

**แนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ  
จังหวัดขอนแก่น**

**GUIDELINE TO INCREASE THE GOVERNMENT SAVINGS BANK'S LOTTERY OF  
NONGRUA BRANCH GOVERNMENT SAVINGS BANK, KHON KAEN PROVINCE**

ภรณ์ทิพย์ กระจิณ<sup>1</sup>  
ประจักษ์ บัวผัน<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าและเพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 399 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติพรรณนา หาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น ทั้ง 7 ด้าน มีระดับความสำคัญมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมากำหนดแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษได้ 2 โครงการ คือ 1) โครงการรับฝากเงินสลากออมสินพิเศษนอกสถานที่ 2) โครงการประชาสัมพันธ์เงินฝากสลากออมสินพิเศษ คาดว่าจะสามารถทำให้ยอดเงินฝากเพิ่มขึ้นได้ตามเป้าหมายของธนาคาร

**คำสำคัญ:** การเพิ่มยอด สลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ

**Abstract**

This study was purposed to study customers' behavior and to study the marketing mix factors affecting the decision, and to study the guideline for increasing the Government saving bank's lottery of Nongrua Branch Government Saving Bank, Khon Kaen Province. The sample group used in the study was 399 people by using questionnaire as research instrument. The analysis used in this study was descriptive statistic analysis in order to find Percentage, Frequency, Mean, Maximum value, Minimum value and Standard deviations. The finding found that marketing mixed factors affecting decision of purchasing the government saving bank lottery in all 7 aspects which were in high priority level, namely: Product, Price, Place, Promotions, People, Physical evidence and Process. From the result of the study, it could be defined for the guideline of increasing the government saving bank lottery for 2 plans which are 1) off-site deposit of the government saving bank project. 2) Deposit of the government saving bank public relation project, which are expected to be able to increase according to the bank target.

**Keywords:** Increasing, the government saving bank, Nongrua Branch Government Saving Bank

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 40002 E-mail: pomtipkcr@gmail.com

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ภาควิชาบริหารงานสาธารณสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

เนื่องจากปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยในระบบเศรษฐกิจลดลง ประกอบกับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ทำให้ธนาคารพาณิชย์และธนาคารของรัฐมีการแข่งขันที่สูงมาก สถาบันการเงินต่างๆ ต้องปรับตัวทั้งทางด้านกลยุทธ์และแนวทางการปฏิบัติงานให้รองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา เพื่อจะได้ส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดและก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร

ธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่จัดตั้งขึ้นโดยมีทิศทาง นโยบายและแผนงานที่สำคัญ คือ เพื่อส่งเสริมการออมแก่เยาวชนและประชาชนทุกระดับ แต่เนื่องจากสภาวะแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป ในปัจจุบัน ธนาคารมุ่งดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ของธนาคารที่สำคัญ ได้แก่ ลูกค้า ประชาชน รัฐบาล (กระทรวงการคลัง) และพนักงาน โดยให้ความสำคัญกับการให้บริการทางการเงินอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะ ประชาชนระดับฐานรากของประเทศ ส่งเสริมทั้งด้านการออมและการลงทุน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในระดับชุมชน และเป็นฐานในการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนต่อไป [1] ธนาคารออมสินต้องการเป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออม การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะเศรษฐกิจฐานราก ให้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุน ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐศาสตร์ และการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้วิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนยุทธศาสตร์การดำเนินงานของธนาคาร ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษา ฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุง ภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่ สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย นับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคหรือพฤติกรรมบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการ นั้น ซึ่งจะสามารถช่วยให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงพฤติกรรมกรซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ซึ่งช่วยให้เราสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจได้

ดังนั้น จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น สถานการณ์การแข่งขันของธนาคารที่รุนแรงในปัจจุบันนั้น สลากออมสิน จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่น ที่สามารถนำมาหาแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่นได้ ทางสาขาหนองเรือได้รับมอบหมายในการหายอดเงินฝากในปี 2559 ซึ่งนโยบายในปีนี้จะเน้นเรื่องเงินฝากอย่างแน่นอน จากผลการดำเนินงานธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ ปี 2558 คือ 335 ล้านบาท โดยจะต้องหายอดเงินฝากเพิ่ม ในปี 2559 ให้เพิ่มขึ้นเช่นทุกๆ ปีที่ผ่านมา ทางสาขาหนองเรือต้องหาแนวทางในการเพิ่มยอดเงินฝาก จึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์และหาแนวทางในการเพิ่มยอดเงินฝาก เพื่อที่จะรักษาฐานลูกค้าเดิมเอาไว้ และหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะสลากออมสินพิเศษเป็นเงินฝากระยะยาว การเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษก็เป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้ยอดเงินฝากเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของลูกค้าและเพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ของธนาคารออมสิน สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

## วิธีการดำเนินการศึกษา

### รูปแบบการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ด้วยวิธีการตอบแบบสอบถามในช่วงเดือนมิถุนายน 2559

### ขอบเขตการศึกษา

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อทราบพฤติกรรมการใช้บริการและศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

#### 2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ทำการศึกษาเฉพาะธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

#### 3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ จำนวนประชากรของอำเภอหนองเรือจังหวัดขอนแก่นมีจำนวนประชากรทั้งหมด 84,061 รายจากข้อมูลสถิติประชากรและบ้านประจำปี พ.ศ. 2558 [3]

#### 4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาศึกษาและเก็บข้อมูล ช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน 2559

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือประชากรในเขตอำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่นที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของธนาคารและมีศักยภาพในการฝากเงินจำนวนประชากรของอำเภอหนองเรือมีจำนวนประชากรทั้งหมด 84,061 รายจากข้อมูลสถิติประชากรและบ้านประจำปี พ.ศ. 2558 [3] กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ หมายถึง กลุ่มลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ ที่ถูกสุ่มมาจากประชากร ทั้งหมดจำนวน 84,061 ราย ผู้ศึกษาใช้การสุ่มแบบสะดวก โดยการแจกให้ลูกค้าที่ซื้อสลากออมสินพิเศษ และขอความร่วมมือให้กรอกแบบสอบถาม โดยมีพนักงานธนาคารเป็นผู้แนะนำในการกรอกข้อมูล ในการศึกษาค้นคว้านี้จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399 ราย เก็บแบบสอบถามในช่วงเดือนมิถุนายน 2559 โดยแบ่งสถานที่การเก็บแบบสอบถามได้เป็น 1) ธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จำนวน 100 ราย 2) ตลาดเทศบาลหนองเรือ จำนวน 100 ราย 3) ตลาดเทศบาลดอนโมง จำนวน 100 ราย และ 4) เทสโก้โลตัสสาขาหนองเรือ จำนวน 99 ราย

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้คือการสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาหาแนวทางในการเพิ่มยอดเงินฝากสลากออมสินพิเศษการสร้างแบบสอบถามได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยจากตำราเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยการตั้งคำถามต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศอายุสถานภาพการสมรสระดับการศึกษาอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือจังหวัดขอนแก่นเป็นคำถามที่ผู้ตอบจะต้องเลือกคำตอบเพียงข้อเดียวและเป็นคำถามเรียงลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือจังหวัดขอนแก่นกับการให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้าน

ลักษณะทางกายภาพ โดยมีระดับความสำคัญให้เลือก 3 ระดับ ได้แก่ ระดับความสำคัญมาก ระดับความสำคัญปานกลาง และระดับความสำคัญน้อย

### ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษารังนี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้  
ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำไปปรับปรุงไข ก่อนที่จะนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-Test) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.700

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของปัจจัยด้านพฤติกรรมในการใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.702 และผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ ได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.798

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่ซื้อสลากออมสินพิเศษ จำนวน 399 ราย ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ในเขตอำเภอหนองเรือจังหวัดขอนแก่น
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลภายในหรือภายนอกองค์กร เอกสารข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น ห้องสมุดวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ธนาคารแห่งประเทศไทย และธนาคารออมสิน ข้อมูลส่วนนี้ใช้ในการออกแบบงานวิจัยและคำนวณกลุ่มตัวอย่าง

### ผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.4 อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 29.5 สถานภาพสมรสจดทะเบียน ร้อยละ 42.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 39.1 ประเภทลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 21.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 0 - 10,000 บาท ร้อยละ 48.0

#### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้อ

ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาหนองเรือจังหวัดขอนแก่น พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าเคยใช้บริการเงินฝากสลากออมสินพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 52.1 โดยมีระยะเวลา การใช้บริการกับธนาคารออมสินเป็นเวลา 1 - 5 ปี ร้อยละ 50.9 การได้รับข้อมูลข่าวสารจากพนักงานธนาคารร้อยละ 70.2 รองลงมา คือโทรทัศน์วิทยุร้อยละ 43.4 ตามลำดับ การใช้บริการผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสินใช้บริการด้านเงินฝากร้อยละ 94.7 รองลงมา คือสลากออมสินพิเศษร้อยละ 44.4 ตามลำดับ เหตุผลที่เลือกใช้บริการสลากออมสินพิเศษ คือได้ลุ้นโชคทุกเดือน ร้อยละ 64.4 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ คือ พนักงานธนาคารร้อยละ 41.9 รองลงมาคือ

ครอบครัวร้อยละ 39.6 ตามลำดับ โอกาสในการซื้อสลากออมสินพิเศษ คือ ซื้อเมื่อต้องการสะสมทรัพย์ ร้อยละ 85.0 ช่องทางในการซื้อสลากออมสินพิเศษ คือ ซื้อธนาคารออมสินสาขาทั่วไป ร้อยละ 57.2

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ลูกค้ำให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.03 และมีการกระจายตัวของข้อมูลปกติค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ตลอดระยะเวลาการฝากมีสิทธิ์ถูกรางวัล 36 ครั้งค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 ด้านราคา ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มูลค่าเงินรางวัล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ซื้อสลากออมสินพิเศษผ่านธนาคารออมสินสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ย 2.55 ด้านส่งเสริมการตลาดภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานธนาคารเป็นผู้ชักชวนแนะนำให้ซื้อ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ภาพรวมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และอธิบายได้ดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 ด้านลักษณะทางกายภาพภาพรวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศดีสะอาดกว้างขวางและอาคารสถานที่มีความมั่นคงปลอดภัยน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 และ 2.64 ตามลำดับ ด้านกระบวนการให้บริการภาพรวม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มีระบบบัตรคิวในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. กลุ่มลูกค้ำเป้าหมายของธนาคารออมสินสาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น คือ กลุ่มลูกค้ำอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า และมีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ
2. ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในเรื่องสิทธิประโยชน์ของสลากออมสินพิเศษ เพื่อสร้างความได้เปรียบเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด
3. ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในเรื่องมูลค่าเงินรางวัลของสลากออมสินพิเศษ เพื่อจูงใจลูกค้ำในการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ
4. ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากลูกค้ำส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักช่องทางการซื้อสลากออมสินพิเศษช่องทางอื่น นอกจากซื้อผ่านธนาคารออมสินสาขาต่างๆ ทั่วประเทศ
5. ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในเรื่องการส่งเสริมการตลาด โดยการให้พนักงานธนาคารพูดชักชวน และโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ำทราบถึงผลิตภัณฑ์เงินฝากสลากออมสินพิเศษ ทั้งภายในธนาคารและนอกสถานที่
6. ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการของพนักงาน โดยการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในผลิตภัณฑ์ธนาคาร เพื่อสามารถสื่อสารอธิบายให้ลูกค้ำเข้าใจได้
7. ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในเรื่องอาคารสถานที่ ให้มีความสะอาด กว้างขวาง ปลอดภัย และน่าเชื่อถือ เพื่อให้ลูกค้ำไว้วางใจในการเข้ามาใช้บริการ
8. ธนาคารออมสินควรให้ความสำคัญในกระบวนการให้บริการลูกค้ำ โดยเฉพาะการจัดลำดับคิวในการให้บริการ และการอำนวยความสะดวกในเรื่องเอกสารประกอบการซื้อ เพื่อไม่ให้เกิดความยุ่งยากของลูกค้ำ

## ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

1. แนวทางการให้บริการเชิงรุกของสลากออมสินพิเศษ ในแหล่งชุมชนและสถานที่ต่างๆ
2. แนวทางการส่งเสริมการตลาดทั้งภายในธนาคารและนอกสถานที่

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รศ.ดร.ประจักษ์ บัวผัน ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่างๆ และให้ความช่วยเหลือในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในงานวิจัยฉบับนี้ งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดาและครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัย มาโดยตลอด ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุก ๆ ท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ แก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ซึ่งคอยให้ความช่วยเหลือ รวมถึงขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่กรุณาตอบแบบสอบถามงานวิจัยนี้ทุกท่าน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเจ้าหน้าที่วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาในขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งมีส่วนทำให้การศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา และบุคคลในครอบครัวทุกท่าน ผู้ให้ความรัก ความเมตตา ความห่วงใย กำลังใจ และการสนับสนุน ให้ได้รับการศึกษาเป็นอย่างดี รวมทั้งพระคุณของครู อาจารย์ทุกท่านที่ได้อบรม สั่งสอน จนทำให้เกิดผลสำเร็จในการทำศึกษาอิสระครั้งนี้

## เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาคารออมสิน. (2559). **ประวัติธนาคารออมสิน**. ค้นเมื่อ 1 เมษายน 2559, จาก <http://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>
- [2] ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, นพพล ศรีวะรัมย์, จิรศักดิ์ จิยะจันทร์, งามอาจปะทวานิช, ขวลิต ประภวานนท์, พรพิมล วิริยะกุล. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- [3] สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2558). **จำนวนประชากรแยกอายุ**. ค้นเมื่อ 24 เมษายน 2559, จาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)