

## บทที่ 5

## สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

## สรุปผลการค้นคว้าอิสระ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540-2541 สามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็นดังนี้

## 1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 150 ตัวอย่าง เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.0 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 46.0 มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.7 มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.7 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 40.7 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 22.0 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 36.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.3 มีรายได้ของครอบครัวอยู่ระหว่าง 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.0

## 2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 32.0 ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) รองลงมา ได้แก่ ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 28.7 และ ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 22.7 ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินฝากอยู่ในช่วงระยะเวลา มากกว่า 2-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.3 และ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.0 โดยมีการใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) นานที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.7

การใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันเปรียบเทียบการจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญาหรือเทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ใช้บริการ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และเมื่อเปรียบเทียบการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,000-10,000 บาท และ 40,001-60,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ส่วนลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท และ 20,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำหรับลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 60,001-100,000 บาท และสูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 60.0 ไม่เคยเปลี่ยนธนาคาร รองลงมา คือ ร้อยละ 26.7 เคยเปลี่ยนธนาคาร 1-2 ครั้ง สาเหตุของการเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ร้อยละ 24.7 มีสาเหตุมาจากอัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือด้านความมั่นคงของธนาคาร และ ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ อยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ 10.7 ตามลำดับ

การเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเปรียบเทียบการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ส่วนใหญ่แล้วไม่เคยเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีการเปลี่ยนธนาคารจำนวน 1-2 ครั้ง ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ส่วนการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน คือ ส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา

สาเหตุของการเปลี่ยนธนาคารในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเปรียบเทียบการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับไม่เป็นที่พอใจ ยกเว้นกลุ่มลูกค้ำตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากไม่เชื่อถือด้านความมั่นคงของธนาคาร ส่วนการเปรียบเทียบการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือนพบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับไม่เป็นที่พอใจ ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ ทำเลที่ตั้งอยู่ไกลบ้าน/ที่ทำงาน

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก คิดเป็นร้อยละ 78.0 โดยมีจำนวนบัญชี 1 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมาคือ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างร้อยละ

55.3 ใช้บัญชีเงินฝากประจำ (3,6,12 หรือมากกว่า) โดยร้อยละ 88.0 มีจำนวน 1 บัญชี ส่วนลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บัญชีกระแสรายวัน/เดินสะพัด คิดเป็นร้อยละ 48.0 ส่วนใหญ่ร้อยละ 77.8 มีจำนวน 1 บัญชี นอกจากนั้น การใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ ลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการฝากถอน-เงิน ผ่าน ATM. /เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาคือ ใช้บริการโอนเงิน และ ใช้บริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 70.0 และ 52.7 ตามลำดับ

สำหรับประเภทบัญชีเงินฝากที่มีอยู่เปรียบเทียบการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก ยกเว้นลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากประจำ (3, 6, 12 เดือนหรือมากกว่า) ส่วนการเปรียบเทียบการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท 20,001-40,000 บาท และ 40,001-60,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก ส่วนลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 60,001-100,000บาท และ สูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากกระแสรายวัน/เดินสะพัด

การใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติเปรียบเทียบการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่ใช้บริการโอนเงิน ส่วนระดับการศึกษานุปริญญาหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่ใช้บริการฝาก-ถอนเงินผ่าน ATM./เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ ส่วนการเปรียบเทียบการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และ 20,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการฝาก-ถอนเงินผ่าน ATM./เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ ส่วนลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 40,001-60,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการโอนเงิน สำหรับลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 60,001-100,000 บาท และสูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการเบิกจ่ายเงินโดยใช้เช็ค

ลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.0 ในการรับทราบข้อมูลการให้บริการจากสื่อต่าง ๆ นั้น ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลการให้บริการจากแผ่นพับ คิดเป็นร้อย

ละ 42.0 รองลงมาคือ โปสเตอร์ที่คิดในธนาคาร และ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 25.3 และ 13.3 ตามลำดับ ความถี่ของการใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์เปรียบเทียบการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน คือ ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ส่วนการเปรียบเทียบการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างกัน คือ ส่วนใหญ่ใช้บริการมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ยกเว้นลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อเดือน

สำหรับสื่อที่ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์เปรียบเทียบการจำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จากแผ่นพับของธนาคาร

### 3. ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.07 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านขบวนการให้บริการเป็นอันดับ 1 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่น ๆ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.61

ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.48 3.45 3.37 2.99 และ 2.80 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้ใจได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ปัจจัยด้านสินค้า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ปัจจัยด้านสถานที่ ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มาสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ปัจจัยด้านราคา ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01

สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านอื่น ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 1.83

ปัจจัยด้านอื่น ๆ ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนแล้ว และธนาคารบังคับให้ต้องเปิดบัญชีเงินฝาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.87

สำหรับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสินค้าที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย สูงกว่าปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา อนุปริญญา หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อรูปแบบของสมุดเงินฝาก สวยงาม พกพาสะดวก มีการให้บริการบัตรเครดิต ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร และมีบริการเงินกู้พิเศษถ้าเปิดบัญชีเงินฝาก ในระดับปานกลาง สำหรับการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 50,000-10,000 บาท และสูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการมีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการของลูกค้า บริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง และเป็นผู้นำด้านความทันสมัยในการให้บริการ ในระดับมาก

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย สำหรับการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสินค้าโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มา สะดวก ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ทำงาน ไป-มา สะดวก และมีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก ในระดับมาก สำหรับการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มา สะดวก ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ทำงาน ไป-มา สะดวก และมีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก ในระดับมาก

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย สำหรับการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างทุกช่วงรายได้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา อนุปริญญาหรือ

เทียบเท่า และปริญญาตรี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากร โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท และ 20,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดการจำแนกตามระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการรู้จักพนักงานเป็นการส่วนตัว และบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน ในระดับปานกลาง

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านขบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา และปริญญาตรี ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 10,001-20,000 บาท และ 40,001-60,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดการจำแนกตามระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวต่อเดือนแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการให้บริการ ATM. ตลอด 24 ชั่วโมง และมีบริการตู้ ATM. ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไป หรือหาตู้ATM. กดเงินได้ง่ายและสะดวก ในระดับปานกลาง

ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนแล้วและธนาคารบังคับให้ต้องเปิดบัญชีเงินฝาก และเงื่อนไขหน่วยงานบังคับโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย สำหรับการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเกือบทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนแล้วและธนาคารบังคับให้ต้องเปิดบัญชีเงินฝาก และเงื่อนไขหน่วยงานบังคับโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

#### 4. ปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 รองลงมา ได้แก่ ปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ ปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ ปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากร และปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัญหาต่อปัจจัยด้านราคา และปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.69 และ 3.04 ตามลำดับ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาของธนาคารพาณิชย์ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความมากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าปัญหาด้านอื่น ๆ ในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์

ปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความมากที่สุด คือ การให้ของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.60

สำหรับปัญหาในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ ปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ ปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากร และปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.51 3.58 3.60 และ 3.73 ตามลำดับ

ปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความมากที่สุด คือ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีความมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78



ปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีปัญหา มากที่สุด คือ บุคลิกและการแต่งกายของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้าของธนาคารพาณิชย์ ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัญหามากที่ สุด คือ ประเภทบัญชีไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้ำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

สำหรับระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้าของธนาคารพาณิชย์จำแนกตามระดับการ ศึกษาและรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านสินค้าโดยเฉลี่ยรวมอยู่ใน ระดับน้อย แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาต่อประเภท บัญชีเงินฝากไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้ำ และรูปแบบของสมุดเงินฝาก ในระดับปานกลาง

ระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาของธนาคารพาณิชย์จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และอนุปริญญาหรือ เทียบเท่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนลูกค้ำกลุ่ม ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย สูงกว่าปริญญาตรี และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วน ใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนการจำแนกตามรายได้ของครอบครัว ต่อเดือน พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปาน กลาง ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 40,001-60,000 บาท และ สูงกว่า 100,000 บาท ส่วน ใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านราคาโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก

ระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่ของธนาคารพาณิชย์จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้น ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อสถานที่จอดรถใน ระดับปานกลาง ส่วนการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัย ด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในราย ละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่ มีปัญหาต่อปัจจัยด้านสถานที่จอดรถ ในระดับปานกลาง

ระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารพาณิชย์จำแนกตามระดับการศึกษา และรายได้ของครอบครัว พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารพาณิชย์จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านบุคลากรโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับของปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ลูกค้ำกลุ่มอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย อนุปริญญาหรือเทียบเท่า และประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ส่วนลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ ความรวดเร็วของบริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ และการมีระบบรักษาความปลอดภัย ในระดับปานกลาง ส่วนการจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,000-10,000 บาท 60,001-100,000 บาท และสูงกว่า 100,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อย ส่วนลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 10,001-20,000 บาท 20,001-40,000 บาท และ 40,001-60,000 บาท ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อปัจจัยด้านขบวนการให้บริการโดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาต่อความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ และการมีระบบการรักษาความปลอดภัย ในระดับปานกลาง

## 5. ข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝาก

### ด้านสินค้า

- ควรมีประเภทบัญชีเงินฝากให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- ควรมีการแจ้งคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ เช่น 6 เดือน/ครั้ง

### ด้านราคา

- ควรให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าที่เป็นอยู่
- ควรลดอัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและการฝากเงินต่างสาขา ตลอดจนค่าธรรมเนียมในการเบิกเงินที่ตู้ ATM. ต่างจังหวัด

### ด้านสถานที่

- ควรขยายพื้นที่สถานที่จอดรถให้เพียงพอ มีทางเข้า-ออกสะดวก และมีพนักงานคอยดูแลควบคุมการจัดระเบียบในการจอดรถ
- ควรเปิดสาขาใหม่ในพื้นที่รอบ ๆ เมือง
- ควรมีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เปิดเพลง หรือ โทรทัศน์ ให้กับลูกค้าในระหว่างการรอคอย

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ควรมีพนักงานต้อนรับและคอยแนะนำการใช้บริการด้านต่าง ๆ ให้กับลูกค้า
- ควรมีการติดประกาศค่าธรรมเนียมการใช้บริการด้านต่าง ๆ ชัดเจน เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นต้น
- ควรมีการแจกของขวัญ ของชำร่วยในเทศกาลพิเศษต่าง ๆ ที่เหมาะสมและทั่วถึงทุกบัญชี
- ควรมีแผ่นพับ โปสเตอร์ แนะนำการใช้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจน

### ด้านบุคลากร

- ธนาคารควรเพิ่มพนักงานให้เพียงพอกับการให้บริการลูกค้าในช่วงสิ้นเดือน
- พนักงานธนาคารควรมีสำนึกในการให้บริการที่ดีกับลูกค้า
- ควรมีการพัฒนาคุณภาพพนักงานให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการให้บริการ ความเต็มใจและยินดีที่จะให้คำแนะนำ บริการ และมีมนุษยสัมพันธ์
- ควรปรับปรุงในเรื่องบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน
- พนักงานควรรักษาความลับในเรื่องเงินฝากของลูกค้า

**ด้านขบวนการให้บริการ**

- ควรมีการเพิ่มการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น
- ควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน
- ควรมีการให้พนักงาน ไปรับเงินฝากนอกสถานที่
- ควรมีเจ้าหน้าที่คอยประจำอยู่ที่ธนาคารเพื่อรับแจ้งในกรณีเครื่อง ATM. ชักข้อ หรือเงินในตู้ ATM. หมดในช่วงวันหยุด
- ควรมีการเพิ่มการให้บริการตู้ ATM. มากขึ้น
- ควรลดขั้นตอนในการให้บริการบางขั้นตอนลง
- ควรบริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาคและให้บริการตามลำดับก่อนหลัง

## การอภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541 ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาประกอบการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก สามารถอธิบายได้โดยใช้ทฤษฎีสั่งกระตุ้น-ตอบสนอง (S-R Theory) ซึ่งเริ่มต้นจากมีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึคนึกคิดของผู้บริโภค และมีการตอบสนอง (Response) และตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยสิ่งกระตุ้นดังกล่าว มีดังนี้

1) สิ่งกระตุ้นด้านสินค้าหรือบริการ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะ เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด

2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะ อัตราดอกเบี้ยสูง ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด

3) สิ่งกระตุ้นด้านสถานที่ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มาสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด

4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะ มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด

5) สิ่งกระตุ้นด้านบุคลากร ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้ใจได้ ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด

6) สิ่งกระตุ้นด้านขบวนการให้บริการ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะ การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้ ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด

7) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะ ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนแล้วและธนาคารบังคับให้ต้องเปิดบัญชีเงินฝาก ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่สำคัญมากที่สุด

นอกจากนี้ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก ก็คือ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของมาส โลว์

กล่องคำหรือความรู้สึกนึกคิดของลูกค้า สิ่งที่มีอิทธิพลต่อลักษณะของลูกค้า และกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม กลุ่มลูกค้าตัวอย่างเลือกใช้บริการ เพราะ ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติ เพื่อน ผู้ที่นับถือ

สำหรับการตอบสนอง (Response) ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเลือกใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยใช้บัญชีเงินฝากออมทรัพย์/เพื่อเรียก/สะสมทรัพย์ มากกว่าประเภทอื่น และมีการใช้บริการในช่วง มากกว่า 2 - 5 ปี มากกว่าช่วงระยะเวลาอื่น ๆ

จากผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ “การเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของลูกค้าเพื่อใช้บริการเงินฝาก” ของคุณนิ ปาจุวัง พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้บริการเงินฝาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ทำเลที่ตั้งของธนาคารไปมาสะดวก พนักงานของธนาคารสุภาพ น่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคารดี น่าเชื่อถือ ตามลำดับ ปัญหาในการใช้บริการเงินฝากของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก รองลงมาคือ การให้บริการล่าช้า เครื่องฝากถอนเงินขัดข้องเป็นประจำ พนักงานมีน้อย และพนักงานไม่มีอัธยาศัยการต้อนรับที่ดี ตามลำดับ ซึ่งในการศึกษานี้ทำในช่วงภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศอยู่ในช่วงปรกติ สภาพคล่องของระบบสถาบันการเงินอยู่ในเกณฑ์สูง เงินทุนจากต่างประเทศเคลื่อนย้ายเข้ามาในประเทศมาก และสามารถกู้เงินจากต่างประเทศได้สะดวก ทำให้การแข่งขันในเรื่องอัตราดอกเบี้ยไม่รุนแรง อยู่ในอัตราโดยเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ทำการศึกษาในช่วงที่ประเทศประสบกับปัญหาภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การไหลออกของเงินทั้งตลาดทุนและตลาดเงินไปยังต่างประเทศ และการกู้เงินจากต่างประเทศเป็นไปได้ด้วยความลำบาก สภาพคล่องของระบบสถาบันการเงินอยู่ในเกณฑ์ต่ำ บริษัทเงินทุนและบริษัทหลักทรัพย์ ต้องปิดกิจการและเกิดการรวมกิจการเป็นจำนวนหลายสิบแห่ง ส่วนธนาคารพาณิชย์หลายแห่งต้องกลายเป็นของรัฐ มีผลให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในระบบสถาบันการเงิน การแข่งขันในการหาเงินฝากอยู่ในขั้นรุนแรง ในช่วงปี 2540 - ไตรมาสที่ 3 ของปี 2541 มีการให้ดอกเบี้ยเงินฝากประจำสูงถึงร้อยละ 16.5 ต่อปี แต่ในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2541 การแข่งขันการหาเงินฝากอยู่ในเกณฑ์ต่ำ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำลดลงมาอยู่ในระดับร้อยละ 5 ต่อปี เนื่องจากทุกธนาคารมีสภาพคล่องของเงินฝากอยู่ในเกณฑ์สูง เพราะธนาคารพาณิชย์ไม่ยอมปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจ เกรงจะเป็นการเพิ่มหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และเป็นภาระต้องสำรองหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น

จากสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก และปัญหาในการใช้บริการด้านเงินฝาก แยกต่างจากการศึกษาของคุณฉนิ น ปาจุวัง ซึ่งหากพิจารณาในรายละเอียดของการศึกษาในครั้งนี้ โดยแยกแต่ละปัจจัยและปัญหาออกจากกันโดยอิสระ โดยไม่พิจารณาเป็นปัจจัยและปัญหารวมในแต่ละด้านแล้ว จะพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน รองลงมาคือ เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้ ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้ และทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ไป-มาสะดวก ตามลำดับ สำหรับปัญหาในการใช้บริการด้านเงินฝาก ถูกค้ำกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า มีปัญหามากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับต่ำ รองลงมาคือ การให้ของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเสริมต่าง ๆ สูง และไม่มีพนักงานคอยให้คำปรึกษา แนะนำการบริการ ตามลำดับ

ตารางเปรียบเทียบผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากและปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านเงินฝากในช่วงภาวะเศรษฐกิจปกติกับภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ

การศึกษาในช่วง	การศึกษาในช่วงภาวะเศรษฐกิจปกติ พ.ศ. 2537 ของกรณีศึกษา (ในอ.เมือง จ.เชียงใหม่)	การศึกษาในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541 (ในอ.เมือง จ.ลำปาง)
ผลการศึกษา		
ปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ</li> <li>2. ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน/ที่ทำงาน</li> <li>3. ทำเลที่ตั้งของธนาคารไป-มาสะดวก</li> <li>4. พนักงานของธนาคารสุภาพ น่าเชื่อถือ</li> <li>5. ชื่อเสียงของธนาคารดี น่าเชื่อถือ</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน</li> <li>2. เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง</li> <li>3. การบริการมีความถูกต้องเหมาะสม และเชื่อถือได้</li> <li>4. ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆทันสมัยและเชื่อถือได้</li> <li>5. ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน/ที่ทำงานไป-มาสะดวก</li> </ol>
ปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านเงินฝาก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สถานที่จอดรถไม่สะดวก</li> <li>2. การให้บริการล่าช้า</li> <li>3. เครื่องฝาก-ถอนเงินขัดข้องเป็นประจำ</li> <li>4. พนักงานมีน้อย</li> <li>5. พนักงานไม่อภัยการต้อนรับที่ดี</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับต่ำ</li> <li>2. การให้ของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ</li> <li>3. สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ</li> <li>4. อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเสริมต่าง ๆสูง</li> <li>5. ไม่มีพนักงานคอยให้คำปรึกษา แนะนำการบริการ</li> </ol>



### ข้อค้นพบ

พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541

จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ระยะเวลาในการใช้บริการอยู่ในช่วง 2-5 ปี ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก และใช้บริการฝาก-ถอนเงินผ่าน ATM/เครื่องถอนเงินอัตโนมัติเป็นบริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ โดยมีการใช้บริการด้านต่าง ๆ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จากแผ่นพับของธนาคาร

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีความซื่อสัตย์ต่อธนาคารพาณิชย์ที่ตนเองใช้บริการอยู่ ในส่วนของลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างที่เคยเปลี่ยนธนาคาร ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับไม่เป็นที่พอใจ รองลงมาคือ ไม่เชื่อถือด้านความมั่นคง เนื่องจากประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การไหลออกของเงินทั้งตลาดทุนและตลาดเงินไปยังต่างประเทศ และการกู้เงินจากต่างประเทศเป็นไปด้วยความลำบาก สภาพคล่องของระบบสถาบันการเงินอยู่ในเกณฑ์ต่ำ บริษัทเงินทุนและบริษัทหลักทรัพย์ต้องปิดกิจการและเกิดการรวมกิจการเป็นจำนวนหลายสิบแห่ง ส่วนธนาคารพาณิชย์หลายแห่งต้องกลายเป็นธนาคารของรัฐที่รอขายกิจการให้กับเอกชน มีผลให้เกิดความไม่เชื่อมั่นในระบบสถาบันการเงิน และการแข่งขันการหาเงินฝากอยู่ในเกณฑ์สูงในช่วงปี 2540 - ไตรมาสที่ 3 ของปี 2541 มีการให้ดอกเบี้ยเงินฝากประจำสูงถึงร้อยละ 16.5 ต่อปี

ซึ่งหากพิจารณาในรายละเอียดของการศึกษาในครั้งนี้ โดยแยกแต่ละปัจจัยออกจากกันโดยอิสระ ไม่พิจารณาเป็นปัจจัยในแต่ละด้านแล้ว จะพบว่า ปัจจัยที่ผลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน รองลงมาคือ เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง เนื่องจากในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ มีผลให้ธนาคารประสบกับการขาดสภาพคล่องทางการเงิน การเพิ่มเงินสำรองต่าง ๆ ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนด และการขาดทุน ทำให้ธนาคารพาณิชย์บางแห่งต้องปิดกิจการ บางแห่งต้องรวมกิจการกับธนาคารพาณิชย์แห่งอื่น และบางแห่งต้องเป็นธนาคารของรัฐรอขายกิจการให้กับเอกชน ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่มั่นใจในความมั่นคงของธนาคารพาณิชย์ ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะรับประกันเงินฝากของประชาชน

ปัญหาของผู้บริโภคในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัด ลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541

หากพิจารณาในรายละเอียดของการศึกษาในครั้งนี้ โดยแยกแต่ละปัญหาออกจากกันโดยอิสระ ไม่พิจารณาเป็นปัญหาในแต่ละด้านแล้ว จะพบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งเป็นปัญหามากที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับต่ำ รองลงมาคือ การให้ของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เนื่องจากในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2541 การแข่งขันการหาเงินฝากอยู่ในเกณฑ์ต่ำ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำตกลงมาอยู่ในระดับร้อยละ 5 ต่อปี เพราะธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งมีสภาพคล่องของเงินฝากอยู่ในเกณฑ์สูง เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ไม่ปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจ เกรงจะเป็นการเพิ่มหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และเป็นภาระที่ธนาคารต้องสำรองหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น ทำให้ธนาคารพาณิชย์ประสบผลขาดทุน ตลอดจนธนาคารพาณิชย์มีการลดงบประมาณค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ลง เช่น ค่าใช้จ่ายทางด้านค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ของขวัญของชำร่วยที่แจกให้กับลูกค้าในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้ธนาคารมีผลกำไรและสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

สำหรับปัญหาในเรื่องพนักงานไม่เพียงพอในการให้บริการและไม่มีพนักงานคอยให้คำปรึกษา แนะนำการบริการ เนื่องจากบริษัท ห้างร้านต่าง ๆ ประสบกับภาวะการขาดสภาพคล่องทางการเงิน การขาดทุน และการปิดกิจการ ทำให้เกิดการว่างงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งธุรกิจต่าง ๆ และคนว่างงานเหล่านั้นที่เป็นลูกค้าสินเชื่อของธนาคารไม่สามารถผ่อนชำระเงินต้นและดอกเบี้ยให้กับธนาคารพาณิชย์ได้ ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องแบกรับภาระในการเพิ่มเงินสำรองหนี้ มีผลให้ธนาคารต้องประสบกับภาวะการขาดทุน ธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายในด้านพนักงาน โดยให้พนักงานออกก่อนครบกำหนดอายุ แต่มีการจ่ายเงินให้กับพนักงานที่ออกจำนวนหนึ่ง

ซึ่งผลการศึกษาที่ได้รับในครั้งนี้แตกต่างไปจากผลการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ “การเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของลูกค้าเพื่อใช้บริการเงินฝาก” ของคณิน ปาจวง ที่พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เพื่อใช้บริการเงินฝาก คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ทำเลที่ตั้งของธนาคารไปมาสะดวก พนักงานของธนาคารสุภาพ น่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคารดี น่าเชื่อถือ ตามลำดับ ปัญหาในการใช้บริการเงินฝากของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคาร

พาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก รองลงมาคือ การให้บริการล่าช้า เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติเป็นประจำ พนักงานมีน้อย และพนักงานไม่มีอัธยาศัยการต้อนรับที่ดี ตามลำดับ ซึ่งในการศึกษานี้ทำในช่วงภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศอยู่ในช่วงปรกติ สภาพคล่องของระบบสถาบันการเงินอยู่ในเกณฑ์สูง เงินทุนจากต่างประเทศเคลื่อนย้ายเข้ามาในประเทศมาก และสามารถกู้เงินจากต่างประเทศได้สะดวก ทำให้การแข่งขันในเรื่องอัตราดอกเบี้ยไม่รุนแรง อยู่ในอัตราโดยเฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี

## ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540-2541 มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้  
การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของธนาคารพาณิชย์

### 1. ด้านสินค้า

- ควรมีการปรับปรุงด้านสินค้าให้สนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุดอยู่เสมอ อาทิเช่น มีประเภทบัญชีเงินฝากตรงความต้องการ มีการพัฒนาบริการเสริมต่าง ๆ ที่จะให้กับลูกค้า

- ธนาคารควรเน้นการประชาสัมพันธ์ในด้านภาพพจน์ของธนาคาร เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในธนาคาร และมีส่วนร่วมสนับสนุนโครงการในท้องถิ่น

### 2. ด้านราคา

- จากการศึกษาพบว่า ปัญหาด้านราคา เป็นปัญหาอันดับ 1 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยค่าที่สุดกว่าปัญหาอื่น ๆ ซึ่งได้แก่อัตราดอกเบี้ยที่ได้รับต่ำ ดังนั้นกลยุทธ์ในด้านราคา ธนาคารควรจะให้อัตราดอกเบี้ยที่เป็นธรรม โดยพิจารณาถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายอื่น เพื่อให้สามารถทำกำไรได้ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยที่ไม่ให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าถูกธนาคารเอาเปรียบมากเกินไป ตลอดจนควรมีการให้อัตราดอกเบี้ยตามระยะเวลาในการใช้บริการ คือ ถ้าหากลูกค้าใช้บริการกับธนาคารเป็นระยะเวลาอันนานก็จะได้รับอัตราดอกเบี้ยในอัตราพิเศษ ทั้งนี้ต้องมีการกำหนดจำนวนเงินฝากขั้นต่ำไว้ด้วย

### 3. ด้านสถานที่

- จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างพบมากที่สุด คือ สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ดังนั้นธนาคารควรขยายพื้นที่หรือจัดหาพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ และมีความสะดวกในการเข้า-ออก พร้อมทั้งจัดพนักงานในการดูแลและจัดระเบียบในการจอดรถ

- ควรมีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่รอบเมือง และควรมีการปรับปรุงการตกแต่งภายใน-นอกอาคารให้มีบรรยากาศที่ดี พร้อมทั้งควรมีหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เปิดเพลง และโทรทัศน์ ให้กับลูกค้าที่อยู่ในระหว่างรอรับบริการ

#### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่ลูกค้าพบมากที่สุด คือ การให้ของขวัญ ของชำร่วย แจก ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ธนาคารควรมีการแจกของขวัญ ของชำร่วยในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ซึ่งต้องพิจารณา ให้เหมาะสมและแจกลูกค้าอย่างทั่วถึง โดยคำนึงถึง ปริมาณเงินฝาก ระยะเวลาในการเป็นลูกค้ามากน้อย เพียงใด

- ควรมีการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารจากแผ่นพับของธนาคาร ดังนั้นธนาคารควรเน้นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยใช้แผ่นพับ ประกอบกับควรมีการติดป้าย ประกาศอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อย่างชัดเจน ตลอดจนควรมีพนักงานต้อนรับคอยให้คำแนะนำบริการด้านต่าง ๆ ของธนาคาร

#### 5. ด้านบุคลากร

- ควรมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการ และแนะนำได้เป็นอย่างดี มีความยินดีและเต็มใจ พร้อมให้คำแนะนำ ปรีกษา มีความยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ มีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้วางใจได้ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากธนาคารต้องเป็นที่น่าเชื่อถือ ตลอดจนพนักงานต้องมีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสุภาพ

- ควรลดปัญหาในช่วงสิ้นเดือนที่มีลูกค้ามาใช้บริการมาก โดยเพิ่มพนักงานชั่วคราว หรือนำพนักงานจากแผนกอื่น ๆ ที่ไม่มีงานเร่งด่วนมาช่วยในการให้บริการกับลูกค้า

#### 6. ด้านขบวนการให้บริการ

- จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านขบวนการให้บริการ เป็นปัจจัยอันดับ 1 ที่ลูกค้าเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก ธนาคารควรมีการพัฒนากระบวนการให้บริการ โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เช่น เครื่องฝากเงินอัตโนมัติและเครื่องปรับยอดคงเหลือบัญชีเงินฝากอัตโนมัติที่ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ด้วยตนเอง และระบบวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ในการให้บริการ เช่น การนำระบบ Queueing มาใช้ในการให้บริการด้านเงินฝาก ทำให้ลูกค้าทุกคนได้รับการบริการอย่างเสมอภาคและมีลำดับในการให้บริการก่อนหลัง