

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ และ ความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการด้านสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สาขาแม่โจ้ จำนวน 285 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ใช้วิธีวัดตามแบบมาตราส่วนประเมินค่าหรือมาตรวัดลิเคอร์ท (Likert Scale) และสถิติไคสแควร์ ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการสินเชื่อ จำนวน 285 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.1) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 38.6) การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 63.5) อาชีพโดยส่วนใหญ่รับราชการ (ร้อยละ 55.1) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 42.5)

5.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขต

อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร เมื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 อันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านราคา ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 อันดับที่ 5 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

อันดับที่ 6 คือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 อันดับที่ 7 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และอันดับที่ 8 คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

5.1.3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านักวิชาการชาวไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

จำแนกตามกลุ่มของเพศ เมื่อทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านักวิชาการ พบว่า ปัจจัยที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือมีความสัมพันธ์กันในระหว่างกลุ่มลูกค้าที่จำแนกตามเพศ ได้แก่ ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นแถมใส่ให้บริการด้วยความเป็นกันเองของพนักงาน ปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน ปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้า

จำแนกตามกลุ่มอายุ เมื่อทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านักวิชาการ พบว่า ปัจจัยที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือมีความสัมพันธ์กันของลูกค้าในทุกกลุ่มอายุ ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถความชำนาญในการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านการเป็นธนาคารพาณิชย์ที่มีขนาดใหญ่ ปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ ปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอกู้ และปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ

จำแนกตามกลุ่มอาชีพ เมื่อทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านักวิชาการ พบว่า ปัจจัยที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือมีความสัมพันธ์กันของลูกค้าในทุกกลุ่มอาชีพ ได้แก่ ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ปัจจัยด้านความยืดหยุ่นแถมใส่ให้บริการด้วยความเป็นกันเองของพนักงาน ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถความชำนาญในการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ ปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ ปัจจัยด้านสถานที่อยู่ในแหล่งชุมชน ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวก ปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน ปัจจัยด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้า ปัจจัยด้านเอกสารประกอบในการยื่นขอกู้ ปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติ ปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ ปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้างงาน และปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร

จำแนกตามกลุ่มรายได้ เมื่อทดสอบความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันหรือมีความสัมพันธ์กันของลูกค้าในทุกกลุ่มรายได้ ได้แก่ ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ปัจจัยด้านการแนะนำและช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของพนักงาน ปัจจัยด้านการเป็นธนาคารของรัฐ ปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ตรงกับความต้องการ ปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระหนี้ ปัจจัยด้านสถานที่จอดรถสะดวก ปัจจัยด้านการตกแต่งอาคารสถานที่ทั้งภายนอกและภายใน ปัจจัยด้านการออกเดินตลาดพบลูกค้า ปัจจัยด้านขั้นตอนการอนุมัติ ปัจจัยด้านระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติ ปัจจัยด้านการทำนิติกรรมสัญญา, การจ้างงาน และปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร

5.1.4 ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาในด้านความพึงพอใจของกลุ่มอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อลูกค้าธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านราคา ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 อันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และอันดับที่ 5 คือ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อ เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1) ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านความมั่นคงและความมีชื่อเสียงของธนาคาร ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ดังนั้นธนาคารสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการขยายฐานสินเชื่อต่อไปในอนาคตได้ โดยในการสร้างภาพลักษณ์และ

ความน่าเชื่อถือ ทั้งในด้านการให้บริการของพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและเป็นการสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กร นอกจากนี้ฐานลูกค้าเดิมของธนาคารทั้งทางด้านสินเชื่อและด้านเงินฝาก ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ธนาคารจะต้องให้ความสำคัญและให้การบริการเป็นอย่างดี

2) การศึกษาด้านความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุดโดยเฉพาะด้านการติดตามผลหลังจากทำนิติกรรมสัญญาและจ่ายเงินกู้แล้ว รองลงมา ได้แก่ การทำนิติกรรมสัญญา, จำนวนระยะเวลาในการอนุมัติ ขั้นตอนการอนุมัติ และการแจ้งผลการอนุมัติ ดังนั้นธนาคารกรุงไทยจึงควรเร่งดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงด้านกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

3) ในด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่า ปัจจัยด้านความยิ้มแย้มแจ่มใสให้บริการด้วยความเป็นกันเองของพนักงานเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถความชำนาญในการให้บริการของพนักงาน ดังนั้นธนาคารจะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาด้านบุคลากร การจัดฝึกอบรมให้มีความรู้ความชำนาญในธุรกิจของธนาคาร ตลอดจนเทคนิคการให้บริการลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งบุคลากรของธนาคารถือว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญอันจะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และมีการแบ่งชั้นของข้อมูลหลายระดับ ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามในบาง Cell มีค่าน้อยกว่า 5 หรือมีค่าเท่ากับ 0 ถ้ามีเป็นจำนวนมากหรือหลาย Cell จะทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนได้ ควรมีการยุบชั้นของข้อมูลให้น้อยลง

2) ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้สถิติโคสแควร์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้ากับข้อมูลทั่วไป ผลการศึกษาที่ได้สามารถอธิบายทิศทางหรือความสัมพันธ์ของข้อมูลได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรใช้แบบจำลอง Logit หรือ Probit ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำให้ผลของการศึกษามีความละเอียดถูกต้องแม่นยำมากขึ้น และสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและขยายฐานสินเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพต่อไป