

ความพึงพอใจของลูกค้านาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร  
ที่มีต่อสลากออมสิน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
สิงหาคม 2558

ความพึงพอใจของลูกค้ำธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร  
ที่มีต่อสลากออมสิน

ปราณี กาญจนวิสุทธิ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สิงหาคม 2558

ความพึงพอใจของลูกค้ำธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน

ปราณี กาญจนวิสุทธ์

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....*ปราณี กาญจนวิสุทธ์*.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ชวณณ สิงห์รัฐ)

.....*กมล กิมภากรณ์*.....  
(อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์)

.....*กมล กิมภากรณ์*.....กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์)

.....*วราภรณ์ สายประเสริฐ*.....กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.วราภรณ์ สายประเสริฐ)

4 สิงหาคม 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ ด้วยความกรุณาของท่านอาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ และอาจารย์ วนิสรา สุวรรณมงคล อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้ให้คำปรึกษาและแนะนำแนวทางการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ให้ถูกต้องสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีอีกทั้งกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ชวภณ สิงห์จรรย์ ที่ให้เกียรติในการเป็นประธานกรรมการของคณะกรรมการสอบ การค้นคว้าแบบอิสระ พร้อมชี้แนะแนวทางปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมให้ค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้มีความ ถูกต้องและสมบูรณ์ตามมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ขอกราบ ขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การสนับสนุนทางด้านการศึกษาและเป็นกำลังใจมาด้วยดีตลอด

ขอขอบพระคุณ และพี่ๆ เพื่อนๆ ร่วมรุ่น Yong EX-MBA สมุทรสาคร รุ่น 2 ทุกท่าน และพี่ วรรณพร ดาวัง ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา รวมถึงขอขอบคุณผู้มีพระคุณทุก ท่านที่มีได้เอื้อนามไว้ ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับ ผู้สนใจต่อไป

ปราณี กาญจนวิสุทธิ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน
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.

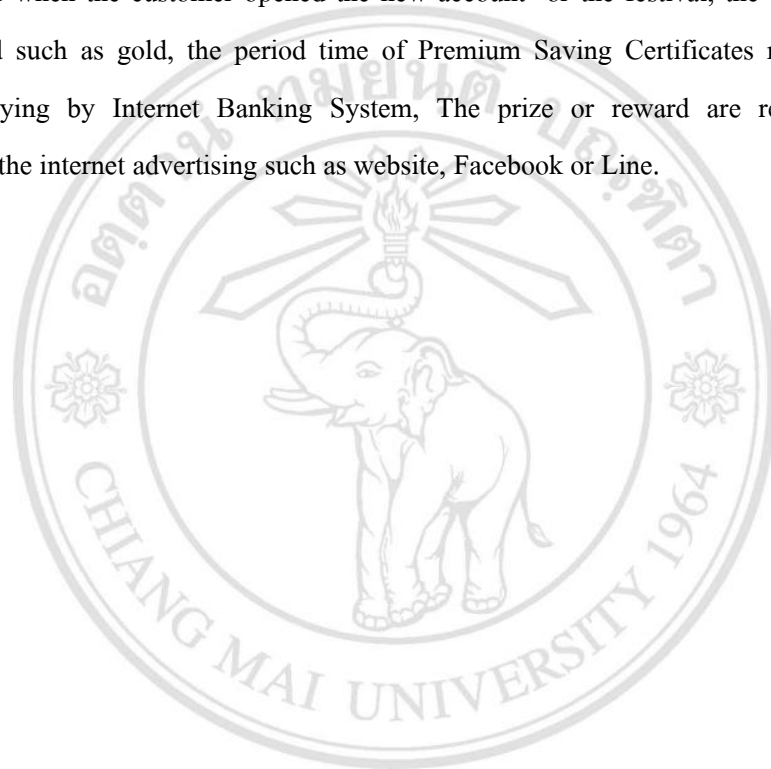
Based upon the result of the study, most respondents were single female aged between 21 – 30 years old with the Bachelor’s degree. They were mostly the public company employee earning average monthly income at the amount of 15,000 – 25,000. They had become the customer of this bank for 1 – 5 years. Buying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



## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
3.1 ขอบเขตการศึกษา	12
3.2 ขอบเขตประชากร	12
3.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	12
3.4 วิธีการศึกษา	13
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.7 ระยะเวลาในการศึกษา	16
3.8 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	16

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	17
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	18
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน	22
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน เป็นคำถามปลายเปิดบรรณานุกรม	52
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	53
5.1 สรุปผลการศึกษา	53
5.2 อภิปรายผล	67
5.3 ข้อค้นพบ	71
5.4 ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	76
แบบสอบถาม	77
ประวัติผู้เขียน	82

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่แยกเก็บตามสาขา ธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร	13
ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญ (Importance-Performance Analysis: IPA)	16
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	18
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้าออมสิน	20
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	21
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	21
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	22
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา	23
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	24
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	25
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	26

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านราคา	27
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	28
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	29
ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ความพึงพอใจและระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ความพึงพอใจและระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ต่อปัจจัยด้านราคา	31
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ความพึงพอใจและระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	32
ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ความพึงพอใจและระดับความสำคัญ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามพฤติกรรมหลังการซื้อผลิตภัณฑ์สลากป้องกัน	33
ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสิน ที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	34
ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ด้านราคา จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสิน ที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	36

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	37
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	38
ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสินด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	41
ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสินด้านราคา จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	43
ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสินด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	44
ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสินด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	45
ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของลูกค้าธนาคารออมสิน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน	46

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.1 สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	52
ตารางที่ 5.2 ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน 3 ลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์	54
ตารางที่ 5.3 ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน 3 ลำดับแรก ด้านราคา	55
ตารางที่ 5.4 ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน 3 ลำดับแรก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	56
ตารางที่ 5.5 ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน 3 ลำดับแรก ด้านการส่งเสริมการตลาด	57
ตารางที่ 5.6 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	59
ตารางที่ 5.7 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านราคา จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	60
ตารางที่ 5.8 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	61
ตารางที่ 5.9 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.10 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ลูกค้านาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	63
ตารางที่ 5.11 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ลูกค้านาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านราคา จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	64
ตารางที่ 5.12 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ลูกค้านาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	65
ตารางที่ 5.13 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจ ลูกค้านาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่	66

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความคาดหวัง และการประเมินความความพึงพอใจ ของผลิตภัณฑ์และบริการ	6
ภาพที่ 4.1 ค่าแสดงระดับความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจ ของแต่ละปัจจัยย่อย มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ที่จุดตัด (3.85 , 3.74 )	50



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

ธนาคารออมสินเป็นอีกหนึ่งสถาบันการเงินที่เปิดให้บริการออมเงิน ที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปแบบของสถาบันการเงินที่รัฐบาลเป็นประกัน อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กระทรวงการคลัง เปิดให้บริการมากกว่า 100 ปี มีสาขาที่ให้บริการจำนวนมากกว่า 1,000 สาขาทั่วประเทศ ธนาคารออมสินมีผลิตภัณฑ์เงินฝากรูปแบบพิเศษหลากหลายประเภทให้สามารถเลือกออมได้ตามความต้องการ เช่น เงินฝากเพื่อเรียก เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากประจำ เงินฝากเพื่อเรียก พิเศษ เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต สลากออมสิน จากรายงานประจำปีสินทรัพย์รวมของธนาคารออมสิน เพิ่มขึ้นทุกปี ส่วนใหญ่เกิดจากการขยายตัวของเงินฝากที่มียอดเงินฝากที่เพิ่มขึ้นทุกปี จากการออก ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีเงื่อนไข และอัตราสูงใจและกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ธนาคารออมสิน มีส่วนแบ่งตลาดด้านเงินฝากเพิ่มในปี 2556 ร้อยละ 12.86 เป็นอันดับ 2 ในระบบธนาคาร โดย โครงสร้างเงินฝากธนาคารออมสินในปี 2556 พบว่าสลากออมสินมีสัดส่วนร้อยละ 34.9 ถือว่าเป็น อันดับ 2 ของโครงสร้างเงินฝากธนาคารออมสิน (รายงานประจำปีธนาคารออมสิน 2556 : 53 )

สลากออมสินเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่อยู่ใน โครงสร้างเงินฝากของธนาคารออมสิน ซึ่งเป็น รูปแบบการออมไม่เพียงแต่เป็นการสร้างความมั่นคงในอนาคต แต่สามารถทวีเงินออมของประชาชน ที่มีโชคให้สูงขึ้น โดยผู้ฝากมีสิทธิถูกรางวัลและรับดอกเบี้ยตามที่ธนาคารกำหนดโดยยกเว้นไม่ต้อง เสียภาษี สลากออมสินนั้นออกตามความพระราชบัญญัติธนาคารออมสินพุทธศักราช 2489 ว่าด้วยการ รับฝากสลากออมสิน กำกับดูแลโดยกระทรวงการคลัง โดยในปี 2556 การรับฝากประเภทสลากออมสิน มียอดรวมฝากสลากออมสินจำนวน 655,761.21 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2555 จำนวน 55,867.85 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.31 มีการเจริญเติบโตต่อเนื่องทุกปี ( รายงานประจำปี ธนาคารออมสิน 2556 : 140 ) สลากออมสินมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งได้แก่ สลากออมสินสามัญ สลาก ออมสินการกุศล สลากออมสินพิเศษ ซึ่งในปัจจุบันมีจำหน่ายสลากออมสินพิเศษ 3 ปี เพียงอย่างเดียว โดยสลากออมสินพิเศษ 3 ปี (สลากออมสินทางเลือกใหม่ของการออม, 2558 : ออนไลน์)

จังหวัดสมุทรสาครถือได้ว่าเป็นเมืองเศรษฐกิจ มีศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจที่มีขยายตัวอย่าง ต่อเนื่อง และในปี 2555 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) เท่ากับ 319,406 ล้านบาท ประชากร มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (GPP Per Capita) เท่ากับ 351,516 บาท โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ระหว่างปี 2552 - 2555 เฉลี่ยร้อยละ 6.1 ต่อปี สามารถนำมาเป็นตัวชี้วัดการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของจังหวัด สมุทรสาครได้ (สถานการณ์แรงงานจังหวัดสมุทรสาครรองรับสมาคมอาเซียน(AC) ไตรมาส 1 ปี 2557

: มกราคม-มีนาคม 2557) การที่เศรษฐกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทำให้มีจับจ่ายซื้อของอุปโภคบริโภคต่างๆเพิ่มมากขึ้นควบคู่ไปกับการออมเงิน และในจังหวัดสมุทรสาครมีสถาบันการเงินหลายแห่งตั้งอยู่ ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ ธนาคารออมสิน ได้มีการเปิดให้บริการทางการเงินให้กับประชาชนทั่วไป สำหรับธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครมีจำนวนสาขาที่ให้บริการ 6 สาขา ได้แก่ สาขาสมุทรสาคร สาขามหาชัย สาขากระทุ่มแบน สาขาบ้านแพ้ว สาขาโพธิ์แจ้ สาขาพันท้ายนรสิงห์ และทุกสาขาได้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมสิน ซึ่งมีจำนวนบัญชีสลากออมสินทั้งสิ้น 70,790 บัญชี ( ศูนย์ข้อมูลธนาคารออมสินภาค 4 จังหวัดสมุทรสาคร, 30 มิถุนายน 2557 : เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์ ) การที่ธนาคารออมสินเปิดให้บริการสลากออมสินติดต่อกันมากกว่า 60 ปี (ประวัติธนาคารออมสิน, 2556 : ออนไลน์) จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบความพึงพอใจและการให้ความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อสลากออมสินในปัจจุบันนั้นเป็นอย่างไร มีความคาดหวังอย่างไรกับสลากออมสิน

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มี อันเนื่องมาจากสลากออมสินนั้นมีการเปิดให้บริการมายาวนาน ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาธนาคารได้ปรับปรุงเงื่อนไข เงินรางวัล ราคา และอายุของสลากมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ไม่ทราบว่าปัจจุบันนั้นสลากออมสินยังคงสามารถที่จะตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากสลากออมสิน เพื่อนำผลที่ได้รับจากการศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสลากออมสิน ให้ดีและมีความเหมาะสม สามารถที่จะตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารออมสินได้อย่างสูงสุด**1.2**

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน
2. เพื่อศึกษาการให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

### 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงการให้ระดับความสำคัญของลูกค้านาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน

1.3.2 ทำให้ทราบถึงการให้ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน

1.3.3 เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับเป็นแนวทางในการรักษฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ได้ และสามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนาสลากออมสินให้ดีขึ้นและมีความเหมาะสมต่อไป

### 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากเงินฝากสลากออมสินที่ลูกค้าคาดหวัง

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้ที่เคยถือเงินประเภทสลากออมสินในปัจจุบันกับธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร

**ธนาคารออมสิน** หมายถึง สถาบันการเงินแห่งหนึ่งที่เปิดให้บริการธุรกรรมทางการเงิน โดยมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปแบบของสถาบันการเงินที่รัฐบาลเป็นประกันอยู่ภายใต้ การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง

**สลากออมสิน** หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการออมเงิน โดยผู้ฝากจะได้รับดอกเบี้ยตามอัตราที่ธนาคารกำหนด พร้อมมีสิทธิ์ลุ้นรางวัลทุกเดือน ครบกำหนดได้เงินต้นคืนพร้อมดอกเบี้ย ซึ่งเป็นรูปแบบการออมลักษณะพิเศษของธนาคารออมสิน ออกตามความพระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พุทธศักราช 2489

**ความสำคัญ** หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครให้ความคาดหวังกับสลากออมสิน

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน มีแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎี

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับสลากออมสิน

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (กฤษณี รื่นรมย์ และคณะ, 2548: 98-99)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้า ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับหรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคณานั้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือการได้รับบริการนั้นต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ

ความพึงพอใจ = ความคาดหวัง / ผลลัพธ์ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหรือบริการผลลัพธ์จากการที่ลูกค้ามีความพึงพอใจ ย่อมก่อให้เกิดสัมพันธภาพในระยะยาวแก่องค์กรธุรกิจและเกิดประโยชน์หลายประการ เช่น

1. ลูกค้าจะซื้อสินค้าบ่อยและสร้างความภักดีต่อตราสินค้าขององค์กรในระยะยาว
2. ลูกค้าจะช่วยกระจายข่าวสารและเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
3. ลูกค้าจะชักนำผู้ซื้อรายใหม่ๆแก่องค์กร
4. ลูกค้าจะไม่อ่อนไหวต่อการโฆษณาหรือโปรแกรมส่งเสริมการขายของกลุ่มแข่งขัน

ขณะเดียวกันกลับให้ข้อเสนอแนะข้อมูลต่างๆแก่องค์กร

ในทางกลับกัน ถ้าลูกค้ามีความไม่พอใจย่อมเกิดผลเสียต่อองค์กร นอกจากจะไม่ซื้อสินค้าหรือบริการ ทำให้องค์กรเสียหายได้แล้ว ยังพบว่าลูกค้าที่ไม่พอใจเหล่านี้ร้อยละ 95 จะไม่ต่อว่าหรือร้องเรียนองค์กรโดยตรง แต่กลับบอกต่อข่าวสาร โดยลูกค้า 1 คนจะบอกเพื่อนหรือคนรู้จักต่อไปอีก

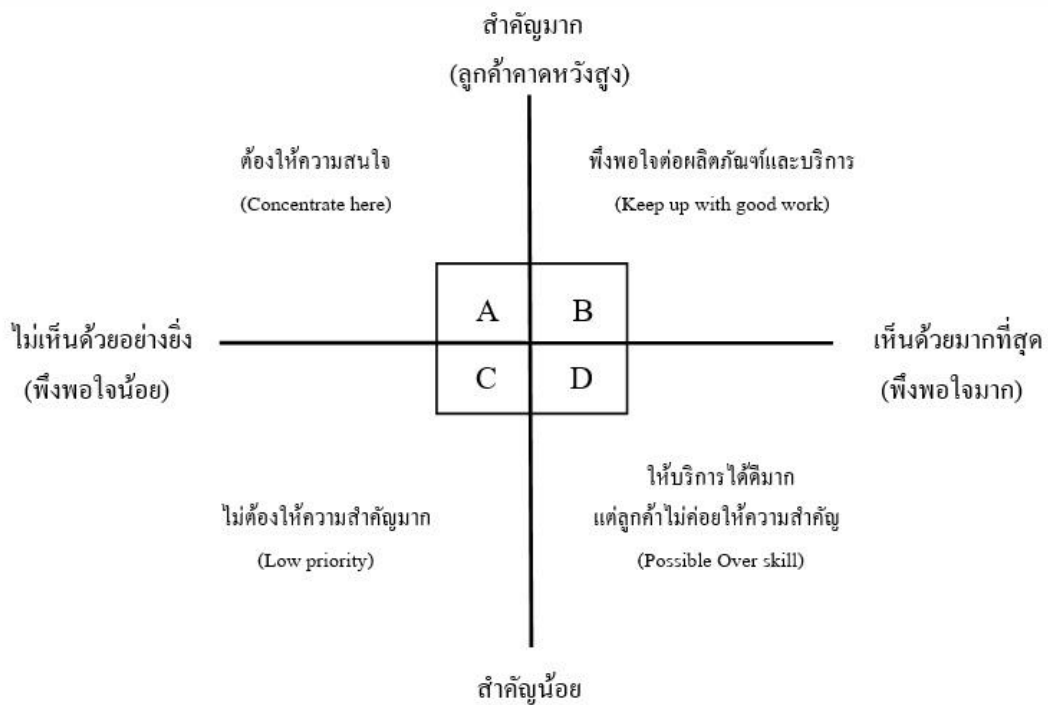
11 คน ถึงประสบการณ์ที่ไม่ดีเกี่ยวกับสินค้า ซึ่งข้อเท็จจริงดังกล่าวจะถูกบอกต่อกันไปในวงกว้างและสร้างความเสียหายแก่องค์กรธุรกิจในที่สุด

ในการศึกษาครั้งนี้ให้ลูกค้าประเมินระดับความรู้สึกพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน

### แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ความความพึงพอใจได้นำกรอบแนวคิดมาจาก Martilla and James (1977) ( Martilla and James, 1977 : อ้างใน อภิสัทธี นิติเสถียรกุล, 2555 ) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance-Performance Analysis: IPA) เรียกย่อ ๆ ว่า IPA สรุปได้ดังนี้ IPA เป็นเทคนิคที่ใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อวัดผล หรือประเมินการยอมรับ และพึงพอใจในตัวสินค้าของผู้บริโภคในการตลาดลักษณะเฉพาะรูปแบบต่างๆ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ได้ง่ายสำหรับการประเมินหรือวัดผลในคุณลักษณะผลประกอบการ และความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ หรืออีกนัยหนึ่งสิ่งนี้ก็คือความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ต้องการ IPA มีข้อได้เปรียบในการประเมินผลการยอมรับของผู้บริโภคในโปรแกรมทางการตลาดเป็นการประเมินที่มีต้นทุนต่ำ มีเทคนิคการประเมินที่เข้าใจง่าย และให้ข้อมูลที่ในเชิงลึกที่สำคัญในแง่ของส่วนประสมการตลาดกับกิจการ กิจการสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือระบุพื้นที่ ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น การนำเสนอผลการประเมิน IPA ในรูปภาพทำให้สามารถแปลผล จัดการข้อมูลได้อย่างสะดวกและเข้าใจมากขึ้น ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์และตัดสินใจด้านการตลาดได้ดียิ่งขึ้นลักษณะที่น่าสนใจของ IPA คือ ผลที่ได้สามารถแสดงออกมาในรูปแบบที่ง่ายต่อการแปลผลในรูปแบบของกราฟสองมิติ จากคุณลักษณะต่าง ๆ ซึ่งมาจากมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

สงวนลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความคาดหวังและการประเมิน ความความพึงพอใจ ของผลิตภัณฑ์และบริการ

ที่มา : ดัดแปลงจาก Martilla, J.A. and James, J.C. (1977): Importance Performance Analysis. Journal of Marketing. อังใน อภิสิทธิ์ นิติเสถียรกุล, 2555

เมื่อนำค่าความคาดหวังและความคิดเห็น มาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ที่ Quadrants ใดๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrants A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ

Quadrants B (Keep up the good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญ

Quadrants C (Low Priority) คือ ใน คุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน

Quadrants D (Possible Over skill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นในลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

## แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2551) ได้กล่าวถึง แนวคิดของฟิลิป คอทเลอร์ ที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญนั้นมีอยู่ 4P's ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) คือ สิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Product) หรือเกินความคาดหวัง (Augment Product) รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential Product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต ซึ่งแตกต่างกัน ไปขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ โดยการศึกษาครั้งนี้ ในด้านผลิตภัณฑ์นั้น หมายถึง สลากออมสิน ได้แก่ เงินรางวัล อายุสลาก หลักทรัพย์ค้ำประกัน

2. ราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งรวมถึงระยะเวลาที่ใช้ในการผลิต ค่าจ้างแรงงาน การใช้ ความคิด การสร้างสรรค์ นวัตกรรม จำนวนการผลิต ความยากง่ายในการจัดหาวัตถุดิบ และ ผลตอบแทนที่ต้องการด้วย สิ่งต่างๆเหล่านี้จะนำมาคำนวณต้นทุน แล้วกำหนดราคาเป็นต้นทุนซึ่ง ลูกค้าจะต้องจ่ายเพื่อแลกกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ ดังนั้นราคาจึงมีบทบาทในการกำหนดว่าลูกค้าจะ ซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ ราคาจึงมีคุณค่าทางกลยุทธ์ซึ่งในการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาถึงต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องใน การแข่งขันที่เกิดขึ้นทั้งหมด โดยการศึกษาครั้งนี้ ในด้านราคาระนั้นหมายถึง มูลค่าต่อหน่วยของสลากออมสิน ไม่กำหนดจำนวนการซื้อสลากออมสิน ค่าส่วนลดกรณีไถ่ถอนก่อนครบกำหนด

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้าไปสู่ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคสินค้าได้ตามต้องการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำ มีช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลายรูปแบบ โดยการศึกษาครั้งนี้ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น หมายถึง สามารถฝากสลากออมสินได้ทุกสาขา รับเงินรางวัลได้ทุกสาขา ระบบโอนเงินรางวัลเข้าบัญชี ซื้อสลากออมสินผ่าน Internet Banking และตู้เอทีเอ็ม

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆที่จูงใจ ลูกค้าเข้ามาใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจและทราบถึงคุณค่าของ สินค้าที่เสนอขาย เป็นความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดควรประกอบไปด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการลด แลก แจก แถม โดยการศึกษาครั้งนี้ ในด้านการส่งเสริมการขายนั้น หมายถึง การแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของสลากออมสิน โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต มีข้อความแจ้งผลรางวัล มีการประชาสัมพันธ์ผ่านพับ

## แนวคิดเกี่ยวกับสลากออมสิน

สลากออมสิน เป็นรูปแบบการออมลักษณะพิเศษของธนาคารออมสิน ไม่เพียงแต่เป็นการออมเงินให้กับผู้ฝากเท่านั้น แต่ยังสามารถลุ้นรางวัล โดยผู้ฝากมีสิทธิ์ถูกรางวัลตามที่ธนาคารกำหนด สลากออมสินออกจำหน่ายครั้งแรก ตั้งแต่ พ.ศ. 2485 ถึง พ.ศ. 2490 ต่อมาธนาคารได้ทำการพัฒนาปรับปรุง โดยการออกจำหน่าย "สลากออมสินพิเศษ" โดยเริ่มให้บริการรับฝากสลากออมสินพิเศษ งวดที่ 1 เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน 2486 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งตลอดระยะเวลา ธนาคารได้ปรับปรุงเงื่อนไข เงินรางวัล ราคา และอายุของสลากออมสินพิเศษ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ โดยในอดีตสลากออมสินมีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ สลากออมสินสามัญ สลากออมสินการกุศล สลากออมสินพิเศษ ( ประวัติสลากออมสิน,2558 : ออนไลน์)

ปัจจุบันสลากออมสินมีการจำหน่ายสลากออมสินพิเศษ 3 ปี เพียงอย่างเดียว โดยสลากออมสินพิเศษ 3 ปี มีอายุสลาก 3 ปี ราคาสลากออมสินต่อหน่วย เท่ากับ 50 บาท สลากออมสิน 1 ฉบับสามารถซื้อได้ไม่จำกัดจำนวนหน่วย ออกรางวัลทุกวันที่ 16 ของเดือน มีสิทธิ์ถูกรางวัล 36 ครั้ง โดยมีสิทธิ์ลุ้นเงินรางวัล เช่น รางวัลที่ 1 จำนวน 3 รางวัล รางวัลละ 10,000,000 บาท รางวัลที่ 2 จำนวน 2 รางวัล รางวัลละ 1,000,000 บาท และรางวัลอื่นๆ รวมทั้งมีกิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ทำการออกรางวัล ทุกวันที่ 16 ของเดือน โดยจะทำการถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี และถ่ายทอดเสียงทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ระบบ AM ความถี่ 891 กิโลเฮิรตซ์ ตั้งแต่เวลา 13.00 น. ถึงเวลา 14.00 น. หรือตรวจสอบสลากออมสินได้ทางเว็บไซต์ หรือสมัครแจ้งผลรางวัลทาง SMS สามารถซื้อสลากออมสินและรับเงินรางวัลได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศและสามารถซื้อสลากออมสินได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขา ตู้ ATM ธนาคารออมสิน และออมสิน Internet Banking เมื่อครบอายุสลากออมสินสามารถถอนคืนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ยได้ ภายในระยะเวลา 10 ปีนับแต่วันที่สลากออมสินพิเศษครบกำหนด (สลากออมสินทางเลือกใหม่ของการออม, 2558 : ออนไลน์)

## 2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เพชร วัชรปรีชา (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้าที่มาใช้บริการ ณ สาขาศรีนครพิงค์ จำนวน 240 ราย โดยใช้เทคนิคสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความ น่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) จาก 3 กลุ่มลูกค้าที่จัดโดยปริมาณเงินฝากกลุ่มละ 80 ราย ได้แก่ 1) ลูกค้ากลุ่ม Easy 2) ลูกค้ากลุ่ม Easy Plus 3) ลูกค้ากลุ่ม Priority, Priority Plus และกลุ่มPrivate ซึ่งข้อมูลนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย



ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด ในแต่ละปัจจัยส่วน ประสม การตลาดบริการดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ การมีบริการเงินฝากหลากหลายประเภท รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคารฯ และมีบริการบัตร เดบิต (Debit) ปัจจัยด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ยสูง กว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ในทำเลที่มีความ ปลอดภัย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ของชำร่วย หรือ ของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับ ลูกค้า ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานรักษาความปลอดภัยให้การดูแลเอาใจใส่ ในเรื่องความ ปลอดภัยเป็นอย่างดี ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ ความ รวดเร็วในการให้บริการต่อ 1 รายการ เช่น บริการฝาก-ถอนเงิน โอนเงิน เป็นต้น และปัจจัยสิ่งนำ เสนอทางกายภาพ คือ ความปลอดภัยใน ธนาคาร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละปัจจัยส่วน ประสม การตลาดบริการดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคารฯ ปัจจัยด้าน ราคา คือ อัตรา ดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯ เหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ของชำร่วย หรือของ ที่ระลึกมี จำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่าย อธิบายได้ ชัดเจน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี และ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ คือ สถานที่ภายในธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย

**ขวัญชนก กาญจนวิญญู (2555)** ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสม การตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ลูกค้าบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่ รวบรวมข้อมูล จำนวน 300 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติ ที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพ โสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ระยะเวลาใช้บริการ 2 – 3 ปี สถานที่บริการธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัล แอร์ พอร์ต พลาซ่า เชียงใหม่มากที่สุดคือ ชั้น G และการมาใช้บริการโดยเฉลี่ย คือ 2-3 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาที่มาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 16.01 – 18.00 น. วันที่ไม่แน่นอน จำนวนบัญชีเงินฝากที่มีกับ ธนาคาร คือ 1 บัญชี และเหตุผลที่เลือกฝากเงินกับธนาคาร คือ สามารถใช้บริการได้ถึงเวลา 20.00 น. ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดต่อปัจจัยย่อย ในแต่ละปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านราคา คือ อัตรา ดอกเบี้ยเงินฝาก/สลากออมสินและผลตอบแทนเงินฝากสงเคราะห์ชีวิตสูง กว่าธนาคารอื่น ปัจจัย ช่องทางการให้บริการ คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้าเปิดให้บริการทุกวัน ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด คือ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับการ บริการด้านเงินฝากครบถ้วนและ เข้าใจง่าย บอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหว ชัดเจน เช่นประกาศอัตราดอกเบี้ย

ปัจจัยด้านบุคลากร คือ พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ความเป็นระเบียบของการจัดวางอุปกรณ์ตลอดจนแบบฟอร์มต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยของส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ มีบริการเงินฝากสลากออมสิน ฝากแบบคู้รางวัล ปัจจัยด้านราคา คือ การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก มองเห็นได้เด่นชัด ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯ ตั้งในห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการทุกวัน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ บอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวชัดเจน เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านบุคลากร คือพนักงานมีกิจกรรมขาย เรียบร้อยและอภัยาศัยดี ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่น บริการฝาก – ถอน โอนเงิน เป็นต้น และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ มีสลิปฝาก – ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก

**อภิสิทธิ์ นิตเสถียรกุล (2555)** ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดของบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนศรีดอนไชย โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าเงินฝาก 3 ประเภทในสัดส่วนเท่าๆกัน รวมทั้งหมด 300 ตัวอย่าง โดยแบ่งเก็บจากกลุ่มลูกค้าเงินฝาก 3 ประเภท ในสัดส่วนเท่าๆกัน กลุ่มละ 100 ราย ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากจำนวน 1 บัญชี ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์ใช้ควบคู่ด้วย ส่วนใหญ่ใช้บริการบัตรเอทีเอ็ม (K-ATM) เหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือความสะดวกในการเดินทาง ส่วนใหญ่ใช้บริการเป็นระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการใช้บริการด้านเงินฝากเดือนละ 1 ครั้ง

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านราคา เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง เช่น ดอกเบี้ยขึ้นบันไดเฉลี่ยเป็นอัตราเท่าไร อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าธนาคารอื่น การมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นชัดเจน ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือช่องบริการฝาก ถอน และ โต้ะบริการมีเพียงพอ มีเครื่องบริการอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการอย่างเพียงพอ เช่น เครื่อง ATM เครื่องรับฝากเงินสด อัตโนมติ เครื่องปรับสมุดคู่ฝาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีการโฆษณาโครงการเงินฝากต่างๆ ผ่านทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีเพียงพอ สำหรับมอบให้ลูกค้า บอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งความเคลื่อนไหวต่างๆของธนาคารมีความชัดเจน เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และมีแผ่นพับให้ข้อมูลเงินฝากแต่ละประเภท มีข่าวสารที่ได้รับจาก

ธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครอบคลุม เข้าใจง่าย มีของช่วยเหลือ หรือของที่ระลึกมอบให้ลูกค้า สำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือ ช่วงเทศกาลต่างๆ ปัจจัยด้านบุคคล คือ พนักงานสื่อสารด้วยคำพูดและ เข้าใจง่าย ปัจจัยด้านกระบวนการ คือ ความถูกต้องในการบันทึกข้อมูลลงในสมุดบัญชี ปัจจัยด้าน ลักษณะทางกายภาพ ระดับความสำคัญ คือ ความปลอดภัยภายในธนาคาร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยของส่วนประสมการตลาดบริการดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าความพึงพอใจสูงสุด คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยย่อยด้านราคา คือ การมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นชัดเจน ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ คือ สถานที่ตั้งธนาคารมีความเหมาะสมเดินทางมาใช้บริการสะดวก ปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาด คือ มีการโฆษณาโครงการเงินฝากต่างๆ ผ่านทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่ คือ พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ คือ ความถูกต้องในการบันทึก ข้อมูลลงในสมุดบัญชี ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพ คือ มีป้ายสัญลักษณ์ของธนาคารมองเห็นได้ ชัดเจน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตจำนวนประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ระยะเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

#### 3.1 ขอบเขตการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

##### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ลูกค้าปัจจุบันของธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่ถือเงินฝากสลากออมสิน

##### 3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากครัวเรือนในท้องถิ่นที่ไม่จำแนกกลุ่มย่อยที่จะวิเคราะห์ข้อมูล (Sudman, 1976, อ้างถึงใน กุณชสิทธิ์ รุ่งรัมย์, 2551) จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามสาขาของธนาคารออมสิน ในจังหวัดสมุทรสาคร วิธีการเลือกตัวอย่าง จะใช้แบบการเก็บตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) จำนวน 6 สาขา รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง จำนวนตัวอย่างที่เก็บจะเป็นสัดส่วนกับจำนวนผู้ใช้บริการในแต่ละสาขาและมีการปรับขนาดตัวอย่างในบางสาขาให้ได้จำนวนขั้นต่ำที่จะนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่แยกเก็บตามสาขา ธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร

ธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร	จำนวนบัญชีที่ใช้บริการ	สัดส่วนของผู้ใช้บริการ (%)	จำนวนที่เก็บตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่างที่ปรับขนาดเพิ่ม
สาขาสมุทรสาคร	31,724	44.82	171	160
สาข่ากระทุ่มแบน	15,061	21.28	81	80
สาขาบ้านแพ้ว	13,804	19.50	75	75
สาขามหาชัย	6,540	9.24	35	35
สาขาโพธิ์แจ้	1,959	2.76	11	25
สาขาพันท้ายนรสิงห์	1,702	2.4	10	25
<b>รวม</b>	<b>70,790</b>	<b>100.0</b>	<b>383</b>	<b>400</b>

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### 3.2.1 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลหลักของการศึกษานี้ คือ **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลผู้ให้บริการเงินฝากสลากออมสิน โดยมีสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ ธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร และจะเก็บข้อมูลในช่วงเวลาทุกวันทำการของธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร

#### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นลูกค้ำ มูลค่าสลากออมสินที่ซื้อแต่ละครั้ง มูลค่าสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคำถามการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประ

สมการของธนาคารออมสิน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน เป็นคำถามปลายเปิด

### 3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) เพื่อสรุปข้อมูลขั้นต้นจากแบบสอบถามที่เก็บได้คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสินเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่ใช้ในแบบสอบถามเป็นการประเมินการให้คะแนนระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ (กฤษณี รื่นรัมย์, 2551) ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ระดับคะแนนความพึงพอใจ
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อแปลผลซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับจากช่วงค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญ ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งการประเมินค่าเป็น 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญ ปานกลาง สำคัญน้อย และน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 102 -103) โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนนความสำคัญ
ให้ความสำคัญมากที่สุด	5
ให้ความสำคัญมาก	4
ให้ความสำคัญปานกลาง	3
ให้ความสำคัญน้อย	2
ให้ความสำคัญน้อยมาก	1

หลังจากนั้นคำนวณคะแนนเฉลี่ย จากคะแนนมาตรวัด 5 ระดับ และเปรียบเทียบเกณฑ์การแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	ให้ความสำคัญมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	ให้ความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	ให้ความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	ให้ความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	ให้ความสำคัญน้อยมาก

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญ (Importance-Performance Analysis: IPA) สามารถทำได้โดยนำค่าระดับความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกับในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrants ใด โดยจุดตัดของแกนทั้งสอง คือ ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ (3.85) และค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจ (3.74) ซึ่งสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 3.2** การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญ (Importance-Performance Analysis: IPA)

Quadrants	ความหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ
A	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ	3.85-5.00	1.00-3.74
B	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้ดีเป็นอันดับหนึ่งในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก	3.85-5.00	3.74-5.00
C	คุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้าผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนได้	1.00-3.85	1.00-3.74
D	ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนกลายเป็นในลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า	1.00-3.85	3.74-5.00

**3.3 ระยะเวลาในการศึกษา**

ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนธันวาคม 2557 ถึงเดือนเมษายน 2558 และทำการเก็บข้อมูลในช่วง กุมภาพันธ์ 2558

**3.4 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล**

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินการเก็บแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามจากธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครและศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดสมุทรสาคร



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน สามารถแบ่งผลการศึกษາอกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นลูกค้า มูลค่าสลากออมสินที่ซื้อแต่ละครั้ง มูลค่าสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ส่วนที่ 2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ส่วนที่ 2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค (Importance Performance Analysis : IPA)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน เป็นคำถามปลายเปิด

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	126	31.5
หญิง	274	68.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 31.5

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	2	0.5
21 – 30 ปี	207	51.8
31 – 40 ปี	128	32.0
41 – 50 ปี	48	12.0
51 – 60 ปี	15	3.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 51.8 รองลงมา อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 32.0 และอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	299	74.8
สมรส	86	21.5
หม้าย หรือ หย่า	15	3.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด ร้อยละ 74.8 รองลงมา สมรส ร้อยละ 21.5 และหม้าย หรือ หย่า ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	3	0.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	1.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช	22	5.5
อนุปริญญา หรือ ปวส	77	19.3
ปริญญาตรี	233	58.3
ปริญญาโท หรือ สูงกว่า	60	15.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี ร้อยละ 58.3 รองลงมา อนุปริญญา หรือ ปวส ร้อยละ 19.3 และปริญญาโท หรือ สูงกว่า ร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน หรือ นักศึกษา	40	10.0
พนักงานบริษัท	195	48.8
ข้าราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	96	24.0
กิจการส่วนตัว หรือ ค้าขาย	62	15.5
รับจ้างอิสระ	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัท ร้อยละ 48.8 รองลงมา ข้าราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.0 กิจการส่วนตัว หรือ ค้าขาย ร้อยละ 15.5

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	96	24.0
15,000 – 25,000 บาท	222	55.5
25,001 – 35,000 บาท	19	4.8
35,001 – 45,000 บาท	26	6.5
45,001 – 55,000 บาท	22	5.5
มากกว่า 55,000 บาท	15	3.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 55.5 รองลงมา ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 24.0 และ 35,001 – 45,000 บาท ร้อยละ 6.5

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้าอมสิน

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าอมสิน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 ปี	250	62.5
6 – 10 ปี	57	14.3
11 – 15 ปี	42	10.5
16 – 20 ปี	18	4.5
21 – 25 ปี	11	2.8
มากกว่า 25 ปี	22	5.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าอมสิน 1 – 5 ปี ร้อยละ 62.5 รองลงมา 6 – 10 ปี ร้อยละ 14.3 และ 11 – 15 ปี ร้อยละ 10.5

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสิน ที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

มูลค่าเงินฝากสลากออมสิน ที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	264	66.0
15,000 – 30,000 บาท	69	17.3
30,001 – 45,000 บาท	16	4.0
45,001 – 60,000 บาท	19	4.8
มากกว่า 75,000 บาท	32	8.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสิน ที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 66.0 รองลงมา 15,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 17.3 และมากกว่า 75,000 บาท ร้อยละ 8.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

มูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวม ทั้งหมดที่ถืออยู่	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	269	67.3
50,000 – 150,000 บาท	44	11.0
150,001 – 250,000 บาท	20	5.0
250,001 – 350,000 บาท	30	7.5
350,001 – 450,000 บาท	10	2.5
มากกว่า 450,000 บาท	27	6.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ ต่ำกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 67.3 รองลงมา 50,001 – 150,000 บาท ร้อยละ 11.0 และ 250,001 – 350,000 บาท ร้อยละ 7.5

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน	163 (40.8)	139 (34.8)	84 (21.0)	3 (0.8)	11 (2.8)	4.10 (มาก)
ระยะเวลาอายุสลาก ออมสินสอดคล้องกับ เงินลงทุน	98 (24.5)	180 (45.0)	113 (28.3)	6 (1.5)	6 (0.8)	3.91 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝาก ที่ไม่มีการเสียภาษี	153 (38.3)	146 (36.5)	81 (20.3)	16 (4.0)	4 (1.0)	4.07 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถ ได้ถอนคืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับดอกเบี้ยตาม ขั้นบันได	121 (30.3)	165 (41.3)	98 (24.5)	14 (3.5)	2 (0.5)	3.97 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถ นำมาค้าประกันการกู้ได้	146 (36.5)	172 (43.0)	72 (18.0)	7 (1.8)	3 (0.8)	4.13 (มาก)
เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน	111 (27.8)	143 (35.8)	131 (32.8)	13 (3.3)	2 (0.5)	3.87 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถ โอนกรรมสิทธิ์ได้	91 (22.8)	99 (24.8)	112 (28.0)	58 (14.5)	40 (10.0)	3.36 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ไม่มีความเสี่ยง	118 (29.5)	166 (41.5)	95 (23.8)	18 (4.5)	3 (0.8)	3.95 (มาก)
ไม่จำกัดจำนวนเงิน ในการฝาก	136 (34.0)	135 (33.8)	113 (28.3)	16 (4.0)	0 (0.0)	3.98 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวมระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์</b>						3.93 (มาก)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวม 3.93 (มาก) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาสลากออมสิน ต่อหน่วย	95 (23.8)	186 (46.5)	107 (26.8)	9 (2.3)	3 (0.8)	3.90 (มาก)
ราคาหักค่าส่วนลด กรณี ไถ่ถอนสลากออมสิน ก่อนครบอายุ 3 เดือน	75 (18.8)	170 (42.5)	129 (32.3)	22 (5.5)	4 (1.0)	3.73 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยสลาก ออมสิน	110 (27.5)	159 (39.8)	97 (24.3)	20 (5.0)	14 (3.5)	3.83 (มาก)
<b>ค่าเฉลี่ยรวมระดับความสำคัญด้านราคา</b>						3.82 (มาก)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความสำคัญด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวม 3.82 (มาก) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมดในระดับมาก

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	139 (34.8)	135 (33.8)	112 (28.0)	9 (2.3)	5 (1.3)	3.99 (มาก)
รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	139 (34.8)	155 (38.8)	90 (22.5)	16 (4.0)	0 (0.0)	4.04 (มาก)
ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking	129 (32.3)	130 (32.5)	123 (30.8)	12 (3.0)	6 (1.5)	3.91 (มาก)
ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM	107 (26.8)	141 (35.3)	108 (27.0)	29 (7.3)	15 (3.8)	3.74 (มาก)
เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่	107 (26.8)	147 (36.8)	110 (27.5)	21 (5.3)	15 (3.8)	3.78 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมระดับความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						3.89 (มาก)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 (มาก) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายทั้งหมดในระดับมาก



ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	122 (30.5)	113 (28.3)	127 (31.8)	23 (5.8)	15 (3.8)	3.76 (มาก)
โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์	83 (20.8)	143 (35.8)	131 (32.8)	27 (6.8)	16 (4.0)	3.63 (มาก)
การมีป้าย หรือ เอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็น เด่นชัด	107 (26.8)	155 (38.8)	105 (26.3)	14 (3.5)	19 (4.8)	3.80 (มาก)
โฆษณาผ่านวิทยุ	61 (15.3)	131 (32.8)	159 (39.8)	35 (8.8)	14 (3.5)	3.48 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูล เกี่ยวกับสลากออมสิน	114 (28.5)	137 (34.3)	101 (25.3)	33 (8.3)	15 (3.8)	3.76 (มาก)
กิจกรรมชิงโชค เช่น ทวงคำ	138 (34.5)	134 (33.5)	98 (24.5)	16 (4.0)	14 (3.5)	3.92 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์ และให้ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับสลากออมสิน โดย การออกบูทตามงานต่างๆ	112 (28.8)	161 (40.3)	89 (22.3)	21 (5.3)	17 (4.3)	3.83 (มาก)
มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับ การเปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลวันสำคัญ	135 (33.8)	141 (35.3)	97 (24.3)	15 (3.8)	12 (3.0)	3.93 (มาก)
มีSMSในการแจ้งผลรางวัล	126 (31.5)	131 (32.8)	104 (26.0)	23 (5.8)	16 (4.0)	3.82 (มาก)
โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์, Facebook, line	139 (34.8)	112 (28.0)	110 (27.5)	25 (6.3)	14 (3.5)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาด						3.77 (มาก)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวม 3.77 (มาก) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องโฆษณาผ่านวิทยุ

ส่วนที่ 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสิน ในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน	133 (33.3)	193 (48.3)	65 (16.3)	9 (2.3)	0 (0.0)	4.12 (มาก)
ระยะเวลาอายุสลาก ออมสินสอดคล้องกับ เงินลงทุน	64 (16.0)	177 (44.3)	146 (36.5)	13 (3.3)	0 (0.0)	3.73 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝาก ที่ไม่มีการเสียภาษี	131 (32.8)	163 (40.8)	79 (19.8)	25 (6.3)	2 (0.5)	3.99 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถ ไถ่ถอนคืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับดอกเบี้ยตาม ชั้นบันได	86 (21.5)	212 (53.0)	87 (21.8)	15 (3.8)	0 (0.0)	3.92 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถ นำมาค้าประกันการกู้ได้	109 (27.3)	202 (50.5)	75 (18.8)	11 (2.8)	3 (0.8)	4.00 (มาก)
เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน	66 (16.5)	175 (43.8)	136 (34.0)	19 (4.8)	4 (1.0)	3.70 (มาก)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้	95 (23.8)	186 (46.5)	104 (26.0)	15 (3.8)	0 (0.0)	3.90 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง	100 (25.0)	214 (53.5)	73 (18.3)	13 (3.3)	0 (0.0)	4.00 (มาก)
ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก	128 (32.0)	181 (45.3)	78 (19.5)	13 (3.3)	0 (0.0)	4.06 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์						3.94 (มาก)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวม 3.94 (มาก) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในระดับมาก

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาสลากออมสินต่อหน่วย	88 (22.0)	195 (48.8)	98 (24.5)	17 (4.3)	2 (0.5)	3.90 (มาก)
ราคาหักค่าส่วนลด กรณีไถ่ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน	59 (14.8)	197 (49.3)	117 (29.3)	23 (5.8)	4 (1.0)	3.71 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน	58 (14.5)	162 (40.5)	133 (33.3)	39 (9.8)	8 (2.0)	3.56 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจด้านราคา						3.72 (มาก)

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความพึงพอใจด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 (มาก) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมดในระดับมาก

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	125 (31.1)	175 (43.8)	80 (20.0)	18 (4.5)	2 (0.5)	4.01 (มาก)
รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	115 (28.8)	175 (43.8)	94 (23.5)	16 (4.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)
ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking	89 (22.3)	144 (36.0)	127 (31.8)	32 (8.0)	8 (2.0)	3.69 (มาก)
ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM	74 (18.5)	141 (35.3)	120 (30.0)	31 (7.8)	34 (8.5)	3.48 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่	87 (21.8)	98 (24.5)	142 (35.5)	52 (13.0)	21 (5.3)	3.45 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						3.72 (มาก)

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 (มาก) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM และเจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	90 (22.5)	134 (33.5)	144 (36.0)	17 (4.3)	15 (3.8)	3.67 (มาก)
โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์	64 (16.0)	135 (33.8)	160 (40.0)	28 (7.0)	13 (3.3)	3.52 (มาก)
การมีป้าย หรือ เอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็น เด่นชัด	53 (13.3)	143 (35.8)	150 (37.5)	24 (6.0)	30 (7.5)	3.41 (ปานกลาง)
โฆษณาผ่านวิทยุ	34 (8.5)	114 (28.5)	195 (48.8)	43 (10.8)	14 (3.5)	3.28 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูล เกี่ยวกับสลากออมสิน	93 (23.3)	144 (36.0)	121 (30.3)	29 (7.3)	13 (3.3)	3.69 (มาก)
กิจกรรมชิงโชค เช่น ทวงคำ	115 (28.8)	123 (30.8)	117 (29.3)	30 (7.5)	15 (3.8)	3.73 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์ และให้ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับสลากออมสิน โดย การออกบูทตามงานต่างๆ	96 (24.0)	166 (41.5)	105 (26.3)	19 (4.8)	14 (3.5)	3.77 (มาก)
มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับ การเปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลวันสำคัญ	87 (21.8)	152 (38.0)	122 (30.5)	28 (7.0)	11 (2.8)	3.69 (มาก)
มีSMSในการแจ้งผลรางวัล	89 (22.3)	111 (27.8)	144 (36.0)	39 (9.8)	17 (4.3)	3.54 (มาก)
โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์, Facebook, line	96 (24.0)	137 (34.3)	125 (31.3)	30 (7.5)	12 (3.0)	3.69 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวมระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาด						3.60 (มาก)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวม 3.60 (มาก) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อบริษัทผู้จำหน่ายด้านส่งเสริมการตลาด เกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง การมีป้าย หรือ เอกสาร แสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด และโฆษณาผ่านวิทยุ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

### ส่วนที่ 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)
ระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝาก ที่ไม่มีการเสียภาษี	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถ ไถ่ถอนคืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค้ำประกันการกู้ยืมได้	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)
เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอน กรรมสิทธิ์ได้	3.36 (มาก)	3.90 (มาก)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มี ความเสี่ยง	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)
ไม่จำกัดจำนวนเงินใน การฝาก	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ต่อปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสลากออมสินต่อหน่วย	3.90 (มาก)	3.9 (มาก)
ราคาหักค่าส่วนลด กรณีไถ่ถอน สลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)
อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน	3.83 (มาก)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	3.99 (มาก)	4.01 (มาก)
รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	4.04 (มาก)	3.97 (มาก)
ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking	3.91 (มาก)	3.69 (มาก)
ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM	3.74 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่	3.78 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ พบว่า มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM และเจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ความพึงพอใจและระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม  
 ธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)
โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)
การมีป้าย หรือ เอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด	3.80 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)
โฆษณาผ่านวิทยุ	3.48 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูล เกี่ยวกับสลากออมสิน	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)
กิจกรรมชิงโชค เช่น ทวงคำ	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์ และให้ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ สลากออมสิน โดยการออกบูทตาม งานต่างๆ	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)
มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิด บัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวัน สำคัญ	3.93 (มาก)	3.69 (มาก)
มีSMSในการแจ้งผลรางวัล	3.82 (มาก)	3.54 (มาก)
โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บ ไซต์ , Facebook , line	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการ  
 ส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องโฆษณาผ่านวิทยุ ให้  
 ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ พบว่า มีความพึง

พอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องการมีป้าย หรือ เอกสารแสดงและอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการของธนาคารออมสิน จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน	4.09 (มาก)	4.09 (มาก)	4.13 (มาก)	4.17 (มาก)	4.09 (มาก)	4.21 (มาก)
ระยะเวลาอายุสลากออมสินสอดคล้องกับเงินลงทุน	3.89 (มาก)	3.64 (มาก)	3.99 (มาก)	4.04 (มาก)	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีการเสียดาย	4.05 (มาก)	3.94 (มาก)	4.15 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)	4.06 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถไถ่ถอนคืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได	3.94 (มาก)	3.83 (มาก)	4.07 (มาก)	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000-30,000		มากกว่า 30,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้	4.06 (มาก)	3.93 (มาก)	4.23 (มาก)	4.04 (มาก)	4.28 (มาก)	4.24 (มาก)
เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน	3.88 (มาก)	3.71 (มาก)	3.96 (มาก)	3.90 (มาก)	3.76 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้	3.38 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง	3.97 (มาก)	3.94 (มาก)	4.04 (มาก)	4.17 (มาก)	3.75 (มาก)	4.06 (มาก)
ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก	4.03 (มาก)	4.06 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	3.66 (มาก)	4.10 (มาก)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 15,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อบริษัทย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านราคา จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสลากออมสินต่อหน่วย	3.96 (มาก)	3.91 (มาก)	3.87 (มาก)	3.83 (มาก)	3.72 (มาก)	3.81 (มาก)
ราคาหักค่าส่วนลด กรณีไถ่ถอนสลากออมสิน ก่อนครบอายุ 3 เดือน	3.78 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.72 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน	3.88 (มาก)	3.61 (มาก)	3.87 (มาก)	3.67 (มาก)	3.57 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่อง ราคาหักค่าส่วนลด กรณีไถ่ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 15,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง ราคาหักค่าส่วนลด กรณีไถ่ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง มากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง ราคาหักค่าส่วนลด กรณีไถ่ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัด จำหน่าย	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การฝากเงิน แบบสลากออม สินสามารถฝาก ได้ทุกสาขาทั่ว ประเทศ	4.05 (มาก)	3.96 (มาก)	4.13 (มาก)	4.11 (มาก)	3.58 (มาก)	4.07 (มาก)
รับเงินรางวัล สลากออมสิน ได้ทุกสาขาทั่ว ประเทศ	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)	4.20 (มาก)	4.14 (มาก)	3.90 (มาก)	4.03 (มาก)
ซื้อสลากออม สินผ่านระบบ Internet Banking	3.96 (มาก)	3.68 (มาก)	4.01 (มาก)	3.87 (มาก)	3.60 (มาก)	3.52 (มาก)
ซื้อสลากออม สินผ่านตู้ ATM	3.73 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	3.51 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่รับ ฝากนอก สถานที่	3.79 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	2.99 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM และเจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 15,000-30,000 บาทให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งมากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM และเจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000-30,000		มากกว่า 30,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	3.71 (มาก)	3.58 (มาก)	4.14 (มาก)	3.99 (มาก)	3.55 (มาก)	3.67 (มาก)
โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์	3.58 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.84 (มาก)	3.55 (มาก)	3.56 (มาก)
การมีป้าย หรือ เอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด	3.80 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)	3.61 (มาก)	3.62 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)
โฆษณาผ่านวิทยุ	3.49 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)	ต่ำกว่า 15,000 บาท		15,000-30,000 บาท		มากกว่า 30,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน	3.72 (มาก)	3.66 (มาก)	4.04 (มาก)	3.72 (มาก)	3.62 (มาก)	3.78 (มาก)
กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ	3.88 (มาก)	3.68 (มาก)	4.17 (มาก)	3.97 (มาก)	3.80 (มาก)	3.70 (มาก)
มีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)	3.94 (มาก)	3.93 (มาก)	3.63 (มาก)	3.81 (มาก)
มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ	3.92 (มาก)	3.64 (มาก)	4.12 (มาก)	3.93 (มาก)	3.78 (มาก)	3.64 (มาก)
มีSMSในการแจ้งผลรางวัล	3.81 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	4.01 (มาก)	3.70 (มาก)	3.66 (มาก)	3.57 (มาก)
โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์, Facebook, Line	3.84 (มาก)	3.66 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง โฆษณาผ่านวิทยุ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด โฆษณาผ่านวิทยุ และมี SMS ในการแจ้งผลรางวัล มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 15,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง โฆษณาผ่านวิทยุ ที่มีความสำคัญในระดับ ปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง โฆษณาผ่านวิทยุ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อ โดยเฉลี่ยแต่ละครั้งมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง โฆษณาผ่านวิทยุ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อบังคับย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด โฆษณาผ่านวิทยุ และ โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , Facebook line ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ส่วนที่ 2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจและการให้ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 50,000 บาท		50,000 – 250,000 บาท		มากกว่า 250,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน	4.06 (มาก)	4.05 (มาก)	4.13 (มาก)	4.25 (มาก)	4.21 (มาก)	4.30 (มาก)
ระยะเวลาอายุสลากออมสินสอดคล้องกับเงินลงทุน	3.90 (มาก)	3.68 (มาก)	3.99 (มาก)	3.94 (มาก)	3.88 (มาก)	3.72 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีการเสียภาษี	4.04 (มาก)	3.92 (มาก)	4.13 (มาก)	4.20 (มาก)	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถไถ่ถอนคืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได	3.93 (มาก)	3.91 (มาก)	4.03 (มาก)	3.83 (มาก)	4.07 (มาก)	4.05 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้	4.07 (มาก)	3.93 (มาก)	4.17 (มาก)	4.09 (มาก)	4.33 (มาก)	4.24 (มาก)

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	ต่ำกว่า 50,000 บาท		50,000 – 250,000 บาท		มากกว่า 250,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึง พอใจ	ความสำคัญ	ความพึง พอใจ	ความสำคัญ	ความพึง พอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เงินรางวัลคุ้มค่า กับการลงทุน	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)	3.83 (มาก)	3.56 (มาก)	3.88 (มาก)	3.67 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ สามารถโอน กรรมสิทธิ์ได้	3.38 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.06 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.56 (ปานกลาง)	4.19 (มาก)
เป็นผลิตภัณฑ์ที่ ไม่มีความเสี่ยง	3.96 (มาก)	3.95 (มาก)	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)	3.88 (มาก)	4.06 (มาก)
ไม่จำกัดจำนวน เงินในการฝาก	4.00 (มาก)	4.03 (มาก)	3.83 (มาก)	3.95 (มาก)	4.03 (มาก)	4.30 (มาก)

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ 50,000 – 250,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ มากกว่า 250,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านราคา จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ปัจจัยด้านราคา	ต่ำกว่า 50,000 บาท		50,000 – 250,000 บาท		มากกว่า 250,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาสลากออมสินต่อหน่วย	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)	3.97 (มาก)
ราคาหักค่าส่วนลด กรณีได้ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน	3.79 (มาก)	3.87 (มาก)	3.69 (มาก)	3.53 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน	3.87 (มาก)	3.72 (มาก)	3.55 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ 50,000 – 250,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ มากกว่า 250,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง ราคาหักค่าส่วนลดกรณีได้ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน ที่มีความสำคัญในระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น เรื่อง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ที่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ต่ำกว่า 50,000 บาท		50,000 – 250,000 บาท		มากกว่า 250,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	4.05 (มาก)	3.98 (มาก)	3.88 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)	4.19 (มาก)
รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)	3.81 (มาก)	4.13 (มาก)	4.18 (มาก)
ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking	3.97 (มาก)	3.74 (มาก)	3.72 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)
ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM	3.80 (มาก)	3.55 (มาก)	3.64 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)
เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่	3.81 (มาก)	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.01 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ 50,000 – 250,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อยุทธศาสตร์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

ยกเว้น เรื่องซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM และเจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ ที่มีความพึงพอใจในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ มากกว่า 250,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตย้อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่องซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM และเจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 50,000 บาท		50,000 – 250,000 บาท		มากกว่า 250,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	3.79 (มาก)	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)	3.63 (มาก)	3.64 (มาก)	3.57 (มาก)
โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)	3.66 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)
การมีป้าย หรือ เอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด	3.85 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.57 (ปานกลาง)
โฆษณาผ่านวิทยุ	3.52 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน	3.73 (มาก)	3.67 (มาก)	3.86 (มาก)	3.67 (มาก)	3.76 (มาก)	3.79 (มาก)

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)	ต่ำกว่า 50,000 บาท		50,000 – 250,000 บาท		มากกว่า 250,000 บาท	
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ	3.87 (มาก)	3.68 (มาก)	4.00 (มาก)	3.82 (มาก)	4.01 (มาก)	3.83 (มาก)
มีกา ประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับสลาก ออมสินโดยการ ออกนุทตามงาน ต่างๆ	3.86 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.63 (มาก)	3.66 (มาก)	3.88 (มาก)
มีของขวัญให้ ลูกค้าสำหรับการ เปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลวัน สำคัญ	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)	4.13 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)
มีSMSในการแจ้ง ผลรางวัล	3.85 (มาก)	3.59 (มาก)	3.72 (มาก)	3.33 (มาก)	3.81 (มาก)	3.52 (มาก)
โฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์, Facebook , line	3.86 (มาก)	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)	3.42 (มาก)	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก และให้ระดับความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ 50,000 – 250,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง โฆษณาผ่านวิทยุ ที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อบังคับจ่ายด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด และโฆษณาร้านวิทยุ ที่ให้ระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ มากกว่า 250,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบังคับจ่ายด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ โฆษณาผ่านวิทยุ ที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง และให้ระดับความพึงพอใจต่อบังคับจ่ายด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้น เรื่อง การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด โฆษณาผ่านวิทยุ และมีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ ที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

#### ส่วนที่ 2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค (Importance Performance Analysis : IPA)

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน เมื่อพิจารณาตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค (Importance-Performance Analysis: IPA) สามารถทำได้โดยการนำค่าระดับความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกับในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrants ใดๆ โดยจุดตัดของแกนทั้งสอง คือ ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ (3.85) และค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจ (3.74) จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrant A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ (คะแนนความสำคัญสูง แต่คะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrant B (Keep Up The Good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก (คะแนนความสำคัญ และความพึงพอใจสูง)

Quadrant C (Low Priority) คือ คุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนได้ (คะแนนความสำคัญและความพึงพอใจต่ำ)

Quadrant D (Possible Overkill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเกินความจำเป็นในลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ส่วนประสิทธิภาพตลาดของลูกค้านานาชาติในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อตลาดออมสิน

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrant
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้า ประกันการกู้ได้	ผลิตภัณฑ์	4.13 (มาก)	4.00 (มาก)	B
2	ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน	ผลิตภัณฑ์	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)	B
3	เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝาก ที่ไม่มีค่าธรรมเนียม	ผลิตภัณฑ์	4.07 (มาก)	3.99 (มาก)	B
4	รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุก สาขาทั่วประเทศ	ช่องทางจัด จำหน่าย	4.04 (มาก)	3.99 (มาก)	B
5	การฝากเงินแบบสลากออมสิน สามารถฝากได้ทุกสาขาทั่ว ประเทศ	ช่องทางจัด จำหน่าย	3.99 (มาก)	4.04 (มาก)	B
6	ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก	ผลิตภัณฑ์	3.98 (มาก)	4.06 (มาก)	B
7	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถไถ่ถอน คืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับ ดอกเบี้ยตามขั้นบันได	ผลิตภัณฑ์	3.97 (มาก)	3.92 (มาก)	B
8	เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง	ผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	4.00 (มาก)	B
9	มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิด บัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวัน สำคัญ	การส่งเสริม การตลาด	3.93 (มาก)	3.69 (มาก)	A
10	กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ	การส่งเสริม การตลาด	3.92 (มาก)	3.73 (มาก)	A
11	ระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน	ผลิตภัณฑ์	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	A



ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrant
			ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
12	ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking	ช่องทางจัด จำหน่าย	3.91 (มาก)	3.69 (มาก)	A
13	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย	ราคา	3.90 (มาก)	3.90 (มาก)	B
14	เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน	ผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)	A
15	โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook , line	การส่งเสริม การตลาด	3.84 (มาก)	3.69 (มาก)	A
16	มีการประชาสัมพันธ์ และให้ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ สลากออมสิน โดยการออกบูทตาม งานต่างๆ	การส่งเสริม การตลาด	3.83 (มาก)	3.77 (มาก)	D
17	อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน	ราคา	3.83 (มาก)	3.56 (มาก)	C
18	มีSMSในการแจ้งผลรางวัล	การส่งเสริม การตลาด	3.82 (มาก)	3.54 (มาก)	C
19	การมีป้าย หรือ เอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด	การส่งเสริม การตลาด	3.79 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	C
20	เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่	ช่องทางจัด จำหน่าย	3.78 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	C
21	โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	การส่งเสริม การตลาด	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	C
22	มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูล เกี่ยวกับสลากออมสิน	การส่งเสริม การตลาด	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	C
23	ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM	ช่องทางจัด จำหน่าย	3.74 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	C
24	ราคาหักค่าส่วนลด กรณีไถ่ถอน สลากออมสินก่อนครบอายุ 3เดือน	ราคา	3.73 (มาก)	3.71 (มาก)	C

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

25	โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์	การส่งเสริม การตลาด	3.63 (มาก)	3.52 (มาก)	C
26	โฆษณาผ่านวิทยุ	การส่งเสริม การตลาด	3.48 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	C
27	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอน กรรมสิทธิ์ได้	ผลิตภัณฑ์	3.36 (ปานกลาง)	3.90 (มาก)	D



ภาพที่ 4.1

จากภาพที่ 4.1 เมื่อนำค่าระดับความสำคัญและค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละปัจจัยย่อย มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA ที่จุดตัด (3.85 , 3.74 ) เพื่อประโยชน์ในการวิเคราะห์ไปปรับปรุงแต่ละปัจจัย

ย่อย ทำให้แบ่งคุณลักษณะออกเป็น Quadrants พบว่า ปัจจัยย่อยกระจายอยู่ใน Quadrants A B C และ D ซึ่ง ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ได้แก่ปัจจัยย่อยเรื่อง มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลวันสำคัญ กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking เงินรางวัลคู้มค่ากับการลงทุน โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook line

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants B หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค้า ประกันการกู้ได้ ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีการเสียภาษี รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถได้ถอนคืนก่อนกำหนดได้โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants C หมายถึง คุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนได้ ได้แก่ปัจจัยย่อยเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน มีSMSในการแจ้งผลรางวัล การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM ราคาหักค่าส่วนลด กรณีได้ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ โฆษณาผ่านวิทยุ

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants D หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็น ในลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า ได้แก่ปัจจัยย่อยเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกนุทตามงานต่างๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน เป็นคำถามปลายเปิด**

จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 ราย มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ต้องทำการปรับปรุงพัฒนาเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการ
2. การซื้อสลากออมสินผ่านตู้ATMมีความซับซ้อน อันเนื่องจาก ไม่สามารถซื้อผ่านทำการซื้อสลากออมสินผ่านตู้ATMได้ในทันที ลูกค้ำจำเป็นที่จะต้องลงทะเบียนทำการสมัคร พร้อมแนบเอกสารต่างๆ สำหรับการซื้อสลากออมสินผ่านตู้ATM เพื่อให้ทางธนาคารทำการเพิ่มบัญชีผู้ใช้จึงจะสามารถการซื้อสลากออมสินผ่านตู้ATM
3. เป็นลูกค้ำธนาคารออมสินตั้งแต่เด็กและยังคงเป็นลูกค้ำจนถึงปัจจุบัน มีความพึงพอใจกับธนาคารออมสินเป็นอย่างมาก



**ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน รวบรวมจากข้อมูลจำนวน 400 ราย ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปราย ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5.1 ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
เพศ	หญิง	68.5
อายุ	21 - 30 ปี	32.0
สถานภาพ	โสด	74.8
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	58.3
อาชีพ	พนักงานบริษัท	48.8
รายได้	15,000 – 25,000 บาท	55.5
ระยะเวลาการเป็นลูกค้า	1 – 5 ปี	62.5
มูลค่าเงินฝากสลากออมสิน ที่ซื้อโดยเฉลี่ย/ครั้ง	ต่ำกว่า 15,000 บาท	66.0
มูลค่าเงินฝากสลากออมสิน รวมทั้งหมดที่ถืออยู่	ต่ำกว่า 50,000 บาท	67.3

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.5 อายุ 21 - 30 ปี ร้อยละ 32.0 สถานภาพโสด ร้อยละ 74.8 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 58.3 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 48.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 55.5 ระยะเวลาการเป็นลูกค้า

ออมสิน 1- 5 ปี ร้อยละ 62.5 มูลค่าเงินฝากสลากออมสิน ที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 66.0 มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 67.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ร่วมกับส่วนประสมการตลาดของธนาคารออมสิน

ตารางที่ 5.2 ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	
ค่าเฉลี่ยความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการ กู้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.13 (มาก)	1. ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน ค่าเฉลี่ย 4.12 (มาก)
2. ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน ค่าเฉลี่ย 4.10 (มาก)	2. ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก ค่าเฉลี่ย 4.06 (มาก)
3. เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีการเสียภาษี ค่าเฉลี่ย 4.07 (มาก)	3. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการ กู้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.00 (มาก)
4. ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก ค่าเฉลี่ย 3.98 (มาก)	4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง ค่าเฉลี่ย 4.00 (มาก)
5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถที่สามารถไถ่ถอนคืน ก่อนกำหนดได้โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได ค่าเฉลี่ย 3.97 (มาก)	5. เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีการเสียภาษี ค่าเฉลี่ย 3.99 (มาก)
6. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง ค่าเฉลี่ย 3.95 (มาก)	6. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถที่สามารถไถ่ถอนคืน ก่อนกำหนดได้โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได ค่าเฉลี่ย 3.92 (มาก)
7. ระยะเวลาอายุสลากออมสินสอดคล้องกับเงิน ลงทุน ค่าเฉลี่ย 3.91 (มาก)	7. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ค่าเฉลี่ย 3.90 (มาก)

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	
ค่าเฉลี่ยความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
8. เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน  ค่าเฉลี่ย 3.87 (มาก)	8. ระยะเวลาอายุสลากออมสินสอดคล้องกับเงินลงทุน  ค่าเฉลี่ย 3.73 (มาก)
9. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้  ค่าเฉลี่ย 3.36 (ปานกลาง)	9. เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน  ค่าเฉลี่ย 3.70 (มาก)

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้ ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีการเสียภาษี ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถที่ถอนคืนก่อนกำหนดได้โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง ระยะเวลาอายุสลากออมสินสอดคล้องกับเงินลงทุน ตามลำดับ ยกเว้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งหมด

ตารางที่ 5.3 ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	
ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรก	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก
1. ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.90 (มาก)	1. ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.90 (มาก)
2. อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน  ค่าเฉลี่ย 3.83 (มาก)	2. ราคาหักค่าส่วนลด กรณี ถัดถอนสลาก-ออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน ค่าเฉลี่ย 3.71 (มาก)
3. ราคาหักค่าส่วนลด กรณี ถัดถอนสลาก-ออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน ค่าเฉลี่ย 3.73	3. อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน  ค่าเฉลี่ย 3.56 (มาก)

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก 3 ลำดับแรก ด้านราคา คือ ราคาสลากออมสินต่อหน่วย อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน ราคาหักค่าส่วนลด กรณี ใ้ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ราคาหักค่าส่วนลด กรณี ใ้ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน

ตารางที่ 5.4 ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน 3 ลำดับแรก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
ค่าเฉลี่ยความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
1. รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.04 (มาก)	1. การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.01 (มาก)
2. การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.99 (มาก)	2. รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.97 (มาก)
3. ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking ค่าเฉลี่ย 3.91 (มาก)	3. ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking ค่าเฉลี่ย 3.69 (มาก)
4. เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ ค่าเฉลี่ย 3.78 (มาก)	4. ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM ค่าเฉลี่ย 3.48 (ปานกลาง)
5. ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM ค่าเฉลี่ย 3.74 (มาก)	5. เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ ค่าเฉลี่ย 3.45 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยอยู่ในระดับทั้งหมด ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก คือ รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking ตามลำดับ ยกเว้นปัจจัยเรื่อง ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ ที่มีระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ตารางที่ 5.5 ค่าเฉลี่ยการให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้านาคารอสมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออสมสิน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	
ค่าเฉลี่ยความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
1. มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ ค่าเฉลี่ย 3.93 (มาก)	1. มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออสมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.77 (มาก)
2. กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ค่าเฉลี่ย 3.92 (มาก)	2. กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ค่าเฉลี่ย 3.73 (มาก)
3. โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , Facebook , line ค่าเฉลี่ย 3.84 (มาก)	3. มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออสมสิน ค่าเฉลี่ย 3.69 (มาก)
4. มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สลากออสมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.83 (มาก)	4. มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.69 (มาก)
5. มี SMS ในการแจ้งผลรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.82 (มาก)	5. โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , Facebook , line ค่าเฉลี่ย 3.69 (มาก)
6. การมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.80 (มาก)	6. โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ย 3.67 (มาก)
7. โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ค่าเฉลี่ย 3.76 (มาก)	7. มี SMS ในการแจ้งผลรางวัล ค่าเฉลี่ย 3.54 (มาก)
8. มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลสลากออสมสิน ค่าเฉลี่ย 3.63 (มาก)	8. โฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ค่าเฉลี่ย 3.52 (มาก)
9. โฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ค่าเฉลี่ย 3.63 (มาก)	9. การมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.41 (ปานกลาง)

### ตารางที่ 5.5 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	
ค่าเฉลี่ยความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ
10. โฆษณาผ่านวิทยุ ค่าเฉลี่ย 3.48 (ปานกลาง)	10. โฆษณาผ่านวิทยุ ค่าเฉลี่ย 3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ กิจกรรมชิงโชค เช่น ทวงคำโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , Facebook , line มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ มี SMS ในการแจ้งผลรางวัล การมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นชัดเจน โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลสลากออมสิน โฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ยกเว้นปัจจัยเรื่องโฆษณาผ่านวิทยุ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยเรื่องการมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นชัดเจน และโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ ยกเว้นปัจจัยเรื่องโฆษณาผ่านวิทยุ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 5.6 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าเงินฝาก สลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน ค่าเฉลี่ย 4.09 (มาก)	ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน ค่าเฉลี่ย 4.09 (มาก)
15,000 – 30,000 บาท	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค้าประกันการกู้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.23 (มาก)	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถ ได้ถอนคืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับดอกเบี้ยตาม ชั้นบันได ค่าเฉลี่ย 4.19 (มาก)
มากกว่า 30,000 บาท	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค้าประกันการกู้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.28 (มาก)	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค้าประกันการกู้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.24 (มาก)

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งเท่ากับ 15,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถได้ถอนคืนก่อนกำหนดได้โดยได้รับดอกเบี้ยตามชั้นบันได กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้

ตารางที่ 5.7 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านราคา จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านราคา		
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.96 (มาก)	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.91 (มาก)
15,000 – 30,000 บาท	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย และอัตราดอกเบี้ยสลากออม สิน ค่าเฉลี่ย 3.87 (มาก)	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.83 (มาก)
มากกว่า 30,000 บาท	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.72 (มาก)	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.81 (มาก)

จากตารางที่ 5.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อบริการด้านราคา โดยกลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งเท่ากับ 15,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย และอัตราดอกเบี้ยสลากออมสินและให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่องราคาสลากออมสินต่อหน่วย และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย

ตารางที่ 5.8 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของถนอมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.05 (มาก)	การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.96 (มาก)
15,000 – 30,000 บาท	รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.20 (มาก)	รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.14 (มาก)
มากกว่า 30,000 บาท	รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.90 (มาก)	การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.07 (มาก)

จากตารางที่ 5.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อยังปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยกลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งเท่ากับ 15,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ

ตารางที่ 5.9 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด		
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ ค่าเฉลี่ย 3.92 (มาก)	มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.73 (มาก)
15,000 – 30,000 บาท	กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ค่าเฉลี่ย 4.17 (มาก)	โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , Facebook line ค่าเฉลี่ย 4.00 (มาก)
มากกว่า 30,000 บาท	กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ค่าเฉลี่ย 3.80 (มาก)	มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน ออมสินค่าเฉลี่ย 3.78 (มาก)

จากตารางที่ 5.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยกลุ่มมีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งเท่ากับ 15,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , Facebook line กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน

ตารางที่ 5.10 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค้าประกันการกู้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.07 (มาก)	ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน ค่าเฉลี่ย 4.05 (มาก)
50,000 – 250,000 บาท	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค้าประกันการกู้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.17 (มาก)	ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน ค่าเฉลี่ย 4.25 (มาก)
มากกว่า 250,000 บาท	เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค้าประกันการกู้ได้ ค่าเฉลี่ย 4.33 (มาก)	ความมั่นคงและชื่อเสียง ของธนาคารออมสิน ออมสินค่าเฉลี่ย 4.30 (มาก)

จากตารางที่ 5.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ ให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง มีความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ระหว่าง 50,000 – 250,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่มากกว่า 250,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน

ตารางที่ 5.11 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล การให้ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านราคา จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ปัจจัยด้านราคา		
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.94 (มาก)	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.89 (มาก)
50,000 – 250,000 บาท	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.95 (มาก)	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.70 (มาก)
มากกว่า 250,000 บาท	อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน ค่าเฉลี่ย 4.33 (มาก)	ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.97 (มาก)

จากตารางที่ 5.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ ให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อยปัจจัยด้านราคา โดยกลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท และ 50,000 – 250,000 บาท ให้ความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่มากกว่า 250,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 5.12 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.06 (มาก)	การฝากเงินแบบสลากออมสิน สามารถฝากได้ทุกสาขาทั่ว ประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.98 (มาก)
50,000 – 250,000 บาท	การฝากเงินแบบสลากออมสิน สามารถฝากได้ทุกสาขาทั่ว ประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.88 (มาก)	การฝากเงินแบบสลากออมสิน สามารถฝากได้ทุกสาขาทั่ว ประเทศ ค่าเฉลี่ย 3.94 (มาก)
มากกว่า 30,000 บาท	รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ ทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.13 (มาก)	การฝากเงินแบบสลากออมสิน สามารถฝากได้ทุกสาขาทั่ว ประเทศ ค่าเฉลี่ย 4.19 (มาก)

จากตารางที่ 5.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ ให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยกลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ระหว่าง 50,000 – 250,000 บาท และมากกว่า 250,000 บาท ให้ความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ

ตารางที่ 5.13 แสดงค่าเฉลี่ย แปลผล ระดับความสำคัญและการให้ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

ปัจจัยด้านด้านการส่งเสริมการตลาด		
	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ
ต่ำกว่า 50,000 บาท	มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ ค่าเฉลี่ย 3.89 (มาก)	มีกาประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ ค่าเฉลี่ย 3.79 (มาก)
50,000 – 250,000 บาท	กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ค่าเฉลี่ย 4.00 (มาก)	กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ค่าเฉลี่ย 3.82 (มาก)
มากกว่า 250,000 บาท	กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ค่าเฉลี่ย 4.01 (มาก)	มีกาประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ ค่าเฉลี่ย 4.88 (มาก)

จากตารางที่ 5.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ ให้ความสำคัญและความพึงพอใจต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยกลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง มีกาประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ กลุ่มที่มีมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ระหว่าง 50,000 – 250,000 บาท ให้ความสำคัญและความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ กลุ่มที่มีมูลค่าสลากออมสินรวมทั้งหมดมากกว่า 250,000 บาท ให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก เรื่อง กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ และให้ความพึงพอใจสูงสุดในระดับมาก เรื่อง มีกาประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ

## ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสื่อกอมสิน เป็นคำถามปลายเปิด

จากการศึกษาในครั้งนี้สามารถสรุปข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าหากทางธนาคารปรับปรุงพัฒนาในเรื่องของความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้าลดขั้นตอนและกระบวนการต่างๆในการซื้อสื่อกอมสินผ่านตู้ATM จะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ที่เข้าใจบริการจากธนาคารได้เช่นเดียวกัน

### 5.2 อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ความมั่นคงและชื่อเสียง ระยะเวลาอายุสื่อกอมสินสอดคล้องกับเงินลงทุน เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีภาระเสียภาษี เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถไถ่ถอนคืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันไดของธนาคารออมสินเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้ำประกันการกู้ได้ เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเพชร วัชรปรีชา (2554) และขวัญชนก กาญจนวิบูลย์ (2555) พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เรื่องความมีชื่อเสียงของธนาคาร ทั้งนี้ผลการศึกษาที่สอดคล้องเกิดจากสัมพันธภาพในระยะยาวที่ลูกค้ามีให้กับองค์กรในเรื่องของชื่อเสียงของธนาคารซึ่งเป็นสิ่งที่เห็นตรงกันว่ามีระดับความสำคัญมากในการทำธุรกรรมทางการเงิน แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอภิสิทธิ์ นิตเสถียรกุล (2555) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ เรื่องความมีชื่อเสียงของธนาคารอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเกิดจากกลุ่มลูกค้าต่างกัน และธนาคารต่างกัน

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจ พบว่า ทุกปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทั้ง 3 คน ในเรื่องความมีชื่อเสียงของธนาคาร ทั้งนี้ผลการศึกษาที่สอดคล้องเกิดจากความรู้สึกของลูกค้าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วว่าซึ่งเป็นสิ่งที่เห็นตรงกันว่ามีระดับความพึงพอใจมาก เรื่องของชื่อเสียงของธนาคาร

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ซึ่งธนาคารฯ ต้องพยายามรักษาไว้ ยกเว้นเรื่องเงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน ระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขปัจจัยดังกล่าว ซึ่งถ้าหากไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญ แต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ และเรื่องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D หมายถึงหมายถึงผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็น ในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

### ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ พบว่า ทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ราคาสลากออมสินต่อราคาหักค่าส่วนลด กรณี 1 เดือน สลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) เรื่องอัตราดอกเบี้ยขัญชนก กาญจนวิบูลย์ (2555) เรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/สลากออมสินและผลตอบแทนเงินฝาก สงเคราะห์ชีวิตสูงกว่าธนาคารอื่น และอภิสิทธิ์ นิตเสถียรกุล (2555) เรื่องมีการแข่งอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง เช่น ดอกเบี้ยขึ้นบัน ไดเฉลี่ยเป็นอัตราเท่าไร เรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าธนาคารอื่น เรื่องการมีป้าย หรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นชัดเจน ทั้งนี้ผลการศึกษาที่สอดคล้องเกิดจากสิ่งที่ผู้บริโภคพิจารณาในเลือกของการเลือกใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินจากธนาคาร นั้นจะทำการเลือกพิจารณาในเรื่องของอัตราผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ หรืออัตราดอกเบี้ยที่จะเพิ่มจากเงินต้นที่ได้ทำการฝากหรือลงทุน

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ พบว่า ทุกปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทั้ง 3 คน ในเรื่องของอัตราดอกเบี้ย ทั้งนี้ผลการศึกษาที่สอดคล้องเกิดจากความรู้สึกลูกค้าในเรื่องของอัตราดอกเบี้ย สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้ตรงกันในระดับมาก

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant C หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านราคา สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า และเรื่องราคาสลากออมสินต่อหน่วย ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant B หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ซึ่งธนาคารออมสินต้องพยายามรักษาไว้

## ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิสิทธิ์ นิตเสถียรกุล (2555) เรื่องช่องบริการฝาก ถอน เรื่องโต๊ะบริการมีเพียงพอ และมีเครื่องบริการอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการอย่างเพียงพอ เช่น เครื่อง ATM เครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ เครื่องปรับสมุดคู่ฝาก ทั้งนี้ผลการศึกษาที่สอดคล้องเกิดจากลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวก รวดเร็ว และมีเครื่องบริการอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงสาขาที่ครอบคลุม ซึ่งเป็นสิ่งนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจในการทำธุรกรรมของลูกค้าได้ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) เรื่อง สถานที่ตั้งธนาคาร อยู่ในทำเลที่มีความปลอดภัย และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญชนก กาญจนวิบูลย์ (2555) เรื่องสถานที่ตั้งธนาคารตั้งในห้างสรรพสินค้าเปิดให้บริการทุกวัน ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกันอาจเกิดจากกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ต่างกัน และบางสถานที่ตั้งบางธนาคารตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า มีการเปิดให้บริการในวันและเวลาที่ต่างกัน

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิสิทธิ์ นิตเสถียรกุล (2555) เรื่องช่องบริการฝาก ถอน เรื่องโต๊ะบริการมีเพียงพอ และมีเครื่องบริการอิเล็กทรอนิกส์ให้บริการอย่างเพียงพอ เช่น เครื่อง ATM เครื่องรับฝากเงินสดอัตโนมัติ เครื่องปรับสมุดคู่ฝาก ทั้งนี้ผลการศึกษาที่สอดคล้องเกิดจากลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องการมีช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางบริการที่ครอบคลุม สะดวก รวดเร็ว ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากเช่นเดียวกัน

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant B หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่าย สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก ซึ่งธนาคารออมสินต้องพยายามรักษาไว้ และ Quadrant C หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านช่องทางจัดจำหน่าย สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า และเรื่องราคาสลากออมสินต่อหน่วย ยกเว้นเรื่องซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขปัจจัยดังกล่าว ซึ่งถ้าหากไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญ แต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้

## ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ การมีป้ายหรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด โฆษณาผ่านวิทยุ มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน กิจกรรมชิงโชค เช่น ทวงคำ มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ มีSMSในการแจ้งผลรางวัล โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์, Facebook, line ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) เรื่องของชำร่วย หรือ ของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า และแผ่นพับให้ข้อมูลเงินฝากแต่ละประเภท สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญชนก กาญจนวิบูลย์ (2555) เรื่องข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับการบริการด้านเงินฝากครบถ้วนและเข้าใจง่าย บอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหว ชัดเจน เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิลิธิ์ นิตติเสถียรกุล (2555) เรื่องมีการโฆษณาโครงการเงินฝาก ต่างๆ ผ่านทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ เรื่องของชำร่วย หรือ ของที่ระลึกมีเพียงพอสำหรับมอบให้ลูกค้า เรื่องบอร์ดประกาศ สำหรับแจ้งความเคลื่อนไหวต่างๆ ของธนาคารมีความชัดเจน เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม เรื่องมีแผ่นพับให้ข้อมูลเงินฝากแต่ละประเภท เรื่องข่าวสารที่ได้รับจาก ธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝากครบถ้วน เข้าใจง่าย เรื่องมีของชำร่วย หรือ ของที่ระลึกมอบให้ ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือ ช่วงเทศกาลต่างๆ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่สอดคล้องเกิดจากการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ยังคงเป็นสิ่งที่มุ่งใจที่ทำให้ลูกค้าเข้าใจ และทราบถึงคุณค่าในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ต้องการสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้และเกิดการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินนั้น

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ พบว่า ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ โฆษณาผ่านวิทยุ มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน กิจกรรมชิงโชค เช่น ทวงคำ มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ มีSMSในการแจ้งผลรางวัล โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์, Facebook, line ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) เรื่องของชำร่วย หรือ ของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า มีแผ่นพับให้ข้อมูลเงินฝากแต่ละประเภท การออกเยี่ยมลูกค้าตาม ชุมชนต่างๆ เพื่อชี้แจง ให้ ข้อมูลและคำแนะนำนอกสถานที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขวัญชนก กาญจนวิบูลย์ (2555) เรื่องมีของขวัญที่ระลึกสำหรับมอบให้ลูกค้าในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เช่น วันออมสิน วันเด็ก ทั้งนี้ผลการวิจัยที่สอดคล้องกัน เกิดจากสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันย่อยดังกล่าวได้เพียงพอทำให้ความพึงพอใจอยู่ใน

ระดับมากเช่นเดียวกัน แต่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิสิทธิ์ นิติเสถียรกุล (2555) เรื่องมีของ ชำร่วยมอบให้ลูกค้า สำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ และมีแผนับ ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกัน เกิดจากระดับความรู้ของลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองจากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้ว พบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrant C หมายถึง ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า ยกเว้นเรื่องมีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook , line ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A หมายถึงปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้มีการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขปัจจัยดังกล่าว ซึ่งถ้าหากไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญ แต่ไม่ได้มีการตอบสนองอย่างเพียงพอ ซึ่งก็จะนำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ และเรื่องมีการ ประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D หมายถึงหมายถึงผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเกินไปในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า

### 5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน ทำให้เห็นประเด็นสำคัญจึงเสนอเป็นข้อค้นพบได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A คือ เรื่องมีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน ชื่อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook line เป็นเรื่องที่ต้องทำการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน

2. ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants B คือ เรื่องเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้ ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีการเสียภาษี รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ การฝากเงินแบบสลากออมสินสามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถได้ถอนคืนก่อนกำหนดได้โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย เป็นเรื่องที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

3. ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants C คือ เรื่อง อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน มี SMS ในการแจ้งผลรางวัล การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ มีแผนพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน ซื่อสลากออมสินผ่านตู้ ATM ราคาหักค่าส่วนลด กรณีได้ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ โฆษณาผ่านวิทยุ ล้วนเป็นสิ่งสามารถเลื่อนปรับปรุงหรือให้ความสำคัญออกไปก่อนได้

4. ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants D คือ เรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกนุทตามงานต่างๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ เป็นสิ่งที่ธนาคารให้ความสำคัญมากกว่าที่ลูกค้าจะให้ความสำคัญ

5. กลุ่มผู้ซื้อสลากออมสินมูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000 – 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยเรื่อง มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ และกิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าวตกอยู่ใน ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A

6. กลุ่มผู้ซื้อสลากออมสินมูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่ ต่ำกว่า 50,000 บาท 50,000 – 250,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อยเรื่อง มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ และกิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าวตกอยู่ใน ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants A เช่นกัน

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน สามารถอธิบายข้อเสนอแนะโดยใช้หลักการ (Key Performance Indicators : IPA) เพื่อให้สาขาและทางสำนักงานใหญ่ของธนาคารได้สามารถนำข้อเสนอแนะประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1. ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrants B ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่อง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้ได้ ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มี การเสียภาษี รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ทุกสาขาทั่วประเทศ การฝากเงินแบบสลากออมสิน สามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถได้ถอนคืนก่อนกำหนดได้โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง ราคาสลากออมสินต่อหน่วย ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญและความพึงพอใจมาก ซึ่งธนาคารออมสินต้องพยายามรักษาไว้ เนื่องจากสลาก



ออมสินเปิดให้บริการผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมายาวนานกว่า 73 ปี จึงเป็นสิ่งที่ทางสำนักงานใหญ่ของธนาคารออมสินควรมีนโยบายการฝึกอบรมพนักงานในเรื่องของการอธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าอย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสินต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะเรื่องของสลากออมสินที่สามารถนำมาค้าประกันการกู้เงินเชื่อ

2. ปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่อง มิของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ ระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน ชื่อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook line ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไขปัจจัยดังกล่าว ซึ่งถ้าหากไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะนำไปสู่ความไม่พึงพอใจได้ ดังนั้น ทางสำนักงานใหญ่ของธนาคารออมสินควรรีให้หน่วยงานหรือฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง ทำการวิจัยเพื่อสำรวจถึงความเหมาะสมในเรื่องของระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน และเงินรางวัลที่ลูกค้าต้องการจะได้รับเพื่อที่จะสร้างความพึงพอใจจากการซื้อสลากและผลตอบแทนที่ลูกค้าจะได้รับอย่างแท้จริง นอกจากนี้ควรให้หน่วยงานหรือฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศปรับปรุงและพัฒนา พร้อมทั้งทำการส่งเสริมในเรื่องของโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ Facebook line นำไปสู่การสร้างการจดจำให้แก่ลูกค้า และ โดยเฉพาะเรื่องของเรื่องมิของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ เป็นเรื่องที่ในระดับสาขาแต่ละสาขาของธนาคารสามารถดำเนินการได้ตามความเหมาะสมและกลุ่มลูกค้า หรือการเตรียมมูลค่าและขนาดของของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ ตามมูลค่าการซื้อสลาก เป็นต้น

3. ปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant C ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน มี SMS ในการแจ้งผลรางวัล การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน ชื่อสลากออมสินผ่านตู้ ATM ราคาหักค่าส่วนลด กรณีไถ่ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ โฆษณาผ่านวิทยุ ซึ่งปัจจัยดังกล่าว สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อลูกค้า แต่หากทางธนาคารไม่ให้ความสำคัญอาจจะทำให้ปัจจัยดังกล่าวเลื่อนมาเป็น Quadrant A ได้ ดังนั้นทางสำนักงานใหญ่ของธนาคารออมสินจะต้องทำการจัดสรรงบประมาณประจำปีในแต่ละปี และจะต้องทำการตัดสินใจเพื่อที่เฉลี่ยงบประมาณไปใช้ในแต่ละฝ่ายให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะเรื่องอัตราดอกเบี้ยสลากออมสินซึ่งทางสำนักงานใหญ่ควรพิจารณาการให้อัตราดอกเบี้ยให้เหมาะสมตรงความต้องการของลูกค้า และในเรื่องของ การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่ โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสิน ชื่อสลากออมสินผ่านตู้ ATM โฆษณา

ผ่านหนังสือพิมพ์ โฆษณาผ่านวิทยุ สามารถที่จะเลื่อนหรือลดงบประมาณปัจจัยดังกล่าว เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการตัดสินใจของผู้บริหารในการจัดสรรงบประมาณได้อย่างสอดคล้องและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

4. ปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant D ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่อง มีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของลูกค้า ดังนั้นก่อนที่จะมีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ นั้นทางสำนักงานใหญ่ควรที่จะให้ทางสาขาของธนาคารทำการทบทวนหรือทำการจัดทำแบบสอบถามว่ามีการประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสลากออมสิน โดยการออกบูทตามงานต่างๆ มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจหรือการตัดสินใจซื้อสลากออมสินของลูกค้าหรือไม่ เพื่อที่จะเกิดการใช้งบประมาณในแต่ละครั้งสำหรับการส่งเสริมทางการตลาดไปไม่สูงเกินไป และตรงกับความต้องการของลูกค้า



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คุณทลี รื่นรมย์ เพลินพิศ โกเมศโสภา และสาวิกา อูณหนันท์. 2548. การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด: สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- คุณทลี รื่นรมย์. 2551. การวิจัยตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ขวัญชนก กาญจนวิบูลย์. 2555. ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ตพลาซ่าเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารออมสิน. 2556. รายงานประจำปีธนาคารออมสิน 2556. กรุงเทพฯ : สำนักสื่อสารองค์กร
- ธนาคารออมสิน. 2558. “ประวัติสลากออมสิน”. [ ระบบออนไลน์ ]. แหล่งที่มา [www.gsb.or.th](http://www.gsb.or.th) (22 เมษายน 2558)
- ธนาคารออมสิน. 2556. “สลากออมสินทางเลือกใหม่ของการออม”. [ ระบบออนไลน์ ]. แหล่งที่มา [www.gsb.or.th](http://www.gsb.or.th) (10 ตุลาคม 2557)
- บุญชม ศรีสะอาด. 2554. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ . สุริยวิทยาสาน.
- พชร วัชรปรีชา. 2554. ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์. การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์ข้อมูลธนาคารออมสินภาค 4. 2557. **แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์**. สมุทรสาคร.
- สำนักงานแรงงานจังหวัดสมุทรสาคร. “**สถานการณ์แรงงานจังหวัดสมุทรสาครรองรับสมาคมอาเซียน ( AC ) ไตรมาส1 ปี 2557 (มกราคม-มีนาคม 2557)**” [ ระบบออนไลน์ ]. แหล่งที่มา <http://www.samutsakhon.go.th> ( 10 กรกฎาคม 2557 )
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2551. การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิสิทธิ์ นิตเสถียรกุล. 2555. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมการตลาดของบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนศรีดอนไชย. การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้านาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาครที่มีต่อสลากออมสิน” ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ (สำหรับผู้บริหาร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะนำไปวิเคราะห์ให้ภาพรวม และใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษา ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวปราณี กาญจนวิสุทธ์

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย / ในวงเล็บ ( ) หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกซึ่งตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

### 1. เพศ

- ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

### 2. อายุ

- ( ) 1. ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 2. 21 – 30 ปี  
( ) 3. 31 – 40 ปี ( ) 4. 41 – 50 ปี  
( ) 5. 51-60 ปี ( ) 6. 61 ปีขึ้นไป

### 3. สถานภาพ

- ( ) 1. โสด ( ) 2. สมรส ( ) 3. หม้าย / หย่า

### 4. ระดับการศึกษา

- ( ) 1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ( ) 4. อนุปริญญา/ปวส.  
( ) 5. ปริญญาตรี ( ) 6. ปริญญาโทหรือสูงกว่า

5. อาชีพ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา     | <input type="checkbox"/> 2. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัท         | <input type="checkbox"/> 4. กิจการส่วนตัว/ค้าขาย  |
| <input type="checkbox"/> 4. รับจ้างอิสระ          | <input type="checkbox"/> 5. เกษตรกรรม             |
| <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |   |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 2. 15,001 – 25,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 25,001 – 35,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 35,001 – 45,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 45,001 – 55,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 55,000 บาท  |

7. ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าออมสิน

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1–5 ปี     | <input type="checkbox"/> 2. 6–10 ปี       |
| <input type="checkbox"/> 3. 11– 15 ปี  | <input type="checkbox"/> 4. 16– 20 ปี     |
| <input type="checkbox"/> 5. 21 – 25 ปี | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 25 ปี |

8. มูลค่าเงินฝากสลากออมสินที่ซื้อโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท  | <input type="checkbox"/> 2. 15,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 30,001 – 45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 45,001 – 60,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 60,001 – 75,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 75,000 บาท  |

9. มูลค่าเงินฝากสลากออมสินรวมทั้งหมดที่ถืออยู่

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 50,000 บาท    | <input type="checkbox"/> 2. 50,001 – 150,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 3. 150,001 – 250,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 250,001 – 350,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 350,001 – 450,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 450,000 บาท   |

**ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญ และระดับความพึงพอใจ ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีต่อสลากออมสิน**

**คำชี้แจง** โปรดพิจารณาว่าปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้มีความสำคัญต่อท่านในการซื้อสลากออมสินในจังหวัดสมุทรสาคร ในระดับใด และท่านมีความพึงพอใจในการซื้อผลิตภัณฑ์สลากออมสินในจังหวัดสมุทรสาครในระดับใด

ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินที่มีต่อสลากออมสิน	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>										
1. ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคารออมสิน										
2. ระยะเวลาอายุสลากออมสิน สอดคล้องกับเงินลงทุน										
3. เป็นผลิตภัณฑ์เงินฝากที่ไม่มีการเสียภาษี										
4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถไถ่ถอนคืนก่อนกำหนดได้ โดยได้รับดอกเบี้ยตามขั้นบันได										
5. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมา ค่าประกันการกู้ได้										
6. เงินรางวัลคุ้มค่ากับการลงทุน										
7. เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ได้										
8. เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีความเสี่ยง										
9. ไม่จำกัดจำนวนเงินในการฝาก										

ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ออมสินที่มีต่อสลากออมสิน	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านราคา (Price)</b>										
1. ราคาสลากออมสินต่อหน่วย										
2. ราคาหักค่าส่วนลด กรณีได้ ถอนสลากออมสินก่อนครบอายุ 3 เดือน										
3. อัตราดอกเบี้ยสลากออมสิน										
<b>ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)</b>										
1. การฝากเงินแบบสลากออมสิน สามารถฝากได้ทุกสาขาทั่วประเทศ										
2. รับเงินรางวัลสลากออมสินได้ ทุกสาขาทั่วประเทศ										
3. ซื้อสลากออมสินผ่านระบบ Internet Banking										
4. ซื้อสลากออมสินผ่านตู้ ATM										
5. เจ้าหน้าที่รับฝากนอกสถานที่										
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>										
1. โฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์										
2. โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์										
3. การมีป้าย หรือ เอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด										
4. โฆษณาผ่านวิทยุ										
5. มีแผ่นพับ/โบรชัวร์ให้ข้อมูล เกี่ยวกับสลากออมสิน										
6. กิจกรรมชิงโชค เช่น ทองคำ										
7. มีการประชาสัมพันธ์ และให้ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ สลากออมสิน โดยการออกนุท ตามงานต่างๆ										



ความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารออมสินที่มีต่อสลาก ออมสิน	ระดับความสำคัญ					ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ต่อ)										
8. มีของขวัญให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญ										
9. มีSMSในการแจ้งผลรางวัล										
10. โฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ , Facebook , line										

**ส่วนที่ 3. ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ – สกุล นางสาวปราณี กาญจนวิสุทธิ์
- วัน เดือน ปี เกิด 31 มกราคม 2532
- ประวัติการศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ สาขาการตลาด  
มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2550 - 2554
- ประวัติการทำงาน 2554 – ปัจจุบัน ธนาคารออมสิน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved