# บทที่ 5

## สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

### 5.1. องค์ความรู้จากวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)ได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในงานวิจัย โดยทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่มีต่อผลประกอบการซึ่งประกอบไปด้วย ทฤษฎีอุปสงค์ ทฤษฎีและตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของฟิลิปคอทเลอร์ แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ทฤษฎีการควบกิจการ นอกจากนี้มีการใช้แบบจำลอง Ordered Probit และการตีความหมายที่ได้จากแบบจำลอง นอกจากนี้จากการตรวจสอบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคาร

### 5.2 สรุปผลการศึกษา

#### 5.2.1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มลูกค้าจำนวน 400 คน ที่ใช้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นเพศหญิงมากว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ64.50 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 24.30 และ19.30 ตามลำดับ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.50 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 53.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 45.80 มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน

#### 5.2.2 สรุปผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาลูกค้า จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารเป็นเวลา10 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 24.30 ซึ่งเป็นลูกค้าเดิมจากธนาคารนครหลวงมาก่อน ความถี่เฉลี่ยในการใช้บริการธนาคารในช่วงเวลา 1 เดือน กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ1 – 3 ครั้งต่อเดือน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมาใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.30 และ 7-9 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ โดยประเภทของบริการที่กลุ่มลูกค้าใช้สูงสุด 3 อันดับแรกคือ การฝากเงิน การถอนเงิน และการโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 83.50, 48.80 และ 26.80 ตามลำดับ ลูกค้าส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์สูงสุด รองลงมาคือเงินฝากประจำ และเงินฝากกระแสรายวัน ในอัตราร้อยละ87.30, 23.00 และ 18.80 ตามลำดับ และมีบัญชีเงินฝากกธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 บัญชีเป็นส่วนใหญ่

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการฝากเงินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.80 รองลงมาเป็นการถอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 47.30 และหมุนเวียนในธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ ใช้บริการในวันจันทร์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.50 โดยนิยมมาใช้บริการในช่วงเวลา 10.01 – 12.00 น จากการศึกษาพบว่าแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการใช้บริการของกลุ่มลูกค้า ส่วนใหญ่ คือ พนักงานแนะนำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.30 รองลงมา คือ วิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ19.30 และคนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 19.10 ตามลำดับ

**5.2.3 สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)**

จากกลุ่มลูกค้าจำนวน 400 คน พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากพนักงานมีมนุษย์สัมพันธ์ บุคลิก มารยาทที่ดี และมีการเข้าถึงลูกค้าเพื่ออำนวยความสะดวก โดยมีระดับความสำคัญมาก อันดับที่สองเป็นปัจจัยด้านระบวนการ เนื่องจากมีการให้บริการที่รวดเร็ว โดยมีระดับความสำคัญมาก อันดับที่สามเป็นปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ เนื่องจากธนาคารทีทำเลที่ตั้งใกล้ตลาดและสถานที่ราชการแต่อย่างไรก็ตามที่จอดรถของธนาคารยังมีน้อยเกินไปสำหรับลูกค้า อันดับที่สี่เป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เนื่องจากธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) เมื่อควบรวมกับธนาคารนครหลวงไทยแล้วทำให้ความมั่นคงของธนาคารอยู่ในระดับสูง อันดับที่ห้าเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากประเภทของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย อันดับที่หกเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากปัจจุบันการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับธนาคารยังมีน้อยเมื่อเทียบกับธนาคารอื่นๆ และอันดับสุดท้ายเป็นปัจจัยทางด้านราคาในที่นี้อัตราดอกเบี้ยของธนาคารธนชาตน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.2.4 สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการต่างๆของลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)**

ภาพรวมของความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน ของลูกค้าดังต่อไปนี้ ความพึงพอใจด้านบุคลากร เป็นอันดับที่หนึ่ง เนื่องจากพนักงานมีความเอาใจใส่ดูแลลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมาก อันดับที่สอง เป็นความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการ เนื่องจากสถานที่ให้บริการมีความสะอาดเป็นระเบียบ แต่อย่างไรก็ตามที่จอดรถยังไม่เพียงพอรองรับลูกค้า อันดับที่สาม เป็นความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายอันดับที่สี่ เป็นความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด โดยลูกค้ามีความพึงพอใจมากจากการประชาสัมพันธ์ผ่านทางพนักงานธนาคาร อันดับที่ห้า เป็นความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อันดับที่หก เป็นความพึงพอใจด้านราคา เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยของธนาคารธนชาตน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น และอันดับที่เจ็ด เป็นความพึงพอใจด้านกระบวนการ

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา ภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อความพึงพอใจในส่วนผสมทางการตลาด พบว่า เพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านราคา อายุมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านบุคลากร รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความพึงพอใจด้านบุคลากร และด้านสถานที่ให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**5.2.5 สรุปผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านโดยใช้แบบจำลอง Ordered Probit**

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้าน โดยประมาณค่าโดยวิธี Ordered Probit ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลมีระดับนัยสำคัญต่อความพึงพอใจทั้ง 7 ด้านได้แก่ 1) สถานภาพการสมรส ประกอบด้วย โสด สมรส หย่าร้าง 2) อาชีพ ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา 3) รายได้ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้มีระดับนัยสำคัญที่ 0.1 นอกจากนี้หากพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก หรือตัวแปรเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคลด้านอาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา และปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ ซึ่งเมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ มีค่าเพิ่มสูงขึ้นจะส่งผลกระทบให้ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสูงขึ้นไปในทิศทางเดียวกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับนัยสำคัญและมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หรือตัวแปรเชิงลบ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรส ได้แก่ โสด สมรส และหย่าร้าง ซึ่งสามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบได้ว่า เมื่อปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้สูงขึ้นจะส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

**5.2.6 ข้อมูลของพนักงาน**

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของพนักงานธนาคารธนชาต จำกัด (มาชน) สาขาอยุธยา จำนวน 5 คน เป็นเพศหญิงจำนวน 4 คน เพศชาย จำนวน 1 คน โดยมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 2 คน 41-50 ปี จำนวน 2 คน และ 51-60 ปี จำนวน 1 คน ซึ่งจบการศึกษาระดับปริญญาตรีและมีสถานภาพสมรสแล้วทั้ง 5 คน โดยมีภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และมีอายุการทำงานระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 1 คน และ มากกว่า 20 ปี จำนวน 4 คน โดยพนักงานทั้ง 5 ท่านนี้เป็นพนักงานเก่ามาจากกธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา มีทัศนะความเห็นเกี่ยวกับการควบรวมกิจการว่าทำให้ธนาคารมีขนาดใหญ่ขึ้นและมีความแข็งแกร่งขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้บุคคลทั่วไปรู้จักธนาคารมากขึ้นกว่าเดิม แต่การบริหารงานยังทำให้พนักงานมีความรู้สึกแบ่งแยกกันระหว่างพนักเก่าของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) และพนักงานธนชาต จำกัด (มหาชน) นอกกกจากนี้จากการควบรวมกิจการทำให้ทางธนาคารมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น ส่วนเรื่องของรูปแบบการทำงานพนักงานส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่ารูปแบบการทำงานบางอย่างทำให้เกิดความล่าช้า มีขั้นตอนมากเกินไป อีกทั้งต้องศึกษาข้อมูลและระบบของธนาคารใหม่ซึ่งทำให้การทำงานยากขึ้น และบางสาขามีพนักงานที่ขาดความรู้ความเข้าใจซึ่งส่งผลให้การทำงานเกิดความล่าช้าแต่ทางธนาคารก็มีกฎระเบียบซึ่งทำให้ป้องกันความผิดพลาดได้เป็นอย่างดี ส่วนเรื่อความพึงพอใจในการทำงาน พนักงานมีความเห็นส่วนใหญ่ว่ารู้สึกเครียดกับเป้าหมายการตลาดที่จะต้องทำให้ได้

จากผลการศึกษาข้างต้นนั้นมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของจุรีย์มาศ บุญสูง (2550) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งมีความสอดคล้องในเรื่องการใช้ สถิติเชิงพรรณนา และการใช้ค่าลิเคทสเกลในการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ และผลการศึกษามีความสอดคล้องในเรื่องของพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการ และผลการศึกษานี้ยังมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนริศรี จักรอิสราพงศ์ (2550) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลการศึกษาปรากฏว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการมีข้อมูลส่วนบุคคลที่สอดคล้องกันยกเว้นในเรื่องของรายได้ นอกจานี้ลูกค้ายังมีการใช้บริการด้านฝาก ถอน โอนมากที่สุดเหมือนกัน นอกจานี้ในการวิจัยครั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชาญยุทธ์ แดงใจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(2552) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์และการใช้ข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามสอดคล้องกัน นอกจากนี้ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการและความพึงพอใจโดยใช้มาตรวัดตามแนวคิด Likert Scale โดยลูกค้ามีความพึงพอใจมากในด้านกระบวนการสอดคล้องกัน

**5.3 ข้อเสนอแนะ**

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยาภายหลังการควบรวมกิจการกับธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าธนาคารควรมีการปรับปรุงเรื่องสถานที่จากผลการศึกษาแสดงความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการซึ่งอยู่ใกล้สถานที่ทำงานหรือบ้านของลูกค้าทำให้ง่ายต่อการไปทำธุรกรรมกับทางธนาคาร แต่อย่างไรก็ตามในเรื่องของที่จอดรถก็ยังคงเป็นปัญหาสำคัญของธนาคารเนื่องจากมีจำนวนที่จอดรถไม่เพียงพอต่อจำนวนลูกค้าซึ่งทางธนาคารควรจัดหาที่จอดรถเพิ่มเติมให้เพียงพอต่อจำนวนลูกค้า นอกจากนี้เรื่องกระบวนการในการให้บริการยังคงมีความล่าช้าในการให้บริการ เนื่องจากภายหลังการควบรวมกิจการนั้นทำให้มีขั้นตอนบางอย่างมากขึ้นและทำให้เกิดความล่าช้าได้ ดังนั้นธนาคารควรมีการแบ่งหน้าที่รายละเอียดของหน้าที่ของพนักงาน เพื่อไม่ทำให้พนักงานเกิดความสับสนและสามารถทำงานของตนได้อย่างเต็มที่ รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการแจ้งเตือนทางข้อความเมื่อลูกค้าได้ทำธุรกรรม อีกทั้งควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้บริการเพื่อความรวดเร็วแก่ลูกค้ารวมทั้งมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน

ด้านราคาเมื่อพิจารณาแล้วอาจเกิดจากดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารธนชาตอาจจะยังมากกว่าธนาคารอื่น ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเป็นอย่างมาก ดังนั้นธนาคารควรปรับอัตราดอกเบี้ยกู้อย่างน้อยที่สุดก็ต้องเท่ากับอัตราดอกเบี้ยของธนาคารอื่น และอาจมีการเพิ่มของสมนาคุณในการเปิดบัญชีครั้งแรก ซึ่งอาจทำลูกค้ารู้สึกประทับใจในการได้รับของตอบแทน ส่วนค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บต่างๆนั้น ควรจะมีการแจ้งให้ลูกค้าเข้าใจอย่างละเอียด และอาจมีการปรับลดเพื่อการขยายฐานลูกค้า เป็นต้น นอกจากนี้ด้านส่งเสริมการตลาด ธนาคารควรมีการโฆษณาถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ๆทางสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเตอร์เน็ต นอกจากนี้อาจมีการส่งข่าวสารของธนาคารผ่านทางอีเมล เพื่อให้ลูกค้ารับข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและรวดเร็วและสามารถเช็คข้อมูลข่าวสารได้โดยไม่ต้องมาธนาคาร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**5.4 แนวทางงานวิจัยในอนาคต**

เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในอนาคตควรมีการวิเคราะห์ปัจจัยการใช้บริการในเขตพื้นที่อื่นๆ ด้วยเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างจากสาขาอยุธยาเท่านั้นอาจไม่เพียงพอและแม่นยำที่จะสรุปได้โดยทั้งหมดว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารธนชาตในสาขาอื่นๆ ของประเทศไทยด้วย นอกจากนี้ควรจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในการใช้เครื่องมือเชิงปริมาณในการวิเคราะห์ผลและการวัดผล เพื่อผลการศึกษาที่ได้จะสอดคล้องกับความเป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved