

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ลูกค้าที่มาใช้บริการต่างๆ ของธนาคารนครหลวงไทยจำกัด(มหาชน) สาขาสันป่าข่อย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 300 ราย

เพศ ของลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีสัดส่วนของเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน แต่เพศชายจะมีสัดส่วนที่มากกว่าเพศหญิง

อายุ ของลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วง 26-35 ปี รองลงมาคือ 36-45 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยทำงาน

สถานภาพ ของลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว รองลงมาคือ โสด และหย่าร้าง ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ของลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาคือ อนุปริญญา/ปวส. และมัธยมศึกษา/ปวช.

อาชีพ ของลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย

รายได้ต่อเดือน ของลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท และ 5,001-10,000 บาท ตามลำดับ

จากข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อยทั้งหมดนั้นสอดคล้องกับโครงสร้างทางภูมิศาสตร์และทางเศรษฐกิจ เพราะธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อย อยู่ในแหล่งการค้าและชุมชน มีบริษัทและห้างร้านอยู่เป็นจำนวนมาก ลูกค้าของธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อย ส่วนใหญ่จึงเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและทำการค้า ช่วงอายุก็ไม่สูงมากนัก

2) พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการต่างๆ ของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขา สันป่าข่อย

จากผลการศึกษาด้านพฤติกรรมในการใช้บริการต่างๆ ซึ่งมีทั้งหมด 3 ประเภท คือ 1) บริการเงินฝาก 2) บริการสินเชื่อ และ 3) บริการอื่นๆ พบว่าธุรกรรมด้านเงินฝากมีผู้มาใช้บริการมากที่สุด จำนวน 239 ราย รองลงมาได้แก่ธุรกรรมด้านสินเชื่อ จำนวน 148 ราย และมีผู้มาใช้บริการด้านอื่นๆ น้อยที่สุด จำนวน 95 ราย โดยจากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย มีผู้มาใช้บริการเพียงประเภทเดียว มีทั้งหมด 166 ราย ใช้บริการเงินฝาก 110 ราย ใช้บริการสินเชื่อ 21 ราย และใช้บริการอื่นๆ 35 ราย ผู้ใช้บริการสองประเภท มีทั้งหมด 86 ราย ใช้บริการเงินฝากและสินเชื่อ 73 ราย ใช้บริการเงินฝากและอื่นๆ 8 ราย ใช้บริการสินเชื่อและอื่นๆ 5 ราย และมีผู้มาใช้บริการทั้งสามประเภทมีทั้งหมด 48 ราย ประเภทบริการที่ลูกค้าเลือกใช้ ได้แก่

บริการเงินฝาก ลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากใช้บริการประเภทบัญชีออมทรัพย์มากที่สุด รองลงมาใช้บริการเงินออมปลอดภัย และใช้บริการประเภทฝากประจำ ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการออมเงิน เปิดเป็นบัญชีเงินเดือน และใช้บริการเพื่อหมุนเวียนในธุรกิจ

บริการสินเชื่อ ลูกค้าใช้บริการประเภทบัตรเครดิตเงินสดมากที่สุด รองลงมาใช้บริการประเภทบัตรเครดิต และใช้บริการประเภทเงินเบิกเกินบัญชี O/D ตามลำดับ โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการใช้บริการด้านสินเชื่อเพื่อชำระค่าสินค้า เพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน และใช้บริการเพื่อลงทุนในธุรกิจ

ด้านอื่นๆ ลูกค้าใช้บริการประเภทชำระสินค้า/สาธารณูปโภคมากที่สุด รองลงมาใช้บริการประเภทประกันชีวิต และใช้บริการประเภทประกันอุบัติเหตุ โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการใช้บริการ คือ มาชำระค่าสินค้า บริการและค่าสาธารณูปโภค ส่วนลูกค้าที่ใช้บริการประกันต่างๆ ก็มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อความคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน

ลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อย ส่วนใหญ่จะใช้บริการกับธนาคาร 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยวันที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุดคือ วันจันทร์ เนื่องจากเป็นวันแรกของสัปดาห์ที่ลูกค้าต้องการทำธุรกรรมทางการเงินหลังจากที่ธนาคารหยุดทำการในวันเสาร์-วันอาทิตย์ และ ช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 12.01-13.00 น. ซึ่งเป็นช่วงหยุดพักกลางวันของลูกค้ายที่ทำงานในบริษัทซึ่งเป็นลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการกับธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อย นั้นสามารถมาทำธุรกรรมทางด้านต่างๆกับทางธนาคารฯ ได้ และระยะเวลาที่ลูกค้าใช้บริการมาแล้ว 5-10 ปีเป็นอันดับแรก โดยการรับรู้และรู้จักกับธนาคารนั้นก็ผ่านทางคำแนะนำจากพนักงานของธนาคารนครหลวงนั่นเอง ซึ่งจากทฤษฎีตัวแบบและพฤติกรรมผู้บริโภค ที่ได้นำมาใช้ในการศึกษาในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้ทำให้ทราบว่าสิ่งกระตุ้นทางด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การจัดลำดับในสังคมของลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารฯ ที่มีลักษณะที่

คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ ระดับรายได้ โอกาสทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นที่จะเกิดกระบวนการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า เกิดความต้องการ การรับรู้จากแหล่งของข้อมูลซึ่งผ่านทางคำแนะนำจากพนักงานธนาคารนครหลวง บุคคลอื่น ร้านค้า และแหล่งชุมชน เมื่อลูกค้าประเมินและตัดสินใจใช้บริการกับทางธนาคารแล้ว ทำให้ลูกค้าเลือกผลิตภัณฑ์ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และ ความถี่ที่มาใช้บริการ ได้อย่างเหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมากที่สุด

3) ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านต่างๆ ของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา สันป่าข่อย

จากผลการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการด้านต่างๆ โดยวิธีวิเคราะห์และประมวลผลหาค่าแล้วนั้น โดยแบ่งการบริการออกเป็น 3 ประเภท คือ บริการเงินฝาก บริการสินเชื่อ และ บริการอื่นๆ ดังนี้

บริการเงินฝาก ลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากกับธนาคารนครหลวง สาขา สันป่าข่อย นั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 เมื่อแยกพิจารณารายละเอียดนั้นพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีขั้นตอนไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย มีบัญชีให้เลือกตามความต้องการ รวมถึงลูกค้ารายใหญ่ที่ใช้บริการด้านเงินฝากมีความมั่นใจกับการรับประกันเงินฝาก รองลงมาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 เนื่องจากธนาคารนครหลวงไทย สาขา สันป่าข่อย ให้บริการมานานจึงมีความสนิทสนมและคุ้นเคยกับลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ ปัจจัยด้านราคาโดยรวมลูกค้าให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53 โดยที่ลูกค้าให้ความสำคัญกับการได้รับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง อีกทั้งสามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยเงินฝากได้ ส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการนั้นจะอยู่พักอาศัยหรือทำงานใกล้กับสาขาจึงทำให้การเดินทางสะดวกที่จะมาทำธุรกรรมเป็นช่องทางการตลาดที่ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนหนึ่งนั้นยอมรับในด้านความปลอดภัย ความมีชื่อเสียง เป็นสถาบันทางการเงินที่มีความมั่นคง และดูแลลูกค้าหลังจากที่เข้ารับบริการแล้วเป็นอย่างดี

บริการสินเชื่อ ลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อย ให้ความสำคัญของผู้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 โดยที่ให้ความสำคัญกับผู้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.70 โดยผลิตภัณฑ์ที่เลือกรับบริการมากที่สุดเป็น บัตรกดเงินสดและบัตรเครดิต เนื่องจากทั้งสองผลิตภัณฑ์นี้มีอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นพนักงานบริษัทที่เปิดบัญชีเงินเดือนกับทางธนาคาร รวมถึงระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อที่รวดเร็ว อนุมัติวงเงินที่สูง ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ/บัตรเครดิตต่ำก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ลูกค้าใช้พิจารณาการเลือกใช้บริการทางด้านสินเชื่อ ด้านกระบวนการ ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่สาขามีเจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนเพียงพอ ความสะดวกรวดเร็วในการโทรศัพท์ติดต่อ ความเอาใจใส่กระตือรือร้นต่อลูกค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางด้านสินเชื่อมีรายละเอียด และขั้นตอนค่อนข้างมาก การบริการและตอบคำถามลูกค้าได้นับเป็นปัจจัยที่สำคัญเช่นกัน ด้านส่งเสริมการตลาด สาขาสันป่าข่อย ได้คำนึงถึงความสำคัญกับการมีของขวัญของชำร่วย และการโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ให้กับลูกค้าที่สนใจมาใช้บริการและยังแนะนำผลิตภัณฑ์ทางด้านสินเชื่อประเภทอื่นๆอีกด้วย เช่น สินเชื่อเคหะสินเชื่อเพื่อการพาณิชย์

บริการอื่นๆ ลูกค้าที่มาใช้บริการให้ความสำคัญของผู้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการอื่นๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.26 โดยให้ความสำคัญกับผู้ปัจจัยด้านบุคลากรมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 รองลงมาให้ความสำคัญกับผู้ปัจจัยด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 เนื่องจากบริการอื่นๆนั้นมียู่หลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น การรับชำระค่าสินค้าได้หลายประเภท การรับแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การรับและส่งเงินโอนต่างประเทศ และการทำประกันภัย ประกันชีวิต ดังนั้นลูกค้าจึงต้องการพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นอย่างดี ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพลูกค้าให้ความสำคัญกับผู้ปัจจัยฐานะ ความมั่นคงของธนาคารมากที่สุด ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดของบริการอื่นๆ นั้นมีความสำคัญในระดับปานกลางเช่นกัน ลูกค้าจะคำนึงของขวัญของชำร่วยที่จะได้รับหลังจากที่เข้าไปทำธุรกิจ เนื่องจากลูกค้าจะมีการทำธุรกรรมเกี่ยวกับบริการอื่นๆ นี้ต่อเนื่องกันทุกเดือน ดังตารางที่ 5.1 และ 5.2

ตารางที่ 5.1 ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยในแต่ละด้านของการใช้บริการต่างๆ

บริการเงินฝาก ปัจจัยด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	บริการสินเชื่อ ปัจจัยด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	บริการอื่นๆ ปัจจัยด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านผลิตภัณฑ์	
-มีบัญชีให้เลือกตามความต้องการ	2.71	-ได้วงเงินตามต้องการ	2.68	-มีความคุ้มครองตามต้องการ	2.09
-ขั้นตอนไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย	2.75	-เงื่อนไข ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก	2.72	-ชำระค่าสินค้าหลายประเภท	2.27
-มีการรับประกันเงินฝาก	2.51	-สามารถเลือกจำนวนวง ที่ผ่อนชำระ	2.71	-เงินตราต่างประเทศแลกได้ หลายสกุล	2.09
ด้านราคา		ด้านราคา		ด้านราคา	
-อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	2.56	-อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ/บัตร เครดิตต่ำ	2.68	-ผลตอบแทนทำประกันคุ้มค่า	2.09
-สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ย เงินฝากได้	2.50	-ค่าธรรมเนียมในการขอ สินเชื่อ/บัตรเครดิตต่ำ	2.64	-ค่าธรรมเนียมชำระสินค้าต่ำ	2.15
ด้านกระบวนการ		ด้านกระบวนการ		ด้านกระบวนการ	
-ความรวดเร็ว ถูกต้อง	2.67	-ระยะเวลาพิจารณาสินเชื่อ	2.56	-ความรวดเร็ว ความถูกต้อง	2.48
-มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ	2.64	-มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ	2.49	-มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ	2.44
-บริการตามลำดับก่อนหลัง	2.59	-ความรวดเร็วติดต่อโทรศัพท์	2.47	-แนะนำบริการอื่นเพิ่มเติม	2.36
ด้านบุคลากร		ด้านบุคลากร		ด้านบุคลากร	
-เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน	2.56	-มีประสบการณ์มีความชำนาญ	2.47	-มีประสบการณ์มีความชำนาญ	2.46
-กิริยา มารยาท การแต่งกาย	2.55	-กิริยา มารยาท การแต่งกาย	2.47	-กิริยา มารยาท การแต่งกาย	2.44
-มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น	2.54	-มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น	2.48	-มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น	2.42
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
-ทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	2.55	-ทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	2.53	-ทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	2.06
-มีจำนวนสาขาให้บริการทั่วถึง	2.43	-มีจำนวนสาขาให้บริการทั่วถึง	2.41	-มีจำนวนสาขาให้บริการทั่วถึง	2.08
-มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	2.38	-มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	2.40	-มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	1.97
ด้านส่งเสริมการตลาด		ด้านส่งเสริมการตลาด		ด้านส่งเสริมการตลาด	
-โฆษณาผ่านสื่อและ ประชาสัมพันธ์	2.06	-โฆษณาผ่านสื่อและ ประชาสัมพันธ์	2.11	-โฆษณาผ่านสื่อและ ประชาสัมพันธ์	2.26
-มีของขวัญของชำร่วย	2.21	-มีของขวัญของชำร่วย	2.18	-มีของขวัญของชำร่วย	2.30
-มีโครงการช่วยเหลือสังคม	2.04	-มีโครงการช่วยเหลือสังคม	2.03	-มีโครงการช่วยเหลือสังคม	2.40
ด้านลักษณะทางกายภาพ		ด้านลักษณะทางกายภาพ		ด้านลักษณะทางกายภาพ	
-อุปกรณ์ เครื่องมือทันสมัย และเพียงพอ	2.15	-อุปกรณ์ เครื่องมือทันสมัย และเพียงพอ	2.22	-อุปกรณ์ เครื่องมือทันสมัย และเพียงพอ	2.35
-การรักษาความปลอดภัย	2.21	-การรักษาความปลอดภัย	2.30	-การรักษาความปลอดภัย	2.37
-ชื่อเสียง ความมั่นคงธนาคาร	2.34	-ชื่อเสียงความมั่นคงธนาคาร	2.37	-ชื่อเสียง ความมั่นคงธนาคาร	2.39

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 5.2 สรุปค่าเฉลี่ยและอันดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการทั้ง 3 ประเภท

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านต่าง	ระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยในแต่ละบริการ					
	บริการเงินฝาก		บริการสินเชื่อ		บริการอื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย	อันดับความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย	อันดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.66 (มาก)	1	2.70 (มาก)	1	2.15 (ปานกลาง)	5
ด้านราคา	2.53 (มาก)	4	2.66 (มาก)	2	2.06 (ปานกลาง)	6
ด้านกระบวนการ	2.63 (มาก)	2	2.51 (มาก)	3	2.43 (ปานกลาง)	2
ด้านบุคลากร	2.55 (มาก)	3	2.47 (ปานกลาง)	4	2.44 (ปานกลาง)	1
ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.45 (ปานกลาง)	5	2.45 (ปานกลาง)	5	2.04 (ปานกลาง)	7
ด้านส่งเสริมการตลาด	2.10 (ปานกลาง)	7	2.11 (ปานกลาง)	7	2.32 (ปานกลาง)	4
ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.23 (ปานกลาง)	6	2.30 (ปานกลาง)	6	2.37 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวมความสำคัญของปัจจัยด้านต่างๆ	2.45 (ปานกลาง)		2.45 (ปานกลาง)		2.26 (ปานกลาง)	

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.1 และ 5.2 เมื่อพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการเงินฝากและบริการสินเชื่อเป็นอย่างมาก แต่บริการอื่นๆ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการมากที่สุดคือด้านบุคลากรและกระบวนการ ตามลำดับ และพบว่าบริการเงินฝากและบริการสินเชื่อถูกค่าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด และบริการอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยที่สุด

สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการต่างๆของธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อย นั้นเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ตามฟังก์ชันอุปสงค์ที่แสดงความสัมพันธ์ที่มีอยู่ระหว่าง ปริมาณการใช้บริการชนิดใดชนิดหนึ่ง กับปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการชนิด นั้น แต่การศึกษาในครั้งนี้ก็มีปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้เช่นกัน อาทิ นโยบายการเงินของ ภาครัฐบาล ที่มีการประกาศปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ความต้องการที่ ลูกค้าจะมาใช้บริการทางด้านเงินฝากลดลง ในทางตรงกันข้ามทางด้านสินเชื่อแม้ว่าจะมีการปรับลด อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลงก็ไม่สามารถที่จะกระตุ้นการลงทุนให้เพิ่มขึ้นได้มากนัก เพราะธนาคารก็ พยายามป้องกันความเสี่ยงจากลูกหนี้คือยคุณภาพ หรือ การยกเว้นการปล่อยสินเชื่อให้แก่ลูกค้าราย ใหม่โดยเน้นที่จะปล่อยกู้แก่ลูกค้าเดิมที่มีความเสี่ยงน้อยกว่า กล่าวโดยสรุปได้ว่าธนาคาร ต้อง คำนึงถึงปัจจัยทั้งที่เป็นปัจจัยที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้อยู่เสมอ เพื่อที่จะได้เข้าถึงลูกค้า และ สามารถขยายฐานลูกค้า ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านต่างๆให้ได้มากที่สุด

4) ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการต่างๆ ของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขา สันป่าข่อย

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการ ต่างๆ โดยวิธีวิเคราะห์และประมวลผลหาค่าแล้วนั้น โดยแบ่งการบริการออกเป็น 3 ประเภท คือ บริการเงินฝาก บริการสินเชื่อ และ บริการอื่นๆ ดังนี้

บริการเงินฝาก ลูกค้ามีความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริการเงินฝาก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 โดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เพราะมีผลิตภัณฑ์เงินฝากให้เลือกได้ตามความต้องการ มีขั้นตอนที่ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อนและมีการ คຸ້ມครองเงินฝากอย่างเต็มวงเงิน รองลงมาเป็นความพึงพอใจด้านบุคลากรและกระบวนการ เพราะ พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ ให้คำปรึกษาทางการเงิน ปัจจัยด้านราคา ลูกค้า สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยหรือผลตอบแทนได้ตามความต้องการ รวมทั้งความพึงพอใจทางด้าน ความสะดวกสบายและความปลอดภัย ความมีชื่อเสียง ความมั่นคงของธนาคาร ที่เป็นที่ยอมรับของ ลูกค้ามาเป็นระยะเวลานาน

บริการสินเชื่อ ลูกค้ามีความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริการสินเชื่อโดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33 โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด เนื่องจากวงเงินที่ลูกค้าได้รับอยู่ในระดับที่ลูกค้ามีความพอใจ ขั้นตอนในการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก และสามารถเลือกจำนวนงวดที่จะผ่อนชำระได้ตามความต้องการ รองลงมาคือปัจจัยด้าน กระบวนการ ที่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการเพียงพอ ความพึงพอใจปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง

โดยลูกค้าพึงพอใจกับค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ/บัตรเครดิต และอัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อ/บัตร
เครดิตต่ำ ปัจจัยด้านบุคลากร ลูกค้ามีความพึงพอใจกับกิริยา มารยาท การแต่งการ ของพนักงาน

บริการอื่นๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดของบริการอื่นๆ โดยรวม
อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23 โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยด้านกระบวนการมากที่สุด
รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากรคือการมีเจ้าหน้าที่ให้บริการเพียงพอ และมีกิริยา มารยาท การแต่ง
กายที่ดี มีความพึงพอใจกับปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย กับทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้บ้าน
ใกล้ที่ทำงาน และ เนื่องจากผลิตภัณฑ์และบริการอื่นๆของธนาคาร มีอยู่เป็นจำนวนมากลูกค้าที่มา
ใช้บริการจึงสามารถเลือกที่จะใช้บริการได้ตามต้องการ จึงพึงพอใจกับการชำระค่าสินค้าได้หลาย
ประเภท และมีเงินตราต่างประเทศที่สามารถแลกได้หลายสกุล อีกทั้งค่าธรรมเนียมในการชำระค่า
สินค้าและบริการต่ำ ดังตารางที่ 5.3 และ 5.4

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.3 ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของปัจจัยในแต่ละด้านของการใช้บริการต่างๆ

บริการเงินฝาก ปัจจัยด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	บริการสินเชื่อ ปัจจัยด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	บริการอื่นๆ ปัจจัยด้านต่างๆ	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านผลิตภัณฑ์	
-มีบัญชีให้เลือกตามความต้องการ	2.60	-ได้วงเงินตามต้องการ	2.52	-มีความคุ้มครองตามต้องการ	2.20
-ขั้นตอนไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย	2.54	-เงื่อนไข ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก	2.59	-ชำระค่าสินค้าหลายประเภท	2.37
-มีการรับประกันเงินฝาก	2.48	-สามารถเลือกจำนวนวงที่ผ่อนชำระ	2.51	-เงินตราต่างประเทศแลกได้หลายสกุล	2.15
ด้านราคา		ด้านราคา		ด้านราคา	
-อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง	2.26	-อัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ/บัตรเครดิตต่ำ	2.40	-ผลตอบแทนทำประกันคุ้มค่า	2.20
-สามารถต่อรองอัตราดอกเบี้ยเงินฝากได้	2.21	-ค่าธรรมเนียมในการขอสินเชื่อ/บัตรเครดิตต่ำ	2.43	-ค่าธรรมเนียมชำระสินค้าต่ำ	2.33
ด้านกระบวนการ		ด้านกระบวนการ		ด้านกระบวนการ	
-ความรวดเร็ว ถูกต้อง	2.43	-ระยะเวลาพิจารณาสินเชื่อ	2.40	-ความรวดเร็ว ความถูกต้อง	2.40
-มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ	2.41	-มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ	2.46	-มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ	2.42
-บริการตามลำดับก่อนหลัง	2.44	-ความรวดเร็วติดต่อโทรศัพท์	2.45	-แนะนำบริการอื่นเพิ่มเติม	2.38
ด้านบุคลากร		ด้านบุคลากร		ด้านบุคลากร	
-เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน	2.48	-มีประสบการณ์มีความชำนาญ	2.36	-มีประสบการณ์มีความชำนาญ	2.37
-กิริยา มารยาท การแต่งกาย	2.47	-กิริยา มารยาท การแต่งกาย	2.40	-กิริยา มารยาท การแต่งกาย	2.40
-มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น	2.37	-มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น	2.34	-มีความเอาใจใส่ กระตือรือร้น	2.36
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
-ทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	2.59	-ทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	2.46	-ทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	2.36
-มีจำนวนสาขาให้บริการทั่วถึง	2.12	-มีจำนวนสาขาให้บริการทั่วถึง	2.16	-มีจำนวนสาขาให้บริการทั่วถึง	2.16
-มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	2.49	-มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	2.39	-มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	2.23
ด้านส่งเสริมการตลาด		ด้านส่งเสริมการตลาด		ด้านส่งเสริมการตลาด	
-โฆษณาผ่านสื่อและประชาสัมพันธ์	2.07	-โฆษณาผ่านสื่อและประชาสัมพันธ์	2.09	-โฆษณาผ่านสื่อและประชาสัมพันธ์	2.05
-มีของขวัญของชำร่วย	2.15	-มีของขวัญของชำร่วย	2.11	-มีของขวัญของชำร่วย	2.01
-มีโครงการช่วยเหลือสังคม	2.00	-มีโครงการช่วยเหลือสังคม	2.01	-มีโครงการช่วยเหลือสังคม	1.97
ด้านลักษณะทางกายภาพ		ด้านลักษณะทางกายภาพ		ด้านลักษณะทางกายภาพ	
-อุปกรณ์ เครื่องมือทันสมัยและเพียงพอ	2.13	-อุปกรณ์ เครื่องมือทันสมัยและเพียงพอ	2.09	-อุปกรณ์ เครื่องมือทันสมัยและเพียงพอ	2.09
-การรักษาความปลอดภัย	2.15	-การรักษาความปลอดภัย	2.11	-การรักษาความปลอดภัย	2.13
-ชื่อเสียง ความมั่นคงธนาคาร	2.23	-ชื่อเสียงความมั่นคงธนาคาร	2.16	-ชื่อเสียง ความมั่นคงธนาคาร	2.19

ที่มา : จากการคำนวณ

ตารางที่ 5.4 สรุปค่าเฉลี่ยและอันดับความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการทั้ง 3 ประเภท

ความพึงพอใจในปัจจัย ด้านต่างๆ	ระดับความพึงพอใจและค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ					
	การเงินฝาก		ด้านสินเชื่อ		ด้านอื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ ความ พึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ ความ พึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	2.54 (มาก)	1	2.54 (มาก)	1	2.24 (ปานกลาง)	4
ด้านราคา	2.23 (ปานกลาง)	5	2.42 (ปานกลาง)	3	2.21 (ปานกลาง)	5
ด้านกระบวนการ	2.43 (ปานกลาง)	3	2.43 (ปานกลาง)	2	2.40 (ปานกลาง)	1
ด้านบุคลากร	2.44 (ปานกลาง)	2	2.37 (ปานกลาง)	4	2.38 (ปานกลาง)	2
ด้านสถานที่/ช่องทาง การจัดจำหน่าย	2.40 (ปานกลาง)	4	2.33 (ปานกลาง)	5	2.25 (ปานกลาง)	3
ด้านส่งเสริมการตลาด	2.07 (ปานกลาง)	7	2.07 (ปานกลาง)	7	2.01 (ปานกลาง)	7
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	2.17 (ปานกลาง)	6	2.12 (ปานกลาง)	6	2.14 (ปานกลาง)	6
ค่าเฉลี่ยรวม ความพึงพอใจด้านต่างๆ	2.33 (ปานกลาง)		2.33 (ปานกลาง)		2.23 (ปานกลาง)	

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.2 และ 5.3 พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อยนั้น มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง แต่ในบริการเงินฝากและบริการสินเชื่อ นั้นลูกค้าจะมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มากมาเป็นอันดับหนึ่ง แต่ทางบริการด้านอื่นๆนั้นลูกค้าก็มีความพึงพอใจทางด้านกระบวนการมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจที่อยู่ในอันดับน้อยที่สุดนั้นก็คือด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งบริการทั้ง 3 ประเภทนั้นมีความพึงพอใจน้อยที่สุดเช่นเดียวกัน เนื่องจากธนาคารมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ก่อนข้างน้อย รวมถึงการไม่ค่อยมี

โครงการช่วยเหลือสังคมมากนัก ที่จะทำให้ลูกค้าและประชาชนทั่วไปสามารถรับรู้ถึงข้อมูลธนาคาร และทำให้รู้จักกับธนาคารนครหลวงไทย

สรุปได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจที่กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหลังการ ใช้บริการลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ จึงเห็นได้ว่าลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารนครหลวงไทย สาขาต้นป่าข่อย จะมีความพึงพอใจ ทางด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการของพนักงาน หากลูกค้าเกิดความประทับใจต่อการบริการ และ พึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์แล้วนั้นยอมทำให้ลูกค้าเกิดความต้องการที่จะมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และบอกต่อ รวมทั้งพร้อมที่จะใช้บริการผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ๆ ที่พนักงานของธนาคารแนะนำอีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ที่ธนาคาร ได้จัดให้บริการแก่ลูกค้าของ ธนาคารนั้น ทำให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์และบริการกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ต่างกัน มีจุดเด่น และจุดด้อยที่ควรพัฒนาและปรับปรุงดังนี้

บริการเงินฝาก พบว่าในบริการเงินฝาก ลูกค้าที่ใช้บริการจะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ ขั้นตอนไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย และมีความพึงพอใจกับปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ คือ มีบัญชีให้เลือกหลากหลายตามความต้องการ ดังนั้น ธนาคารควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่ที่หลากหลาย ตรงตามความต้องการของลูกค้าและลดขั้นตอนที่ยุ่งยาก ให้ลูกค้าเกิดความ เข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น เช่น บัญชีเงินฝากออมทรัพย์หรือบัญชีเงินฝากประจำที่มีการให้ ความคุ้มครองชีวิตแก่ลูกค้าเมื่อใช้บริการ เพื่อแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีความ โดดเด่น และหลากหลาย ตรงตามความต้องการ

บริการสินเชื่อ พบว่าในบริการสินเชื่อ ลูกค้าที่ใช้บริการจะให้ความสำคัญและมีความพึง พอใจกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ เงื่อนไข และขั้นตอนไม่ยุ่งยากในการขอ สินเชื่อ ดังนั้น ธนาคารควรมีความรวดเร็ว และมีความถูกต้องในการกำหนดเงื่อนไขของการ พิจารณาสินเชื่อ ที่มีขั้นตอนไม่ยุ่งยาก และสะดวกต่อการใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าที่ใช้บริการรู้สึก ว่า ธนาคารใส่ใจกับความสะดวก ความรวดเร็ว และความถูกต้องในการพิจารณาสินเชื่อ

บริการอื่นๆ พบว่าในบริการอื่นๆ ลูกค้าที่ใช้บริการจะให้ความสำคัญและมีความพึงพอใจ กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรและด้านกระบวนการ คือ การมีประสบการณ์และมีความ ชำนาญในการทำงานของเจ้าหน้าที่และมีความถูกต้อง รวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า ดังนั้น ธนาคารควรมีการจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ในด้านมนุษยสัมพันธ์อันดีในการต้อนรับลูกค้าและบริการ

ลูกค้า รวมถึงการพัฒนากระบวนการในการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ของธนาคารมีจิตสำนึกของการบริการให้มีมาตรฐานและคุณภาพ เดียวกันทั้งหมด

โดยระดับความพึงพอใจที่น้อยที่สุด ของบริการทั้ง 3 ประเภท พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อลูกค้าได้ใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจค่อนข้างน้อย อาจเนื่องมาจากการแจกของขวัญของชำร่วยไม่ทั่วถึงให้แก่ลูกค้าของธนาคารทุกคน การขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการมีโครงการช่วยเหลือสังคมอย่างจริงจัง และการขาดอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันที

ดังนั้นธนาคารฯ ควรปรับปรุงในด้านการส่งเสริมการตลาดและปรับปรุงด้านลักษณะทางกายภาพของธนาคารฯ ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการวางแผนการตลาดให้มีการโฆษณาผ่านสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และจัดให้มีโครงการช่วยเหลือสังคม พัฒนาสังคมให้ประชาชนทั่วไปได้รู้จักกับธนาคารฯ ทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และธนาคารควรเน้นการให้พนักงานเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงลูกค้าและนำของขวัญของชำร่วยมอบให้ลูกค้าเพื่อเป็นการเยี่ยมเยียนและพบปะ พูดคุย สร้างประดีสัมพันธ์อย่างเป็นกันเองกับลูกค้าและประชาชนทั่วไป เพราะจากการศึกษาพบว่าแหล่งข้อมูลที่ทำให้ลูกค้ารู้จักและใช้บริการกับธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อยนั้น มาจากการแนะนำของพนักงาน และการบอกต่อจากคนรู้จัก ซึ่งการบอกต่อของลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นก็ป็นอีกวิธีการหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ เพราะจากการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจค่อนข้างมากกับกระบวนการให้บริการจากบุคลากรของธนาคาร

ด้านลักษณะทางกายภาพ เมื่อมีการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องแล้ว ธนาคารควรมีการยกระดับฐานะ ความมั่นคงของธนาคาร เพื่อให้ธนาคารเป็นที่รู้จักและมีลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยการลงทุนเพิ่มสินทรัพย์ของธนาคาร เช่น การเพิ่มและพัฒนาระบบอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ตู้เอทีเอ็ม เครื่องรับฝากเงิน เครื่องปริบสมุดให้มากขึ้น และมีความทันสมัยอยู่เสมอ การขยายสาขาที่ทันสมัย สวยงามให้มากขึ้นเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและรองรับการใช้บริการของลูกค้า ที่เพิ่มมากขึ้นด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป

1) การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารนครหลวงไทย จำกัด(มหาชน) สาขาสันป่าข่อย ทำการศึกษาเฉพาะลูกค้าที่มาใช้บริการด้านต่างๆ ของธนาคารนครหลวงไทย สาขาสันป่าข่อยเท่านั้น ซึ่งไม่ได้ทำการศึกษาธนาคารนครหลวงไทย ในสาขาอื่นๆ อีก 6 สาขาในจังหวัดเชียงใหม่ ในคราวต่อไปควรทำการศึกษากับสาขาอื่น ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วย

2) การศึกษาในครั้งนี้ใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และการวัดระดับแบบมาตราส่วนตามแนวคิดของ Likert (Likert Scale) เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไป ควรใช้ค่าสถิติเพิ่มมากขึ้น เช่น Chi-square Correlation หรือ Logistic Regression เป็นต้น เพื่อให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ เพิ่มมากขึ้น