

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

1) ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.3 และเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 48.7 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 60 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 51.7 อยู่สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 54.7 มีรายได้ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท ต่อเดือนร้อยละ 44.5 และอาศัยอยู่บ้านตนเองร้อยละ 41.8

2) พฤติกรรมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่มาใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงชีลำพูน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารส่วนใหญ่ 3 อันดับแรกคือเพื่อชำระค่าบัตรเครดิต บัตรกดเงินสด และบัตรสินเชื่อต่างๆมากที่สุด ร้อยละ 32.9 รองลงมาคือค่างวดรถ หรือ ค่างวดผ่อนชำระสินค้าต่างๆ ร้อยละ 29.7 และชำระค่าเบี้ยประกันต่างๆร้อยละ 9 ส่วนการชำระค่าภาษีต่างๆ เป็นใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์สาขาของธนาคารน้อยที่สุด ร้อยละ 2.6

จำนวนครั้งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการมาใช้บริการคือจำนวน 1 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 58.8 รองลงมาใช้บริการจำนวน 2 ครั้งต่อเดือนร้อยละ 34.5 และมาใช้บริการ 3 ครั้งต่อเดือนคิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

จำนวนรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการมากที่สุดจำนวน 1 รายการต่อเดือนร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ 2 รายการต่อเดือนร้อยละ 26.8 และ จำนวน 3 รายการต่อเดือนร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมมาใช้บริการมากที่สุด คือ 18.01-20.00 น. ร้อยละ 50.3 รองลงมาช่วงเวลา 12.01-14.00 น. ร้อยละ 18.5 และมีการมาใช้บริการในช่วงเวลา 16.01-18.00 น.

ร้อยละ 14.5 ตามลำดับ เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่พนักงานที่ทำงานเลิกงานที่สาขาปกติปิดทำการลง และช่วงพักกลางวันจึงส่งผลให้พนักงานเข้ามาใช้บริการค่อนข้างมากในช่วงเวลาดังกล่าว

มูลค่าในการมาชำระค่าสินค้าและบริการของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แต่ละครั้งคิด เป็นมูลค่า 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือมูลค่า 1-5,000 บาท ร้อยละ 41.8 และมี การชำระค่าสินค้าและบริการมูลค่า 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

3) ระดับความสำคัญปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการ ของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงชีลำพูน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยรวม 3.97 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ยรวม 3.88 และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการค่าเฉลี่ยรวม 3.77 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย รวม 3.97 ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือใน ภาพลักษณ์ของธนาคารมีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา คือ ความมีชื่อเสียงของธนาคารมีค่าเฉลี่ย 4.04 และ ความหลากหลายของประเภทการรับชำระมีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคาอัตราค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าช่องทางหรือธนาคารอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49

ปัจจัยด้านสถานที่โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย รวม 3.88 ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เวลาเปิด ทำการสะดวกต่อการใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมา คือ ที่จอดรถสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.28 และ ความสะอาด เรียบร้อยของสถานที่มีค่าเฉลี่ย 3.89 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายโดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.29 ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆมีค่าเฉลี่ย 3.59 รองลงมา คือการแนะนำจากผู้เคยใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.52 การชิงโชค สะสมแต้มในการชำระ มี ค่าเฉลี่ย 3.03 และการให้ส่วนลดในการชำระครั้งต่อไปมีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านพนักงานที่ให้บริการโดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.71 ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ

การบริการของพนักงานที่มีคุณภาพมีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือความเป็นกันเองของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.24 และ จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.24 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.77 ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก คือ ความถูกต้องและปลอดภัยจากการใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา คือความพร้อมและประสิทธิภาพของอุปกรณ์ในสาขามีค่าเฉลี่ย 3.74 และ ความสะดวกรวดเร็วในการบริการมีค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ

4) ความสัมพันธ์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผ่านแชนแนลเทอร์มินัลการกรุงไทย สาขาย่อยบิกซีลำพูน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และที่พักอาศัย กับปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแชนแนลเทอร์มินัลการกรุงไทย ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทที่ธนาคารรับชำระ ปัจจัยด้านที่จอตลอดสะดวก ปัจจัยด้านความกว้างขวางของสถานที่ ปัจจัยด้านการมีบริการอื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และน้ำดื่ม ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ปัจจัยด้านการแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ ปัจจัยด้านการชิงโชค สะสมแต้มในการชำระ ปัจจัยด้านจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ปัจจัยด้านความเป็นกันเองของพนักงาน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กับ เพศ

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในภาพลักษณ์ของธนาคาร ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านอัตราค่าธรรมเนียมถูกกว่าช่องทางหรือธนาคารอื่นๆ ปัจจัยด้านความสะดวกเรียบร้อยของสถานที่ ปัจจัยด้านการให้ส่วนลดในการชำระครั้งต่อไป ปัจจัยด้านการบริการของพนักงานที่มีคุณภาพ ปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ ปัจจัยด้านความถูกต้องและปลอดภัยจากการใช้บริการ ปัจจัยด้านความพร้อมและประสิทธิภาพของอุปกรณ์ในสาขา ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กับ เพศ

ปัจจัยด้านการให้ส่วนลดในการชำระครั้งต่อไป มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กับอายุ ส่วนปัจจัยด้านความถูกต้องและปลอดภัยจากการใช้บริการ และ

ปัจจัยด้านการชิงโชค สะสมเต็ม ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กับอายุ

ด้านความหลากหลายของประเภทที่รับชำระ ปัจจัยด้านความเป็นกันเองของพนักงาน ปัจจัยด้านที่จอดรถสะดวก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กับสถานภาพ

ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมถูกกว่าช่องทางหรือธนาคารอื่นๆ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กับระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมถูกกว่าช่องทางหรือธนาคารอื่นๆ ปัจจัยด้านที่จอดรถสะดวก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กับระดับรายได้

ปัจจัยด้านเวลาเปิดทำการสะดวก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 กับที่พักอาศัย

4) ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงชีลำพูน

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยประสบจากการใช้บริการ ในการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านเคาน์เตอร์ของสาขา คือ ต้องรอนานในช่วงวันสิ้นเดือนและต้นเดือน เนื่องจากจำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอต่อการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า อีกทั้งระบบการทำงานของโปรแกรมที่ใช้จะเกิดความล่าช้าและขัดข้อง ทำให้พนักงานต้องใช้ระยะเวลาในการให้บริการนาน และสถานที่ค่อนข้างคับแคบจึงไม่มีพื้นที่มากพอให้ลูกค้าจำนวนมากนั่งรอคิว

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย ปรับปรุง และวางแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับการให้บริการ

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายลูกค้าของธนาคารได้ให้ความสำคัญน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญและปรับปรุงโดยเน้นการประชาสัมพันธ์ และมีการส่งเสริมการตลาด เช่นการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียม หรือการสะสมคูปองเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายในทุกช่วงวัยเนื่องจากการรับชำระค่าสินค้าและบริการเป็นการสร้างรายได้ค่าธรรมเนียมให้กับสาขา

ในระยะยาว หากมีการส่งเสริมการขายก็จะทำให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ และการแนะนำต่อไป

2. จะเห็นได้ว่าลูกค้ากลุ่มหลักที่มาใช้บริการสาขาย่อยบีกชีลำพูน เป็นลูกค้าในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ดังนั้นจากการศึกษาพบว่าจะมีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์หลายอย่างที่น่าจะทำการตลาดกับลูกค้ากลุ่มนี้ได้ เช่น รถยนต์ รถมอเตอร์ไซด์ หรือบัตรเครดิต บัตรกดเงินสดต่างๆ ซึ่งลูกค้ากลุ่มดังกล่าวต่างมีรายได้ประจำที่แน่นอน ทางธนาคารจึงควรมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มนี้ เพื่อให้สามารถสร้างกำไรและเกิดประโยชน์สูงสุดกับหน่วยงานต่อไป

3. ควรมีการเพิ่มจำนวนพนักงานรองรับช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการมาก เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม จะมีช่วงเวลาในเวลาพัก เลิกงาน และเวลาการชำระค่าสินค้าและบริการที่ค่อนข้างคงที่ หากมีการรองรับลูกค้าอย่างเพียงพอ จะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และประทับใจในการให้บริการยิ่งขึ้น

4. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเปรียบเทียบ และระบุปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากธนาคารจะได้นำข้อมูลที่เป็นประโยชน์เหล่านั้น ไปวางแผน และกำหนดกลยุทธ์เพื่อการดูแลลูกค้าให้มีประสิทธิภาพต่อไป