

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้านาคารออมสินสาขาวังเหนือ จังหวัดลำปาง 2) ศึกษาปัญหาในการรับบริการภายหลังการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าผู้ซื้อสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขาวังเหนือ จังหวัดลำปาง การวิจัยครั้งนี้สุ่มตัวอย่าง ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขาวังเหนือ จังหวัดลำปาง จำนวน 217 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขาวังเหนือ จังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.10 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 42.85 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 71.40 มีระดับการศึกษาในระดับประถม หรือมัธยม ร้อยละ 25.80 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 38.20 และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 51.60

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า ธนาคารออมสินสาขาวังเหนือ จังหวัดลำปาง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านกระบวนการทำงาน และด้านผลตอบแทน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษในระดับมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษ ในระดับปานกลาง

สำหรับระดับปัญหาที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้า ธนาคารออมสินสาขาวังเหนือ จังหวัดลำปาง พบว่า ปัญหาด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการทำงาน เป็นปัญหาที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษในระดับปานกลาง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านพนักงาน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านผลตอบแทน เป็นปัญหาที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษ ในระดับน้อย

ข้อเสนอแนะของปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาวังเหนือ จังหวัดลำปาง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการซื้อสลากออมสินพิเศษในระดับปานกลางซึ่งต่ำกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ ดังนั้นควรพิจารณาปรับปรุงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การได้รับความร่วมมือจากพนักงานในการช่วยประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสินพิเศษ แก่ลูกค้าที่มาติดต่อใช้บริการธนาคาร ปรับปรุงเรื่องที่นั่งจอดรถให้มีเพียงพอต่อลูกค้า และให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และประทับใจ

The objectives of this research were to study 1) the factors that affected the purchase of premium saving certificates by the customers of the Government Savings Bank (Wangnua Branch, Lampang) and 2) the problems after buying the certificates. The data were collected from 217 customers by means of questionnaire and then analyzed by a statistical package program.

It was founded that most of the respondent's (52.10) were females with the age of over 41 years. Nearly half of them (42.85) were married. The great majority of them (71.40) graduated from an elementary school while (23.80) from a secondary school. Less than half (38.20) did their own business and half of them (51.60) had their income less than 10,000 baht/month.

Concerning factors that affected the purchase of premium saving certificates, it was found that products, prices, distribution channels, staff, physical environments, processes and rewards were at a high level while promotion was at a medium level. Regarding the problems after buying certificates, prices, locations, promotion, and processes were at a moderate level while products, staff, physical environments and rewards were at a low level.

Based on respondent's suggestion, promotion was ranked low among the factors that affected the purchase of premium saving certificates. Therefore, the bank should be aware of the following aspects: 1) advertising by staff co-operation; 2) giving more information about the premium saving certificate to customers; 3) constructing enough car parking lots; and 4) providing impressive, accurate and fast service.