



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค

Event Marketing of Government Savings Bank , Bangkae Branch

โดย

นางสาวอรุณิชา	เป็งหล้า	5904300040
นายชนกานต์	ประพันธ์	5904300045
นายชุตีพันธ์	นานามั่นคง	5904300347

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานวิชาสหกิจศึกษา

ภาควิชาการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษา 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค
Event Marketing of Government Savings Bank, Bangkae Branch
รายชื่อผู้จัดทำ นางสาว อรณิชา เบ็ญกล้า 5904300040
 นาย ชนกานต์ ประพันธ์ 5904300045
 นาย ชุตินันท์ นานามั่นคง 5904300347
ภาควิชา การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ โสภิดา ทะสังขา

อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาการจัดการทั่วไป
ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการสอบโครงการ


.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์โสภิดา ทะสังขา)


.....พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาวกรกมล ทองประชาญ)


.....กรรมการกลาง

(อาจารย์เอกภพ มณีนารถ)


.....

(ผศ.ดร.มารุจ ติมปะวัฒน์นะ)

ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

ชื่อโครงการ :	การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค	
หน่วยกิต :	5	
ชื่อนักศึกษา :	นางสาว อรณิชา เป็งหล้า	5904300040
	นาย ชนกานต์ ประพันธ์	5904300045
	นาย ชุตินันท์ นานามั่นคง	5904300347
อาจารย์ที่ปรึกษา :	อาจารย์ โสภิตา ทะสังขา	
ระดับการศึกษา :	บริหารธุรกิจบัณฑิต	
สาขาวิชา :	การจัดการทั่วไป	
คณะวิชา :	บริหารธุรกิจ	
ภาคการศึกษา/ปีการศึกษา :	3/2561	

บทคัดย่อ

โครงการฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม 2. เพื่อจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค 3. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้ที่มาใช้บริการในการออกบูทของธนาคารออมสินทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 110 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการประเมินพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาคือ ด้านการให้คำแนะนำและข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.28$) ด้านของที่ระลึกในงาน ($\bar{X} = 4.24$) ด้านเอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจ ชัดเจนเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.24$) ด้านความสวยงามของบูธ ($\bar{X} = 4.23$) ด้านความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.22$) ด้านสถานที่ตั้งของบูธ ($\bar{X} = 4.19$) และด้านการจัดกิจกรรมของบูธ ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : การตลาดเชิงกิจกรรม/ความพึงพอใจ/แผนกสินเชื่อ/ธนาคารออมสิน สาขาบางแค

Project title : Event Marketing of Government Savings Bank,
Bangkhae Branch

Credit : 5

Author : Mrs. Onnicha Penglar 5904300040
Mr. Chonnakan Prathanya 5904300045
Mr. Chutipun Nanamunkong 5904300347

Advisor : Sophida Tasangkha

Education : Bachelor of Business Administration

Program : General Management

Faculty : Business Administration

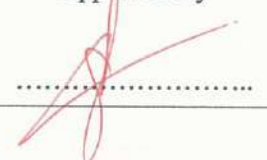
Semester/academic : 3/2018

Abstract

This project was created with the objectives of: 1. To be aware of the process and procedures for event marketing; 2. To create event marketing of the Government Savings Bank, Bang Khae Branch; 3. To know the satisfaction of participants in the event marketing by using the satisfaction questionnaire of who use the service of the Government Savings Bank. 110 sets of sample statistics were used for data analysis, such as frequency, percentage, and average. The evaluation results showed that the respondents had overall satisfaction at a high level ($\bar{X} = 4.25$). When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest mean was the aspect of service provided by staff ($\bar{X} = 4.39$). Followed by advice and staff information ($\bar{X} = 4.35$); Public relations ($\bar{X} = 4.28$); The souvenirs in the event ($\bar{X} = 4.24$); Publications were interesting, clear, and easy to understand ($\bar{X} = 4.24$); Beauty of the booth ($\bar{X} = 4.23$); Cleanliness and tidy ($\bar{X} = 4.22$); Location of the booth ($\bar{X} = 4.19$); and the activities of the Booth ($\bar{X} = 4.15$).

Keywords : Event Marketing, Satisfaction, Loan department, Government Savings Bank

Approved By



กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement)

คณะผู้จัดทำได้ไปปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ ธนาคารออมสิน สาขาบางแค ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม ถึงวันศุกร์ที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ สำหรับรายงานสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากการร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. นางสาวกรกมล ทองประชาญ ตำแหน่ง พนักงานฝ่ายสินเชื่อ
2. อาจารย์โสภิตา ทะสังขา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา

และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงาน คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการปฏิบัติงานและการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ และการดูแลเอาใจใส่ของพี่ๆทุกคนซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นางสาวอรนิชา เบ็ญห้ำ

นายชนกานต์ ประทันยะ

นายชุตินันท์ นานามั่นคง

นักศึกษาสหกิจศึกษา ภาควิชาการจัดการทั่วไป

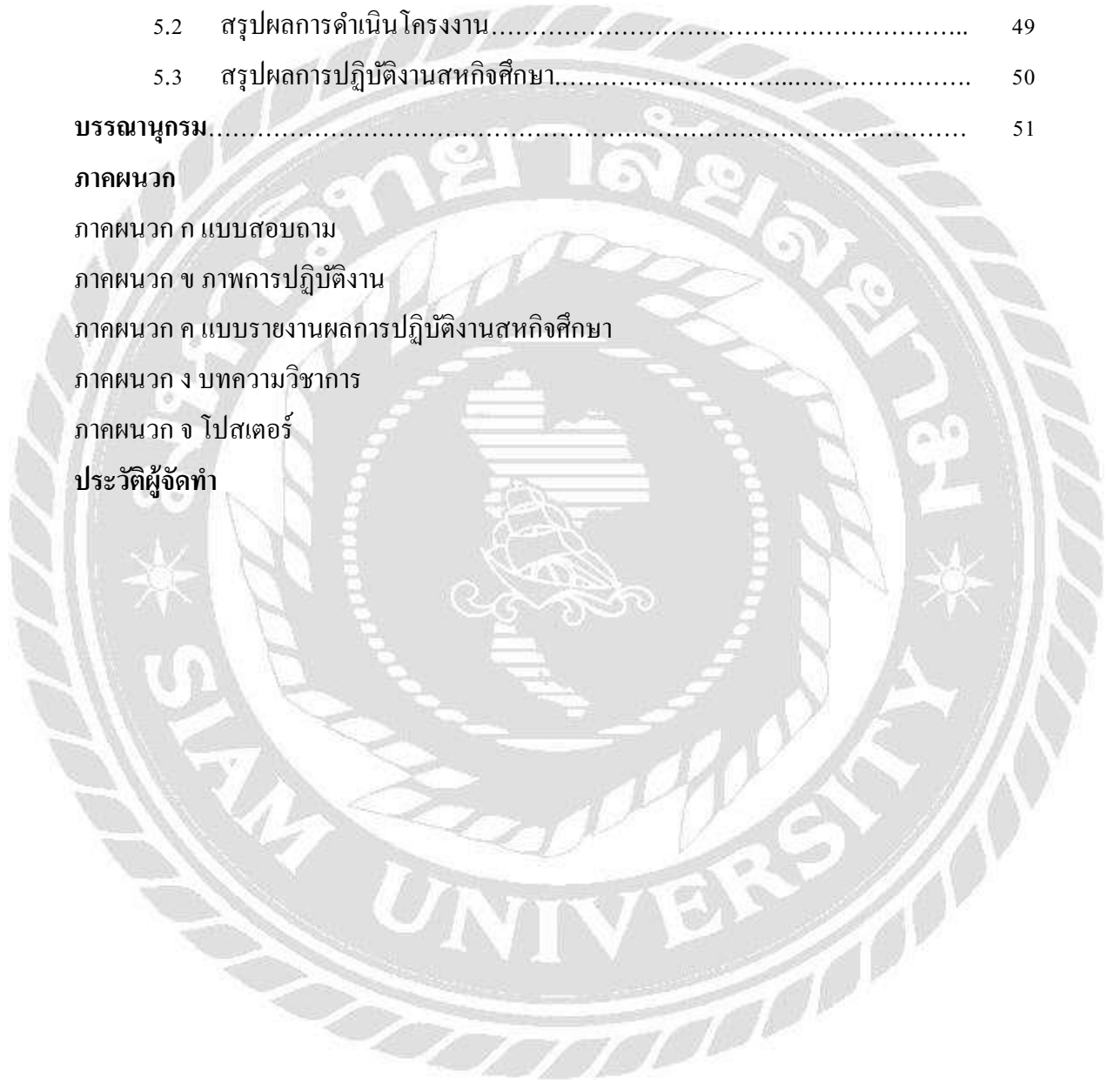
สารบัญ

หน้า

จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing.....	3
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด.....	4
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	8
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและสถานที่ประกอบการ.....	10
3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร.....	10
3.3 รูปแบบองค์กร.....	13
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย.....	15
3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา.....	16
3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน.....	16
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน.....	16
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้.....	17
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย.....	18
4.2 การติดต่อประสานงาน.....	20
4.3 การเตรียมการ.....	22
4.4 การจัดกิจกรรม.....	26

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
4.5 การสำรวจความพึงพอใจ.....	43
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลโครงการสหกิจศึกษา.....	49
5.2 สรุปผลการดำเนินโครงการ.....	49
5.3 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา.....	50
บรรณานุกรม.....	51
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	
ภาคผนวก ข ภาพการปฏิบัติงาน	
ภาคผนวก ค แบบรายงานผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	
ภาคผนวก ง บทความวิชาการ	
ภาคผนวก จ โปสเตอร์	
ประวัติผู้จัดทำ	



สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 3.1	ระยะเวลาในการดำเนินการ.....	17
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนเพศ.....	44
ตารางที่ 4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนอายุ.....	44
ตารางที่ 4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนระดับการศึกษา.....	45
ตารางที่ 4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนอาชีพ.....	45
ตารางที่ 4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม จำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	46
ตารางที่ 4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ในการใช้บริการ.....	46
ตารางที่ 4.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการเข้าบุร.....	47
ตารางที่ 4.8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการ รับรู้ข่าวสารบุรของธนาคาร.....	47
ตารางที่ 4.9	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวม.....	48

สารบัญญรูปภาพ

		หน้า
รูปที่ 3.1	แผนที่ตั้งของธนาคารออมสิน สาขาบางแค.....	10
รูปที่ 3.2	ผังโครงสร้างองค์กรและการบริหารธนาคารออมสิน สาขาบางแค.....	13
รูปที่ 4.1	การประชุมวางแผนกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ชี้แจงข้อมูลที่ใช้ในการให้บริการ และการให้บริการกับลูกค้า.....	19
รูปที่ 4.2	เอกสารขออนุญาตเข้าประชาสัมพันธ์.....	21
รูปที่ 4.3	การจัดเตรียมสถานที่ ณ บริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด.....	22
รูปที่ 4.4	การจัดเตรียมสถานที่ ณ บริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด.....	23
รูปที่ 4.5	การจัดเตรียมสถานที่ ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	23
รูปที่ 4.6	การจัดเตรียมสถานที่ ณ ตลาดนัดสวัสดิการทหารอากาศ.....	24
รูปที่ 4.7	การจัดเตรียมสถานที่ ณ สนามบินดอนเมือง.....	24
รูปที่ 4.8	การจัดเตรียมสถานที่ ณ โรงเรียนราชวินิตบางแคปานจ๋า.....	25
รูปที่ 4.9	การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีกิตติบริหารธุรกิจ.....	26
รูปที่ 4.10	การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีกิตติบริหารธุรกิจเป็นรถตู้ของธนาคารที่ใช้ในการถ่ายสำเนาบัตรประชาชน และใช้ในการเปิดใช้แอปพลิเคชันMyMo.....	27
รูปที่ 4.11	การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีกิตติบริหารธุรกิจ.....	27
รูปที่ 4.12	การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนวัดชัยนิมพลี.....	28
รูปที่ 4.13	การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนวัดชัยนิมพลี.....	28
รูปที่ 4.14	การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนวัดชัยนิมพลี.....	29
รูปที่ 4.15	การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยพาณิชยการธนบุรี.....	29
รูปที่ 4.16	การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยพาณิชยการธนบุรี.....	30
รูปที่ 4.17	การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม.....	30
รูปที่ 4.18	การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม.....	31
รูปที่ 4.19	การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม.....	31
รูปที่ 4.20	การประชาสัมพันธ์ ณ ตลาดนัดเขารามอินทรา.....	32
รูปที่ 4.21	การประชาสัมพันธ์ ณ ตลาดนัดเขารามอินทรา.....	33
รูปที่ 4.22	การประชาสัมพันธ์ ณ สนามบินดอนเมือง.....	33
รูปที่ 4.23	การประชาสัมพันธ์ ณ สนามบินดอนเมือง.....	34
รูปที่ 4.24	การประชาสัมพันธ์ ณ สนามบินดอนเมือง.....	34

สารบัญรูปภาพ(ต่อ)

		หน้า
รูปที่ 4.25	การประชาสัมพันธ์ ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	35
รูปที่ 4.26	การประชาสัมพันธ์ ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	36
รูปที่ 4.27	การประชาสัมพันธ์ ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	36
รูปที่ 4.28	การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ณ บริษัท สลอม อีเล็คทริค จำกัด.....	37
รูปที่ 4.29	การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ณ บริษัท สลอม อีเล็คทริค จำกัด.....	38
รูปที่ 4.30	การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ตลาดนัดสวัสดิการทหารอากาศ.....	38
รูปที่ 4.31	การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ตลาดนัดสวัสดิการทหารอากาศ.....	39
รูปที่ 4.32	คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ณ คีท kx (Knowledge Exchange for Innovation and Entrepreneurship).....	40
รูปที่ 4.33	คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ณ คีท kx (Knowledge Exchange for Innovation and Entrepreneurship)	40
รูปที่ 4.34	หน้าแอปพลิเคชัน MyMo.....	41
รูปที่ 4.35	ของที่ระลึก.....	42
รูปที่ 4.36	พิธีมอบของที่ระลึกที่แจกน้องๆและคณะอาจารย์ที่ร่วมกิจกรรม ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีกิตติบริหารธุรกิจ.....	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารออมสิน สาขาบางแคเป็นธนาคารรัฐวิสาหกิจ ตั้งกักกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการธุรกรรมทางการเงินแก่ลูกค้า โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการออมและสร้างวินัยทางการเงิน สนับสนุนการลงทุนและการพัฒนาประเทศส่งเสริมและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีศักยภาพอย่างยั่งยืน รวมทั้งให้บริการทางการเงินที่ครบวงจรแก่ประชาชนโดยทั่วไป รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อย

คณะผู้จัดทำได้เข้าไปปฏิบัติงานตามโครงการสหกิจศึกษาที่ธนาคารออมสิน สาขาบางแค ในตำแหน่งผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อ มีหน้าที่ ตรวจสอบเอกสารทางการเงินของผู้ขอสินเชื่อ การตรวจสอบบัญชีลูกหนี้ของทางธนาคารในการขอต่ออายุวงเงินสินเชื่อระยะสั้น การจัดเรียงเอกสารบิลค่าใช้จ่าย การรับเข้า-ส่งออกเอกสารต่างๆทั้งภายในและภายนอกธนาคาร ซึ่งในปัจจุบันทางธนาคารมีความต้องการที่จะขยายตลาดลูกค้าของธนาคารให้เพิ่มมากขึ้น โดยมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านการทำการตลาดเชิงกิจกรรม เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์บริการของธนาคารให้ลูกค้าภายนอกได้ทราบ

ดังนั้นคณะผู้จัดทำจึงได้รับมอบหมายให้จัดทำโครงการเรื่อง“การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค” เพื่อจัดกิจกรรมในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกหน่วยงานและองค์กรภายนอกต่างๆ ได้รู้จักกับผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆของธนาคารให้มากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม
- 1.2.2 เพื่อจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค
- 1.2.3 เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรมของ ธนาคารออมสิน สาขาบางแค

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม
- 1.3.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล พนักงานฝ่ายสินเชื่อธนาคารออมสิน เขตบางแคจำนวน 5 คน
- 1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม – 30 สิงหาคม 2562

1.3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ ธนาคารออมสิน สาขาบางแค 709 หมู่ที่ 15 ถนนเพชรเกษม แขวง บางหว้า เขตภาษีเจริญ จังหวัดกรุงเทพฯ 10160

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.4.1 ได้ทราบถึงรูปแบบและวิธีการจัดกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรม
- 1.4.2 ได้นำความรู้เกี่ยวกับการจัดการเชิงการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน
- 1.4.3 ได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อการทำการตลาดเชิงกิจกรรม



บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

โครงการนี้เป็น การดำเนินงานเรื่อง การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค ซึ่งมีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องคณะผู้ศึกษาได้นำเสนอตามหัวข้อต่างๆดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing (เกรียงไกร กาญจนะโกดิน. 2549: 20-21)

Event Marketing เป็น Part หนึ่งของ IMC(Integrated Marketing Communications) จึงมีหน้าที่ในการเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดเป็น Communication ดังนั้น Event ก็ไม่ได้แปลว่ากิจกรรมทางการตลาด แต่หมายถึง “การสื่อสารทางการตลาดผ่านกิจกรรม”

เมื่อเราให้คำนิยามของ Event Marketing ว่า “การสื่อสารทางการตลาดผ่านกิจกรรม” ซึ่งเป็นคำใหม่ เราก็จะเข้าใจว่า Event Marketing ที่เป็น Technical Term ในแง่มุมมองที่ถูกต้องมากขึ้น ช่วยให้เราคิดหาวิธีการที่จะเข้าไป Communicate กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดยิ่งขึ้น

หากมองในแง่การทำ Branding ฟังก์ชันที่เป็นมุมมองของนักการตลาดโดยตรงจะมองเรื่องของ Event Marketing เป็นเรื่องของ Brand Experience

แต่วันนี้เป็นเรื่องการรับรู้แบบ 4 มิติ ผ่านสัมผัสทั้ง 5 ของคน ตั้งแต่รูปแบบการดีไซน์ของ Event พิธีตี้ ดนตรี อาหารและเครื่องดื่ม หรือแม้แต่ดอกไม้บริเวณทางเข้างาน ซึ่งทุกอย่างต้องสะท้อนภาพของความเป็น Brand ออกมาได้ชัดเจน

สัมผัสทั้ง 5 คือ สิ่งที่ทุก Brand ต้องมี

คุณเชื่อหรือไม่ว่า ทุก Brand นั้นมีรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส ผมบอกได้เลยว่า ทุก Brand นั้นมีสิ่ง Brand ที่ถูกสร้างมาอย่างเข้มข้นแล้วจะเห็นได้ชัดมาก วิธีการวัดว่า Brand นั้นมีความชัดเจนแค่ไหน ทำได้โดยลองนึกดูว่า เมื่อคุณเดินเข้าสู่งานๆหนึ่งคุณจะรับรู้จากประสบการณ์โดยตรงจากสิ่งที่คุณสัมผัสในงานไม่ว่าจากบัตรเชิญ สถานที่จัด รสชาติอาหาร เครื่องดื่ม ดนตรีที่ใช้ประกอบในงาน พิธีกร นักร้องที่ใช้ในงาน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด (สุวิมล แม้นจริง. 2550: 2-9)

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ “การสื่อสารไปยังลูกค้าผู้คาดหวังเพื่อแจ้งให้ทราบว่า มีผลิตภัณฑ์ของคนจำหน่ายอยู่ และเชิญชวนให้พวกเขายอมรับว่าผลิตภัณฑ์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการเพื่อให้ได้รับความพอใจ” (Enis, 1980: 438) หรือคือ “การสื่อสารเพื่อชักชวนบุคคลอื่นให้ยอมรับข้อคิดเห็น แนวความคิดหรือสิ่งต่างๆที่นำเสนอ” (Engel: 1983: 6) หรือ “คือความพยายามทั้งหมดของผู้ขายที่จะกำหนดช่องทางของข้อมูลข่าวสารและการชักจูงใจเพื่อเสนอขายสินค้าและบริการ หรือส่งเสริมแนวความคิด” (Belch & Belch, 1998: 13)

ดังนั้น การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อสารของผู้ผลิตทำไปยังตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร ชักจูงใจ หรือเพื่อเป็นการเตือนความจำของผู้บริโภค รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของผู้บริโภคเพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อขึ้น ซึ่งการส่งเสริมการตลาดจะประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้บุคคล การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริม การขาย และการตลาดทางตรง.

การส่งเสริมการตลาดกับแนวความคิดทางการตลาด

วิวัฒนาการทางการตลาดได้มีการพัฒนามาเป็นระยะ จนปัจจุบันนี้แบ่งออกได้เป็น 5 แนวความคิดด้วยกัน คือ แนวความคิดทางการผลิต (Production Concept) แนวความคิดทางการผลิตภัณฑ์ (Product Concept) แนวความคิดทางการขาย (Selling Concept) แนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) และแนวความคิดทางการตลาดเพื่อสังคม (Societal Marketing Concept)

1. แนวความคิดทางการผลิต

แนวความคิดนี้เชื่อว่าผู้บริโภคจะชอบผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อได้ง่ายและมีราคาถูก เป็นยุคแรกของวิวัฒนาการทางการตลาด ซึ่งธุรกิจส่วนใหญ่ยังขาดแคลนในเรื่องของปัจจัยการผลิต และเทคโนโลยีทางการผลิตยังไม่ทันสมัยเช่นปัจจุบันความต้องการของผู้บริโภคมีมากกว่าความสามารถในการผลิตของธุรกิจ ดังนั้นผู้ผลิตจะมุ่งเน้นในการพัฒนาประสิทธิภาพทางด้านต่างๆ ของการผลิต เพื่อผลิตสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก และรูปแบบของสินค้าที่ผลิตไม่จำเป็นต้องหลากหลายเป็นการผลิตสินค้าที่สนองความต้องการขั้นพื้นฐานในประเภทของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ของผู้บริโภคเท่านั้น ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงไม่จำเป็นต้องใช้ในยุคนี้อาจจะใช้เพียงการโฆษณาอย่างง่ายๆ เพื่อบอกให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือกิจการบ้างเท่านั้น หรืออาจจะมีเพียงพนักงานขายที่ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้คอยรับคำสั่งซื้อ และคอยส่งมอบสินค้าให้เป็นไปตามปริมาณและเวลาที่กำหนดไว้เท่านั้น

2. แนวความคิดทางด้านผลิตภัณฑ์

แนวความคิดนี้จะยึดหลักว่าผู้บริโภค โภคจะพอใจผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพทำงานและรูปลักษณ์ที่ดีที่สุด ธุรกิจต่างๆจึงมุ่งเน้นที่ผลิตภัณฑ์มากกว่าความต้องการของผู้บริโภค โดยมุ่งความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นตลอดเวลาแนวความคิดนี้ก็เช่นเดียวกับแนวความคิดของด้านการผลิตคือบทบาททางการส่งเสริมการตลาดยังมีไม่มาก การโฆษณาและพนักงานขายจะถูกนำมาใช้เพื่อบอกกล่าวถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการจูงใจเพื่อให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของกิจการมีคุณภาพหรือคุณสมบัติที่ดีที่สุด

3. แนวความคิดทางการขาย

แนวความคิดนี้มุ่งความสำคัญของผู้ขายมากกว่าความต้องการซื้อของลูกค้า โดยยึดหลักว่าผู้ซื้อโดยทั่วไปจะไม่ซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการ ถ้าไม่ถูกกระตุ้นด้วยความพยายามในการขายและการส่งเสริมการตลาดอย่างเพียงพอ แนวความคิดนี้เชื่อว่าผู้บริโภคไม่มีความกระตือรือร้นที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ หรือมีแรงต้านทานการซื้อ จึงจำเป็นต้องได้รับการกระตุ้นเพื่อให้เกิดการซื้อ ดังนั้น ในยุคนี้บทบาทของการส่งเสริมการตลาดจึงถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

4. แนวความคิดทางการตลาด

แนวความคิดนี้เชื่อว่ากุญแจที่นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของกิจการคือ การตอบสนองความจำเป็น (Need) และความต้องการ (Want) ของตลาดเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง เนื่องจากปัจจุบันนี้ ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้มากกว่าความต้องการของตลาดที่มีอยู่ ปัญหาที่เผชิญอยู่จึงไม่ใช่การผลิตสินค้า แต่เป็นการดำเนินงานทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และวิธีที่สำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานทางการตลาดมีประสิทธิภาพก็คือ การใช้เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

5. แนวความคิดทางการตลาดเพื่อสังคม

แนวความคิดนี้ นอกจากจะยึดหลักการตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ และความสนใจของตลาดเป้าหมาย รวมทั้งการส่งมอบความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่งอยู่แล้ว กิจการยังต้องรักษาหรือพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของลูกค้าและสังคม

ในยุคนี้ ธุรกิจต่างๆได้พัฒนาขึ้นมาเป็นการตลาดเพื่อสังคมมากขึ้น เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดที่เน้นการโฆษณาและการขายโดยใช้พนักงานขายนั้นไม่เพียงพอ จึงได้มีการพัฒนารูปแบบต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรงเข้ามาช่วยสนับสนุนงานในด้านการตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการทำการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและสาธารณประโยชน์ เช่น มีการบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคมหรือคนด้อยโอกาส มีการสนับสนุนเหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมีการทำการโฆษณาสถาบัน มีการตั้งศูนย์รับข้อร้องเรียนหรือคำติชมจากลูกค้า เป็นต้น

การส่งเสริมการตลาดกับส่วนประสมทางการตลาด

งานทางการตลาดสมัยใหม่คือ งานที่ผู้ผลิตจะต้องค้นหาความต้องการของผู้บริโภคให้พบ และมีความพยายามที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วยสินค้าหรือบริการ เฉพาะอย่าง ในขณะที่เดียวกันจะต้องสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายของกิจการ ภายใต้ขอบเขต ทรัพยากรที่มีอยู่ ดังนั้น หน้าที่หนึ่งของนักการตลาดคือ การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ารวมทั้ง การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคซึ่งส่วนประสม ทางการตลาด (Marketing) หรือเรียกว่า 4Ps นั้นประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)

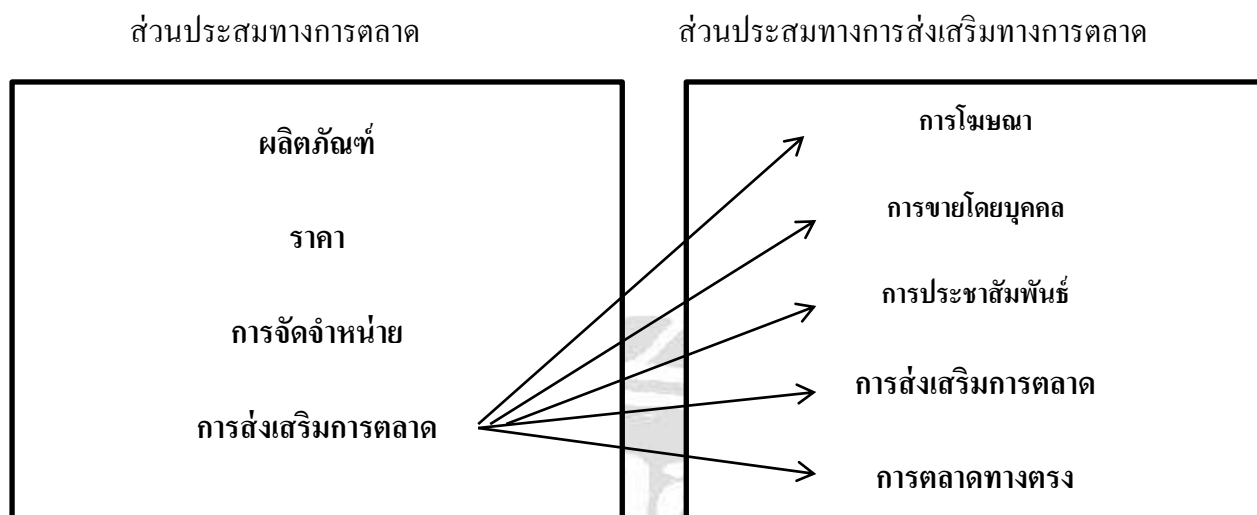
1.ผลิตภัณฑ์ อาจหมายถึงสินค้า (Goods) บริการ (Services) หรือความคิด (Ideas) ก็ได้ ที่ตอบสนองความพอใจของผู้บริโภคหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นรวมถึง ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Products) รวมถึงคุณภาพ คุณลักษณะ รูปแบบ ตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ ฉลาก ขนาด บริการ และการรับประกันคุณภาพ

2.ราคา คือสิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาที่ถูกต้อง เหมาะสม และยุติธรรมเมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรืออรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที สำคัญมากอย่างหนึ่งในงานทางการตลาด ในที่นี้ราคาประกอบด้วย การกำหนดราคาขายและเงื่อนไข ต่างๆในการขาย ซึ่งได้แก่ การให้ส่วนลด ส่วนคืน ระยะเวลาในการชำระเงินและวงเงินสินเชื่อ

3.การจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หรือบริการจะไม่เป็นที่พอใจแก่ผู้บริโภคมากนัก ถ้าไม่ได้อยู่ใน สถานที่และเวลาที่พวกเขาต้องการ นักการตลาดจึงต้องพิจารณาถึงสถานที่ (Where) เวลา (When) และใคร (By Whom) เป็นผู้ที่เสนอขายสินค้าหรือบริการ งานด้านการจัดจำหน่ายจะแบ่งเป็นสอง ส่วน 1)การเลือกช่องทางจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) เป็นวิธีการเลือกการจัดจำหน่ายตัว สินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นการขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคหรือเป็นการขายผ่านคนกลางก็ได้ 2)การกระจายตัวสินค้า (Physical of Distribution) เป็นการพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการกระจายตัวสินค้าไปให้ถึงมือของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ทั้งเวลา สถานที่ และปริมาณ ซึ่งการ รักษาสินค้า ฯลฯ

4.การส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาดคือ การสื่อสารของผู้ผลิตทำไปยังตลาด เป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลสื่อสาร ชักจูงใจ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติของผู้บริโภค เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมการณ์การซื้อเกิดขึ้น

กิจกรรมหรือเครื่องมือต่างๆ ทางการส่งเสริมการตลาด เรียกว่า ส่วนประสมทางการส่งเสริม การตลาด (Promotional Mix) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) ดังรูป 2.1



รูปที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดและการตลาด จากหนังสือการส่งเสริมการตลาดการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน หน้า 8

4.1 การโฆษณา เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารตลอดการจูงใจหรือการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ โดยผ่านสื่อมวลชนต่างๆ (Mass Media) และผู้ทำโฆษณาจะต้องจ่ายค่าเนื้อที่ ค่าเช่า หรือค่าเวลาให้แก่เจ้าของสื่อโฆษณานั้น

4.2 การขายโดยบุคคล เป็นการนำเสนอสินค้า บริการ หรือความคิด โดยพนักงานขายเป็นผู้นำการสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภค เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าหรือแบบตัวต่อตัว

4.3 การประชาสัมพันธ์ คือ โปรแกรมกิจกรรมต่างๆที่กระทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่ผลิตภัณฑ์และบริษัท หรือเป็นงานบริหารที่มุ่งหวังในการสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับบุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องด้วย

4.4 การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมต่างๆนอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้บุคคล และการประชาสัมพันธ์ที่ออกแบบมาเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดเช่น การจัดแสดงสินค้า การลดราคา การให้ของแถม ของแถม เป็นต้น

4.5 การตลาดทางตรง เป็นการติดต่อโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในลักษณะที่เป็นการติดต่อส่วนบุคคลโดยผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างให้เกิดการตอบสนองโดยตรงและเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นว่าการส่งเสริมการตลาดเป็นส่วนย่อยส่วนหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาดกับส่วนประสมทางการตลาดได้ดังรูปที่ 2.1

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ(วาสนา เหมือนพิทักษ์. (2555). *ความรู้เกี่ยวกับความพึงพอใจ*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.)

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พอใจเป็นอย่างมาก ยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อย

ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีต่องานที่ทำของบุคคลที่มีต่องานในทางบวก ความสุขของบุคคลเกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลเป็นที่พึงพอใจ ทำให้บุคคลเกิดความกระตือรือร้น มีความสุข ความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญและมีกำลังใจ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทยิดา ศิริพฤกษ์ (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารธนชาติ สาขาวงศ์สว่าง การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารธนชาติ สาขาวงศ์สว่างซึ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารธนชาติ สาขาวงศ์สว่าง ในด้านต่างๆ ได้แก่ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ และด้านเครื่องมือเครื่องใช้ โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพศชาย 194 ตัวอย่าง เพศหญิง 206 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนชาติ สาขาวงศ์สว่าง กลุ่มตัวอย่างได้รับความพึงพอใจในระดับมากต่อการมาใช้บริการของธนาคารธนชาติ สาขาวงศ์สว่าง ซึ่งประกอบด้วยพนักงาน และด้านการให้บริการ ส่วนด้านอาคารสถานที่ และด้านเครื่องมือเครื่องใช้อยู่ในระดับปานกลาง

ธารินี แก้วจันทร์ (2556: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) โดยผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขา ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 ตัวอย่าง ในระหว่างวันที่ 1 เมษายน ถึง 31 พฤษภาคม 2556 และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน) เป็นส่วนใหญ่ (55.75%) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี (32.25%) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี/สูงกว่า (40.75%) ทำธุรกิจส่วนตัว (21.75%) มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท (25.25%) มีความถี่ในการใช้บริการนานๆ ครั้ง (50%) ช่วงเวลาที่มารับบริการที่ไม่แน่นอน (53%) และในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างความพึงพอใจระดับมาก ทั้งด้านอาคาร

สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานและความเชื่อมั่นในความรู้ ด้านความเต็มใจและความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้าน ทัศนคติไม่ตรีและการเข้าถึงความรู้สึกลูกค้า รวมทั้งจากการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา ความถี่ในการใช้บริการและช่วงเวลาที่ติดต่อกับธนาคารต่างกันลูกค้าจะมีความพึงพอใจต่างกัน ส่วนปัจจัยเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ที่ต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ประเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์ (2557: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการ ให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ การศึกษาครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร เพื่อ ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ต่อการให้บริการด้านสินเชื่อตามปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญกรุงเทพมหานคร ที่มาใช้ บริการ จำนวน 378 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณ ค่า (Rating Scale) มีค่าอำนาจจำแนกความพึงพอใจ อยู่ระหว่าง .23 ถึง .93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล คือค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมุติฐาน โดยใช้ F-test ชนิด Independent Samples

บทที่ 3

รายละเอียดการปฏิบัติงาน

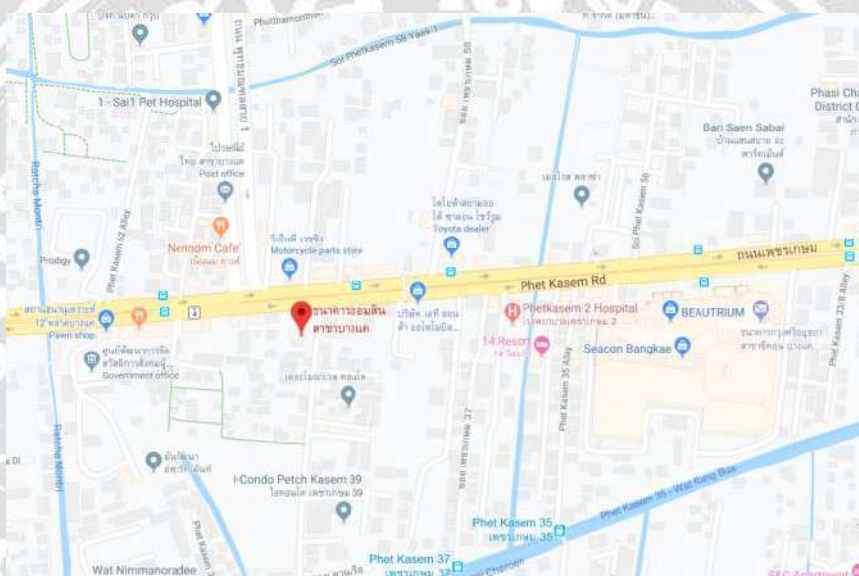
3.1 ชื่อและสถานที่ประกอบการ

ธนาคารออมสิน เขตบางแค

สำนักงาน : 709 หมู่ที่ 15 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ จังหวัดกรุงเทพฯ 10160

โทรศัพท์ : 02-454-0785

เวลาทำการ : จันทร์ – ศุกร์ เวลา : 08.30 น. – 15.30 น.



รูปที่ 3.1 แผนที่ตั้งของธนาคารออมสิน สาขาบางแค

3.2 ลักษณะการประกอบการ ผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

(<https://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>)

ธนาคารออมสินนอกจากการทำหน้าที่สถาบันการเงินเพื่อการออมของประเทศแล้ว ยังคงมุ่งมั่นในการทำหน้าที่สืบสานสร้างสรรค์พัฒนาสังคมในทุกด้านเพื่อสร้างความสุขที่ยั่งยืนให้พี่น้องคนไทย โดยในปีที่ผ่านมาธนาคารได้เป็นเสาหลักสำคัญของรัฐบาลในการผลักดันมาตรการต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในหลากหลายโครงการ อาทิ สินเชื่อประชารัฐเพื่อประชาชน / สินเชื่อแก้ไขปัญหาหนี้ครูและบุคลากรทางการศึกษา / บ้านประชารัฐ / การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาอาชีพและสร้างความรู้ทางการเงินแก่ผู้ประกอบการรายย่อยฯ / National e-Payment / มาตรการประชารัฐเพื่อแก้ไขปัญหาหนี้สินประชาชน (พักชำระหนี้) / มาตรการส่งเสริมความเป็นอยู่ในระดับหมู่บ้าน / โครงการแก้ไขปัญหาหนี้้นอกระบบอย่างบูรณาการและเบ็ดเสร็จ ซึ่ง

นอกจากนี้ยังมีแผนงานที่ดำเนินมาตั้งแต่ปี 2559 ภายใต้แนวคิด ออมเศรษฐกิจ ออมสังคม ออมสิ่งแวดล้อม อาทิ กิจกรรมตลาดนัดประชารัฐสีชมพู โครงการประกวดชุมชนประชารัฐ สีชมพู ซึ่งทุกกิจกรรม ทุกโครงการ ได้ดำเนินการสัมฤทธิ์ตามเป้าประสงค์ที่ทางรัฐบาลได้วางไว้ทำให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนในระบบ กระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เติบโตได้อย่างเข้มแข็ง และส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ SMEs ในเชิงบูรณาการได้อย่างยั่งยืนและยังมีบริการต่างๆ อาทิ

การบริการด้านเงินฝาก

● เงินฝากเพื่อเรียก

- เงินฝากออมเงิน ออมธรรม
- เงินฝากเพื่อเรียก
- เงินฝาก Youth Savings

● เงินฝากเพื่อเรียกพิเศษ

● เงินฝากประจำ

- เงินฝากประจำรายเดือนยกเว้นภาษี
- เงินฝากประจำ 3 เดือน และ 6 เดือน
- เงินฝากประจำ 12 เดือน

● เงินฝากกระแสรายวัน

● เงินประจำระยะยาว 24 M Plus และ 36 M Plus

● สลากออมสินพิเศษ

● สลากออมสินดิจิทัล

เงินฝากสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว

- แบบออมสินคู่ขวัญ
- แบบออมสินสุขใจ 12/6
- ออมสินสุขทวี 15/10 พลัส
- แบบออมมรดก / สินเพิ่มทรัพย์

บริการอื่นๆ

- Mobile Banking (MyMo)
- GSB Internet Banking
- บริการโอนเงินต่างประเทศ

บริการด้านสินเชื่อ

สินเชื่อเพื่อสังคม / รัฐบาล

- สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน
- สินเชื่อธุรกิจห้องแถว
- สินเชื่อสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่
- สินเชื่อสานฝันสู่อาชีพ

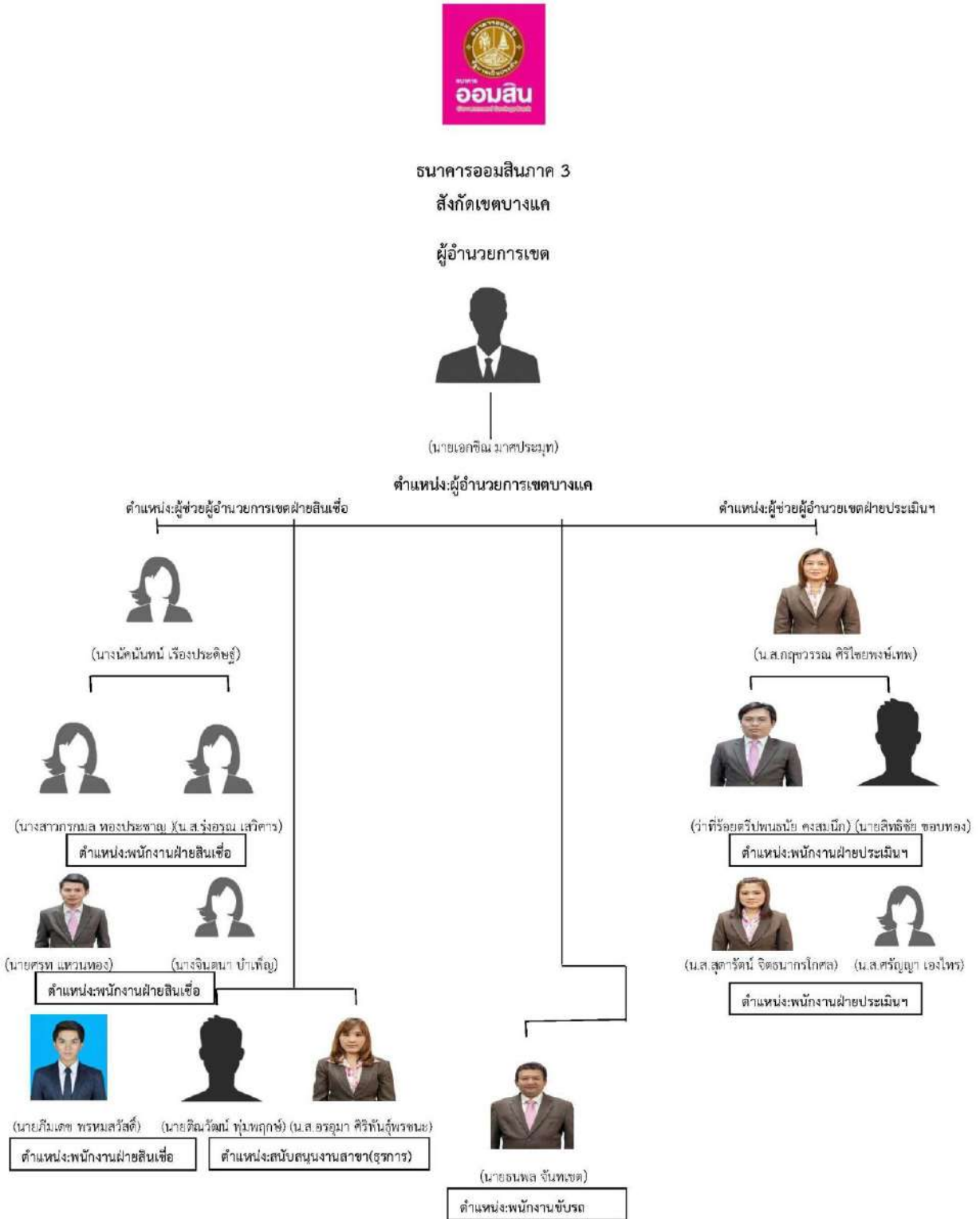
สินเชื่อเพื่อธุรกิจ / บุคคลทั่วไป

- สินเชื่อเคหะ
- สินเชื่อชีวิตสุขสันต์
- สินเชื่อไทรทองเอกประสงค์
- สินเชื่อเพื่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs Start UP



3.3 รูปแบบองค์กร

3.3.1 ผังโครงสร้างองค์กรและการบริหารธนาคารออมสิน สาขาบางแค



รูปที่ 3.2 ผังโครงสร้างองค์กรและการบริหารธนาคารออมสิน สาขาบางแค

หน้าที่และความรับผิดชอบตามโครงสร้างเป็นดังนี้

ผู้อำนวยการเขตบางแค

ควบคุมและกำกับดูแลหน่วยงานธนาคารออมสิน สาขาบางแคและในสังกัด

ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตฝ่ายสินเชื่อ

ควบคุมและกำกับดูแลฝ่ายสินเชื่อ

ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขตฝ่ายประเมินฯ

ควบคุมและกำกับดูแลฝ่ายประเมินราคาและพิธีการสินเชื่อ

พนักงานฝ่ายสินเชื่อ

แสวงหาลูกค้าธุรกิจ SMEs ในเขตพื้นที่รับผิดชอบภายในวงเงินกู้ตามที่ธนาคารกำหนดเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์และบริการสินเชื่อ รวมทั้งบริการทางการเงินอื่นๆที่เหมาะสมกับความต้องการและประเภทธุรกิจของลูกค้า โดยยึดถือนโยบายสินเชื่อธุรกิจ นโยบายสินเชื่อรายย่อยและนโยบายบริหารความเสี่ยงด้านเครดิต (Credit Risk Management Policy) เป็นแนวทางปฏิบัติ

พนักงานฝ่ายประเมินฯ

ดำเนินการประเมินราคาหลักทรัพย์ หรือจัดส่งงานสินเชื่อให้บริษัทประเมินราคาภายนอกตามรายชื่อในสัญญาจ้างของธนาคาร ตามหลักเกณฑ์ที่ธนาคารกำหนด เพื่อนำเสนอคณะกรรมการประเมินราคาหลักทรัพย์เขต พิจารณารับรองราคาประเมินหลักประกัน

พนักงานสนับสนุนงานสาขา (ธุรการ)

สนับสนุนการปฏิบัติงาน และติดตามประเมินผลการดำเนินงานของสาขาในสังกัดเขตให้เป็นไปตามเป้าหมายของธนาคาร

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่สาขาในสังกัดเขต และดำเนินการเกี่ยวกับงานธุรการทั่วไป รวมทั้งการปฏิบัติงานเลขานุการให้กับเขต

พนักงานขับรถ

ขับรถรับส่งพนักงานในสังกัดไปประชาสัมพันธ์ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ออกไปประชาสัมพันธ์ และส่งเอกสารต่างๆตามสาขาในสังกัดเขตบางแค

3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

นางสาวอรุณิษา เป็งหล้า	รหัสนักศึกษา 5904300040	ตำแหน่งผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อ
นายชนกานต์ ประพันธ์	รหัสนักศึกษา 5904300045	ตำแหน่งผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อ
นายชุตินันท์ นานามั่นคง	รหัสนักศึกษา 5904300347	ตำแหน่งผู้ช่วยเจ้าหน้าที่ฝ่ายสินเชื่อ

ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

1. เปิดใช้บริการระบบ Mobile Banking (MyMo) และ GSB Internet Banking

- ระบบ Mobile Banking (MyMo)
- ลูกค้ายกเว้นโหลด MyMo by GSB ลงบนโทรศัพท์มือถือของลูกค้า
- ขอเบอร์โทรศัพท์มือถือเครื่องที่ลูกค้าต้องการผูกระบบ กับบัญชีของลูกค้า ส่งให้ผู้จัดการหรือผู้ช่วยผู้จัดการอนุมัติในระบบ
- ลูกค้าเซ็นชื่อในเอกสารบางส่วน และรอรับข้อความการเปิดให้บริการได้ทันที

2. การตรวจสอบฐานะการเงินของลูกค้าสินเชื่อ

- การตรวจสอบเอกสารสำเนาสมุดเงินฝาก Statement และตัวเงินฝาก โดยการนำสำเนาสมุดเงินฝาก Statement มากรอกข้อมูลลงใน Microsoft Excel เพื่อตรวจสอบประวัติการฝากเงินและการถอนเงิน

3. การตรวจสอบบัญชีลูกหนี้ของธนาคารในการขอต่ออายุวงเงินสินเชื่อระยะสั้น

- ขอเอกสารจากลูกค้าเพื่อทบทวนสถานะทางการเงินในปัจจุบันของลูกค้า
- พิสูจน์รายได้ของลูกค้าโดยเปรียบเทียบสัดส่วนฐานะทางการเงินในปัจจุบันกับปีที่ผ่านมาว่าเป็นไปตามเกณฑ์ของธนาคารหรือไม่และลูกค้ายังมีความต้องการใช้เงินทุนหมุนเวียนกับทางธนาคารหรือไม่
- ถ้าเป็นไปตามเกณฑ์ของธนาคารทำแบบเสนออนุมัติแล้วจัดส่งให้สาขาเพื่อนำไปต่ออายุวงเงินการใช้สินเชื่อระยะสั้นในระบบต่อไป

4. การจัดเรียงเอกสารบิลค่าใช้จ่าย

- การนำบิลค่าใช้จ่ายมาเรียงตามวันเดือนและปี

5. การรับเข้า-ส่งออกเอกสารในระบบงานสารบัญญ (ระบบของธนาคาร)

- การนำเอกสารต่างๆทั้งภายในและภายนอกธนาคาร สแกนเอกสารเก็บเข้าในระบบสารบัญญ(ระบบของธนาคาร) และส่งอีเมลล์แจ้งให้บุคลากรในสังกัดทราบ

6. การจัดทำตลาดเชิงกิจกรรม

- 1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- 2. การติดต่อประสานงาน
- 3. การเตรียมการ
- 4. การจัดกิจกรรม
- 5. การสำรวจความพึงพอใจ

3.5 ชื่อและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

นางนันทน์ เรืองประดิษฐ์
นางสาวกรมล ทองประชาญ
นายศรุต แหวนทอง

ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต
พนักงานฝ่ายสินเชื่อ
พนักงานฝ่ายสินเชื่อ

3.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน

ในการปฏิบัติงาน โครงการสหกิจศึกษาใช้เวลาปฏิบัติงานตั้งแต่ 14 พ.ค.62 – 31 ส.ค.62 เป็นเวลา 16 สัปดาห์

3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. การกำหนดหัวข้อโครงการ ทำการปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษาเพื่อร่วมกันพิจารณาและกำหนดหัวข้อโครงการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของธนาคาร
2. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำตลาดเชิงกิจกรรม และข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
3. การดำเนินการจัดกิจกรรม การวางแผน ติดต่อประสานงาน การเตรียมการ รวมถึงการดำเนินการจัดการตลาดเชิงกิจกรรมและการเก็บแบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม
4. การรวบรวมข้อมูล ทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการตลาดเชิงกิจกรรมและข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจความพึงพอใจเพื่อนำมาวิเคราะห์และประมวลผล
5. การสรุปผลการดำเนินงานและจัดทำรูปเล่มโครงการ ทำการสรุปผลการดำเนินงานและจัดทำรูปเล่มโครงการสหกิจศึกษา

ตารางที่ 3.1 ระยะเวลาในการดำเนินการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.
1.การกำหนดหัวข้อโครงการ	↔			
2.การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล		↔		
3.การดำเนินการจัดกิจกรรม			↔	
4.การรวบรวมข้อมูล			↔	
5.การสรุปผลการดำเนินงานและจัดทำรูปเล่มโครงการ				↔

3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

Hardware

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. เครื่อง Printer
3. เครื่องคิดเลข
4. เครื่อง Scanner

Software

1. โปรแกรม Microsoft Word
2. โปรแกรม Microsoft Excel

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ

โครงการฉบับนี้เป็นการจัดกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารสิน สาขาบางแค โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

- 4.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
- 4.2 การติดต่อประสานงาน
- 4.3 การเตรียมการ
- 4.4 การจัดกิจกรรม
- 4.5 การสำรวจความพึงพอใจ

4.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

4.1.1 การประชุมวางแผน

การประชุมวางแผนของคณะผู้จัดทำ พนักงานฝ่ายสินเชื่อ และพนักงานฝ่ายประเมินฯ ในการประชุมครั้งนี้แจ้งให้ทราบถึงจุดประสงค์คือ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจของธนาคาร ผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคาร แอปพลิเคชันMyMo และการให้คำปรึกษาขอสินเชื่อเงิน เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดกับลูกค้า ให้คำชี้แจงข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ และการให้บริการกับลูกค้า



รูปที่ 4.1 การประชุมวางแผนกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ชี้แจงข้อมูลที่ใช้ในการให้บริการ และการให้บริการกับลูกค้า

4.1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

การจัดการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแคครั้งนี้มีเป้าหมายคือเข้าไปประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝาก ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รู้จักการออมเงินเปิดบัญชีออมทรัพย์และแอปพลิเคชันMyMo เพื่อความสะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือและโอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. สถาบันการศึกษา

เน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับนักเรียนและบุคลากรในโรงเรียนได้รู้จักการออมเงิน เปิดบัญชีออมทรัพย์เพื่อออมเงินและแอปพลิเคชันMyMo เพื่อความสะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และยังสามารถจ่ายบิลโดยการสแกนQR Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo

2. บริษัทเอกชน

เน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับบุคลากร โดยให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อการขอยื่นกู้เงินผ่านทางธนาคารออมสิน เปิดบัญชีออมทรัพย์ และแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อความสะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือและจ่ายบิลโดยการสแกนQR Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo

3. ผู้ประกอบการ

เน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับผู้ประกอบการรายย่อยได้แก่พ่อค้า แม่ค้า ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อการขอยื่นกู้เงินผ่านทางธนาคารออมสินเฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า เปิดบัญชีออมทรัพย์ และแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อความสะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือและจ่ายบิลโดยการสแกนQR Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo

4.2 การติดต่อประสานงาน

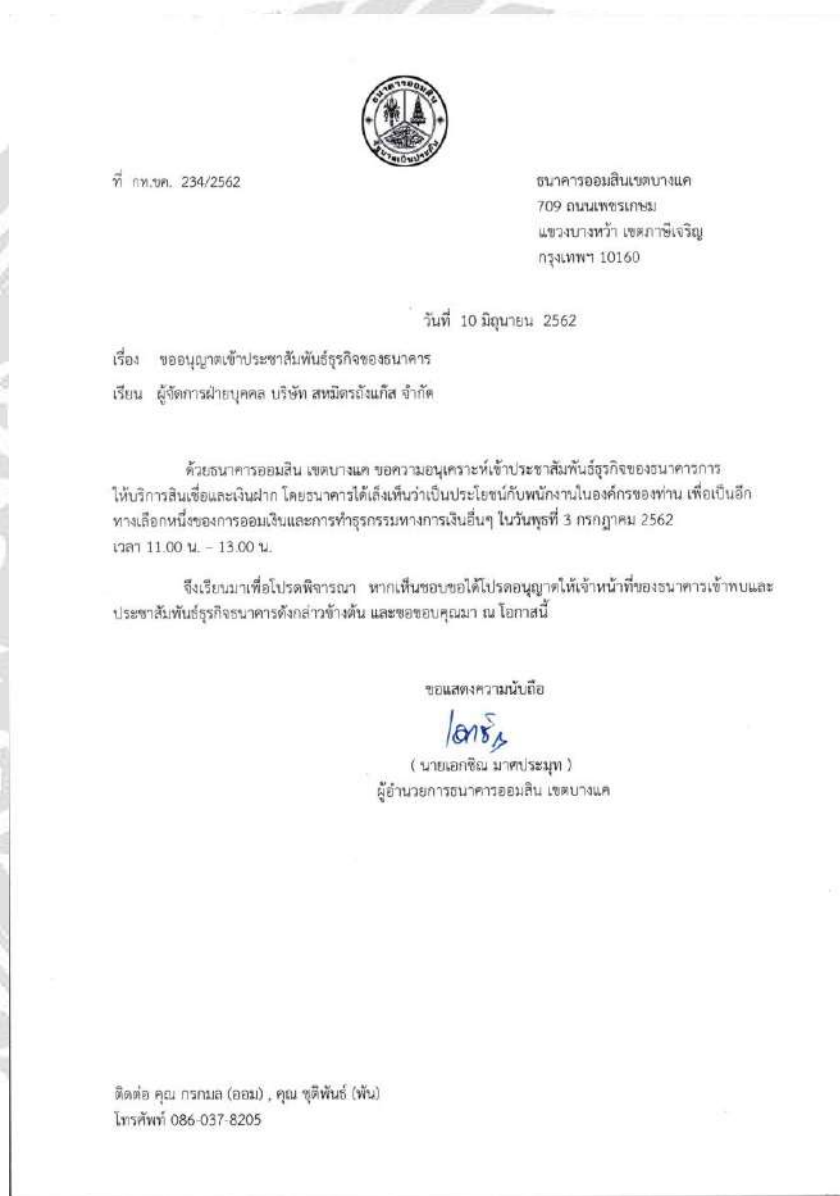
ในการติดต่อประสานงานทางคณะผู้จัดทำได้มีการวางแผนโคเนมิกกระบวนการติดต่อดังนี้

1.การติดต่อผ่านทางโทรศัพท์มือถือ

ทางคณะผู้จัดทำได้มีการติดต่อกับทางฝ่ายบุคคลของสถานที่ที่จะไปจัดตั้งบูธผ่านการพูดคุยทางโทรศัพท์สอบถามข้อมูลในการขออนุญาตเข้าประชาสัมพันธ์ธุรกิจของธนาคาร ให้คำปรึกษาด้านการขอยื่นกู้เงินผ่านทางธนาคารออมสิน และผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคาร หลังจากที่สื่อสารผ่านทางโทรศัพท์ถ้าทางสถานที่สนใจ ก็จะนัดวันและเวลากับทางฝ่ายบุคคลทันที หรือจะมีการส่งอีเมลล์ไปให้ทางฝ่ายบุคคลของสถานที่นั้น ในอีเมลล์ที่ส่งไปก็จะมีไฟล์เอกสารแนบไปด้วย หลังจากนั้นจะรอการตอบรับผ่านทางอีเมลล์ ถ้าทางสถานที่สนใจจะส่งอีเมลล์ตอบรับกลับมา และในวันที่ไปออกบูธจะต้องนำเอกสารขออนุญาตประชาสัมพันธ์เพื่อไปยื่นให้กับทางสถานที่ออกบูธ

2.การนำเอกสารไปยื่นให้กับทางสถานที่ออกบัตรโดยตรง

ทางคณะผู้จัดทำได้เดินทางเข้าไปที่สถานที่ที่จะไปออกบัตรเพื่อทำการปรึกษาและขออนุญาตเข้าประชาสัมพันธ์ธุรกิจของธนาคาร เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และการให้คำปรึกษาด้านการยื่นกู้ผ่านทางธนาคาร หลังจากที่สถานที่ที่ตอบตกลงก็จะมีการติดต่อกลับมาทางโทรศัพท์ และตกลงนัดวันเวลา



รูปที่ 4.2 เอกสารขออนุญาตเข้าประชาสัมพันธ์ที่ใช้แนบในอีเมลล์ให้กับสถานที่ออกบัตร และใช้เป็นเอกสารเข้าไปยื่นให้กับทางสถานที่ออกบัตร ในเอกสารก็จะระบุวันเวลาชัดเจน

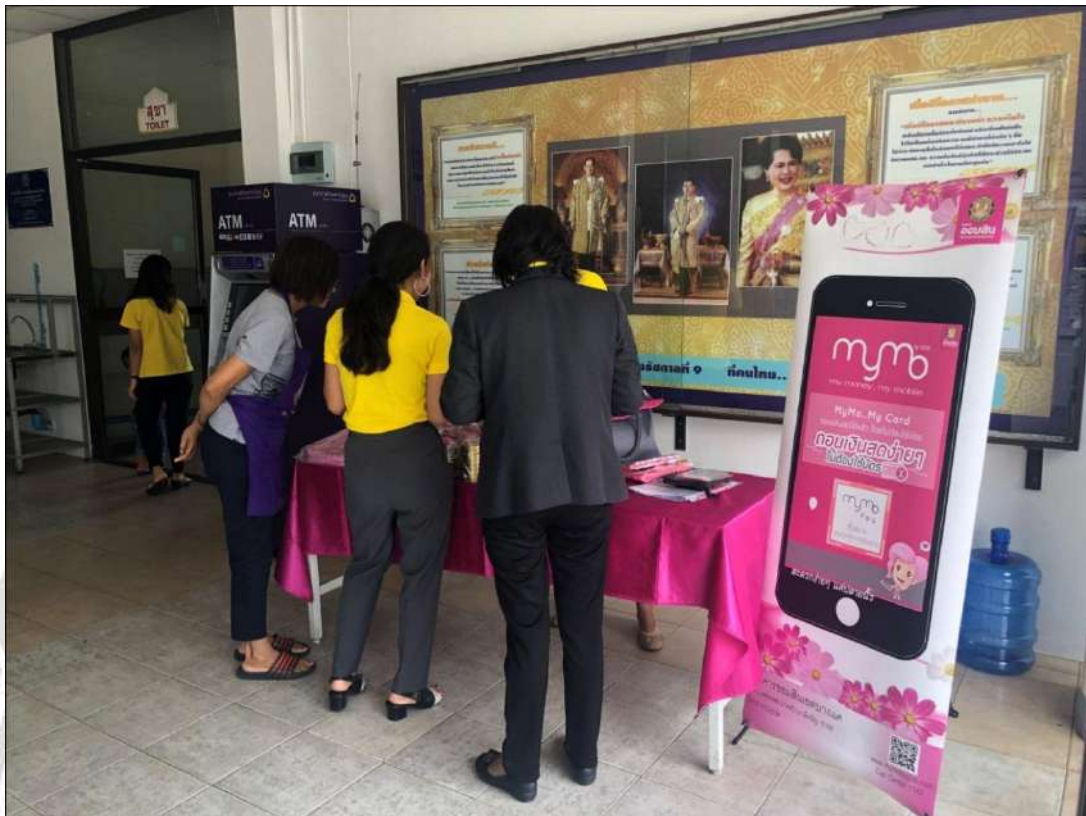
4.3 การเตรียมการ

4.3.1 การตกแต่งและจัดเตรียมสถานที่

ทางคณะผู้จัดทำและพนักงานของธนาคารออมสินได้ลงมือตกแต่งบุชเตรียมความพร้อมรายละเอียดในการให้ข้อมูลกับลูกค้า เอกสารต่างๆในการให้ข้อมูล และตกแต่งบุชในความเป็นเอกลักษณ์ของธนาคาร ทางธนาคารจะทำการจัดเตรียมสถานที่ในวันที่จะออกไปทำกิจกรรมโดยการไปก่อนเวลา 1-2 ชั่วโมง เพื่อจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆ



รูปที่ 4.3 การจัดเตรียมสถานที่ ณ บริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด



รูปที่ 4.4 การจัดเตรียมสถานที่ ณ บริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด



รูปที่ 4.5 การจัดเตรียมสถานที่ ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



รูปที่ 4.6 การจัดเตรียมสถานที่ ณ ตลาดนัดสวัสดิการทหารอากาศ



รูปที่ 4.7 การจัดเตรียมสถานที่ ณ สนามบินดอนเมือง



รูปที่ 4.8 การจัดเตรียมสถานที่ ณ โรงเรียนราชวินิตบางแคปานขำ

4.3.2 เตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำกิจกรรม

เตรียมเครื่องมือที่จะใช้ในการทำกิจกรรมโดยมีดังนี้

1. เครื่อง Printer
2. คอมพิวเตอร์
3. สมุดจดบันทึก
4. กระดาษ A4
5. แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ได้แก่ แอปพลิเคชัน MyMo Smart Life Smart Care บัตรเดบิต บัตรเครดิต
6. ของที่ระลึก
7. ป้ายไว้นิตของธนาคาร
8. โต๊ะ
9. เก้าอี้
10. ปลั๊กพ่วง
11. อุปกรณ์เครื่องเขียน
12. เอกสารที่ใช้ในการเปิดบัญชี
13. ไมโครโฟน
14. ลำโพง

4.4 การจัดกิจกรรม

4.4.1 การประชาสัมพันธ์

ในการประชาสัมพันธ์ เป็นการขยายการตลาดให้กับธนาคารออมสินเป็นที่รู้จักได้มากเพราะเป็นการนำเอาเครื่องมือสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้ การโฆษณาแอปพลิเคชัน เพื่อเชิญชวนหรือชักจูงและสามารถแจ้งข่าวสารต่างๆให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อได้ทราบถึงข้อมูลของแอปพลิเคชัน ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทางธนาคารได้เลือก เช่น แผ่นพับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และการเข้าไปจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ แต่ละกลุ่มเป้าหมายก็จะมีวิธีการประชาสัมพันธ์ที่ต่างกันดังนี้

1. สถาบันการศึกษา จะเน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับนักเรียนและบุคลากรในโรงเรียนได้รู้จักการออมเงิน เปิดบัญชีออมทรัพย์เพื่อออมเงินและแอปพลิเคชันMyMo เพื่อความสะดวกสบายในการโอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และยังสามารถจ่ายบิลโดยการสแกนQR Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo



รูปที่ 4.9 การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีกิตติบริหารธุรกิจ



รูปที่ 4.10 การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีกิตติบริหารธุรกิจ เป็นรถตู้ของธนาคารที่ใช้ในการถ่ายสำเนาบัตรประชาชน และใช้ในการเปิดใช้แอปพลิเคชันMyMo



รูปที่ 4.11 การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีกิตติบริหารธุรกิจ



รูปที่ 4.12 การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนวัดชัยฉิมพลี



รูปที่ 4.13 การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนวัดชัยฉิมพลี



รูปที่ 4.14 การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนวัดชัยนิมิต



รูปที่ 4.15 การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยพาณิชยการธนบุรี



รูปที่ 4.16 การประชาสัมพันธ์ ณ วิทยาลัยพาณิชยการธนบุรี



รูปที่ 4.17 การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม



รูปที่ 4.18 การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม



รูปที่ 4.19 การประชาสัมพันธ์ ณ โรงเรียนมัธยมวัดหนองแขม

2. ผู้ประกอบการ จะเน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับผู้ประกอบการรายย่อยได้แก่ พ่อค้า แม่ค้า ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อการขยืมกู้เงินผ่านทางธนาคารออมสินเฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า เปิดบัญชีออมทรัพย์ และแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อความสะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทาง โทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือและจ่ายบิลโดยการสแกน QR Code ผ่านทาง แอปพลิเคชัน MyMo



รูปที่ 4.20 การประชาสัมพันธ์ ณ ตลาดนัดเขารามอินทรา



รูปที่ 4.21 การประชาสัมพันธ์ ณ ตลาดนัดเขารามอินทรา



รูปที่ 4.22 การประชาสัมพันธ์ ณ สนามบินดอนเมือง



รูปที่ 4.23 การประชาสัมพันธ์ ณ สนามบินดอนเมือง



รูปที่ 4.24 การประชาสัมพันธ์ ณ สนามบินดอนเมือง

3.บริษัทเอกชน จะเน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อการขอยื่นกู้เงินผ่านทางธนาคารออมสิน เปิดบัญชีออมทรัพย์ และแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อความสะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือและจ่ายบิลโดยการสแกนQR Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo



รูปที่ 4.25 การประชาสัมพันธ์ ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



รูปที่ 4.26 การประชาสัมพันธ์ ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



รูปที่ 4.27 การประชาสัมพันธ์ ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

4.4.2 การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อและการขอยืมกู้เงิน

ทางธนาคาร ได้ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อและการขอยืมกู้เงินกับลูกค้า โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ 1. ผู้ประกอบการ 2.บริษัทเอกชน

1. ผู้ประกอบการ จะเป็นโครงการธนาคารเพื่อประชาชน วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นเงินทุนหรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ หรือเป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ หรือชำระหนี้ อื่นๆ วงเงินกู้ ให้กู้ได้ตามความจำเป็นและความสามารถในการชำระคืนไม่เกินรายละ 200,000 บาท



รูปที่ 4.28 การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ณ บริษัท สลอม อีเล็คทริก จำกัด



รูปที่ 4.29 การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ณ บริษัท สลอม อีเล็คทริก จำกัด



รูปที่ 4.30 การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ตลาดนัดสวัสดิการทหารอากาศ

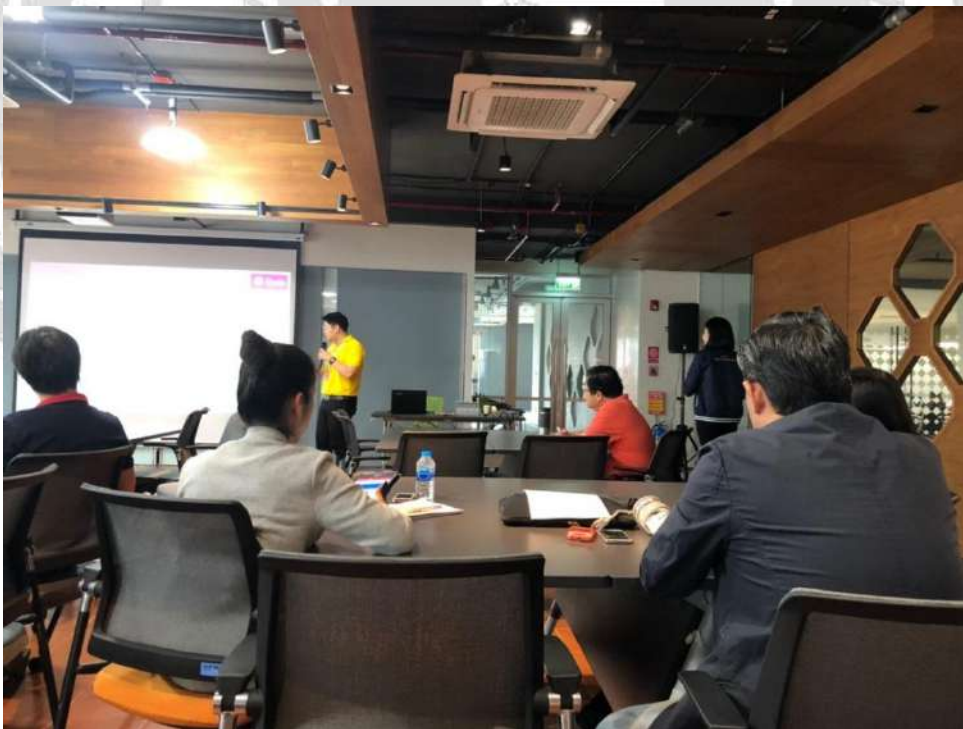


รูปที่ 4.31 การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ ตลาดนัดสวัสดิการทหารอากาศ

2. บริษัทเอกชน จะเป็น สินเชื่อ Start Up SMEs ได้เวลาสตาร์ทเครื่องประเทศไทยให้ไอเดียของคุณขับเคลื่อนเมืองไทย ทะยานสู่อากาศ ธนาคารออมสินพร้อมร่วมลงทุนและให้สินเชื่อกับความคิดสร้างสรรค์ คุณสมบัติของผู้กู้ 1.เป็นนิติบุคคลจดทะเบียนตามกฎหมายไทย หรือบุคคลธรรมดา 2. เป็นผู้ประกอบการที่เริ่มประกอบกิจการ หรือ ประกอบกิจการมาไม่เกิน 3 ปี หรือ เป็นผู้ประกอบการอยู่แล้ว ที่มีนวัตกรรมใหม่ มีผลิตภัณฑ์ใหม่ มีสายการผลิตใหม่ วงเงินกู้ต่อรายสูงสุดไม่เกินรายละ 10,000,000 บาท



รูปที่ 4.32 การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อกิจ กข (Knowledge Exchange for Innovation and Entrepreneurship)



รูปที่ 4.33 การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อกิจ กข (Knowledge Exchange for Innovation and Entrepreneurship)

4.4.3 การจัดกิจกรรมในบรูช

ทางคณะผู้จัดทำได้รับหน้าที่เป็นผู้ดูแลกิจกรรมเล่นเกมภายในบรูช เป็นกิจกรรมที่สามารถสื่อสารไปยังผู้เข้าร่วมกิจกรรม และสร้างความบันเทิงให้กับผู้มาร่วมกิจกรรม และยังสามารถใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตจริง

ผู้ร่วมกิจกรรมต้องทำตามกติกาและขั้นตอนดังนี้

1. โหลดแอปพลิเคชัน MyMo
2. เข้าใช้บริการ และฟังทางคณะผู้จัดทำอธิบายวิธีการใช้แอปพลิเคชัน MyMo หลังจากนั้นจะได้รับกระเป๋าฟ้าคนละ 1 ใบ
3. เชิญชวนเพื่อน ๆ มาเปิดบัญชีจะได้กระปุกออมสินเป็นที่ระลึก



รูปที่ 4.34 หน้าแอปพลิเคชัน MyMo



รูปที่ 4.35 ของที่ระลึก



รูปที่ 4.36 พิธีมอบของที่ระลึกที่แจกน้องๆและคณะอาจารย์ที่ร่วมกิจกรรม ณ วิทยาลัยเทคโนโลยีกิตติบริหารธุรกิจ

4.5 การสำรวจความพึงพอใจ

ในการสำรวจความพึงพอใจ ทางคณะผู้จัดทำได้มีการดำเนินการเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อนำมาสู่การปรับปรุง และพัฒนาในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป โดยในการสำรวจความพึงพอใจมีกระบวนการดังนี้

1. การออกแบบสอบถาม โดยมีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ เพื่อจัดทำและออกแบบสอบถาม
2. การแจกแบบสอบถาม นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการ จากผู้ที่เข้ามาใช้บริการจำนวน 110 คน
3. ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลนำมาวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อหาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ย ในการรายงานผลวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการสำรวจความพึงพอใจ

การศึกษาเรื่องการจัดกิจกรรมเชิงการตลาดของฝ่ายสินเชื่อนาคารออมสิน สาขาบางแค จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 คน อาจารย์ที่ปรึกษาได้มีการตรวจแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ตามที่กำหนดเอาไว้ แล้วทำการประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย ในการรายงานผลวิเคราะห์ข้อมูล สามารถจำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ปัจจุบันท่านใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการใดของธนาคารออมสิน วัตถุประสงค์การเข้าบัญชี รับรู้ข่าวสารบัญชีของธนาคาร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจแบ่งเป็น 9 ประเภท

- 2.1 สถานที่ตั้งของบัญชี
- 2.2 การจัดกิจกรรมของบัญชี
- 2.3 ความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย
- 2.4 ความสวยงามของบัญชี
- 2.5 ของที่ระลึกในงาน
- 2.6 การให้บริการของเจ้าหน้าที่
- 2.7 การให้คำแนะนำ และข้อมูลของเจ้าหน้าที่
- 2.8 เอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจ ชัดเจนเข้าใจง่าย
- 2.9 การประชาสัมพันธ์

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในส่วนของคำถามเป็นการวัดระดับความพึงพอใจนั้นจะใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับซึ่งมีเกณฑ์ที่ใช้แปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 103)

พึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.51-5.00 คะแนน
พึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.51-4.50 คะแนน
พึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.51-3.50 คะแนน
พึงพอใจน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.51-2.50 คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.00-1.50 คะแนน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน

- 1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบางแค
- 3.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบางแค

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	52	47.27
หญิง	58	52.73
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 52.73 รองลงมาคือเพศชายคิดเป็นร้อยละ 47.27

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	83	75.45
21-30 ปี	14	12.73
31-40 ปี	10	9.09
41ปี ขึ้นไป	3	2.73
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 20 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.45 รองลงมา ระหว่างอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.73 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.09 และรองลงมา อายุระหว่าง 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	87	79.09
ปริญญาตรี	11	10.00
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	12	10.91
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.09 รองลงมา มีระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.91

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	11.82
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	28	25.45
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3	2.73
อื่นๆ	66	60.00
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา มีอาชีพลูกจ้าง และพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 25.45 รองลงมา มีอาชีพรับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.82 และอาชีพค้าขาย และธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 2.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	77	70.00
15,000 – 30,000 บาท	26	23.64
30,001 – 50,000 บาท	2	1.82
50,001 – 70,000 บาท	4	3.64
70,000 บาทขึ้นไป	1	0.91
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.5 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.64 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 50,001-70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.64 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.82 และมีรายได้ต่อเดือน 70,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.91 ตามลำดับ

2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการผ่านโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางแค

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ปัจจุบันท่านใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการใดของธนาคารออมสิน	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	29	26.36
ไม่ใช่	81	73.64
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.6 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการใดของธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 73.64 และผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 26.36

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเข้าบุร

วัตถุประสงค์ในการเข้าบุร	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเยี่ยมชมและเข้าร่วมกิจกรรมในบุร	30	27.27
เพื่อเข้าใช้บริการของธนาคาร	41	37.27
เพื่อสอบถามข้อมูล	21	19.09
เพื่อปรึกษาทางการเงิน	18	16.36
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.7 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเพื่อเข้าใช้บริการของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 37.27 รองลงมาเพื่อเยี่ยมชมและเข้าร่วมกิจกรรมในบุร คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมาเพื่อสอบถามข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 19.09 และเพื่อปรึกษาทางการเงินคิดเป็นร้อยละ 16.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรับรู้ข่าวสารบุรของธนาคาร

รับรู้ข่าวสารบุรของธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
สื่อวิทยุ	4	3.64
สื่อโทรทัศน์	16	14.55
สื่อหนังสือพิมพ์	7	6.36
สื่อโปสเตอร์	25	22.73
สื่ออินเทอร์เน็ต	50	45.45
อื่นๆ	8	7.27
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.8 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารของบุรมาจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาสื่อโปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 22.73 รองลงมาสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 14.55 รองลงมาสื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.27 รองลงมาสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 6.36 และ สื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 3.64 ตามลำดับ

3.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบางแค

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวม

ความพึงพอใจ	\bar{X}	แปลผล
1. สถานที่ตั้งของบงูธ	4.19	มาก
2. การจ้ดกิจกรรมของบงูธ	4.15	มาก
3. ความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย	4.22	มาก
4. ความสวยงามของบงูธ	4.23	มาก
5. ของที่ระลึกในงาน	4.24	มาก
6. การให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.39	มาก
7. การให้คำแนะนำ และข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.35	มาก
8. เอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจ ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.24	มาก
9. การประชาสัมพันธ์	4.28	มาก
รวม	4.25	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบางแค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทั้ง 9 ด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาคือ ด้านการให้คำแนะนำ และข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.28$) ด้านของที่ระลึกในงาน ($\bar{X} = 4.24$) ด้านเอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจ ชัดเจนเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.24$) ด้านความสวยงามของบงูธ ($\bar{X} = 4.23$) ด้านความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.22$) ด้านสถานที่ตั้งของบงูธ ($\bar{X} = 4.19$) และด้านการจัดกิจกรรมของบงูธ ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาด 9 ด้าน

จากการเก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรม พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทั้ง 9 ด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ระดับมากเช่นเดียวกัน

แม้ว่าผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกด้านจะอยู่ระดับมากแต่คณะผู้จัดทำเห็นว่าควรจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาการจัดกิจกรรมเพื่อให้ประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

1. ด้านสถานที่ตั้งของบูธ จากการดำเนินงาน พบว่า สถานที่ตั้งบูธในบางแห่งยังไม่เหมาะสม เนื่องจากอยู่ในสถานที่ที่ไม่ดึงดูดใจ ทำให้คนเข้าร่วมกิจกรรมน้อย คณะผู้จัดทำจึงเห็นว่าทางธนาคารควรมีการการติดต่อประสานงานกับผู้รับผิดชอบในแต่ละบริษัทที่จะเข้าไปจัดกิจกรรมเพื่อขอสถานที่ที่จะทำให้สามารถเห็นได้ง่าย หรือเพิ่มการตกแต่งสถานที่ให้มีความโดดเด่นมากขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น

2. ด้านการจัดกิจกรรมของบูธ จากการดำเนินงาน พบว่า กิจกรรมในบูธยังมีค่อนข้างน้อยทำให้บางครั้งกลุ่มเป้าหมายไม่ให้ความสนใจ ดังนั้น ทางธนาคารควรมีการปรับปรุงโดยมีการจัดกิจกรรมในบูธมากกว่านี้เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมสนุกและยังได้รับความรู้ในการทำกิจกรรม

5.2 สรุปผลที่ได้จากการทำโครงการ

5.2.1 ผลที่ได้รับจากการทำโครงการ

ด้านวิชาการและความรู้

1. ได้ทราบถึงรูปแบบและวิธีการจัดกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรม
2. ได้นำความรู้เกี่ยวกับการจัดการเชิงการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน
3. ได้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการทำการตลาดเชิงกิจกรรม

ด้านสังคม

1. ได้เรียนรู้การตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบของตนเอง

5.2.2 ปัญหาที่พบจากการทำโครงการและแนวทางแก้ปัญหา

ปัญหา : 1. ข้อมูลรายละเอียดในการทำการตลาดเชิงกิจกรรมบางส่วนมีความซับซ้อน

2. คณะผู้จัดทำยังไม่มีประสบการณ์ในการจัดทำโครงการสหกิจศึกษา

แนวทางแก้ปัญหา : ขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และพนักงานที่ปรึกษา

5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำโครงการสหกิจศึกษา

1. ต้องเตรียมข้อมูลให้พร้อมกับการทำโครงการ
2. ต้องมีความรับผิดชอบและกระตือรือร้นต่อหน้าที่ของตนเองที่ได้รับมอบหมาย

5.3 สรุปผลจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.3.1 ผลที่ได้รับจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

ด้านวิชาการและความรู้

1. ได้เรียนรู้วิธีการใช้งานของแอปพลิเคชัน MyMo
2. ได้เรียนรู้การรับเข้า-ส่งออกเอกสารในระบบงานสารบัญของธนาคาร
3. ได้เรียนรู้การตรวจสอบฐานะการเงินของลูกค้าสินเชื่อ

ด้านสังคม

1. ได้ฝึกความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกับผู้อื่น
2. ได้เรียนรู้และพัฒนาตนเองในการทำงานเป็นทีม
3. ได้เรียนรู้การพูดคุยสนทนาที่เป็นทางการ และเพิ่มทักษะประสบการณ์จาก

สถานการณ์จริง

5.3.2 ปัญหาที่พบจากการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาและแนวทางแก้ปัญหา

ปัญหา : งานที่ได้รับมอบหมายมีความซับซ้อน ทำให้มีความล่าช้าและเกิดข้อผิดพลาดต่อการทำงาน

แนวทางแก้ปัญหา : การขอคำปรึกษาจากพนักงานที่ปรึกษา และจรรยาละเอียดต่างๆ

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

1. ต้องเรียนรู้ และทำตามกฎระเบียบของสถานที่ฝึกงาน
2. หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานควรปรึกษาพนักงานที่ปรึกษาทันที
3. มีการจัดบันทึกข้อมูลที่พนักงานที่ปรึกษาสอน

บรรณานุกรม

- กระทรวงการคลัง. (2558). *ธนาคารออมสิน*. เข้าถึงได้จาก <http://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>.
- เกรียงไกร กาญจนะ โภคิน. (2549). *Event Marketing*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีด เซ็นเตอร์.
- ทยา ศิริพฤกษ์. (2554). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารชนชาติ สาขาวงศ์สว่าง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธารินี แก้วจันทร์. (2556). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก(ท่าพระ-ตากสิน)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์. (2557). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- วาสนา เหมือนพิทักษ์. (2555). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ SME BANK สาขาสำนักพหลโยธิน เขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุวิมล แม้นจริง และ เกยูร ไบบัวกลิ่น. (2550). *Marketing Promotion IMC การส่งเสริมการตลาด การสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน*. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค

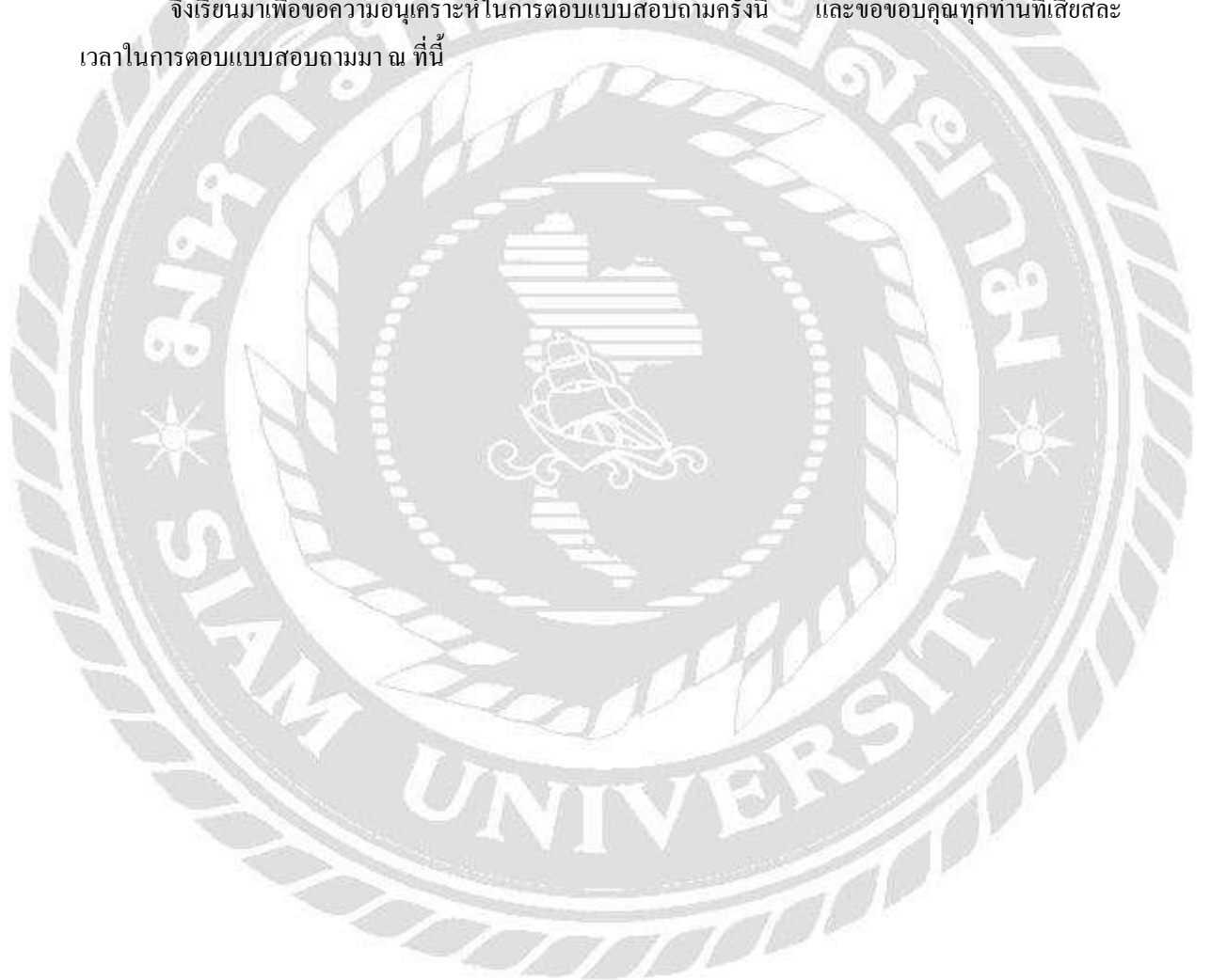
คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อธนาคารออมสินสาขาบางแค

แบบสอบถามชุดนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสยาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบางแค เพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการยิ่งขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ และขอขอบคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้



นางสาวอรุณิษา เป็งกล้า

นายชนกานต์ ประทีนยะ

นายชุตินันท์ นานามั่นคง

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการทั่วไป

มหาวิทยาลัยสยาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ” การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค ”

คำชี้แจง : วัตถุประสงค์ในการสอบถามข้อมูลครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการจัดบุรุษของธนาคารออมสิน สาขาบางแค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกและเติมคำตอบลงในช่องว่าง

1. เพศ
() ชาย () หญิง
2. อายุ
() ไม่เกิน 20 ปี () 21-30 ปี
() 31-40 ปี () 41 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
() ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป
4. อาชีพ
() รัฐบาล/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน
() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว () อื่นๆ(โปรดระบุ).....
5. รายได้
() ต่ำกว่า 15,000 บาท () 15,000 – 30,000 บาท
() 30,001 – 50,000 บาท () 50,001 – 70,000 บาท
() 70,000 บาทขึ้นไป
6. ปัจจุบันท่านใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการใดของธนาคารออมสิน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() ใช่ (โปรดตอบข้อ 6.1-6.3) () ไม่ใช่ (ข้ามทำข้อ 7)
- 6.1 สินเชื่อ
() สินเชื่อรายย่อย () สินเชื่อบุคคล
() สินเชื่อเพื่อธุรกิจ
- 6.2 เงินฝาก
() สลากออมสิน () บัญชีเงินฝากเพื่อเรียก
() บัญชีเงินฝากประจำ () บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน

6.3 บริการอื่นๆ

- () บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ () แอปพลิเคชัน MyMo
 () อื่นๆ(โปรดระบุ).....

7. วัตถุประสงค์การเข้าบูธ

- () เพื่อเยี่ยมชมและเข้าร่วมกิจกรรมในบูธ () เพื่อเข้าใช้บริการ
 () สอบถามข้อมูล () ปรีกษาทางการเงิน

8. รับรู้ข่าวสารของธนาคาร

- () สื่อวิทยุ () สื่อโทรทัศน์
 () สื่อหนังสือพิมพ์ () สื่อโปสเตอร์
 () สื่ออินเทอร์เน็ต () อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อบูธธนาคารออมสินสาขาบางแค

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านต้องการเลือกและเติมคำตอบลงในช่องว่าง

หมายเหตุ : 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. สถานที่ตั้งของบูธ					
2. การจัดกิจกรรมของบูธ					
3. ความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย					
4. ความสวยงามของบูธ					
5. ของที่ระลึกในงาน					
6. การให้บริการของเจ้าหน้าที่					
7. การให้คำแนะนำ และข้อมูลของเจ้าหน้าที่					
8. เอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจ ชัดเจน เข้าใจง่าย					
9. การประชาสัมพันธ์					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

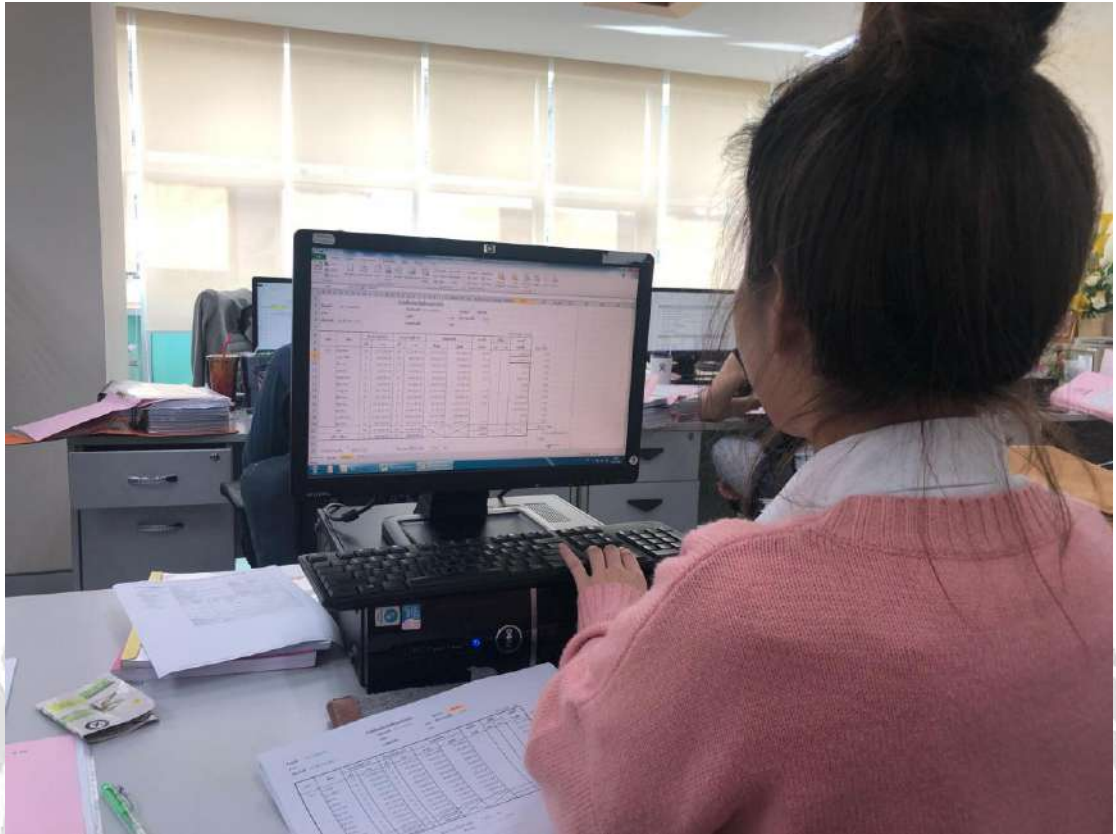
.....

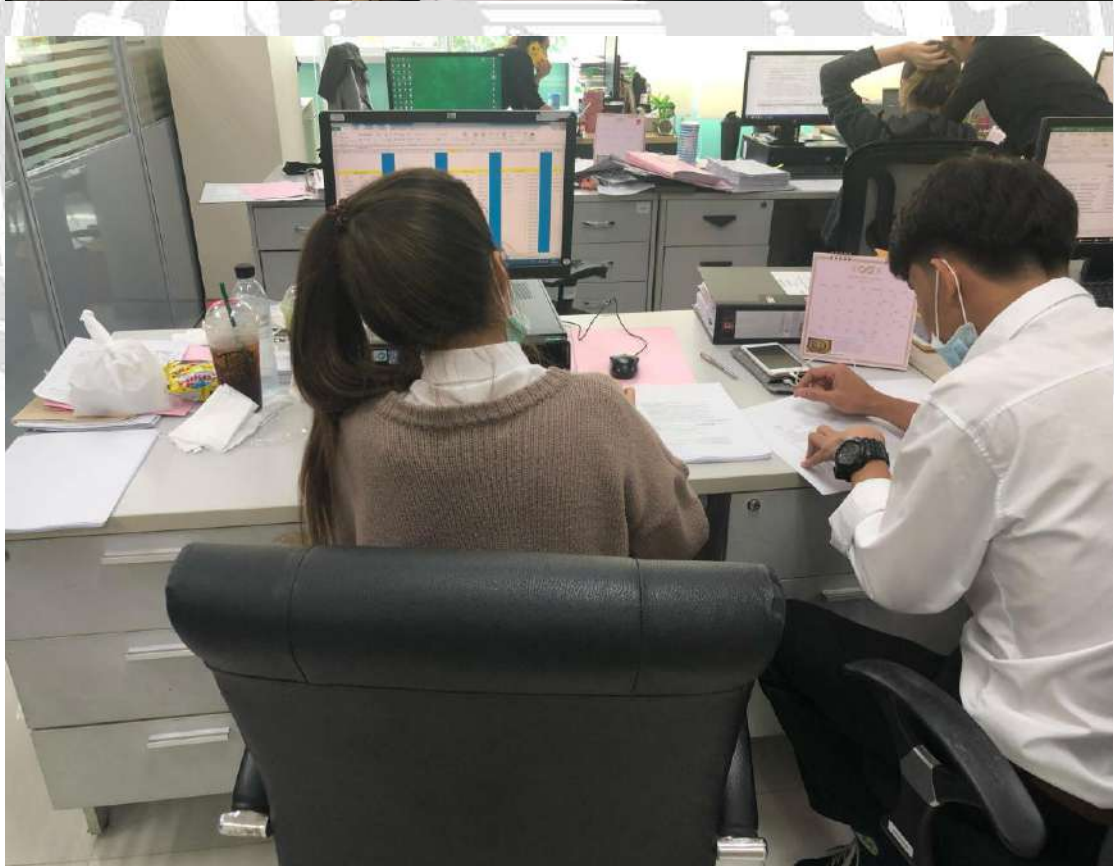




ภาคผนวก ข
ภาพการปฏิบัติงาน







ภาคผนวก ค

แบบรายงานผลปฏิบัติงาน

สหกิจศึกษา





ภาคผนวก ง
บทความวิชาการ

การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค

Event Marketing of Government Savings Bank, Bangkhae Branch

อรณิชา เป็งหล้า , ชนกานต์ ประพันธ์ , ชุตติพันธ์ นานามั่นคง
ภาควิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
38 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ กทม. 10160

E-mail : onnichapenglar@gmail.com, k44nana@gmail.com, chutipun.nan@siam.edu

บทคัดย่อ

โครงการฉบับนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและขั้นตอนในการจัดการตลาดเชิงกิจกรรม 2. เพื่อจัดการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค 3. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้ที่มาใช้บริการในการออกบูธของธนาคารออมสินทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 110 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการประเมินพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาคือ ด้านการให้คำแนะนำ และข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.28$) ด้านของที่ระลึกในงาน ($\bar{X} = 4.24$) ด้านเอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจ ชัดเจนเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.24$) ด้านความสวยงามของบูธ ($\bar{X} = 4.23$) ด้านความสะดวก เป็นระเบียบ เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.22$) ด้านสถานที่ตั้งของบูธ ($\bar{X} = 4.19$) และด้านการจัดกิจกรรมของบูธ ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ

Abstract

This project was created with the objectives of: 1.To be aware of the process

and procedures for event marketing; 2.To create event marketing of the Government Savings Bank, Bang Khae Branch; 3. To know the satisfaction of participants in the event marketing by using the satisfaction questionnaire of who use the service of the Government Savings Bank. 110 sets of sample statistics were used for data analysis, such as frequency, percentage, and average. The evaluation results showed that the respondents had overall satisfaction at a high level ($\bar{X}=4.25$). When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest mean was the aspect of service provided by staff ($\bar{X} = 4.39$). Followed by advice and staff information ($\bar{X} = 4.35$); Public relations ($\bar{X} = 4.28$); The souvenirs in the event ($\bar{X}=4.24$); Publications were interesting, clear, and easy to understand ($\bar{X} = 4.24$); Beauty of the booth ($\bar{X} = 4.23$); Cleanliness and tidy ($\bar{X} = 4.22$); Location of the booth ($\bar{X} = 4.19$); and the activities of the Booth ($\bar{X} = 4.15$).

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม
2. เพื่อจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค
3. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค

ขอบเขต

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม
2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล พนักงานฝ่ายสินเชื่อธนาคารออมสิน เขตบางแคจำนวน 5 คน
3. ขอบเขตด้านเวลา ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม – 30 สิงหาคม 2562
4. ขอบเขตด้านพื้นที่ ธนาคารออมสิน สาขาบางแค 709 หมู่ที่ 15 ถนนเพชรเกษม แขวงบางหว้า เขตภาษีเจริญ จังหวัดกรุงเทพฯ 10160

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงรูปแบบและวิธีการจัดกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรม
2. ได้นำความรู้เกี่ยวกับการจัดการเชิงการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน
3. ได้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อการทำการตลาดเชิงกิจกรรม

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. การกำหนดหัวข้อโครงการ ทำการปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและพนักงานที่ปรึกษาเพื่อร่วมกันพิจารณาและกำหนดหัวข้อโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการของธนาคาร
2. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทำการตลาดเชิง

กิจกรรมและข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

3. การดำเนินการจัดกิจกรรม การวางแผนติดต่อประสานงาน การเตรียมการ รวมถึงการดำเนินการจัดการการตลาดเชิงกิจกรรมและการเก็บแบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม
4. การรวบรวมข้อมูล ทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการตลาดเชิงกิจกรรมและข้อมูลเกี่ยวกับการสำรวจความพึงพอใจเพื่อนำมาวิเคราะห์และประมวลผล
5. การสรุปผลการดำเนินงานและจัดทำรูปเล่มโครงการ ทำการสรุปผลการดำเนินงานและจัดทำรูปเล่มโครงการสหกิจศึกษา

อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

1. เครื่องคอมพิวเตอร์
2. เครื่อง Printer
3. เครื่องคิดเลข
4. เครื่อง Scanner

ลักษณะการทำงาน

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
 - 1.1 การประชุมวางแผน การประชุมวางแผนของคณะผู้จัดทำ พนักงานฝ่ายสินเชื่อและพนักงานฝ่ายประเมินฯ ในการประชุมครั้งนี้แจ้งให้ทราบถึงจุดประสงค์คือ เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจของธนาคาร ผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคาร แอปพลิเคชันMyMo และการให้คำปรึกษาขอขึ้นกู้เงิน เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดกับลูกค้า ให้คำชี้แจงข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ และการให้บริการกับลูกค้า
 - 1.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การจัดการการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแคครั้งนี้มีเป้าหมายคือเข้าไปประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝาก ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้รู้จักการออมเงิน เปิดบัญชีออมทรัพย์และแอปพลิเคชันMyMo เพื่อ

ความสะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทาง
โทรศัพท์มือถือ และ โอนเงินผ่านทาง
โทรศัพท์มือถือ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบ่งได้
เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. สถาบันการศึกษา

เน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงิน
ฝากให้กับนักเรียนและบุคลากรในโรงเรียนได้
รู้จักการออมเงิน เปิดบัญชีออมทรัพย์เพื่อออม
เงินและแอปพลิเคชันMyMo เพื่อความ
สะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทาง
โทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทาง
โทรศัพท์มือถือ และยังสามารถจ่ายบิลโดยการ
สแกนQR Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo

2. บริษัทเอกชน

เน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงิน
ฝากให้กับบุคลากร โดยให้คำปรึกษาด้าน
สินเชื่อการขอยืมกู้เงินผ่านทางธนาคารออม
สิน เปิดบัญชีออมทรัพย์ และแอปพลิเคชัน
MyMo เพื่อความสะดวกสบายในการถอนเงิน
ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทาง
โทรศัพท์มือถือและจ่ายบิลโดยการสแกนQR
Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo

3. ผู้ประกอบการ

เน้นการประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับ
ผู้ประกอบการรายย่อยได้แก่พ่อค้า แม่ค้า ให้
คำปรึกษาด้านสินเชื่อการขอยืมกู้เงินผ่านทาง
ธนาคารออมสินเฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า เปิดบัญชี
ออมทรัพย์ และแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อความ
สะดวกสบายในการถอนเงินผ่านทาง
โทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ
และจ่ายบิลโดยการสแกนQR Codeผ่านทาง
แอปพลิเคชันMyMo

2. การติดต่อประสานงาน

ในการติดต่อประสานงานทางคณะผู้จัดทำ
ได้มีการวางแผนโค่นมีกระบวนการติดต่อดังนี้

1.การติดต่อผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ทาง
คณะผู้จัดทำได้มีการติดต่อกับทางฝ่ายบุคคลของ
สถานที่ที่จะไปจัดตั้งบูธผ่านการพูดคุยทาง
โทรศัพท์สอบถามข้อมูลในการขออนุญาตเข้า
ประชาสัมพันธ์ธุรกิจของธนาคาร ให้คำปรึกษา
ด้านการขอยืมกู้เงินผ่านทางธนาคารออมสิน และ
ผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคาร หลังจากที่สื่อสาร
ผ่านทางโทรศัพท์ถ้าทางสถานที่สนใจ ก็จะนัดวัน
และเวลากับทางฝ่ายบุคคลทันที หรือจะมีการส่ง
อีเมลล์ไปให้ทางฝ่ายบุคคลของสถานที่นั้น ใน
อีเมลล์ที่ส่งไปก็จะมีไฟล์เอกสารแนบไปด้วย
หลังจากนั้นจะรอการตอบรับผ่านทางอีเมลล์ ถ้า
ทางสถานที่สนใจจะส่งอีเมลล์ตอบรับกลับมา
และในวันที่ไปออกบูธจะต้องนำเอกสารขอ
อนุญาตประชาสัมพันธ์เพื่อไปยื่นให้กับทาง
สถานที่ออกบูธ

2.การนำเอกสารไปยื่นให้กับทางสถานที่
ออกบูธโดยตรง ทางคณะผู้จัดทำได้เดินทางเข้าไป
ที่สถานที่ที่จะไปออกบูธเพื่อทำการปรึกษาและขอ
อนุญาตเข้าประชาสัมพันธ์ธุรกิจของธนาคาร
เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และการให้
คำปรึกษาด้านการขอยืมกู้ผ่านทางธนาคาร หลังจาก
ที่สถานที่ที่ตอบตกลงก็จะมีการติดต่อกลับมาทาง
โทรศัพท์ และตกลงนัดวันเวลา

3. การเตรียมการ

3.1 การตกแต่งและจัดเตรียมสถานที่ ทาง
คณะผู้จัดทำและพนักงานของธนาคารออมสินได้
ลงมือตกแต่งบูธเตรียมความพร้อมรายละเอียดใน
การให้ข้อมูลกับลูกค้า เอกสารต่างๆในการให้
ข้อมูล และตกแต่งบูธในความเป็นเอกลักษณ์ของ
ธนาคาร ทางธนาคารจะทำการจัดเตรียมสถานที่
ในวันที่ออกไปทำกิจกรรมโดยการไปก่อนเวลา 1-
2 ชั่วโมง เพื่อจัดเตรียมสถานที่และอุปกรณ์ต่างๆ

3.2 เตรียมอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำกิจกรรม
เตรียมเครื่องมือที่จะใช้ในการทำกิจกรรม โดยมี
ดังนี้

1. เครื่อง Printer
2. คอมพิวเตอร์
3. สมุดจดบันทึก
4. กระดาษ A4
5. แผ่นพับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของ
ธนาคาร ได้แก่ แอปพลิเคชันMyMo
Smart Life
Smart Care บัตรเดบิต บัตรเครดิต
6. ของที่ระลึก
7. ป้ายไว้นิลของธนาคาร
8. โต๊ะ
9. เก้าอี้
10. ปลั๊กพ่วง
11. อุปกรณ์เครื่องเขียน
12. เอกสารที่ใช้ในการเปิดบัญชี
13. ไมโครโฟน
14. ลำโพง

4. การจัดกิจกรรม

4.1 การประชาสัมพันธ์ในการ
ประชาสัมพันธ์ เป็นการขยายการตลาดให้กับ
ธนาคารออมสินเป็นที่รู้จักได้มากเพราะเป็นการ
นำเอาเครื่องมือสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ใช้
การโฆษณาแอปพลิเคชัน เพื่อเชิญชวนหรือชักจูง
และสามารถแจ้งข่าวสารต่างๆให้กับผู้เข้าร่วม
กิจกรรม เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลของแอปพลิเคชัน
ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่ทางธนาคารได้
เลือก เช่น แผ่นพับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และ
การเข้าไปจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่างๆ แต่ละ
กลุ่มเป้าหมายก็จะมีการประชาสัมพันธ์ที่ต่างกัน
ดังนี้

1. สถาบันการศึกษาจะเน้นการ
ประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับนักเรียนและ

บุคลากรในโรงเรียนได้รู้จักการออมเงิน เปิดบัญชี
ออมทรัพย์เพื่อออมเงินและแอปพลิเคชันMyMo
เพื่อความสะดวกสบายในการโอนเงินผ่านทาง
โทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ
และยังสามารถจ่ายบิลโดยการสแกนQR Code
ผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo

2. ผู้ประกอบการ จะเน้นการ
ประชาสัมพันธ์ด้านเงินฝากให้กับผู้ประกอบการ
รายย่อยได้แก่พ่อค้า แม่ค้า ให้คำปรึกษาด้าน
สินเชื่อการขอยืมกู้เงินผ่านทางธนาคารออมสิน
เฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า เปิดบัญชีออมทรัพย์ และ
แอปพลิเคชัน MyMo เพื่อความสะดวกสบายใน
การโอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่าน
ทางโทรศัพท์มือถือและจ่ายบิลโดยการสแกนQR
Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo

3.บริษัทเอกชน จะเน้นการประชาสัมพันธ์
ด้านเงินฝากให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมโดยให้
คำปรึกษาด้านสินเชื่อการขอยืมกู้เงินผ่านทาง
ธนาคารออมสิน เปิดบัญชีออมทรัพย์ และ
แอปพลิเคชัน MyMo เพื่อความสะดวกสบายใน
การโอนเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ โอนเงินผ่าน
ทางโทรศัพท์มือถือและจ่ายบิลโดยการสแกนQR
Codeผ่านทางแอปพลิเคชันMyMo

4.2การให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อและการ
ขอยืมกู้เงิน
ทางธนาคารได้ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อ
และการขอยืมกู้เงินกับลูกค้าโดยแบ่งออกเป็น 2
กลุ่มดังนี้ 1. ผู้ประกอบการ 2.บริษัทเอกชน

1. ผู้ประกอบการ จะเป็นโครงการธนาคาร
เพื่อประชาชน วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นเงินทุนหรือ
เงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ หรือเป็น
ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ หรือชำระหนี้
อื่นๆ วงเงินกู้ ให้ผู้ได้ตามความจำเป็นและ
ความสามารถในการชำระคืนไม่เกินรายละ
200,000 บาท

2. บริษัทเอกชน จะเป็น สินเชื่อ Start Up SMEs ได้เวลาสตาร์ทเครื่องประเทศไทยให้ ไอเดียของคุณขับเคลื่อนเมืองไทย ทะยานสู่ออนาคต ธนาคารออมสินพร้อมร่วมลงทุนและให้ สินเชื่อกับความคิดสร้างสรรค์ คุณสมบัติของผู้กู้

1. เป็นนิติบุคคลจดทะเบียนตามกฎหมายไทย หรือ บุคคลธรรมดา
2. เป็นผู้ประกอบการที่เริ่ม ประกอบกิจการ หรือ ประกอบกิจการมาไม่เกิน 3 ปี หรือ เป็นผู้ประกอบกิจการอยู่แล้ว ที่มี นวัตกรรมใหม่ มีผลิตภัณฑ์ใหม่ มีสายการผลิต ใหม่ วงเงินกู้ต่อราย สูงสุดไม่เกินรายละ 10,000,000 บาท

4.3 กิจกรรมในบูธ ทางคณะผู้จัดทำได้รับ หน้าที่เป็นผู้ดูแลกิจกรรมเล่นเกมภายในบูธ เป็น กิจกรรมที่สามารถสื่อสารไปยังผู้เข้าร่วมกิจกรรม และสร้างความบันเทิงให้กับผู้ร่วมกิจกรรม และยังสามารถใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตจริง

ผู้ร่วมกิจกรรมต้องทำตามกติกาและ ขั้นตอนดังนี้

1. โหลดแอปพลิเคชัน MyMo

2. เข้าใช้บริการ และฟังทางคณะผู้จัดทำ อธิบายวิธีการใช้แอปพลิเคชัน MyMo หลังจากนั้น จะได้รับกระเป๋าผ้าคนละ 1 ใบ

3. เชิญชวนเพื่อน ๆ มาเปิดบัญชีจะได้ กระเป๋าออมสินเป็นที่ระลึก

5. การสำรวจความพึงพอใจ

ในการสำรวจความพึงพอใจ ทางคณะ ผู้จัดทำได้มีการดำเนินการเพื่อสำรวจความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อ นำมาสู่การปรับปรุง และพัฒนาในการจัดกิจกรรม ครั้งต่อไป โดยในการสำรวจความพึงพอใจมี กระบวนการดังนี้

1. การออกแบบสอบถาม โดยมีการศึกษา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องรวบรวมเอกสารและ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการ ใช้บริการ เพื่อจัดทำและออกแบบสอบถาม

2. การแจกแบบสอบถาม นำแบบสอบถาม ไปเก็บข้อมูลความพึงพอใจในการใช้บริการ จากผู้ ที่เข้ามาใช้บริการจำนวน 110 คน

3. ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลนำมา วิเคราะห์และประมวลผลเพื่อหาระดับความ พึงพอใจในการใช้บริการ โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ย ในการรายงานผลวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการสำรวจความพึงพอใจ

การศึกษา เรื่อง การ จัดกิจกรรมเชิง การตลาดของฝ่ายสินเชื่อบริษัทออมสิน สาขา บางแค จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 คน อาจารย์ที่ปรึกษาได้มีการตรวจแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ตามที่กำหนด เอาไว้ แล้วทำการประมวลผลข้อมูลจาก แบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยมี สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละและ ค่าเฉลี่ย ในการรายงานผลวิเคราะห์ข้อมูล สามารถ จำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ปัจจุบันท่านใช้ผลิตภัณฑ์หรือ บริการใดของธนาคารออมสิน วัตถุประสงค์การ เข้าบูธ รับรู้ข่าวสารของธนาคาร

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจแบ่งเป็น 9 ประเภท

- 2.1 สถานที่ตั้งของบูธ

- 2.2 การจัดกิจกรรมของบูธ

- 2.3 ความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย

- 2.4 ความสวยงามของบูธ

- 2.5 ของที่ระลึกในงาน

- 2.6 การให้บริการของเจ้าหน้าที่

- 2.7 การให้คำแนะนำ และข้อมูลของ เจ้าหน้าที่

2.8 เอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจ
ชัดเจนเข้าใจง่าย

2.9 การประชาสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
ในส่วนของคำถามเป็นการวัดระดับความพึงพอใจ
นั้นจะใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี
5 ระดับซึ่งมีเกณฑ์ที่ใช้แปลความหมายของ
ค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 103)

พึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 -
5.00 คะแนน

พึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 - 4.50
คะแนน

พึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 -
3.50 คะแนน

พึงพอใจน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 - 2.50
คะแนน

พึงพอใจน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 -
1.50 คะแนน

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน

1.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและ
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรม
ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบางแค

3.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทาง
การตลาดของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขา
บางแค

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูล ทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่ม
ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน
เพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	52	47.27
หญิง	58	52.73
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลสำรวจจากกลุ่ม
ตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 52.73 รองลงมาคือเพศ
ชายคิดเป็นร้อยละ 47.27

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่ม ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน อายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	83	75.45
21-30 ปี	14	12.73
31-40 ปี	10	9.09
41ปี ขึ้นไป	3	2.73
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลสำรวจจากกลุ่ม
ตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ
ไม่เกิน 20ปี มากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 75.45
รองลงมาระหว่างอายุ 21-30 ปีคิดเป็นร้อยละ
12.73 รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็น
ร้อยละ 9.09 และรองลงมาอายุระหว่าง 41 ปีขึ้น
ไป คิดเป็นร้อยละ 2.73ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่ม ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	87	79.09
ปริญญาตรี	11	10.00
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	12	10.91
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผลสำรวจจากกลุ่ม
ตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี
ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็น
ร้อยละ 79.09 รองลงมาในระดับปริญญาตรี คิดเป็น

ร้อยละ 10.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 10.91

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่ม ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	13	11.82
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	28	25.45
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	3	2.73
อื่นๆ	66	60.00
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผลสำรวจจากกลุ่ม ตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี อาชีพอื่นๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมามีอาชีพลูกจ้าง และพนักงานเอกชน คิด เป็นร้อยละ 25.45 รองลงมามีอาชีพรับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.82 และอาชีพค้าขาย และธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 2.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่ม ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	77	70.00
15,000 – 30,0000 บาท	26	23.64
30,001 – 50,000 บาท	2	1.82
50,001 – 70,000 บาท	4	3.64
70,000 บาทขึ้นไป	1	0.91
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.5 ผลสำรวจจากกลุ่ม ตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท คิด เป็นร้อยละ 23.64 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 50,001-70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.64 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็น ร้อย 1.82 และมีรายได้ต่อเดือน 70,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.91 ตามลำดับ

2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการผ่านโครงการธนาคารประชาชนของ ธนาคารออมสิน สาขาบางแค

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่ม ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ใน การใช้บริการ

ปัจจุบันท่านใช้ ผลิตภัณฑ์หรือบริการใดของธนาคารออมสิน	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	29	26.36
ไม่ใช่	81	73.64
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.6 ผลสำรวจจากกลุ่ม ตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ เคยใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการใดของธนาคารออมสิน คิดเป็นร้อยละ 73.64 และผู้ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 26.36

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่ม ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม วัตถุประสงค์ในการเข้าบูธ

วัตถุประสงค์ในการเข้าบูธ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเยี่ยมชมและเข้าร่วมกิจกรรมในบูธ	30	27.27

เพื่อเข้าใช้บริการของ ธนาคาร	41	37.27
เพื่อสอบถามข้อมูล	21	19.09
เพื่อปรึกษาทางการเงิน	18	16.36
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.7 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาเพื่อเข้าใช้บริการของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 37.27 รองลงมาเพื่อเยี่ยมชมและเข้าร่วมกิจกรรมในบูธ คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมาเพื่อสอบถามข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 19.09 และเพื่อปรึกษาทางการเงินคิดเป็นร้อยละ 16.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรับรู้ข่าวสารของธนาคาร

รับรู้ข่าวสารของ ธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
สื่อวิทยุ	4	3.64
สื่อโทรทัศน์	16	14.55
สื่อหนังสือพิมพ์	7	6.36
สื่อโปสเตอร์	25	22.73
สื่ออินเทอร์เน็ต	50	45.45
อื่นๆ	8	7.27
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.8 ผลสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารของธนาคารจากสื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาสื่อโปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 22.73 รองลงมาสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 14.55 รองลงมาสื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.27 รองลงมาสื่อหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 6.36 และ สื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 3.64 ตามลำดับ

3.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาด ของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาบางแค

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวม

ความพึงพอใจ	\bar{X}	แปลผล
1. สถานที่ตั้งของบูธ	4.19	มาก
2. การจัดกิจกรรม ของบูธ	4.15	มาก
3. ความสะอาด เป็น ระเบียบ เรียบร้อย	4.22	มาก
4. ความสวยงามของบูธ	4.23	มาก
5. ของที่ระลึกในงาน	4.24	มาก
6. การให้บริการของ เจ้าหน้าที่	4.39	มาก
7. การให้คำแนะนำ และข้อมูลของเจ้าหน้าที่	4.35	มาก
8. เอกสารเผยแพร่มี ความน่าสนใจ ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.24	มาก
9. การประชาสัมพันธ์	4.28	มาก
รวม	4.25	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยทางการตลาดของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินสาขาบางแค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทั้ง 9 ด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาคือ ด้านการให้คำแนะนำ และข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.28$) ด้านของที่ระลึกในงาน ($\bar{X} = 4.24$) ด้านเอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจ ชัดเจนเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.24$) ด้านความสวยงามของบูธ ($\bar{X} = 4.23$) ด้านความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.22$) ด้าน

สถานที่ตั้งของบูธ ($\bar{X} = 4.19$) และด้านการจัดกิจกรรมของบูธ ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ

สรุปผลโครงการสหกิจศึกษา

จากการเก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรม พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทั้ง 9 ด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ระดับมากเช่นเดียวกัน

แม้ว่าผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกด้านจะอยู่ระดับมากแต่คณะผู้จัดทำเห็นว่าควรจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาการจัดกิจกรรมเพื่อให้ประสิทธิภาพมากขึ้นดังนี้

1. ด้านสถานที่ตั้งของบูธ จากการดำเนินงาน พบว่า สถานที่ตั้งบูธในบางแห่งยังไม่เหมาะสมเนื่องจากอยู่ในสถานที่ที่ไม่ดึงดูดใจ ทำให้คนเข้าร่วมกิจกรรมน้อย คณะผู้จัดทำจึงเห็นว่าทางธนาคารควรมีการติดต่อประสานงานกับผู้รับผิดชอบในแต่ละบริษัทที่จะเข้าไปจัดกิจกรรมเพื่อขอสถานที่ที่จะทำให้สามารถเห็นได้ง่าย หรือเพิ่มการตกแต่งสถานที่ให้มีความโดดเด่นมากขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น

2. ด้านการจัดกิจกรรมของบูธ จากการดำเนินงาน พบว่า กิจกรรมในบูธยังมีค่อนข้างน้อยทำให้บางครั้งกลุ่มเป้าหมายไม่ให้ความสนใจ ดังนั้น ทางธนาคารควรมีการปรับปรุงโดยมีการจัดกิจกรรมในบูธมากกว่านี้เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมสนุกและยังได้รับความรู้ในการทำกิจกรรม

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้จัดทำได้ไปปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ ธนาคารออมสิน สาขาบางแค ตั้งแต่วันอังคารที่ 14 พฤษภาคม ถึงวันศุกร์ที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ส่งผลให้คณะผู้จัดทำได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ สำหรับรายงานสหกิจศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากการร่วมมือและสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. นางสาวกรมล ทองประชาญ ตำแหน่ง พนักงานฝ่ายสินเชื่อ
2. อาจารย์โสภิตา ทะสังขา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการสหกิจศึกษา และบุคคลท่านอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงาน คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการสอนงานและการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ และการดูแลเอาใจใส่ของพี่ๆทุกคนซึ่งคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการคลัง. (2558). ธนาคารออมสิน. เข้าถึงได้จาก <http://www.gsb.or.th/about-us/history-bank.aspx>.
- เกรียงไกร กาญจนะ โภคิน. (2549). Event Marketing. กรุงเทพฯ: พิงแณศ พรินท์ติ้ง เซ็นเตอร์.
- หยิดา ศิริพฤกษ์. (2554). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารธนชาต สาขาวงศ์สว่าง. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชารินี แก้วจันทร์. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขารัชดาภิเษก (ท่าพระ-ตากสิน). (วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหามบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
สยาม.

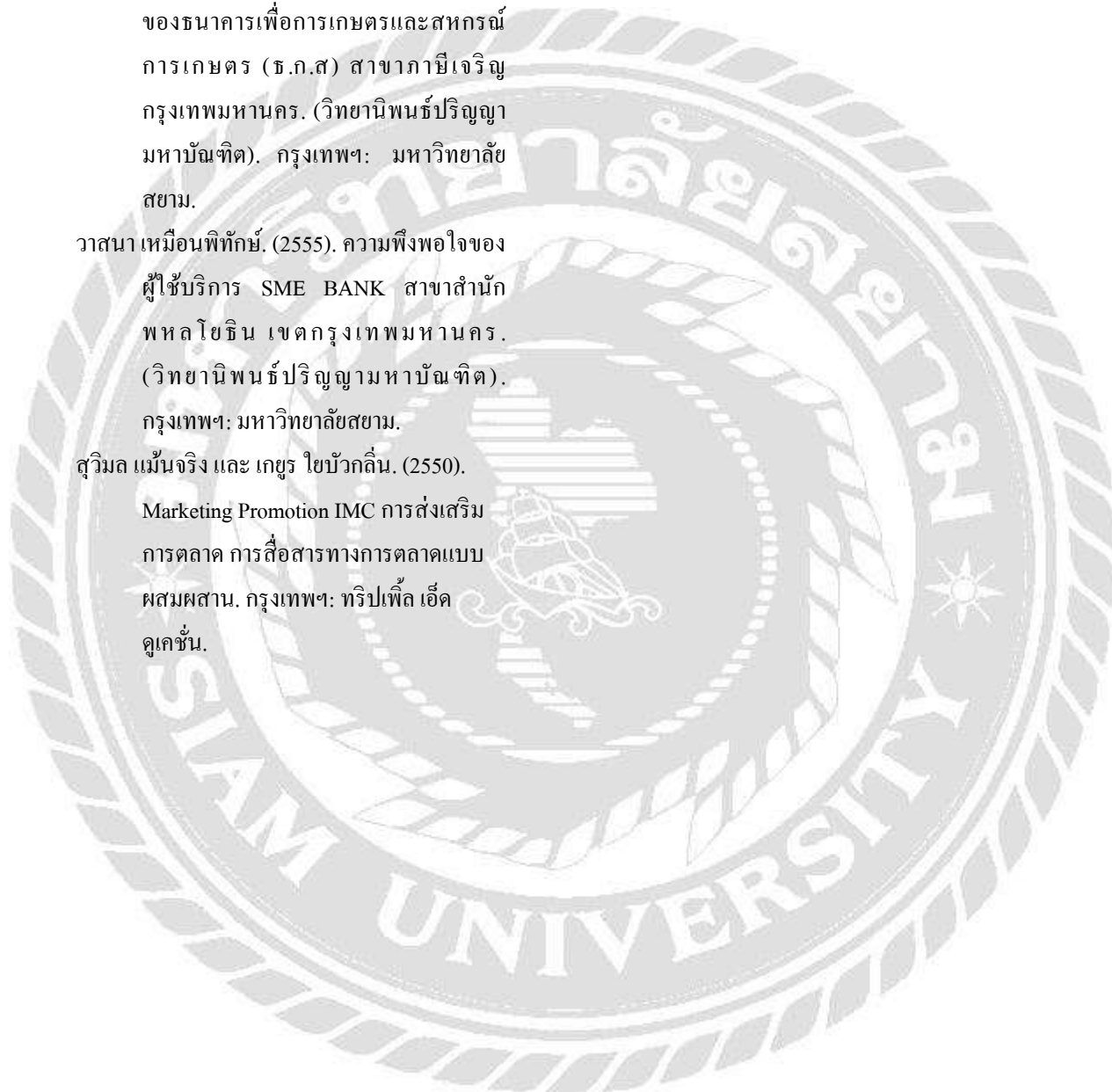
บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น.
(พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปรเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์. (2557). ความพึงพอใจ
ของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขาภาษีเจริญ
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหามบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
สยาม.

วาสนา เหมือนพิทักษ์. (2555). ความพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการ SME BANK สาขาสำนัก
พล โยธิน เขตกรุงเทพมหานคร.
(วิทยานิพนธ์ปริญญา มหามบัณฑิต).
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

สุวิมล แม่นจริง และ เกยูร ไชบัวกลิ่น. (2550).

Marketing Promotion IMC การส่งเสริม
การตลาด การสื่อสารทางการตลาดแบบ
ผสมผสาน. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ด
ดูเคชั่น.





ภาคผนวก จ

โปสเตอร์



โครงการ การตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค
Event Marketing of Government Savings Bank , Bangkae Branch

บทคัดย่อ

โครงการฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม 2. เพื่อจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค 3. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่มีต่อการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้ที่มาใช้บริการ ในการออกบูทของธนาคารออมสินทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวน 110 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ค่าความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการประเมินพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมาคือ ด้านการให้คำแนะนำ และข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.28$) ด้านของที่ระลึกในงาน ($\bar{X} = 4.24$) ด้านเอกสารเผยแพร่มีความน่าสนใจชัดเจนเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.24$) ด้านความสวยงามของบูท ($\bar{X} = 4.23$) ด้านความสะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย ($\bar{X} = 4.22$) ด้านสถานที่ตั้งของบูท ($\bar{X} = 4.19$) และด้านการจัดกิจกรรมของบูท ($\bar{X} = 4.15$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : การตลาดเชิงกิจกรรม/ความพึงพอใจ/แผนกสินเชื่อ/ธนาคารออมสิน สาขาบางแค

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรม
2. เพื่อจัดทำการตลาดเชิงกิจกรรมของธนาคารออมสิน สาขาบางแค
3. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดเชิงกิจกรรมของ ธนาคารออมสิน สาขาบางแค

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

1. การกำหนดหัวข้อโครงการ
2. การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การดำเนินการจัดกิจกรรม
4. การรวบรวมข้อมูล
5. การสรุปผลการดำเนินงานและจัดทำรูปเล่ม โครงการงาน

นางสาว อรณิชา เป็งหล้า รหัสนักศึกษา 5904300040
นาย ชนกานต์ ประพันธ์ รหัสนักศึกษา 5904300045
นาย ชุตินันท์ นานามั่นคง รหัสนักศึกษา 5904300347
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์โสภิตา ทะสังขา
พนักงานที่ปรึกษา นางสาว กรกมล ทองประชาญ

สรุปผลโครงการสหกิจศึกษา

จากการเก็บข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม การตลาดเชิงกิจกรรม พบว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทั้ง 9 ด้านมีระดับความพึงพอใจอยู่ระดับมากเช่นเดียวกัน

แม้ว่าผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกด้านจะอยู่ระดับมากแต่คณะผู้จัดทำเห็นว่าควรจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาการจัดกิจกรรมเพื่อให้ประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนี้

1. ด้านสถานที่ตั้งของบูท จากการดำเนินงาน พบว่า สถานที่ตั้งบูทในบางแห่งยังไม่เหมาะสมเนื่องจากอยู่ในสถานที่ที่ไม่ดึงดูดใจ ทำให้คนเข้าร่วมกิจกรรมน้อย คณะผู้จัดทำจึงเห็นว่าทางธนาคารควรมีการติดต่อประสานงานกับผู้รับผิดชอบในแต่ละบริษัทที่จะเข้าไปจัดกิจกรรมเพื่อขอสถานที่ที่จะทำให้สามารถเห็นได้ง่ายหรือเพิ่มการตกแต่งสถานที่ให้มีความโดดเด่นมากขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น
2. ด้านการจัดกิจกรรมของบูท จากการดำเนินงาน พบว่า กิจกรรมในบูทยังมีค่อนข้างน้อยทำให้บางครั้งกลุ่มเป้าหมายไม่ให้ความสนใจ ดังนั้น ทางธนาคารควรมีการปรับปรุงโดยมีการจัดกิจกรรมในบูทมากกว่านี้เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมสนุกและยังได้รับความรู้ในการทำกิจกรรม



ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ – นามสกุล : นางสาว อรณิชา เบ็ญกล้า

รหัสประจำตัวนักศึกษา : 5904300040

คณะ : บริหารธุรกิจ

สาขา : การจัดการทั่วไป

ที่อยู่ : 18/1 ซ.เทียนทะเล 7 แยก 6-3 บางขุนเทียน-

ชายทะเล แสมดำ บางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150

เบอร์โทรศัพท์ : 095-865-9555

E-Mail : Onnichapenglar@gmail.com



ชื่อ – นามสกุล : นาย ชนกานต์ ประทีนยะ

รหัสประจำตัวนักศึกษา : 5904300045

คณะ : บริหารธุรกิจ

สาขา : การจัดการทั่วไป

ที่อยู่ : พระราม 2 ซอย 71 แสมดำ บางขุนเทียน

กรุงเทพฯ 10150

เบอร์โทรศัพท์ : 095-992-3947

E-Mail : k44nana@gmail.com



ชื่อ – นามสกุล : นาย ชุตินันท์ นานามั่นคง

รหัสประจำตัวนักศึกษา : 5904300347

คณะ : บริหารธุรกิจ

สาขา : การจัดการทั่วไป

ที่อยู่ : 469/65 หมู่บ้านลัดดารมย์ อีลิแกนซ์ วงแหวน-สาทร

กาญจนาภิเษก หลักสอง บางแค กรุงเทพฯ 10160

เบอร์โทรศัพท์ : 095-247-7037

E-Mail : chutipun.nan@siam.edu

