

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงการสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การสรุปผลการค้นคว้า

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งสิ้น 43 ราย เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.8 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 37.2 มีอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมาอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.6 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมามีการศึกษต่ำกว่าอนุปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.9 ลักษณะของการจดทะเบียนของกิจการเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมาจดทะเบียนในรูปแบบ บริษัท จำกัด คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการตั้งแต่ 100,001 ขึ้นไป คิดเป็น ร้อยละ 44.2 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.9 มีผู้มีอำนาจลงนามกู้ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมามีผู้มีอำนาจลงนามกู้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ประเภทของสินเชื่อที่กู้คือ ประเภทการพาณิชย์คิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมาประเภทการก่อสร้าง และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 25.6 วัตถุประสงค์ในการกู้คือ เพื่อนำเงินทุนไปหมุนเวียน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมาเพื่อขยายกิจการ คิดเป็นร้อยละ 16.3 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติครั้งล่าสุด คือ ตั้งแต่ 5,000,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาระหว่าง 1,000,000 – 2,999,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.2 การได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อครั้งล่าสุดจะได้รับอนุมัติตามวงเงินที่ขอกู้ คิดเป็นร้อยละ 88.4 รองลงมาน้อยกว่าวงเงินที่ขอกู้ คิดเป็นร้อยละ 11.6 ระยะเวลาที่ธนาคารใช้พิจารณาคำขอสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากระหว่าง 31 – 60 วัน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมามากกว่า 60 วัน คิดเป็นร้อยละ 27.9 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมาใช้บริการสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) คือ ได้รับการชักชวนจากพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 65.1 รองลงมาใช้บริการด้านอื่นๆ ของธนาคารอยู่ก่อนแล้ว คิดเป็น ร้อยละ 30.2

แนວໂນ້ມ

ในการใช้บริการในครั้งต่อไปของกลุ่มตัวอย่างจะกลับมาใช้บริการต่อไป คิดเป็นร้อยละ 93.0 รองลงมาจะไม่กลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป คิดเป็นร้อยละ 7.0

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อบริการ ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในบริการด้านสินเชื่อบริการในระดั้มากคือ ปัจจัยด้านบุคลากร 3.60 ส่วนปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.10 3.00 2.80 2.55 และ 2.50 ตามลำดับ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับน้อย เท่ากับ 1.60

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อมีความพึงพอใจในการประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ความมั่นคงของธนาคาร และความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ในระดับปานกลาง 3.40 3.20 3.00 และ 3.00 ตามลำดับ และเอกสารที่ใช้ในการขอสินเชื่อ มีความพึงพอใจในระดับน้อย 2.45

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อพึงพอใจค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคาร และจำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวด ในระดับปานกลาง 2.70 2.56 และ 2.56 ตามลำดับ ส่วนการเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยตามสถานะเศรษฐกิจ และอัตราดอกเบี้ยต่ำ มีความพึงพอใจในระดับน้อย 2.40 และ 2.20 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อพึงพอใจค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีจำนวนสาขามากสะดวกในการใช้บริการ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการสะดวกในการติดต่อเช่น ติดต่อประเมินราคาหลักทรัพย์ค้ำประกัน ในระดับปานกลาง 3.00 2.54 2.52 และ 2.51 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อพึงพอใจการประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์โดยการใช้จดหมายเชิญชวนหรือจดหมาย

ตรงหรือโทรศัพท์เชิญลูกค้าให้มาใช้บริการด้านสินเชื่อ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ในระดับน้อย 2.32 2.30 และ 2.28 ตามลำดับ ส่วนการโฆษณาผ่านสื่อทาง อินเทอร์เน็ต การลดดอกเบี้ยให้ลูกค้าที่บริษัทจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร และคำแนะนำจากผู้ที่เคย มาใช้บริการ มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด 1.20 1.20 และ 1.10 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อพึงพอใจพนักงานมี มนุษย์สัมพันธ์และความเป็นกันเอง พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ เข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ และพนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาดี และการแต่งกายเหมาะสม ในระดับมาก 3.75 3.70 3.65 และ 3.65 ตามลำดับ ส่วนพนักงานที่สามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 2.59

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ บริการด้านสินเชื่อพึงพอใจระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร ความสะอาดภายในธนาคาร และภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย และสวยงาม ในระดับปานกลาง 3.37 3.29 และ 3.25 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อพึงพอใจระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ในระดับปานกลาง 3.39 3.35 และ 3.24 ตามลำดับ ส่วน ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อสั้นจนถึงทำสัญญารวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน และระยะเวลาในการ อนุมัติสินเชื่อสั้น มีความพึงพอใจในระดับน้อย 2.45 และ 2.40 ตามลำดับ

3. ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของไทยธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ ด้านสินเชื่อประสบปัญหาเอกสารที่ใช้ในการขออนุมัติสินเชื่อมีจำนวนมาก มีความยุ่งยาก ในระดับ ปานกลาง 3.40 ส่วนและภาพพจน์ในด้านบริการของธนาคารโดยรวมเป็นแง่ลบ ปัญหาหลักทรัพย์ ที่ใช้ในการค้ำประกันถูกประเมินราคาต่ำกว่าความเป็นจริงมาก และจำนวนวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ต่ำ ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ มีปัญหาในระดับน้อย 2.45 2.34 และ 2.20 ตาม ลำดับ

ปัญหาด้านราคาในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาอัตราดอกเบี้ยสูงในระดับมาก 3.51 ส่วนปัญหาการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยล่าช้าไม่ทันต่อสภาวะการณ์อยู่ในระดับปานกลาง 2.95 และปัญหาอัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการด้านสินเชื่อสูง ได้แก่ ค่าประเมินหลักประกัน ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคารสั้นเกินไป และจำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวดไม่เหมาะสม มีปัญหาในระดับน้อย 2.40 2.38 และ 2.38 ตามลำดับ

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาสาขาของธนาคารมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอ ไม่สะดวกในการติดต่อ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.01 ส่วนปัญหาสถานที่จอดรถกลับแคบไม่เพียงพอต่อการจอดรถ และสถานที่ตั้งของธนาคารไกลบ้านหรือที่ทำงาน ไม่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ มีปัญหาในระดับน้อย 2.47 และ 2.20 ตามลำดับ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาขาดการจูงใจโดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ ในระดับปานกลาง 3.30 ส่วนปัญหาการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีจำนวนน้อย การประชาสัมพันธ์น้อยทำให้ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการขอสินเชื่อของธนาคาร และไม่มีจดหมายเชิญชวนลูกค้า หรือจดหมายตรง หรือโทรศัพท์เชิญลูกค้าให้มาใช้บริการ มีปัญหาในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.15 2.10 และ 2.00 ตามลำดับ และปัญหาการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนน้อย และไม่เคยได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ ในระดับน้อยที่สุด 1.40 และ 1.35 ตามลำดับ

ปัญหาด้านบุคลากรในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาพนักงานขาดความน่าเชื่อถือ พนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาไม่ดี และการแต่งกายไม่เหมาะสม และพนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถเพียงพอ ในระดับน้อย 2.21 2.10 และ 2.00 ตามลำดับ

ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบ ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารที่น่าเชื่อถือได้ ตลอดจนไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ไว้คอยบริการลูกค้า เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ และห้องน้ำ หรือมีแต่ไม่เพียงพอ และอุปกรณ์

เครื่องมือสำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ลำสมัย มีปัญหาขัดข้องบ่อย บรรยากาศภายในสำนักงาน อึดอัด อากาศถ่ายเทไม่สะดวก สถานที่คับแคบ การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และเอกสารคำขอสินเชื่อไม่เป็นระเบียบ ตลอดจนอาคารสถานที่ไม่สะอาด ในระดับน้อย 2.10 และ 2.00 ตามลำดับ

ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาขั้นตอนในการอนุมัติเงินกู้ยุ่งยาก ซับซ้อน และระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ยาวนาน มีระบบการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่แม่นยำ และไม่น่าเชื่อถือ ความสะดวก รวดเร็วในการติดต่อ และพนักงานให้บริการไม่เพียงพอจึงเกิดความล่าช้าในการให้บริการ และระยะเวลาในการประเมินหลักทรัพย์นานในระดับน้อย มีปัญหาในระดับ 3.01 3.00 2.84 2.70 และ 2.30 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อมีความคิดเห็นว่า แนวโน้มในการใช้บริการครั้งต่อไป หรือกลับมาใช้บริการสินเชื่อกับธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง 3.20 และโอกาสที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับมาก 3.53

ตารางที่ 36 เปรียบเทียบความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับปัญหาที่พบ

ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ		ปัญหาที่พบ	
ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านผลิตภัณฑ์	
- วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ	ปานกลาง	- จำนวนเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติต่ำ ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	น้อย
- การประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกัน	ปานกลาง	- หลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันถูกประเมินราคาต่ำกว่าความเป็นจริงมาก	น้อย
- เอกสารที่ใช้ในการขอสินเชื่อ	ปานกลาง	- เอกสารที่ใช้ในการขออนุมัติสินเชื่อจำนวนมากมีความยุ่งยาก	ปานกลาง
- ความมั่นคงของธนาคาร	ปานกลาง		
- ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร	ปานกลาง	- ภาพพจน์ในด้านบริการของธนาคารโดยรวมเป็นแง่ลบ	น้อย
ด้านราคา		ด้านราคา	
- อัตราดอกเบี้ยต่ำ	น้อย	- อัตราดอกเบี้ยสูง	มาก
- การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยตามสภาวะเศรษฐกิจ	น้อย	- การปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยล่าช้าไม่ทันต่อสภาวะการณ์	ปานกลาง
- ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำ	ปานกลาง	- อัตราค่าธรรมเนียมในการจัดการด้านสินเชื่อสูง ได้แก่ ค่าประเมินหลักประกัน	น้อย
- ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคาร	ปานกลาง	- ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคารสั้นเกินไป	น้อย
- จำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวด	ปานกลาง	- จำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวดไม่เหมาะสม	น้อย
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
- มีจำนวนสาขามาก สะดวกในการใช้บริการ	ปานกลาง	- สาขาของธนาคารมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอไม่สะดวกในการติดต่อ	ปานกลาง
- สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	ปานกลาง	- สถานที่ตั้งของธนาคาร ไกลบ้านหรือที่ทำงานไม่สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ	น้อย

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ		ปัญหาที่พบ	
ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
- สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการสะดวกในการติดต่อ เช่น ติดต่อประเมินราคาหลักทรัพย์ค้ำประกัน	ปานกลาง		
- มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	ปานกลาง	- สถานที่จอดรถคับแคบไม่เพียงพอต่อการจอดรถ	น้อย
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด		ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	
- การประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ	น้อย	- การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับการขอสินเชื่อของธนาคาร	น้อย
- การประชาสัมพันธ์โดยการใช้จดหมายเชิญชวน จดหมายตรง / โทรศัพท์เชิญลูกค้าให้มาใช้บริการด้านสินเชื่อ	น้อย	- ไม่มีจดหมายเชิญชวนลูกค้า/จดหมายตรง/โทรศัพท์เชิญลูกค้าให้มาใช้บริการ	น้อย
- การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	น้อย	- การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีจำนวนน้อย	น้อย
- การโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต	น้อยที่สุด	- การโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนน้อย	น้อยที่สุด
- คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ	น้อยที่สุด	- ไม่เคยได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ	น้อยที่สุด
- มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	น้อย	- ไม่มีพนักงานออกไปแนะนำบริการ	น้อย
- มีการลดดอกเบี้ยให้ลูกค้าที่บริษัทจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร	น้อยที่สุด	- ขาดการจูงใจโดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ	ปานกลาง
ด้านบุคลากร		ด้านบุคลากร	
- พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	มาก	- พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาไม่ชัดเจน	น้อย
- พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ	มาก	- พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถเพียงพอ	น้อย
- พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	มาก	- พนักงานขาดความน่าเชื่อถือ	น้อย

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ		ปัญหาที่พบ	
ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
- พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่าง เสมอภาค	มาก	- พนักงานล่าช้าในการให้บริการลูกค้า	น้อย
- พนักงานแก้ไขปัญหาของลูกค้าได้อย่าง รวดเร็ว	ปานกลาง	- พนักงานแก้ไขปัญหาลูกค้าล่าช้า	น้อย
- พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็น กันเอง	มาก	- พนักงานขาดมนุษยสัมพันธ์ ไม่พร้อม และไม่เต็มใจที่จะให้บริการ	น้อย
- พนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาดี และการแต่งกายเหมาะสม	มาก	- พนักงานมีบุคลิกภาพไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม แจ่มใส พูดจาไม่ดีและการแต่งกายไม่ เหมาะสม	น้อย
- พนักงานเข้าใจความต้องการลูกค้าและ สนใจตอบสนอง	มาก	- พนักงานไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า และไม่สนใจตอบสนอง	น้อย
- พนักงานมีการอธิบายถึงลำดับขั้นตอนใน การทำงาน	มาก		
- การประชาสัมพันธ์โดยการใช้แผ่นพับ	น้อย	- การประชาสัมพันธ์น้อย ลูกค้าไม่ทราบ รายละเอียดเกี่ยวกับการขอสินเชื่อของ ธนาคาร	น้อย
- การประชาสัมพันธ์โดยการใช้จดหมาย เชิญชวน จดหมายตรง / โทรศัพท์เชิญ ลูกค้าให้มาใช้บริการด้านสินเชื่อ	น้อย	- ไม่มีจดหมายเชิญชวนลูกค้า/จดหมายตรง/ โทรศัพท์เชิญลูกค้าให้มาใช้บริการ	น้อย
- การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์	น้อย	- การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีจำนวนน้อย	น้อย
- การโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต	น้อยที่สุด	- การโฆษณาผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ตมี จำนวนน้อย	น้อยที่สุด
- คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ	น้อยที่สุด	- ไม่เคยได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้ บริการ	น้อยที่สุด
- มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	น้อย	- ไม่มีพนักงานออกไปแนะนำบริการ	น้อย

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ		ปัญหาที่พบ	
ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ปัญหา	ค่าเฉลี่ย
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ		ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	
- ภายในอาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย	ปานกลาง	- อุปกรณ์เครื่องมือสำนักงาน เช่น คอมพิวเตอร์ลำโพง มีปัญหาขัดข้องบ่อย	น้อย
- ภายในอาคารมีบรรยากาศที่ดีตกแต่งทันสมัย และสวยงาม	ปานกลาง	- บรรยากาศภายในสำนักงานอึดอัด อากาศถ่ายเทไม่สะดวก สถานที่คับแคบ	น้อย
- ภายในอาคารมีความเป็นระเบียบ เช่น การจัดวาง อุปกรณ์ป้ายสัญลักษณ์ต่าง ๆ และเอกสารคำขอสินเชื่อ	ปานกลาง	- การจัดวางอุปกรณ์สำนักงาน ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ และเอกสารคำขอสินเชื่อไม่เป็นระเบียบ	น้อย
- ความสะอาดภายในอาคาร	ปานกลาง	- อาคารสถานที่ไม่สะอาด	น้อย
- ระบบรักษาความปลอดภัยในอาคาร	ปานกลาง	- ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยของอาคารที่น่าเชื่อถือได้	น้อย
- ภายในอาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ เก้าอี้นั่งพัก และห้องน้ำ	ปานกลาง	- ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไร้คอบบริการลูกค้าเช่น โทรทัศน์ น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ ที่นั่งพักระหว่างรอใช้บริการ และห้องน้ำ หรือมีแต่ไม่เพียงพอ	น้อย
ด้านกระบวนการให้บริการ		ด้านกระบวนการให้บริการ	
- ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	ปานกลาง	- ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ	ปานกลาง
- ระยะเวลาของการประเมินหลักทรัพย์	ปานกลาง	- ระยะเวลาในการประเมินหลักทรัพย์นาน	น้อย
- ระยะเวลาของการอนุมัติสินเชื่อ	น้อย	- ระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ยาวนาน	ปานกลาง
- ขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อจนถึงทำสัญญา รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	น้อย	- ขั้นตอนในการอนุมัติเงินกู้ยุ่งยากซับซ้อน	ปานกลาง
- จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ	ปานกลาง	- พนักงานให้บริการไม่เพียงพอจึงเกิดความล่าช้าในการให้บริการ	ปานกลาง
- มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้	ปานกลาง	- มีระบบการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่แม่นยำ และไม่น่าเชื่อถือ	ปานกลาง

4. แสดงเหตุผลจุดใจที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อจำแนกตามระดับการศึกษา มีการให้ระดับความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ตามลำดับดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.64 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 2.99 และ 2.94 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.50 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับปานกลาง 3.00 และ 2.92 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.61 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง 3.02 และ 2.97 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อจำแนกตามลักษณะการจดทะเบียนของกิจการ มีการให้ระดับความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ตามลำดับดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีการจดทะเบียนของกิจการในลักษณะของกิจการเจ้าของคนเดียวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.74 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.07 และ 2.97 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีการ จดทะเบียนของกิจการในลักษณะของห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.57 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.00 และ 2.89 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีการจดทะเบียนของกิจการในลักษณะของบริษัท จำกัด ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง 3.00 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีการจดทะเบียนของกิจการในลักษณะของอื่น ๆ ให้ความสำคัญ

กับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.89 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ มีการให้ระดับความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ตามลำดับดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.59 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ ในระดับปานกลาง 3.08 และ 3.00 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.96 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.00 และ 2.90 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการระหว่าง 50,001 – 100,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 และ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.08 และ 2.88 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการตั้งแต่ 100,001 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.59 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.01 และ 2.95 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการกู้ มีการให้ระดับความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ตามลำดับดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีวัตถุประสงค์การกู้เพื่อลงทุนใหม่ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.56 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง 3.00 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อวัตถุประสงค์การกู้เพื่อขยายกิจการ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.92 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับปานกลาง 3.19 และ 2.89 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีวัตถุประสงค์การกู้เพื่อนำเงินไปหมุนเวียน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.51 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.00 และ 2.94 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มี วัตถุประสงค์การกู้เพื่ออื่น ๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัย

ด้านบุคลากรในระดับมาก 3.71 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ ในระดับปานกลาง 2.91 และ 2.86 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อจำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติครั้งล่าสุด มีการให้ระดับความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ตามลำดับดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติครั้งล่าสุด 1,000,000 – 2,999,999 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.73 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.06 และ 2.89 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติครั้งล่าสุด 3,000,000 – 4,999,999 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับมาก 3.70 และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.05 และ 2.92 ตามลำดับ และ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่มีวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติครั้งล่าสุด ตั้งแต่ 5,000,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง 3.46 2.93 และ 2.92 ตามลำดับ

5. แสดงเหตุผลของใจที่ผู้ใช้บริการจะมาใช้บริการครั้งต่อไป หรือกลับมาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อจำแนกตามความเป็นไปได้ที่จะกลับมาใช้บริการ มีการให้ระดับความสำคัญต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ตามลำดับดังนี้ ความเป็นไปได้ที่จะกลับมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.33 และ 3.50 ตามลำดับ และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20 3.14 3.07 3.00 และ 2.67 ตามลำดับ ส่วนความเป็นไปได้ที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 4.00 3.67 3.64 และ 3.57 ตามลำดับ และให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง 3.40 และ 2.67 ตามลำดับ

การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของผู้ใช้บริการของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ สามารถอธิบายได้โดยใช้แนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ (Marketing Mix) ซึ่งมีปัจจัยหลัก 7 ด้าน ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการดังนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยในด้านนี้ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.00 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ในการค้ำประกันวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ความมั่นคงของธนาคาร และความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่อธิบายไว้ว่า ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งซึ่งสนองความ จำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยในด้านนี้ในระดับปานกลาง เท่ากับ 2.50 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การจัดการเงินกู้ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคาร และจำนวนเงินงวดผ่อนชำระในแต่ละงวด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ ด้านราคา ที่อธิบายไว้ว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการรับรู้ในคุณค่าของบริการที่น่าเสนอ ซึ่งบริการสินเชื่อที่ธนาคารได้นำเสนอต่อลูกค้ามีลักษณะที่คล้ายคลึงกับบริการสินเชื่อที่คู่แข่งยื่นเสนอ

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยในด้านนี้ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำ มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีจำนวนสาขามากสะดวกในการใช้บริการ สถานที่ตั้ง

อยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้า สะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ สถานที่ตั้งใกล้สถานที่ราชการสะดวก ในการติดต่อเช่น ติดต่อประเมินราคาหลักทรัพย์ค้าประกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสม ตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่อธิบายไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศ สิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า ที่มีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและประโยชน์ ของการบริการที่นำเสนอ

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยในด้านนี้ในระดับน้อย เท่ากับ 1.60 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์โดยการใส่ แผ่นพับ การประชาสัมพันธ์โดยการใช้จ่ายโฆษณาเชิญชวนหรือจดหมายตรงหรือโทรศัพท์เชิญลูกค้า ให้มาใช้บริการด้านสินเชื่อ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดที่อธิบายไว้ว่า เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อต่างๆ อาจเป็นเพียงข้อมูลที่ใช้ประกอบในการตัดสินใจ และไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจ ดังนั้นผู้ใช้บริการของธนาคารจึงให้ความสำคัญในระดับน้อย

5. ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยในด้านนี้ในระดับมาก เท่ากับ 3.60 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและความสามารถ และพนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาติ และการแต่งกายเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากรที่อธิบายไว้ว่า พนักงานผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้

6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยในด้านนี้ในระดับปานกลาง เท่ากับ 3.10 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคาร ความสะอาดภายในธนาคาร และภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัย และสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่อธิบายไว้ว่า การพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการโดยผ่านการใช้

หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น ต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็วในการให้บริการ หรือ คุณประโยชน์อื่น

7. ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร โดยมีความพึงพอใจกับปัจจัยในด้านนี้ในระดับปานกลาง เท่ากับ 2.55 และปัจจัยย่อยที่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมตลาดบริการ ด้านกระบวนการที่อธิบายไว้ว่า กระบวนการให้บริการหมายถึง ขั้นตอน ระเบียบ หรือวิธีการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เพื่อมอบการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ข้อค้นพบ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อมีความพึงพอใจในบริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ ในภาพรวมอยู่ระดับปานกลางคือ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และ ยังพบอีกว่าปัจจัยในด้านบุคลากร มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ และพนักงานมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี และการแต่งกายเหมาะสม ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจในระดับน้อย

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่

ปัญหาที่ผู้ให้บริการพบจากการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยของปัญหาในระดับมาก คือ ปัญหาด้านราคาในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาอัตราดอกเบี้ยสูง

และปัญหาด้านกระบวนการให้บริการในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาขั้นตอนในการอนุมัติเงินกู้ยุ่งยาก ซับซ้อน และระยะเวลาในการอนุมัติเงินกู้ยาวนาน มีระบบการทำงานที่ไม่ถูกต้อง ไม่แม่นยำ และไม่น่าเชื่อถือ ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ และพนักงานให้บริการไม่เพียงพอจึงเกิดความล่าช้าในการให้บริการในระดับปานกลาง ส่วนระยะเวลาในการประเมินหลักทรัพย์นาน ในระดับน้อย

ส่วนปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการด้านสินเชื่อ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาเอกสารที่ใช้ในการขออนุมัติสินเชื่อมีจำนวนมาก มีความยุ่งยากปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาสาขาของธนาคารมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอ ไม่สะดวกในการติดต่อ และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการใช้บริการด้านสินเชื่อ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการด้านสินเชื่อประสบปัญหาขาดการจูงใจโดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านสินเชื่อของธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้สูงสุดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าลูกค้าธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ มีความเชื่อมั่นว่าธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง มีชื่อเสียง โดยมีรัฐบาลเป็นประกัน ปัจจุบันธนาคารเน้นในการให้บริการธุรกิจสินเชื่อมากขึ้น เพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลและของธนาคารเอง ดังนั้น ธนาคารควรกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับการให้บริการด้านสินเชื่อ มีการปรับปรุงประเภทสินเชื่อให้มีความหลากหลายมากกว่าเดิม เช่น การให้สินเชื่อที่อยู่อาศัย การให้สินเชื่อส่วนบุคคล การให้สินเชื่อบัตรเครดิต และควรคำนึงถึงวงเงินสินเชื่อ ให้อ่างเงินมีจำนวนเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อที่ผู้บริการจะได้ไม่ก่อหนี้ไว้หลายแห่งและอาจทำให้เกิดปัญหาการชำระเงินคืนในภายหลัง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องในธุรกิจของธนาคาร โดยเฉพาะในด้านการให้บริการสินเชื่อ เพื่อรักษาความเชื่อมั่นและส่งเสริมชื่อเสียง ภาพพจน์ ของธนาคารให้มากขึ้น

ส่วนปัญหาด้านเอกสารที่ใช้ในการขออนุมัติสินเชื่อมีจำนวนมาก มีความยุ่งยากในการกรอกเอกสาร ธนาคารควรลดจำนวนเอกสารประกอบการกู้ให้น้อยลง และปรับปรุงแบบฟอร์มที่ใช้กรอกขอใช้บริการสินเชื่อให้มีความชัดเจนมากขึ้น ไม่ยุ่งยาก รวมทั้งให้มีคำอธิบายหรือตัวอย่างในการกรอกแบบฟอร์มด้วย

2. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ปัญหาด้านราคาได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมที่ได้รับสูง ถึงแม้ว่าอัตราดอกเบี้ยเป็นกลไกทางการตลาด ซึ่งราคาของอัตราดอกเบี้ยจะไม่แตกต่างจากธนาคารอื่นมากนัก แต่ธนาคารมีปัญหาในการปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยล่าช้าไม่ทันสภาวะการณ์ของตลาดในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นการที่ธนาคารจะลดปัญหาของลูกค้านี้ได้

- ธนาคารควรพิจารณาปรับลดอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าชั้นดีที่ชำระหนี้ตรงตามกำหนดระยะเวลา เพื่อที่จะช่วยผ่อนภาระให้กับลูกค้า และยังเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามีความรับผิดชอบต่อภาระหนี้ที่มีกับธนาคาร
- ธนาคารควรให้ระยะเวลาผ่อนชำระหนี้ยาวนานๆ เพื่อให้ค่างวดผ่อนชำระจะได้ลดน้อยลงไปตามระยะเวลา ซึ่งจะไม่ทำให้เป็นภาระของผู้ใช้บริการมากเกินไป
- ธนาคารควรให้ผู้จัดการสำนักหรือผู้จัดการสาขา มีอำนาจอนุมัติในการปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการจูงใจลูกค้า และให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการกับทางธนาคารต่อไป เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยในปัจจุบันนั้นยังสามารถลดลงได้อีก หากเปรียบเทียบกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ธนาคารจ่ายให้กับลูกค้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) มีสำนักงานอยู่เพียง 2 แห่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักเชียงใหม่ และ ธนาคาร ไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาซอยเซ็นทรัล แอร์พอร์ต เชียงใหม่ เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาติดต่อกับธนาคารจะมีการใช้บริการในหลายรูปแบบ เช่น การทำธุรกรรมด้านเงินฝาก การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การชำระเงินค่าวงเงินกู้ การขอใช้บริการด้านสินเชื่อ และการชำระค่าบริการต่างๆ ธนาคารควรพิจารณาเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้แก่ลูกค้าเงินกู้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับ

ลูกค้า เช่น ชำระเงินผ่าน ธนาคารพาณิชย์อื่น ชำระเงินผ่านตู้ ATM ชำระผ่านที่ทำการ ไปรษณีย์ เป็นต้น

- ธนาคารควรมีการขยายสาขาเพิ่มมากขึ้นในพื้นที่ที่เป็นทำเลธุรกิจ มีการปรับปรุง ตกแต่งภายในและภายนอกของอาคาร ให้มีบรรยากาศที่ดี อีกทั้งควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เช่น ควรมีที่นั่งพักที่เหมาะสม มีน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และโทรทัศน์ ให้กับลูกค้าที่อยู่ระหว่างรอรับบริการ

- ธนาคารควรจัดหาสถานที่สำหรับจอดรถให้เพียงพอ และมีความสะดวกในการ เข้า-ออก พร้อมทั้งจัดพนักงานดูแล และจัดระเบียบการจอดรถ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ธนาคารควรมีการพัฒนาและปรับปรุงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการใช้บริการมากขึ้น รู้จักธนาคารมากขึ้น และเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการกับธนาคารเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากธนาคารยังไม่ได้ให้ความสำคัญอย่างจริงจังในด้านการส่งเสริมการตลาด ควรทำการเสนอขายเชิงรุกให้มากขึ้น ดังนี้

- ควรมีการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม ลูกค้าส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารจากแผ่นพับของธนาคาร ดังนั้นควรเน้นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ โดยจัดให้พนักงานของสาขาออกไปประชาสัมพันธ์นอกสถานที่ โดยการแจกแผ่นพับให้กับลูกค้าที่ออกไปพบ

- การประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าเดิมของธนาคารทราบและจัดทำหนังสือเชิญชวนให้มาใช้บริการเพิ่ม หรือเสนอบริการโดยทางโทรศัพท์ เพื่อสอบถามเบื้องต้นเกี่ยวกับความสนใจ และขอเข้าพบเพื่อให้รายละเอียดของบริการต่างๆ

- ธนาคารควรมีการจัดของขวัญ ของชำร่วย มอบให้ลูกค้าในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น วันเกิดของลูกค้า วันขึ้นปีใหม่ วันตรุษจีน วันคริสต์มาส ซึ่งต้องพิจารณาให้เหมาะสม และมอบให้ลูกค้าอย่างทั่วถึง โดยคำนึงถึงระยะเวลาที่มาเป็นลูกค้าของธนาคาร และปริมาณเงินที่มาใช้บริการว่ามากน้อยเพียงใด

5. ปัจจัยด้านบุคคล

- ธนาคารควรมีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีทักษะ และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่จะสามารถแนะนำให้ผู้ใช้บริการได้

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อบริการมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรในระดับมาก ธนาคารจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ เพราะจะชี้ให้เห็นถึงคุณภาพในการให้บริการของธนาคาร ธนาคารจึงต้องรักษาระดับมาตรฐานในการบริการให้มีมาตรฐานอยู่เสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการให้แก่ลูกค้ามากขึ้น และธนาคารควรมีฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ รวมถึงการฝึกอบรมทักษะและความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่จะสามารถแนะนำให้ผู้ใช้บริการได้ และเพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของพนักงานให้มีบริการที่ดีขึ้น ธนาคารควรมีการแจกรางวัลพนักงานดีเด่นเพื่อจูงใจให้พนักงานกระตือรือร้นในการทำงานมากขึ้น

6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ

- ควรเพิ่มอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการกับผู้ใช้บริการ

จากผลของการศึกษา ธนาคารควรให้ความสำคัญในการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าอีกระดับหนึ่ง

ด้านอุปกรณ์เครื่องมือที่ล้ำสมัย ควรเพิ่มอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการกับผู้ใช้บริการ เพิ่มการใช้บริการระบบข้อมูลเครือข่ายภายในองค์กร (Internet) เพื่อสามารถตรวจสอบข้อมูลทางลูกค้าทางการเงินและช่วยลดการกู้หรือการค้ำประกันซ้ำซ้อน พร้อมทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดหนี้ค้างชำระและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

ในเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย ทางธนาคารควรติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยหรือโทรทัศน์วงจรปิดไว้ นอกเหนือจากยามรักษาการณ์ที่คอยดูแลอยู่แล้ว รวมถึงการรักษาความสะอาดทั้งภายในสำนักงานและภายนอกสำนักงาน บริเวณลานจอดรถ โดยเฉพาะห้องน้ำ ควรรักษาความสะอาดไว้คอยบริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ไว้คอยบริการลูกค้า ธนาคารควรจัดเตรียมไว้คอยบริการอย่างเหมาะสม เช่น มีที่นั่งพักให้ลูกค้าสำหรับรอรับบริการ มีบริการถ่ายเอกสาร เนื่องจากเอกสารที่ลูกค้าต้องนำมาประกอบการพิจารณาขอสินเชื่อมีเป็นจำนวนมาก หากมีบริการถ่ายเอกสารให้บริการกับลูกค้า จะทำให้การทำงานรวดเร็วขึ้น รวมถึงป้ายบอกบริการต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ

7. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

- ควรเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ เช่น การทำ Check List ให้ผู้ให้บริการ จัดเตรียมเอกสารให้พร้อมก่อนยื่นขอสินเชื่อ ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของ

เอกสาร การนำเสนอขออนุมัติ วางกรอบเวลาของการประเมินและรับรองราคาประเมินให้มีระยะเวลาในการดำเนินการที่แน่นอน

- ควรลดระเบียบขั้นตอนต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น เช่น การประเมินราคาควรจะให้เสร็จที่ศูนย์ประเมิน ไม่ควรจะมีการส่งไปให้สำนักงานใหญ่รับรองราคาอีก เพราะจะทำให้ใช้เวลาในการดำเนินการนาน

จากการศึกษา พบว่า ปัญหาในด้านกระบวนการให้บริการ เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่ถูกนำมาใช้บริการประสบ ทางธนาคาร ควรมีการปรับปรุงในด้านกระบวนการให้บริการ

ในด้านความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ควรทำคู่มือระเบียบและวิธีปฏิบัติในการกู้เงินเพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อเบื้องต้น และควรให้เจ้าหน้าที่ดูแลลูกค้าในการจัดเตรียมเอกสารให้พร้อมก่อนยื่นขอสินเชื่อ ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของเอกสาร ก่อนยื่นขออนุมัติสินเชื่อ ส่วนด้านการประเมินหลักทรัพย์ ธนาคารควรกำหนดระยะเวลาในการประเมินหลักทรัพย์ อย่างช้าที่สุดไม่ควรเกิน 1 อาทิตย์ หลังจากที่ถูกค้ำยื่นคำขอเสนอเงินกู้ให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการให้แล้วเสร็จ เช่น เมื่อส่งราคาประเมินกลับมาให้สาขาสามารถดำเนินการต่อได้ทันทีโดยไม่ต้องส่งให้สำนักงานใหญ่รับรองราคาอีก เช่น บริษัทกลางประเมินหลักทรัพย์ที่ธนาคารแต่งตั้ง

ในด้านระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อ ลดระยะเวลาการอนุมัติให้เร็วที่สุด จากการลดขั้นตอนในการอนุมัติให้น้อยลง กระจายอำนาจในการอนุมัติเงินกู้ให้กับผู้จัดการสาขามากขึ้น สำหรับปัญหาพนักงานมีไม่พอเพียงทำให้เกิดความล่าช้าในการให้บริการนั้น ธนาคารต้องจัดหาพนักงานอำนวยความสะดวกให้เพียงพอและมีการมอบหมายงานอย่างชัดเจนในการบริการให้บริการเพื่อลดการทำงานซ้ำซ้อนและทำให้เกิดความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน