบบสอบถามจากพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจำนวน 400 คน โดยจะเก็บแบบสอบถามผ่าน Google form

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมโดยการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น งานวิจัย วารสาร หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์อื่น ๆ โดยค้นคว้าจากอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยโดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ หรือตัวแปรมีอิสระจากกัน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. พฤติกรรมการออมและการซื้อสลากของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานวัยทำงานอายุไม่เกิน 40 ปี ปฏิบัติงานในสำนักงานสาขา มีรายได้อยู่ในช่วง 15,000 – 32,499 บาท และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการออม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกออมในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ เช่น เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สลากออมทรัพย์ และประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ มากกว่าการออมในรูปแบบสินทรัพย์ทางการเงินที่มีความเสี่ยงสูงกว่า เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ ตราสารหนี้ หรือกองทุนรวม แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับการออมในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำมากกว่า

ในด้านวัตถุประสงค์ในการออม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มุ่งออมเพื่อสะสมความมั่งคั่งและเพื่อการเกษียณมากกว่าการออมเพื่อใช้จ่ายระยะสั้นหรือรองรับเหตุฉุกเฉิน แสดงให้เห็นว่าการออมของกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะของการวางแผนทางการเงินระยะกลางถึงระยะยาวมากกว่าการออมเพื่อการบริโภคในระยะสั้น ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ พบว่าส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้ออยู่ที่ 1–2 ครั้งต่อปี และใช้จำนวนเงินซื้อในระดับไม่สูงมาก โดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มซื้อสลากออมทรัพย์ชุดใหม่เมื่อสลากเดิมครบกำหนด แทนการถอนเงินออกมาใช้จ่ายโดยตรง ซึ่งสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมการออมที่ต่อเนื่องและการมองสลากออมทรัพย์เป็นเครื่องมือในการเก็บสะสมเงิน

แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากจะระบุว่าแรงจูงใจสำคัญในการซื้อสลากออมทรัพย์คือการลุ้นรางวัล แต่ก็พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดมีทัศนคติว่าการซื้อสลากออมทรัพย์สามารถทำให้เกิดการออมได้ ข้อค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่า สำหรับพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสลากออมทรัพย์ไม่ได้ถูกมองเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ที่ให้โอกาสในการลุ้นรางวัลเท่านั้น แต่ยังถูกมองว่าเป็นเครื่องมือทางการเงินที่ส่งเสริมวินัยการออมได้ในเวลาเดียวกัน

ด้านปัจจัยด้านการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อสลากออมทรัพย์ที่มีอายุ 2 ปี และให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ย เงื่อนไขในการถอน ราคาต่อหน่วย จำนวนรางวัลในระดับสูง และยังพบว่าช่องทางการรับข้อมูลหลักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์คือ Application และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการมีสลากดิจิทัลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ แสดงให้เห็นถึงบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเข้าถึงและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินของพนักงานในปัจจุบัน

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ก่อนการวิเคราะห์ด้วยสถิติไคสแควร์ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) ของการทดสอบโดยพิจารณาค่าความถี่คาดหวัง (Expected count) ในแต่ละช่อง พบว่ามีค่ามากกว่า 5 ทุกช่อง ผู้วิจัยจึงสถิติ Pearson Chi-square ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการทดสอบด้วยสถิติไคสแควร์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออมและจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ จำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ และการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม และส่วนงานไม่พบความสัมพันธ์ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	สมมติฐาน	χ^2	p-value
อายุ	H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม	36.25	0.000***
อายุ	H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม	5.46	0.141
อายุ	H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	5.93	0.115
อายุ	H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์	39.10	0.000***
อายุ	H0: อายุเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ H1: อายุไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ	7.33	0.062
รายได้	H0: รายได้เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: รายได้ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	8.40	0.038**
รายได้	H0: รายได้เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ H1: รายได้ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์	46.52	0.000***
รายได้	H0: รายได้เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร H1: รายได้ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร	6.11	0.106
รายได้	H0: รายได้เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ H1: รายได้ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ	8.72	0.033**
ระดับการศึกษา	H0: การศึกษาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม H1: การศึกษาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม	7.64	0.022**
ระดับการศึกษา	H0: การศึกษาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม H1: การศึกษาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม	2.82	0.093
ระดับการศึกษา	H0: การศึกษาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ H1: การศึกษาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์	0.54	0.763
ระดับการศึกษา	H0: การศึกษาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร H1: การศึกษาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร	0.45	0.503
ส่วนงาน	H0: ส่วนงานเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม H1: ส่วนงานไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม	4.95	0.084
ส่วนงาน	H0: ส่วนงานเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม H1: ส่วนงานไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม	0.18	0.617
ส่วนงาน	H0: ส่วนงานเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร H1: ส่วนงานไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร	0.01	0.913

หมายเหตุ: *** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.01 และ ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.05

ด้านปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าแรงจูงในการซื้อสลาก มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กร มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม การเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร และไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความรู้ทางการเงิน และทัศนคติต่อการออม รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค	สมมติฐาน	χ^2	p-value
แรงจูงใจในการซื้อสลาก	H0: แรงจูงใจในการซื้อสลากเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ H1: แรงจูงใจในการซื้อสลากไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์	3.60	0.165
แรงจูงใจในการซื้อสลาก	H0: แรงจูงใจในการซื้อสลากเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ H1: แรงจูงใจในการซื้อสลากไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ	12.75	0.000***
การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กร	H0: การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม H1: การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม	9.64	0.008***
การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กร	H0: การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร H1: การได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร	10.35	0.001***
ความรู้ทางการเงิน	H0: ความรู้ทางการเงินเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม H1: ความรู้ทางการเงินไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการออม	0.31	0.856
ความรู้ทางการเงิน	H0: ความรู้ทางการเงินเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม H1: ความรู้ทางการเงินไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการออม	0.11	0.739
ความรู้ทางการเงิน	H0: ความรู้ทางการเงินเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร H1: ความรู้ทางการเงินไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร	0.11	0.739
ทัศนคติต่อการออม	H0: ทัศนคติต่อการออมเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: ทัศนคติต่อการออมไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	0.76	0.384

หมายเหตุ: *** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.01 และ ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.05

เมื่อพิจารณาข้อมูลผลการทดสอบไคสแควร์จากแบบสอบถามของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า อัตราดอกเบี้ย มีความสัมพันธ์กับความถี่ในหารซื้อสลากออมทรัพย์ และเงื่อนไขในการถอนสลากมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ และไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนับสำคัญทางสถิติระหว่างอายุของสลาก ราคาต่อหน่วย จำนวนรางวัล และช่องทางการโฆษณา กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps	สมมติฐาน	χ^2	p-value
อายุของสลากออมทรัพย์	H0: อายุของสลากออมทรัพย์เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: อายุของสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	3. 85	0.146
อายุของสลากออมทรัพย์	H0: อายุของสลากออมทรัพย์เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ H1: อายุของสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์	0.87	0.929
อายุของสลากออมทรัพย์	H0: อายุของสลากออมทรัพย์เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำH1: อายุของสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ	3.52	0.172
อัตราดอกเบี้ย	H0: อัตราดอกเบี้ยเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	3.86	0.049**
อัตราดอกเบี้ย	H0: อัตราดอกเบี้ยเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ H1: อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์	2.74	0.254
อัตราดอกเบี้ย	H0: อัตราดอกเบี้ยเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร H1: อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร	2.95	0.086

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบไคสแควร์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps	สมมติฐาน	χ^2	p-value
ราคาต่อหน่วย	H0: ราคาต่อหน่วยเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: ราคาต่อหน่วยไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	0.11	0.738
การเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร	H0: การเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: การเลือกซื้อสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ของธนาคาร ไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	1.06	0.304
เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์	H0: เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ เป็นอิสระ/ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	1.62	0.203
เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์	H0: เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ เป็นอิสระ/ไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ H1: เงื่อนไขในการถอนสลากออมทรัพย์ไม่เป็นอิสระ/มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำ	7.86	0.005***
จำนวนรางวัล	H0: จำนวนรางวัล เป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: จำนวนรางวัลไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	0.90	0.343
ช่องทางการโฆษณา	H0: ช่องทางการโฆษณาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์ H1: ช่องทางการโฆษณาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสลากออมทรัพย์	5.83	0.120
ช่องทางการโฆษณา	H0: ช่องทางการโฆษณาเป็นอิสระ/ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์ H1: ช่องทางการโฆษณาไม่เป็นอิสระ/ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินที่ใช้ซื้อสลากออมทรัพย์	9.96	0.126

หมายเหตุ: *** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.01 และ ** หมายถึง มีนัยสำคัญที่ 0.05

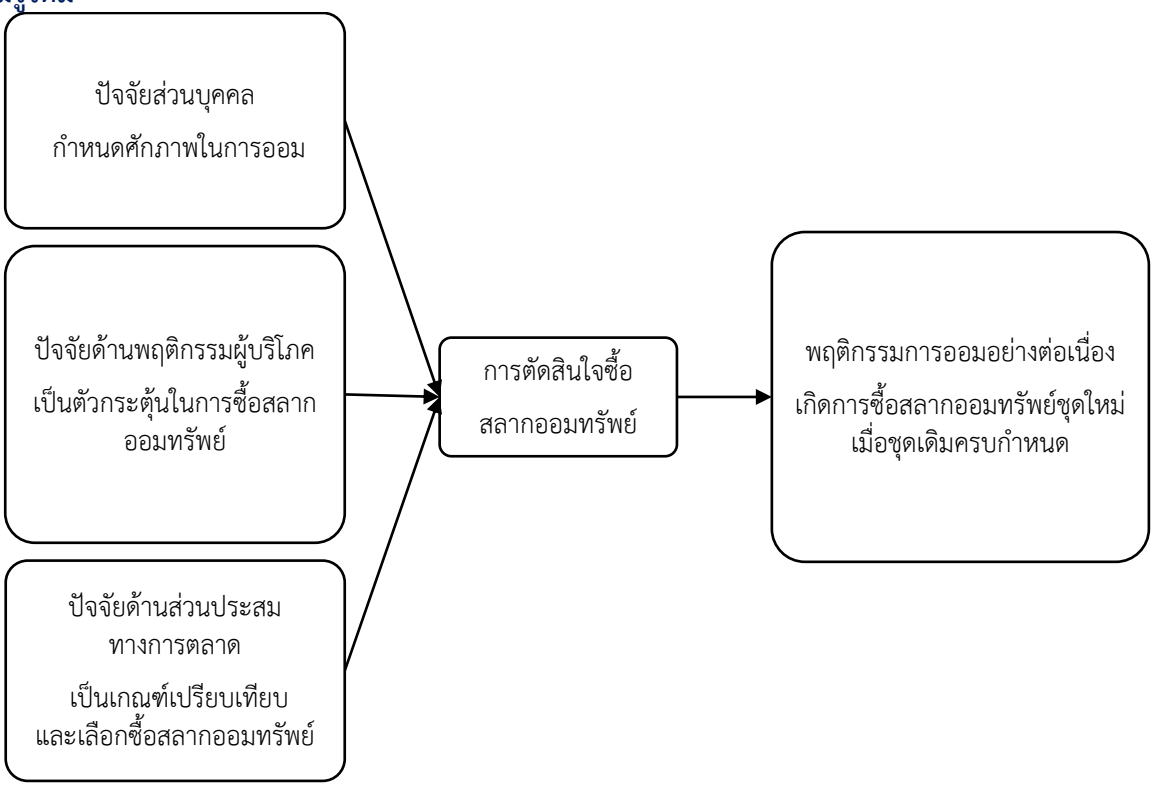
อภิปรายผล

พฤติกรรมการออมและการซื้อสลากของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีพฤติกรรมการออมในรูปแบบสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ และมีแนวโน้มซื้อสลากออมทรัพย์ในระดับความถี่และจำนวนเงินที่ไม่สูงมาก รวมทั้งมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำเมื่อสลากครบกำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของสลากออมทรัพย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานระหว่างการออมและการลุ้นรางวัล ทำให้ผู้ซื้อสามารถรักษาเงินต้นไว้ได้พร้อมกับได้รับแรงจูงใจจากโอกาสในการถูกรางวัล อีกทั้งยังสอดคล้องกับลักษณะการออมของบุคคลที่เน้นความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีวัฏจักรชีวิต (Life-Cycle Hypothesis) ของ Modigliani, Ando & Brumberg (1954) ที่อธิบายว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการออมแตกต่างกันตามช่วงวัย และสอดคล้องกับงานของ Delafrooz & Paim (2011) ที่พบว่าพฤติกรรมการออมมีความสัมพันธ์กับช่วงอายุและลักษณะทางเศรษฐกิจของบุคคล

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ในหลายมิติ โดยเฉพาะจำนวนเงินที่ใช้ซื้อ ความถี่ในการซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคคลที่มีอายุและระดับรายได้แตกต่างกันมีข้อจำกัดและศักยภาพทางการเงินที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการออม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีรายได้สัมบูรณ์และทฤษฎีวัฏจักรชีวิต รวมถึงสอดคล้องกับงานของ ปรารถนา เหล่าคนดี (2558) และคชภัค จิรวัชรพล และคณะ (2568) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรและระดับรายได้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออม นอกจากนี้ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการซื้อและการได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรยังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ซ้ำและการเลือกซื้อสลากดิจิทัล ซึ่งสะท้อนว่าการตัดสินใจทางการเงินได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสื่อสารภายในองค์กร โดยสอดคล้องกับทฤษฎีรายได้เปรียบเทียบของ Ismail et al. (2013) ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของอิทธิพลทางสังคมต่อพฤติกรรมการออม ในขณะเดียวกันปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉพาะอัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขในการถอน พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ โดยเฉพาะในด้านความถี่ในการซื้อและการซื้อซ้ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลตอบแทนและความยืดหยุ่นของผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด และยังสอดคล้องกับ กิตติยา ปั่นกลาง (2558) และ Noisong &

Benchawattananon (2015) อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความรู้ทางการเงิน ทัศนคติต่อการออม และคุณลักษณะบางประการของสลากกับพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งอาจสะท้อนว่าการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ในบริบทของพนักงานธนาคารได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเชิงพฤติกรรมและบริบทแวดล้อมมากกว่าความรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษานำไปสู่ข้อค้นพบเชิงแนวคิดว่า พฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเป็นผลจาก ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุและรายได้ ทำหน้าที่กำหนดศักยภาพในการออม ขณะที่แรงจูงใจในการซื้อและการได้รับข้อมูลจากเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เช่น อัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการไถ่ถอนสลากออมทรัพย์ เป็นเกณฑ์สำคัญในการเปรียบเทียบและเลือกซื้อ ข้อค้นพบที่สำคัญของการศึกษานี้คือ ในบริบทของพนักงานธนาคารซึ่งถือเป็นผู้มีความรู้ทางการเงินในระดับหนึ่ง การตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ไม่ได้ขับเคลื่อนโดยความรู้ทางการเงินเชิงทฤษฎีเป็นหลัก แต่ได้รับอิทธิพลจากบริบทขององค์กร โดยเฉพาะการสื่อสารภายในและการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมีบทบาทในการกระตุ้นการตัดสินใจมากกว่า

การศึกษายังค้นพบพฤติกรรมการออมแบบต่อเนื่อง ซึ่งพนักงานมีแนวโน้มซื้อสลากออมทรัพย์ชุดใหม่ทันทีเมื่อครบกำหนดไถ่ถอน สะท้อนว่าสลากออมทรัพย์ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสร้างวินัยทางการออมในระยะยาว มากกว่าการลงทุนระยะสั้น นอกจากนี้ยังพบว่าอิทธิพลของการสื่อสารภายในองค์กรมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ขณะที่ความรู้ทางการเงินและทัศนคติไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการตัดสินใจในบริบทนี้ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยเชิงพฤติกรรมและบริบทองค์กร มากกว่าความรู้เชิงทฤษฎีเพียงอย่างเดียว

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากออมทรัพย์ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบุคลากรในวัยทำงานที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ปฏิบัติงานในส่วนงานสาขา และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมการออมในรูปแบบเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สลากออมทรัพย์ หรือประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ และมีวัตถุประสงค์ในการออมเพื่อสะสมความมั่งคั่งหรือเพื่อการเกษียณเป็นหลัก สำหรับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์นั้น พนักงานมีแรงจูงใจสำคัญจากการคาดหวังผลตอบแทนในรูปแบบรางวัลควบคู่ไปกับการออมเงิน และเลือกซื้อสลากประเภทอายุ 2 ปีเป็นหลัก แม้ความถี่และจำนวนเงินในการซื้อต่อครั้งจะอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก แต่พนักงานส่วนใหญ่นั้นมีพฤติกรรมการซื้อสลากชุดใหม่ทดแทนทันทีเมื่อสลากเดิมครบกำหนดไถ่ถอน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักและการสร้างวินัยทางการออมอย่างต่อเนื่องผ่านผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล อันได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบและจำนวนเงินที่ใช้ในการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะระดับรายได้ที่เป็นปัจจัยกำหนดความสามารถในการซื้อและความถี่ในการซื้อซ้ำอย่างเด่นชัด นอกจากนี้ปัจจัยด้านพฤติกรรมในส่วนของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรและแรงจูงใจเชิงบวกจากการลุ้นรางวัล ยังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและการเลือกรูปแบบสลากดิจิทัล ขณะที่ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า อัตราดอกเบี้ยและเงื่อนไขการไถ่ถอนเป็นองค์ประกอบหลักที่พนักงานใช้พิจารณาเปรียบเทียบ อย่างไรก็ตาม การศึกษากลับไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความรู้ทางการเงิน ทัศนคติต่อการออม หรือคุณลักษณะเฉพาะบางประการของสลาก เช่น ราคาต่อหน่วยและจำนวนรางวัล กับพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์โดยเน้นอัตราดอกเบี้ยเหมาะสม ควบคู่กับการออกแบบเงื่อนไขการถอนที่มีความยืดหยุ่น เพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้ผู้ซื้อถือครองสลากจนครบกำหนดและมีแนวโน้มซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

1.2 เสริมการสื่อสารภายในองค์กร เนื่องจากอิทธิพลจากเพื่อนร่วมงานและองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจ ธนาคารควรใช้ช่องทางภายในเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูล

1.3 ควรส่งเสริมแรงจูงใจในการออม โดยเน้นการสื่อสารถึงบทบาทของสลากออมทรัพย์ในฐานะเครื่องมือการออมระยะยาว ควบคู่กับโอกาสในการลุ้นรางวัล เพื่อกระตุ้นพฤติกรรมการออมและการซื้อสลากอย่างต่อเนื่อง

1.4 ควรออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้ซื้อ โดยเฉพาะอายุและระดับรายได้ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออย่างมีนัยสำคัญ โดยพนักงานรายได้น้อยหรือวัยเริ่มทำงานควรมีทางเลือกที่มูลค่าต่อหน่วยต่ำหรือซื้อแบบทยอยได้ ขณะที่พนักงานรายได้สูงหรือวัยกลางคนควรมีผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลตอบแทนหรือสิทธิประโยชน์ที่จูงใจมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปควรพัฒนาแบบสอบถามให้ครอบคลุมพฤติกรรมการซื้อสลากออมทรัพย์ในมิติที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางการซื้อและประเภทของสลาก เพื่อให้สามารถวิเคราะห์การตัดสินใจของผู้ซื้อได้อย่างละเอียด นอกจากนี้ ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมประชากรในวงกว้างมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการอธิบายและอ้างอิงผลการศึกษาไปยังกลุ่มอื่น ๆ รวมทั้งควรปรับปรุงการวัดความรู้ทางการเงินให้สะท้อนระดับความรู้ที่แท้จริง เช่น การใช้แบบทดสอบความเข้าใจด้านการออมและการวางแผนทางการเงิน เพื่อให้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ ออมมีความแม่นยำยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิตติยา ปั่นกลาง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).

คชภัค จิรวัชรพล, บุญมี ยอมพันธ์, กรรณิกา แสงสุริศรี และ คชศักย์ มหารมณ์. (2568). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ, 7*(1), 29–43.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2568). *ประวัติการก่อตั้ง*. สืบค้นจาก https://www.baac.or.th/th/content-about.php?content_group_sub=0001.

ปรารถนา เหล่าคนดี. (2558). *การศึกษาพฤติกรรมการออมของคนวัยทำงาน: กรณีศึกษา พนักงานบริษัทฟู้ดโปรเจ็ค (สยาม) จำกัด และพนักงานบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.

Delafrooz, N., & Paim, L. (2011). Personal saving behavior among Malaysian employees: Socio-demographic comparison. In *Proceedings of the 2011 International Conference on Social Science and Humanity (IPEDR, Vol. 5)* (pp. V2-361 - V2-363). Singapore: IACSIT Press.

Encyclopedia. (2026). *Life-cycle theories of savings and consumption*. Retrieved from https://www.encyclopedia.com/education/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/life-cycle-theories-savings-and-consumption.

Ismail, S., Kamis, R., Hashim, N., Harun, H., & Khairuddin, N. S. (2013). *An empirical investigation on determinants of attitude towards saving behavior*. Retrieved from https://www.academia.edu/5015140/An_Empirical_Investigation_on_Determinants_of_Attitude_towards_Saving_Behavior.

Lumen Learning. (2026). *Reading: The black box of consumer behavior*. Retrieved from https://courses.lumenlearning.com/clinton-marketing/chapter/reading-the-black-box-of-consumer-behavior/.

Noisong, K., & Benchawattananon, R. (2015). An approach to increase the Government Savings Bank's lottery sales volume of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperative in Banphai Branch, Khon Kaen Province. In *Proceedings of The National and International Conference on Business Management and Innovation 2015 (NICBMI 2015)* (pp. 417–422). Khon Kaen: Khon Kaen University.

Rehal, V. (2022). *Absolute income hypothesis*. Retrieved from https://spureconomics.com/absolute-income-hypothesis/.