

ชื่อเรื่อง	ความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด
ชื่อผู้เขียน	นางพิสมร พัตราภรณ์
ชื่อปริญญา	ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
ประธานกรรมการ	รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง ความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ในการทำธุรกิจการออกสลากออมทรัพย์ของ สกส.
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิก ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดกับความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ สกส.

การศึกษานี้ทำการสำรวจความคิดเห็นจากสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายที่กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อน ณ ระดับ 0.10 โดยเป็นสมาชิกจากส่วนภูมิภาค 84 รายและส่วนกลาง 70 ราย รวม 154 ราย สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ผลการศึกษาสรุปได้ดังต่อไปนี้

สมาชิกผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.6 มีอายุระหว่าง 36 – 45 คิดเป็นร้อยละ 63 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76 มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 74.7 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยเฉลี่ย 4 คน โดยมีสมาชิกในครัวเรือนต่ำสุด 1 คน และสูงสุด 10 คน มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.544 เป็นสมาชิกสหกรณ์เป็นระยะเวลา 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.2 สมาชิกมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.6 และครัวเรือนสมาชิกมีรายได้รวมต่อเดือน > 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.2 ครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,000 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.1 สมาชิกมีการออมทรัพย์ไว้กับธนาคารและสถาบันการเงินอื่น ๆ ร้อยละ 51.1

การสำรวจความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ สกส. พบว่า สมาชิกต้องการซื้อ 108 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 และไม่ต้องการซื้อ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 การทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกที่สังกัดสหกรณ์ออมทรัพย์ในภูมิภาค และส่วนกลางในด้านความต้องการซื้อสลาก

ออมทรัพย์ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ด้วยค่า $\chi^2 = 4.638$ ค่า Sig = 0.031 ส่วนจำนวนหน่วยของการซื้อทั้งสลากออมทรัพย์มูลค่า 300 บาท และ 500 บาท ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างสมาชิกในเขตภูมิภาคและสมาชิกในส่วนกลาง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกกับความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ สกส. เมื่อทดสอบด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า ปัจจัยทางด้านสังคม คือ อายุ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกและปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิก มีความสัมพันธ์กับ ความต้องการของสมาชิกในการซื้อสลากออมทรัพย์ สกส. มูลค่า 500 บาทต่อหน่วย ส่วนการทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดกับความต้องการซื้อสลากออมทรัพย์ของสมาชิก ด้านสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) พบว่า มีปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับความต้องการซื้อสลากที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ด้วยค่า $r = 0.257, 0.469, 0.345$ และ 0.247 และค่า Sig = 0.001, 0.000, 0.000 และ 0.002 ตามลำดับ และส่วนผสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับความต้องการของสมาชิกในการซื้อสลากออมทรัพย์ สกส. มูลค่า 300 บาท/หน่วย และความต้องการของสมาชิกในการซื้อสลากออมทรัพย์ สกส. มูลค่า 500 บาท/หน่วย

สมาชิกมีข้อเสนอแนะ ให้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดในการจำหน่ายสลากโดยปัจจัยทางด้านราคา ควรมีการกำหนดราคาให้หลากหลาย และควรปรับมูลค่ารางวัลให้สูงขึ้น ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีรูปแบบที่ทันสมัย และเป็นเอกลักษณ์ของ สกส. โดยมีการจัดประกวดรูปแบบสลากและศึกษารูปแบบจากสลากอื่นๆที่ประสบผลสำเร็จออกรางวัลเป็นประจำทุกเดือน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจำหน่ายผ่านสาขาของ ธ.ก.ส. ผ่านสาขาของสหกรณ์ออมทรัพย์ และผ่านระบบ internet ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายตรงกับลูกค้า โดยการตั้งร้านศูนย์ตามห้างสรรพสินค้า และควรมีการเปิดการจองซื้อล่วงหน้าแก่ผู้สนใจทั่วไป ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีของชำร่วยแจก มีรางวัลพิเศษสำหรับการสั่งซื้อ การซื้อ 10 แกรม 1 การกำหนดอัตราดอกเบี้ยเมื่อครบอายุซื้อคืนสลาก การตั้งเป้าหมายการขายแก่ตัวแทน/สาขา

Title	Demand for Premium Saving Bonds of the Members of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC)
Author	Ms.Pisamorn Pattaporn
Degree of	Master Degree of Science in Cooperatives Economics
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Dr. Prasert Janyasupab

ABSTRACT

This research was conducted to find out 1) BAAC saving cooperative members' opinion on premium saving bonds sales of the cooperative, and 2) correlation between the members' individual, economic and social factors as well as marketing mix and purchasing demand for the premium savings bonds.

The data was collected by means of questionnaires from 154 BAAC saving cooperative members, 84 at regional and 70 at national levels. The error of the sample survey was set at 0.10. The collected data was analyzed with the use of the SPSS.

The results revealed that 50.6% of the respondents were females, 63% were 36-45 years old, 76% held a bachelor degree, 74.7% were married, 57.1% had 3-4 family members, 29.2% have been cooperative members for a period of 11-15 years. In terms of income, 28.6% of the respondents earned 10,000-20,000 baht a month, 53.2% had household income of over 40,000 baht a month, 33.1% had household expenses of 20,000 – 30,000 baht, and 51.1% had savings at other banks and financial institutions.

The survey also showed that 108 respondents (70.1%) had purchasing demand for the premium savings bonds while 46 of them (29.9%) had no purchasing demand. Purchasing demands of the regional and metropolitan members were significantly different, at 0.05 when χ^2 was 4.638 and Sig. was 0.031. The amount of the premium savings bonds valuing 300 baht and 500 baht purchased by the regional and metropolitan members were non- significantly different, at 0.05.

With the use of the Chi – Square Test, age, membership period, and total household income were found to be correlated with the members' purchasing demands for saving

bonds valuing 500 baht. Costs, products, distribution channels and sales promotion were correlated with purchasing demands for the premium savings bonds at the statistical significance of 0.05 when the r are 0.257, 0.469, 0.345 and 0.247 and Sig. are 0.001, 0.000, 0.000 and 0.002 respectively. Distribution channels were found to be correlated with the members' demands for the premium savings bonds valuing 300 and 500 baht.

The following recommendations were made by the respondents. Prices of premium savings bonds should be more varied, the winning prize should be higher and the bonds design should be trendier and represent the bank itself. The cooperative should arrange the bonds' design competition to sort out up-to-the-minute design and study the trend of design from other popular monthly bonds. The bonds should be distributed to all branches of the bank, credit unions, via internet and shops should be established at department stores to provide direct sales to the buyers. Reservation for the bonds should be available. For sales promotion, souvenirs should be offered, special prizes should be given to those reserving the bonds and a special promotion of buy 10 get 1 free should be launched. A fixed rate of interest should be set in case of refund on expired bonds and the sales target should be set for distributors.