

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเชียงใหม่ของ จังหวัดเชียงใหม่ ระดับความคิดเห็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านกระบวนการทำงาน อยู่ในระดับมาก ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง

สำหรับระดับปัญหาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษ ของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาเชียงใหม่ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย และ ด้านกระบวนการทำงาน ระดับอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านพนักงาน และด้านสิ่งแวดล้อม ระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย

ข้อเสนอแนะของการให้บริการด้านสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขาเชียงใหม่ของ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านส่วนผสมทางการตลาดลูกค้าที่เลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขาเชียงใหม่ยังมีระดับความคิดเห็นด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลางซึ่งต่ำกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น ควรพิจารณาปรับปรุงให้ดีขึ้น ถึงแม้ว่าในด้านราคาสาขาเชียงใหม่จะไม่มีอำนาจในตั้งราคาเองได้ แต่สาขาปรับปรุงการส่งเสริมการขายภายในสาขาเชียงใหม่ได้เพื่อเป็นการเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าที่เลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษได้

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

**FACTORS INFLUENCING OF PREMIUM SAVING CERTIFICATE'S SERVICE
FOR THE CUSTOMER AT THE GOVERNMENT SAVING BANK,
CHIANG – KHONG BRANCH, CHIANG - RAI**

By

THITIPORN PHUMTRAKUL

NOVEMBER 2001

Chairman: Assistant Professor Piboonrat Rakyutidharm
Department/Faculty : Department of Agricultural Business Administration and Marketing,
Faculty of Agricultural Business

Basically, the objective of this research was 1) To study what influences the bank's customers to buy up the premium saving certificate of the government saving bank/Chiang-Khong branch, Chiang-Rai. 2) To study the bank's target markets in terms of their demographics, highest education, marital status, income and so on. 3) To study the problems and difficulties a group of the customers of the government saving bank have had about the premium saving certificate. In this sampling survey, 100 customers were asked to complete and return the questionnaire and then, the SPSS programmable data were collected and analyzed instantly.

The target markets are 66% female, 46% aged between 37-47, with 52% married, 63% graduated in bachelor's degree, 66% working in bureaucratic system, and 47% getting paid from 10,001 to 20,000 bath monthly.

In addition, the recent sampling survey about the characteristics of the customers show that they decided to purchase the premium saving certificate of the

government saving bank/Chiang-Khong branch, based on their age and monthly income. For instance, the important factor to choose the certificate, the sale promotion, and the working process depends heavily on how old the customers are. Also, the factor to satisfy the staff and the working process is accordance with the customer's monthly income.

The mixed marketing elements about which the customers respond to the premium saving certificate of the government saving bank/Chiang-Khong branch, Chiang-Rai are rated "Very good" on the product itself, the place, the staffs or officers, the physical environment, and the working process. Also, the customers rated the premium saving certificate as "Average" on the price and the sale promotion or other sale supporting activities.

The problem and difficulty level of the mixed marketing elements about which the customers respond to the premium saving certificate of the government saving bank/Chiang-Khong branch, Chiang-Rai is rated "Average" on the product itself, the price, the place, the sale promotion or other sale supporting activities, and the working process. Also, the problem and difficulty level is rated "Below average" on the staffs or officers, and the physical environment.

In my point of view, the recommendation is to pay special attention to the "Average" response level to the premium saving certificate of the government saving bank/Chiang-Khong branch, Chiang-Rai. As the survey's outcome, the price and the sale promotion can be improved based on its mixed marketing elements. However, although the Chiang-Khong branch of the government saving bank do not have an authority to set up the price, the branch can improve the sale promotion by its own, with the aim of satisfying its potential customer.