

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของผู้ฝากเงิน
: กรณีศึกษาเฉพาะธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวอรุณทิพย์ คันเครือ

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.รัตน์ บุญเฉลียว ประธานกรรมการ
อาจารย์ชนินทร์ สิงห์รุ่งเรือง กรรมการ
อาจารย์สุจรรย์พันธ์ สิทธีวงศ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาใช้วิธีออกแบบสอบถามกลุ่มลูกค้าเงินฝากระยะยาว 5 ประเภทของธนาคารทั้งหมด 13 สาขา ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเงินฝากเพื่อการศึกษา กลุ่มลูกค้าเงินฝากเพื่อการเกษียณ กลุ่มลูกค้าเงินฝากเพิ่มทรัพย์ กลุ่มลูกค้าเงินฝากวิสาหกิจเพื่อชุมชน และกลุ่มลูกค้าเงินฝากชีวิตเพื่อชุมชน รวมทั้งสิ้น 335 ราย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 7 for windows โดยค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และฐานนิยม

การศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่นอกจากฝากเงินระยะยาวแล้วจะฝากเงินออมทรัพย์มากกว่าประเภทอื่น ประเภทของเงินฝากระยะยาวที่ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการคือ เงินฝากวิสาหกิจเพื่อชุมชน จำนวนเงินที่ฝากอยู่ในช่วง 500-5,000 บาทต่อเดือน และช่วงระยะเวลาที่ฝากเงินส่วนใหญ่คือ 1-6 งวด

ปัจจัยภายนอกด้านการตลาดที่มีผลมากที่สุดต่อการฝากเงินระยะยาว ด้านราคา เรื่องอัตราดอกเบี้ยพิเศษ รองลงมาเรื่องประเภทของเงินฝาก ทำเลที่ตั้งของธนาคาร การส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ด้านประเภทของเงินฝากพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ทราบเงื่อนไขและลักษณะพิเศษของเงินฝากระยะยาวแต่ละประเภท ซึ่งส่วนใหญ่เงื่อนไขและลักษณะพิเศษไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกฝากเงินระยะยาว

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของลูกค้ามีดังนี้ มีสถานที่จอดรถสะดวก ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก สถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน สถานที่ทำการกว้างขวาง บรรยากาศเป็นสบายมีมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการที่เหมาะสมและที่ทำการอยู่ใกล้บ้านตามลำดับ

การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของลูกค้ามีดังนี้ การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายตามลำดับ

สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของลูกค้ามีดังนี้ พนักงานธนาคาร, วิทยุ โทรทัศน์, นิตยสาร/วารสาร เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ, ป้ายโฆษณา/คัดเอาท์, แผ่นปลิว/แผ่นพับ การขายตรงทางจดหมาย และจากงานนิทรรศการตามลำดับ

การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อลูกค้าส่วนใหญ่ในการเปิดบัญชีเงินฝากระยะยาวมากที่สุด คือ การแจกของที่ระลึกเมื่อเปิดบัญชีใหม่ การจับสลากชิงโชคเมื่อเปิดบัญชีใหม่ และการมีร้านค้าร่วมโครงการในการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าเงินฝากระยะยาว

ปัจจัยภายนอก ด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและวัฒนธรรมที่มีผลมากต่อการฝากเงินระยะยาว เรื่องรัฐบาลสนับสนุนด้านการยกเว้นภาษีจากดอกเบี้ยเงินฝากระยะยาว ภาพพจน์ของธนาคารดีและมีสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือเนื่องจากเป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย วัฒนธรรมในการออมเพื่อเป็นหลักประกันในอนาคต อุปกรณ์ภายในสำนักงานทันสมัยมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว การมีบริการทางการเงินครบวงจร โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เศรษฐกิจที่ดีขึ้นจึงฝากเงินระยะยาว

ส่วนปัจจัยภายในด้านสังคมพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ฝากเงินระยะยาวเพราะบุคคลในครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นญาติและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจฝากเงินระยะยาว

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวมีความสำคัญตามลำดับดังนี้ การฝากเงินระยะยาวเพื่อความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตและอนาคต การฝากเงินระยะยาวเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน ฝากเงินระยะยาวเพื่อเสริมฐานะตนเอง การฝากเงินระยะยาวเพื่อการประกันชีวิตที่แถมให้ฟรี การฝากเงินระยะยาวเพื่อการศึกษาของบุตร การฝากเงินระยะยาวเพื่อการแต่งงาน การฝากเงินระยะยาวตามผู้อื่น และการฝากเงินระยะยาวเพื่อต่อเติมซ่อมแซมบ้าน

ปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ ได้แก่ เรื่อง การให้บริการล่าช้า พนักงานไม่สามารถตอบปัญหาหรือไขข้อข้องใจได้ พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ในเวลาจำกัด พนักงานไม่มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่พอ และบางครั้งพนักงานไม่สนใจและจดจำลูกค้ามากกว่าเรื่องอื่นๆ

Independent Study Title	Factors Effecting toward Long Term Deposits : A Case Study of Siam Commercial Bank (PLC) in Amphoe Muang Changwat Chiang Mai	
Author	Miss Arunothai Tuncrue	
M.B.A.	Business Administration	
Eaming Committee	Assist Prof. Dararatana Boonchaliew	Chairman
	Lecturer Chanin Singrungruang	Member
	Lecturer Suchanpin Sittiwong	Member

Abstract

The objective of this independent study was to study factors effecting toward long term deposits of Siam Commercial Bank (PLC) in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai.

The study was conducted by using questionnaires interviewed 335 customers of five long term deposits accounts which were Education Account, Housing Account, Wealth Builder Account, Wedding Account, Happy Life Account from 13 branches. Then the data was analyzed by using SPSS 7 for windows. Statistical techniques utilized were frequency, percentage, mean and mode.

Besides having long term deposit accounts, most of customers preferred deposit in saving account Regarding type of long term deposit accounts, Wedding Account was the most popular which monthly deposit amount was range from 500 – 5,000 bath and the deposit term was 1 to 6 period.

The external marketing factor that most effecting long term depositors was a special interest rate. The next were type of deposits, location of banks and promotion mix respectively.

According to type of deposits it found that most of customer did not know about the special term and conditions of each long term deposits and it was no effect to customer's decision.

The location factors that effecting long term deposits customers in priority order were convenience car park, convenience location, proximity office, comfortable atmosphere and near their homes.

The most effective promotion mix factors of were bank's staff, news public relation and sale promotion.

The advertising media which strong effect to the customer were radio, television, magazine, friend cutout, leaflet/folder, direct mail, and exhibition respectively.

The advertising media which strong effect to the customers were radio, television, magazine, friend, cutout, / folder

In sale promotion that most effecting to customers toward opening a new account were gift, drawing lots and discount and cadit for shopping in member stores.

The external factors in terms of economic, technology, political and cultural that effected the long term deposits customers in priority order were government tax policy, good image and shareholder majority of the property of his majesty king, well known as the first bank in Thailand, security for the future, modern equipment and efficiency service, modern financial services technology and good economic condition .

The internal social factors showed that most customer deposit in long term accounts because they were recommended by their families and relatives.

Psychological factors that effecting the long term deposit customers in priority order were deposit for their safety life, incase for emergency for upgrade themselves, free insurance, for their children's education, for wedding, immitation from other people, and for repairing their house.

Problems about services from the staff of Siam Commercial Bank were slow in service, staff could not replied or explain the detail to customers, staff could not clear problems in limit time, staff did not have experience in their jobs, sometimes staff did not paid attention to customers and could not remember their customers.