ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ งวดที่ 31 ของผู้บริโภค

ผู้เขียน นายวิชิต ชอบพานิช

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลีมาส สิทธิสมบัติ กรรมการ

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษ งวดที่ 31 ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เคยซื้อสลากออมสินพิเศษ งวดที่ 31 ในจังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 300 คน กำหนดตัวอย่างแบบโค้วต้า การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีมีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ทราบข้อมูลสลากออมสินในเรื่องราคา ผลตอบแทนเมื่อซื้อสลากครบอายุและผลตอบแทนในรูปเงินรางวัล ในขณะที่ถือสลากออมสินอยู่โดยไม่ถอนคืนก่อนครบกำหนด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการเป็นอันดับแรกโดยเฉพาะการรับรางวัลสลากออมสินพิเศษ สามารถโอนเงินรางวัลเข้าบัญชีได้และสามารถรับรางวัลหรือซื้อสลากออมสินพิเศษได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศ รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องที่พนักงานสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสลากออมสินพิเศษ ได้เป็นอย่างดี การซื้อสลากออมสินพิเศษสะดวกและรวดเร็ว เป็นต้นและการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการน้อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Consumers' Buying Decision of Premium Savings Certificate 31

Author Mr. Wichit Choppanit

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Chittraporn Pongpaibul Chairperson

Assistant Professor Maleemas Sittisombut Member

ABSTRACT

This independent study aimed to study marketing mix factors affecting consumers' buying decision of premium savings certificate 31 in Nonthaburee province. The data was collected from 300 rationed questionnaires of the sample group who used to buy the premium savings certificate 31. The data was analyzed by Descriptive Statistics consisting of frequency, percentage and mean, was used to analyze the data.

The study found that majority of the sample group in general were female, aged 31-40 years old, singled, graduated Bachelor Degree level. They were government officers or state enterprise officers which their incomes were no more than 10,000 baht/month. They had known the reward of the premium savings certificate which was held until the due time when they bought it.

The first factor that the answerers were interested in was the service factor, especially, the getting of premium savings certificate reward which could be transferred the reward to their accounts and receive the reward or buy the premium savings certificate at every Government Savings Bank in Thailand. For other factors, the answerers considered the process of service, the officers could give them the data of premium savings certificate. The premium savings certificate purchase was quick and convenient. The least factor they considered were physical factor and service form factor.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved