

ความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้า

ธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่

SATISFIED WITH THE SAVINGS OF CUSTOMERS OF DIGITAL LOTTERY

FORM.THE GOVERNMENT SAVINGS BANK BRANCH AT CENTRAL

PLAZA CHIANG RAI.

ยุวดี ศรีวงศ์วรรณ

Yuwadee Sriwongwan

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ จำนวน 4,500 ราย การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยวิธีกำหนดสัดส่วนด้วยวิธีจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบการถดถอย (Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก เมื่อเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สำหรับผลการศึกษารายปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ และงบประมาณที่ซื้อแต่ละครั้งส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ออมเงิน ,ธนาคารออมสิน,สลากดิจิทัล

Abstract

The study objective 1) to study the satisfaction of saving a digital customer lotteries. The Government Savings Bank branch at Central Plaza Chiang Rai and 2). To study the factors affecting the satisfaction of saving a digital customer lotteries the Government Savings Bank branch at Central Plaza Chiang Rai. The population used in this research include the Government Savings Bank branch Customer Central Plaza Chiang Rai number 4,500 list determines the size of the sample group used the formula of the Hakone Garden Yamaguchi. Sample number of 400 people, determine the way the proportions with the draw method. Information gathering tools is the query statistics data analysis

include percentage frequency values, average, and standard deviation in statistics, regression testing (regression analysis).

The study found that the satisfaction of saving a digital customer lotteries the Government Savings Bank branch at Central Plaza Chiang Rai found that the overall list and the sides are on many levels. When a list of factors that are factors in many levels. When ranked by average descending on distribution channels, products, secondary to the process, product, pricing, physical appearance and personal on the market, respectively. For the study, factors that affect the satisfaction of saving a digital customer lotteries the Government Savings Bank branch at Central Plaza Chiang Rai found that personal factors, gender, educational level, occupation side. Average income per month, allowing you to access the services side and the budget to buy each affect the satisfaction of the marketing mix, a savings Lottery customer's digital model GSB Central Plaza Chiang Rai statistically significant at the 0.05 level.

Keyword :save money, the Government Savings Bank, lottery, digital.

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจการเงินได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การออมเงินในรูปแบบต่างๆ เช่น บัญชีเงินฝาก กองทุนรวม พันธบัตร หุ้นกู้ และประกันชีวิตเพื่อการออม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการออกเงินฝากเฉพาะกลุ่มลูกค้า เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้เยาว์เพื่อส่งเสริมการออม และเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ฝาก ทำให้ธนาคารของรัฐบาลและธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ได้ออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลายรูปแบบเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์และตรงกับความต้องการของลูกค้า เป็นการเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ และเพื่อขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ในอนาคต อีกทั้งแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินจะนำไปสู่สังคมไร้เงินสดมากขึ้น เพราะประชาชนนิยมทำธุรกรรมทางการเงินแบบดิจิทัลมากขึ้น ทำให้สถาบันการเงินขยายการให้บริการไปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยผ่านช่องทางแอปพลิเคชันที่ทำให้ธุรกรรมทางการเงินเป็นเรื่องง่าย สามารถใช้จ่ายได้โดยไม่ต้องพกเงินสด กระเป๋าตังค์ หรือแม้แต่บัตรเครดิต (วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล, 2557:301)

สลากออมสินเป็นการออมทรัพย์สินลักษณะพิเศษที่ธนาคารออมสินให้บริการติดต่อกันมากกว่า 60 ปี สลากออมสินกับสลากกินแบ่งรัฐบาล มีลักษณะเหมือนกันคือการลุ้นเลขออกรางวัล แต่ทั้งสองก็มีความต่างกัน คือ สลากออมสินเป็นการลงทุนที่จะทำให้เงินต้นอยู่ครบจนถึงกำหนดระยะเวลา แต่สลากกินแบ่งรัฐบาล หากผู้ซื้อไม่ถูกรางวัล ผู้ซื้อก็จะเสียเงินต้นไป ดังนั้น การออมเงินสลากออมสิน ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้ที่ต้องการออมเงิน และเสี่ยงโชคไปในคราวเดียวกัน สลากออมสินมีความมั่นคงและให้ดอกเบี้ยตามที่ธนาคารกำหนด อีกทั้งผู้ฝากยังมีสิทธิถูกรางวัลตลอดอายุของสลากออมสิน โดยสลากออมสินจะแบ่งออกเป็นสองแบบ ทั้งสลากออมสินแบบ 3 ปี และสลากออมสินแบบ 5 ปี ซึ่งมีราคาต่อหน่วยและอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกันออกไป ในอดีตลูกค้าสามารถซื้อสลากได้เพียงธนาคารสาขาใกล้เคียงเท่านั้น แต่ Digital Salak on MyMo หรือ สลากดิจิทัลจึง ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการออมเงิน คือ ผู้ใช้บริการสามารถทำรายการ ฝาก-ถอน-ตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัล และตรวจสอบเงินรางวัลสลาก ผ่านช่องทางบริการ Mobile Banking (MyMo) ได้ด้วยตนเอง ถือเป็นบริการอำนวยความสะดวกและเพิ่มช่องทางการให้บริการใหม่ให้กับลูกค้า เมื่อมีการถูกรางวัลสลาก ยอดเงินรางวัลจะถูกโอนเข้าบัญชีที่ผูกไว้กับทะเบียนสลากดิจิทัล และเมื่อสลากครบอายุ ระบบจะทำการโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีที่ผูกไว้โดยอัตโนมัติ โดยที่ผู้ฝากไม่จำเป็นต้องมาติดต่อที่สาขา (ธนาคารออมสิน, 2558)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นเหตุผลที่จำทำการศึกษาวิจัยถึงความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซ่าเชียงราย โดยการวิจัยในครั้งนี้จะเก็บสำรวจข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

เลือกซื้อสลากดิจิทัล ซึ่งคาดว่าจะการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ในการให้บริการลูกค้า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ตลอดจนได้นำไปพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของธนาคารออมสินต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงราย มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงราย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงราย

สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัยดังนี้

1. ความพึงพอใจมีผลต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย ในทางบวก
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย ในทางบวก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงราย ในครั้งนี้เพื่อ

1. ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางสำหรับธนาคารในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย
2. ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้ให้นิยามศัพท์เฉพาะของงานวิจัยความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย เพื่อให้ผู้ที่ได้ศึกษาได้มีความเข้าใจที่ตรงกัน ไว้ดังนี้

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพอใจและความสบายใจที่ลูกค้าได้รับจากพนักงาน เมื่อเข้ามาทำธุรกรรมในธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงราย
2. ลูกค้า หมายถึง บุคคลธรรมดาที่มีสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 15 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ที่เข้ามาทำธุรกรรมการออมแบบสลากดิจิทัลกับธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงราย
3. ธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงราย หมายถึง สถาบันการเงินแห่งหนึ่งให้บริการในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการเงิน ซึ่งธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัลพลาซา เชียงราย ตั้งอยู่เลขที่ 99/9 หมู่ที่ 13 ตำบลรอบเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

4. การออมเงิน หมายถึง การแบ่งเงินส่วนหนึ่งจากรายได้ที่หักจากค่าใช้จ่ายแล้ว นำมาเก็บไว้เพื่อสะสมไว้ใช้จ่ายในอนาคต

5. สลากดิจิทัล หมายถึง สลากออมสินพิเศษ ที่ผู้ให้บริการสามารถทำรายการฝาก ถอน ตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัล และตรวจสอบเงินรางวัลสลาก ผ่านช่องทางบริการ Mobile Banking (MyMo) ได้ด้วยตนเอง

6. มายโม (Mymo) หมายถึง ระบบโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับธนาคารออมสิน ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน Wifi หรือ 3G ซึ่งถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลาย ด้วยระบบความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ

7. ส่วนประสมการตลาด (Service Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ทัศนิตานนท์และศุภร เสรีรัตน์, 2552)

7.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products)

7.2 ด้านราคา (Price) เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

7.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

7.4 ด้านการส่งเสริม (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

7.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

7.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพแลการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7.7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้บริการเกิดความประทับใจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้ำที่มาใช้บริการออมเงินสลากดิจิทัล ของธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซาเชียงราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนลูกค้ำทั้งหมด 4,500 คน โดยใช้สูตรการ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์และ ประมวลผลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่มุ่งบรรยายลักษณะของตัวแปรในกลุ่มตัวอย่างหรือ ประชากรที่ต้องการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกทุกหน่วยของกลุ่มนั้นแล้วนำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระบบ โดยสรุปดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ วุฒิการศึกษา รายได้ต่อเดือน ช่วงเวลาที่เข้าทำงาน และงบประมาณ ในการซื้อแต่ละครั้ง โดยใช้ค่าความถี่, ร้อยละ

1.2 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัล พลาซาเชียงรายโดยใช้ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึง พพอใจในการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซาเชียงรายใช้วิธีการทดสอบ ความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติทดสอบการถดถอย (Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำ ธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย สามารถสรุปผลโดยรวมและรายด้านดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ ระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท เข้าใช้บริการงานช่วง เวลา 08.01น.- 16.00 น.และงบประมาณ ในการซื้อแต่ละครั้ง 5,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขาเซ็นทรัล พลาซาเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยอยู่ใน ระดับมาก เมื่อเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ด้านราคา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านบุคคล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.05 ตามลำดับ ทั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยเป็นรายปัจจัยได้ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำ ธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อจำแนกเป็นราย ข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าจากเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ธนาคารมีช่องบริการเพียงพอ เหมาะสมกับ การทำธุรกรรมของลูกค้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31รองลงมา ไม่มีค่าธรรมเนียมในการฝากสลากดิจิทัล การโอนเงินรางวัล และการโอนเงินต้นและดอกเบี้ยในกรณีสลากดิจิทัลครบอายุค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.22 สลากในรูปแบบดิจิทัลไม่ต้องกังวลสลากหาย

เนื่องจากระบบธนาคารจะทำการบันทึกข้อมูลโดยอัตโนมัติค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ลูกค้านำสามารถสมัครใช้บริการสลากดิจิทัลได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และ การออมเงินแบบสลากดิจิทัลมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 2.2 อยู่ในระดับมากที่สุด นอกนั้นทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าจากเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ฝากสลากดิจิทัล ครบ 3 ปี รับดอกเบี้ยหน่วยละ 1 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมา วงเงินในการรับฝากสลากดิจิทัลแต่ละครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 สลากดิจิทัล ราคาหน่วยละ 50 บาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 มูลค่าเงินรางวัลในการรับฝากสลากดิจิทัลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และค่าส่วนลดการถอนสลากดิจิทัล 1 บาทต่อ 1 หน่วย ก่อนครบกำหนด (ถอนก่อนครบ 3 เดือน) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ตามลำดับ

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าจากเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ธนาคารจะทำการออกรางวัลสลากดิจิทัล ณ ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทุกวันที่ 16 ของเดือน ถ่ายทอดสดจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง NBT) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา ลูกค้าสามารถทำรายการ ฝาก ถอน ตรวจสอบข้อมูล และสอบถามยอดคงเหลือสลากดิจิทัล ได้ด้วยตนเอง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 แจ้งเตือนผลการออกรางวัลสลากโดยอัตโนมัติผ่านบริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และการออมเงินแบบสลากดิจิทัล มีช่องทางจัดจำหน่ายผ่านบริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินเท่านั้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ตามลำดับ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าจากเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ธนาคารมีการแจ้งการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผ่านบริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินสม่ำเสมอค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์การออมเงินแบบสลากดิจิทัลผ่านสื่อต่างๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 มีการแจ้งเตือนข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และธนาคารมีการจัดโปรโมชั่นการส่งเสริมการออมเงินแบบสลากดิจิทัลค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

2.5 ด้านบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าจากเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการกับลูกค้าทุกราย ทั้งขณะให้บริการ และหลังบริการ อย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาพนักงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 พนักงานมีการแนะนำข้อมูล และวิธีการทำรายการซื้อสลากดิจิทัล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร สามารถให้คำปรึกษา หรือให้บริการได้อย่างถูกต้องชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกัน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าจากเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ลูกค้าสามารถติดต่อ และขอทราบข้อมูลสลากดิจิทัลได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมา สลากดิจิทัลมีคู่มือวิธีการใช้งาน

อยู่ภายในระบบโมบายแบงก์กึ่งของธนาคารออมสิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 บริการระบบโมบายแบงก์กึ่ง ของธนาคารออมสิน จะแสดงรายการสลากดิจิทัลทั้งหมดไว้ในหน้าจอเดียว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสลากดิจิทัลมีความถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจง่ายค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ตามลำดับ

2.7 ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าจากเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ขั้นตอนการซื้อสลากดิจิทัลสะดวกสบาย และรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา เมื่อผู้ใช้บริการขอถอนเงินคืนก่อนครบกำหนดธนาคารจะทำการโอนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย(ถ้ามี) เข้าบัญชีตามความประสงค์ของผู้ใช้บริการค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และเมื่อสลากครบอายุ ระบบจะทำการโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีคู่ออนโดยอัตโนมัติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย สรุปผลเป็นรายปัจจัยดังนี้

3.1 เพศ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่มีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย โดยรวม โดยค่าสัมประสิทธิ์ด้วยการหาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณถดถอยเท่ากับ 0.129 โดยสามารถอภิปรายความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย ได้ร้อยละ 1.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สามารถเขียนสมการทำนายความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด = $0.947 + (0.728)$ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3.2 อายุ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่มีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย โดยรวม โดยค่าสัมประสิทธิ์ด้วยการหาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณถดถอยเท่ากับ 0.141 โดยสามารถอภิปรายความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย ได้ร้อยละ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพ สามารถเขียนสมการทำนายความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด = $2.039 + (0.728)$ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ + (0.501) ด้านลักษณะทางกายภาพ

3.3 อาชีพ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย โดยรวม โดยค่าสัมประสิทธิ์ด้วยการหาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณถดถอยเท่ากับ 0.130 โดยสามารถอภิปรายความแปรปรวนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย ได้ร้อยละ 1.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีตัวแปรที่สามารถทำนายความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สามารถเขียนสมการทำนายความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วน

เขียนสมการทำนายความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้ดังนี้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านงบประมาณที่ซื้อแต่ละครั้งส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด = $3.402 + (0.490)$ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้านาคาออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย สามารถอภิปรายผลโดยภาพรวมดังนี้

1. จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้านาคาออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มี เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากที่สุดคล้อยกับงานวิจัยของสินีนาฏ คุรุกิจวานิชย์ (2558) การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต เคทีซี-ออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้สามารถอภิปรายผลเป็นรายปัจจัยได้ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารออมสินมีช่องบริการเพียงพอ เหมาะสมกับการทำธุรกรรมของลูกค้า อีกทั้งการดำเนินการไม่มีค่าธรรมเนียมในการฝากสลากดิจิทัล การโอนเงินรางวัล และการโอนเงินต้นและดอกเบี้ยในกรณีสลากดิจิทัลครบอายุ สลากในรูปแบบดิจิทัลไม่ต้องกังวลสลากหาย เนื่องจากระบบธนาคารจะทำการบันทึกข้อมูลโดยอัตโนมัติ ลูกค้าสามารถสมัครใช้บริการสลากดิจิทัลได้ ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศ และการออมเงินแบบสลากดิจิทัลมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ผลจึงอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของผ่องนภา ลิ้มรัตนา (2553) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาลูกค้านาคาออมสิน สาขา โคกกลอย จ. พังงา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยมีผลต่อระดับการตัดสินใจในระดับมาก

1.2 ด้านราคา พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะการฝากสลากดิจิทัลของธนาคารเมื่อ ครบ 3 ปี รับดอกเบี้ยหน่วยละ 1 บาท และมีวงเงินในการรับฝากสลากดิจิทัลแต่ละครั้ง สลากดิจิทัล ราคาหน่วยละ 50 บาท มูลค่าเงินรางวัลในการรับฝากสลากดิจิทัล และค่าส่วนลดการถอนสลากดิจิทัล 1 บาทต่อ 1 หน่วย ก่อนครบกำหนด (ถอนก่อนครบ 3 เดือน) ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสมนึก มังกร (2559) การศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี จังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน สาขา เซ็นทรัลพลาซา เชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารออมสินจะทำการออกรางวัลสลากดิจิทัล ณ ธนาคารออมสินสำนักงานใหญ่ ทุกวันที่ 16 ของเดือน ถ่ายทอดสดจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง NBT) ลูกค้าสามารถทำรายการ ฝาก ถอน ตรวจสอบข้อมูล และสอบถามยอดคงเหลือสลากดิจิทัล ได้ด้วยตนเอง แจ้งเตือนผลการถูกรางวัลสลากโดยอัตโนมัติผ่านบริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน และการออมเงินแบบสลากดิจิทัล มีช่องทางจัดจำหน่ายผ่านบริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินเท่านั้น ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดคล้อยกับงานวิจัยของวิภาวี มงคลบริรักษ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของสมาชิกต่อ

สหกรณ์และปัจจัยที่มีผลต่อการออมของสมาชิก” ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมสมาชิกมีความพึงพอใจต่อสหกรณ์ในทุกด้านที่ศึกษา ไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านคณะกรรมการดำเนินการหรือด้านการให้บริการของสหกรณ์ อยู่ในระดับพอใจมาก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารออมสินมีการแจ้งการปรับปรุงและพัฒนาระบบงานผ่านบริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินสม่ำเสมอ ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์การออมเงินแบบสลากดิจิทัลผ่านสื่อต่างๆ มีการแจ้งเตือนข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ของธนาคารผ่านสื่อต่างๆอย่างสม่ำเสมอ และธนาคารมีการจัดโปรโมชั่นการส่งเสริมการออมเงินแบบสลากดิจิทัลลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของสินีนาฏ คุรุกิจวานิชย์ (2558) การศึกษาค้นคว้าเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการบัตรเครดิตเคทีซี-ออมสินในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.5 ด้านบุคคล พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ายธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการกับลูกค้าทุกรายทั้งขณะให้บริการ และหลังบริการ อย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกันพนักงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้า พนักงานมีการแนะนำข้อมูล และวิธีการทำรายการซื้อสลากดิจิทัล พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารสามารถให้คำปรึกษา หรือให้บริการได้อย่างถูกต้องชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกัน และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของภาสกร กุลชิต(2551)ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกคามีความพึงพอใจมากที่สุด คือความกระตือรือร้น และตั้งใจทำงานของเจ้าหน้าที่

1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะลูกค้าสามารถติดต่อ และขอทราบข้อมูลสลากดิจิทัลได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศสลากดิจิทัลมีคู่มือวิธีการใช้งานอยู่ภายในระบบโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน บริการระบบโมบายแบงก์กิ้ง ของธนาคารออมสินจะแสดงรายการสลากดิจิทัลทั้งหมดไว้ในหน้าจอเดียว และรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสลากดิจิทัลมีความถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจง่ายลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมนึก มังกร (2559) การศึกษาค้นคว้าเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี๊ว จังหวัดจันทบุรี โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก

1.7 ด้านกระบวนการ พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซาเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารมีขั้นตอนการซื้อสลากดิจิทัลสะดวกสบาย และรวดเร็ว เมื่อผู้ใช้บริการขอถอนเงินคืนก่อนครบกำหนดธนาคารจะทำการโอนเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย(ถ้ามี) เข้าบัญชีตามความประสงค์ของผู้ใช้บริการ และเมื่อสลากครบอายุ ระบบจะทำการโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีคู่ออนโดยอัตโนมัติลูกคามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวี มงคลบริรักษ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของสมาชิกต่อสหกรณ์และปัจจัยที่มีผลต่อการออมของสมาชิก” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกต่อสหกรณ์และปัจจัยที่มีผลต่อการออมของสมาชิก ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมสมาชิกมีความพึงพอใจต่อสหกรณ์ในทุกด้านที่ศึกษา ไม่ว่าจะเป็นด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ให้บริการ ด้านคณะกรรมการดำเนินการหรือด้านการให้บริการของสหกรณ์ อยู่ในระดับพอใจมาก

2. จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซา เชียงราย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และงบประมาณที่ซื้อแต่ละครั้ง ส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซา เชียงราย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซา เชียงราย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และด้านลักษณะทางกายภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลด้านช่วงเวลาที่ใช้เงิน ส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซา เชียงราย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลต่อความพึงพอใจในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซา เชียงราย สอดคล้องกับงานวิจัยของผ่องนภา ลีมีรัตน (2553) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาลูกค้ำธนาคารกรุงไทย สาขา โครกกลอย จ. พังงา ผลการศึกษาพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีการตัดสินใจโดยคำนึงถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน (2) กลุ่มตัวอย่างที่เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจโดยคำนึงถึงปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน (3) กลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจโดยคำนึงถึงปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .001

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการออมเงินแบบสลากดิจิทัลของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขา เช่นทรัลพลาซา เชียงราย โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาผลเป็นรายข้อ ผลอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยจึงนำข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มาขอเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารควรมีระบบสร้างความปลอดภัยให้กับลูกค้ำในการการออมเงินแบบสลากดิจิทัล เพื่อให้ลูกค้ำเกิดมั่นใจถึงความปลอดภัยในออมสลากดิจิทัล
2. ด้านราคา ธนาคารออมสินควรรนำส่วนลดของธนาคารอื่น ๆ มาพิจารณาเปรียบเทียบ เพื่อปรับเพิ่มส่วนลดการถอนสลากดิจิทัล ก่อนครบกำหนด (ถอนก่อนครบ 3 เดือน)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ธนาคารควรมีระบบบริการโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินมาเพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายออมเงินแบบสลากดิจิทัล เท่านั้น
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ธนาคารควรมีการจัดโปรโมชั่นการส่งเสริมการออมเงินแบบสลากดิจิทัล
5. ด้านบุคคล พนักงานของธนาคารควรมีความรู้เกี่ยวกับสลากดิจิทัลเป็นอย่างดีและ สามารถทำการแก้ไขปัญหาของลูกค้ำได้อย่างเหมาะสม
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ธนาคารควรมีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสลากดิจิทัลมีความถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจง่าย

7. ด้านกระบวนการ ธนาคารควรมีระบบแจ้งเตือนลูกค้าเมื่อสลากครบอายุ ก่อนดำเนินการโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีคู่ออนไลน์โดยอัตโนมัติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาด การรับรู้ ที่มีความสัมพันธ์กันระหว่างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ออมเงินแบบสลากดิจิทัล
2. ควรศึกษาทัศนคติต่อการใช้บริการสลากดิจิทัล ในลักษณะการทำเปรียบเทียบกับการใช้บริการสลากแบบธรรมดา เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกัน ปรับปรุงการออมเงินแบบสลากดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- ผ่องนภา ลิ้มรัตนา.(2553).ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาโคกกลอย จ.พังงา.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ภาสกร กุลชิต. (2551).ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาท่าแพ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล.(2557).ปัจจัยในการทำนายพฤติกรรมการออมของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.วารสารวิชาการสุทธิปริทัศน์ .ปีที่ 28 ฉบับที่ 85 มกราคม - มีนาคม 2557.หน้า 301.
- วิภาวี มงคลบริรักษ์.(2555).ความพึงพอใจของสมาชิกต่อสหกรณ์และปัจจัยที่มีผลต่อการออมของสมาชิก: กรณีศึกษาสหกรณ์ออมทรัพย์กรมป่าไม้ จำกัด.วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต เศรษฐศาสตร์สหกรณ์. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษณ์านนท์และศุภร เสรีรัตน์ (2552).การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สินีนางุ คุรุกิจวานิชย์. (2558).ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบัตรเครดิต เคทีซี-ออมสิน เขตราชบุรีบูรณะ จังหวัดกรุงเทพมหานคร.วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมนึก มังกร.(2559).ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพลี จังหวัดจันทบุรี.วิทยานิพนธ์ ศีลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา .มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- Yamane, Taro.(1973). Statistics: An Introductory Analysis. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.