

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัด สมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน
ผู้เขียน	นางสาวปราณี กาญจนวิสุทธิ์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจาก ลูกค้าปัจจุบันของธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่ถือเงินฝากสลากออมสินจำนวน 400 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ระยะเวลาการเป็นลูกค้าออมสิน 1- 5 ปี มูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อยในแต่ละส่วน ประสมการตลาด ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยของส่วนประสมการตลาด ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสินโดยการออกบูทตามงานต่างๆ

การวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค IPA (Important Performance Analysis : IPA) พบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน คือ เรื่องมิของขวัญให้ลูกค้า สำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook , Line ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Independent Study Title</b>	Customer Satisfaction of The Government Savings Bank in Samut Sakhon Province Towards Premium Saving Certificates
<b>Author</b>	Miss Pranee Kajanawisuth
<b>Degree</b>	Master of Business Administration
<b>Advisor</b>	Lecturer Dr. Narumon Kimpakorn

### **ABSTRACT**

This independent study aimed at examining the importance and satisfaction levels of customer of the Government Savings Bank in Samut Sakhon Premium Saving Certificates. Questionnaires were used as the tool to collected data from 400 people who bought the Premium Saving Certificates. All data obtained were analyzed by the use of descriptive statistics, including frequency, percentage and mean.

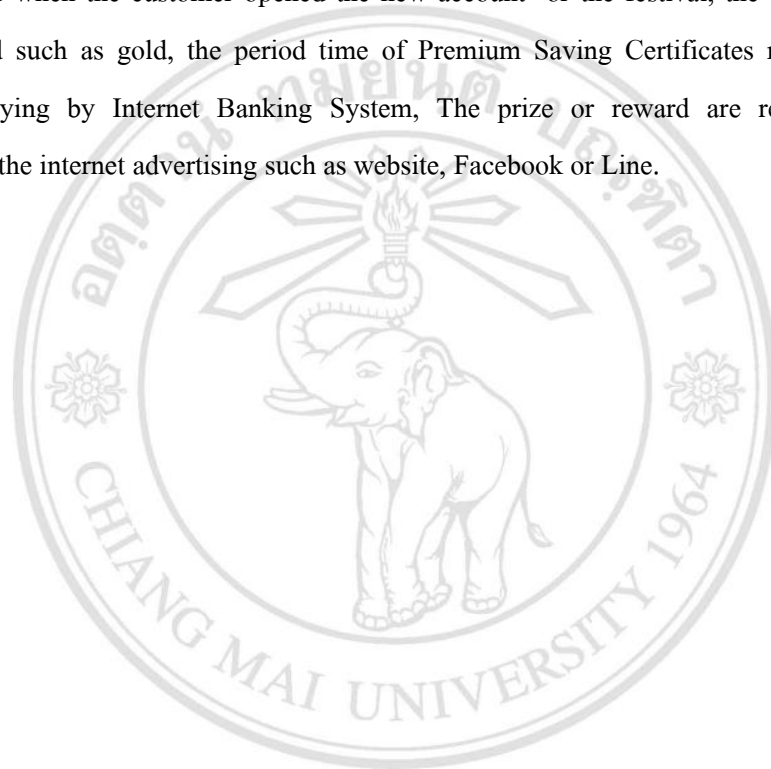
Based upon the result of the study, most respondents were single female aged between 21 – 30 years old with the Bachelor’s degree. They were mostly the public company employee earning average monthly income at the amount of 15,000 – 25,000. They had become the customer of this bank for 1 – 5 years. Buying the Premium Saving Certificates its less than 15,000 baht per time and the total of Premium Saving Certificates at the amount of less than 50,000 baht.

The findings presented that the respondents paid the highest importance on sub factors of all marketing mix factors were as follows. In Product factor, the highest importance was for the Premium Saving Certificates is identical collateral to secure repayment of a loan. In Price factor, the highest importance was for the Price per Unit. In Place factor, the highest importance was for these prizes can be awarded at all branch. In Promotion factor, the highest importance was for the souvenir for when the customer opened the new account or the festival.

The findings presented that the respondents paid the highest importance on sub factors of all marketing mix factors were as follows. In Product factor, the highest satisfaction was for the

security and reputation of this bank. In Price factor, the highest satisfaction was for the Price per Unit. In Place factor, the highest satisfaction was for the depositing the Premium Saving Certificates be able to deposit at all branch. In Promotion factor, the highest satisfaction was for the public relation and giving the information of the Premium Saving Certificates by event marketing.

According to the Important Performance Analysis: IPA, the findings presented that sub factors, as found in Quadrant A : the sub factors that were urgently needed to get improved, were the souvenir for when the customer opened the new account or the festival, the compete for the prize or reward such as gold, the period time of Premium Saving Certificates related with the investment. Buying by Internet Banking System, The prize or reward are related with the investment and the internet advertising such as website, Facebook or Line.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved