

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ผู้ศึกษา นางสาวบงกช ศิลปศิริ **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต **อาจารย์ที่ปรึกษา**

รองศาสตราจารย์สุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ **ปีการศึกษา** 2546

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ (2) ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร

วิธีการศึกษาใช้การสำรวจโดยแบบสอบถามขนาดตัวอย่าง 398 ราย จากประชากร 118,534 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS 7 for windows โดยค่าสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าบัญชีเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยการเลือกใช้บริการเงินฝากระดับสำคัญมาก อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยจะให้ความสำคัญในเรื่อง มีให้บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร โดยจะให้ความสำคัญในเรื่อง การเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน และปัจจัยด้านการให้บริการ โดยจะให้ความสำคัญในเรื่อง การมีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือที่จะให้บริการตลอดเวลา ตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้านบริการเงินฝาก จะให้ความสำคัญในเรื่อง มีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการ ปัจจัยด้านผลตอบแทน จะให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ ปัจจัยด้านสถานที่ จะให้ความสำคัญในเรื่อง สถานที่ทำการ มีการตกแต่งภายใน-ภายนอก ทันสมัย ปัจจัยด้านบุคลากร จะให้ความสำคัญในเรื่อง บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานดี ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จะให้ความสำคัญในเรื่อง มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ สม่ำเสมอ และปัจจัยด้านสังคม จะให้ความสำคัญในเรื่อง การฝากเงินเพื่อความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตและอนาคต เป็นสำคัญ

คำสำคัญ ปัจจัยในการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดอุดรดิตถ์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์สุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และข้อเสนอแนะอย่างดียิ่ง รวมทั้งให้ความกรุณาอนุเคราะห์เก็บเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงงานต่างๆ จนทำให้การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ด้วยดี และผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรม สั่งสอน และประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้เขียนไว้ ณ ที่นี้ เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ทั้ง 6 สาขา ในความกรุณาที่ให้ข้อมูลในการวิจัย และให้ใช้สถานที่ในการเก็บข้อมูลพร้อมทั้งช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณ ลูกค้ายเงินฝากธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ทั้ง 398 ท่าน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถาม และให้สัมภาษณ์

ขอขอบคุณ เพื่อนนักศึกษาปริญญาโท ศูนย์ลำปาง ทุกท่านที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณตา คุณยาย คุณพ่อ คุณแม่ น้องสาว น้องเขย และญาติพี่น้องทุกคน ที่คอยส่งเสริมสนับสนุนและให้กำลังใจเสมอมา

สุดท้ายขอขอบคุณ คุณสุรศักดิ์ บุญธารณามัย ที่เป็นกำลังใจและคอยช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา จนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

บงกช ศิลปศิริ

พฤศจิกายน 2546

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ธุรกิจบริการ.....	7
กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	9
แนวความคิดการแบ่งส่วนประสมทางการตลาดของแมคคาธี.....	11
แนวความคิดการบริหารการตลาดของคอปเลอร์.....	12
แนวความคิดการตลาดสมัยใหม่.....	13
S-R Theory.....	14
ทฤษฎีกระบวนการซื้อของผู้บริโภค.....	16
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง.....	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ใน เขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรดิตถ์.....	39
ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากของลูกค้า ธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรดิตถ์.....	48
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	58
สรุปการวิจัย.....	58
อภิปรายผล.....	60
ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	69
ก หนังสือขอข้อมูลเพื่อการวิจัย.....	70
ข แบบสอบถาม.....	72
ประวัติผู้ศึกษา.....	82

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 เงินฝากของสาขาธนาคารพาณิชย์รายจังหวัดในภาคเหนือ.....	2
ตารางที่ 1.2 เงินฝากธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดอุตรดิตถ์.....	3
ตารางที่ 3.1 จำนวนลูกค้าเงินฝากแยกตามประเภทบัญชีของแต่ละธนาคารในจังหวัด อุตรดิตถ์.....	29
ตารางที่ 3.2 จำนวนตัวอย่างลูกค้าเงินฝากแยกตามประเภทบัญชีของแต่ละธนาคารในจังหวัด อุตรดิตถ์.....	30
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามเพศ.....	35
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามอายุ.....	35
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามสถานภาพ.....	36
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	36
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามอาชีพ.....	37
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	38
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามการใช้บริการฝาก-ถอน.....	39
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามระยะเวลา.....	40
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามจำนวนครั้งของการเปลี่ยนธนาคาร.....	41
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามสาเหตุการเปลี่ยนธนาคาร.....	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามการใช้บริการเงินฝากธนาคาร ตามประเภทบัญชีเงินฝาก.....	43
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามการใช้บริการเสริมนอกเหนือ จากการฝากเงินปกติจากธนาคารพาณิชย์.....	44
ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการด้านเงินฝาก.....	45
ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามบุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝาก...	45
ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ฝากเงิน.....	46
ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามสื่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์....	47
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝาก ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกเป็น รายด้านและโดยรวม.....	48
ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านบริการเงินฝากที่มีผลต่อการ ใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.....	49
ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านผลตอบแทนที่มีผลต่อการ ใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.....	50
ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการ ใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.....	51
ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการ ใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์.....	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการให้บริการที่มีผลต่อการใช้ บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์.....	53
ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อ การใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์.....	54
ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านสภาพของธนาคารที่มีผลต่อ การใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์.....	55
ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อการใช้ บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์.....	56
ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการใช้บริการ เงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตต์.....	57

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 รูปแบบพฤติกรรมผู้ใช้บริการอย่างง่ายหรือ S-R Theory	15
ภาพที่ 2.2 รายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้ใช้บริการ.....	15

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ไทยในรอบปี 2545 เป็นปีที่มีความท้าทายในการหาลูกค้าและขยายปริมาณสินเชื่อ ภาพรวมของการปล่อยสินเชื่อของระบบธนาคารพาณิชย์ทั้งหมดในรอบปี 2545 ขยายตัวในอัตราที่ต่ำ ด้วยปัจจัยของสภาพคล่องในระบบสูง ส่งผลให้อัตรดอกเบี้ยเงินฝากยังคงอยู่ในระดับต่ำ ภาวะที่เกิดขึ้นนี้ได้เพิ่มความรุนแรงในการแข่งขัน ทั้งการปล่อยสินเชื่อรายใหญ่และสินเชื่อบุคคล กลยุทธ์การแข่งขันทางด้านราคาเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นทุกวันกับระบบธนาคารพาณิชย์ในรอบปี 2545 ด้วยเหตุที่แต่ละธนาคารต้องการให้ธุรกิจขยายตัว ภายใต้สภาวะที่โอกาสการปล่อยสินเชื่อจำกัด ดังนั้น ทุกธนาคารจึงมุ่งเป้าหาลูกค้าชั้นดีที่เป็นธุรกิจรายใหญ่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เหมือนกันทุกธนาคาร รวมทั้งการแข่งขันเพื่อขยายตลาดด้านสินเชื่อบุคคล ที่เพิ่มความรุนแรงยิ่งขึ้น

จากบทสรุปภาวะเศรษฐกิจการเงินภาคเหนือ เดือนมิถุนายน 2546 ที่ชี้ให้เห็นถึงเศรษฐกิจการเงินภาคเหนือ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2546 ที่มียอดคงค้างเงินฝากของสาขาธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือลดลงร้อยละ 3.7 เหลือ 281.8 พันล้านบาท เทียบกับลดลงร้อยละ 2.8 เหลือ 294.4 พันล้านบาท ระยะเวลาเดียวกันปีก่อน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลจากอัตรดอกเบี้ยอยู่ในเกณฑ์ต่ำไม่จูงใจ ทำให้มีการนำเงินไปลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า พร้อมกันนั้นในส่วนสินเชื่อของสาขาธนาคารพาณิชย์ในภาคเหนือ ณ สิ้นเดือน มิถุนายน 2546 ยังมียอดคงค้างเพิ่มขึ้นละ 10.7 เป็น 188.9 พันล้านบาท เทียบกับที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.1 ระยะเวลาเดียวกันปีก่อน ตามการขยายตัวของการให้สินเชื่อของสาขาธนาคารพาณิชย์ของรัฐ เนื่องจากได้รับผลดีจากมาตรการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ มาตรการให้การสนับสนุนกิจการ SMEs ซึ่งสำหรับสินเชื่อที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ สินเชื่อประเภทพาณิชย์กรรม สินเชื่ออุปโภคบริโภค และสินเชื่อก่อสร้าง ส่วนสภาพคล่องทางการเงินยังอยู่ในเกณฑ์สูง โดยอัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝากอยู่ที่ร้อยละ 67.9 สูงขึ้นเทียบกับร้อยละ 58.2 ระยะเวลาเดียวกันปีก่อน

ในปี 2545 เงินฝากของสาขาธนาคารพาณิชย์รายจังหวัดในภาคเหนือ มีดังนี้

ตารางที่ 1.1 เงินฝากของสาขาธนาคารพาณิชย์รายจังหวัดในภาคเหนือ

จังหวัด	จำนวนเงินฝาก
ภาคเหนือตอนบน	166,941.1
เชียงใหม่	81,985.9
เชียงราย	28,120.6
แม่ฮ่องสอน	1,918.2
ลำพูน	8,300.1
พะเยา	6,931.7
น่าน	3,872.3
แพร่	7,160.8
ลำปาง	19,146.9
ตาก	9,504.6
ภาคเหนือตอนล่าง	109,289.7
กำแพงเพชร	8,897.3
พิจิตร	13,840.5
พิษณุโลก	19,768.9
สุโขทัย	11,307.4
อุตรดิตถ์	7,894.7
นครสวรรค์	30,295.7
เพชรบูรณ์	12,513.0
อุทัยธานี	4,772.2
รวม	276,230.8

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย ภาคเหนือ

จังหวัดอุตรดิตถ์ นับเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย อยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 17 องศา 37 ลิปดา และ 19 องศา 30 ลิปดาเหนือ กับเส้นแวงที่ 100 องศา 05 ลิปดา และ 101 องศา 11 ลิปดา ตะวันออก สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 763 เมตร มีพื้นที่ 7,837.952 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,889,120 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.62 ของพื้นที่ภาคเหนือ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร โดยทางรถไฟประมาณ 485 กิโลเมตร และโดยทางรถยนต์ประมาณ 491

กิโลเมตร มีอาณาเขตทิศเหนือติดต่อกับจังหวัด แพร่ และจังหวัดน่าน ทิศตะวันออกติดต่อกับ
จังหวัดพิจนุโลก และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีพรมแดนที่ติดต่อกันยาว
ประมาณ 120 กิโลเมตร ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดพิจนุโลก ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดสุโขทัย
ปัจจุบันจังหวัดอุตรดิตถ์ มีสถาบันการเงินประเภทธนาคาร ทั้งที่เป็นธนาคารพาณิชย์
และธนาคารของรัฐบาลจำนวน 8 ธนาคาร รวม 24 สาขา ดังนี้

ธนาคารของรัฐบาล

ธนาคารออมสิน	6 สาขา
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	5 สาขา

ธนาคารพาณิชย์

ธนาคารกรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน)	4 สาขา
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	5 สาขา
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	1 สาขา
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	1 สาขา
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	1 สาขา
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	1 สาขา

ซึ่งจะให้บริการด้านรับฝาก การให้กู้ยืม และบริการด้านอื่นๆ โดยธนาคารพาณิชย์จะมี
ยอดเงินฝาก ตั้งแต่ปี 2536-2545ดังนี้

ตารางที่ 1.2 เงินฝากธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดอุตรดิตถ์

ปี	จำนวน สำนักงาน	เงินฝาก (ล้านบาท)			
		รวม	กระแสรายวัน	ประจำ	ออมทรัพย์
2536	15	5,048.62	67.49	3,757.52	1,223.61
2537	15	5,494.04	80.49	3,938.35	1,475.20
2538	16	6,536.57	69.57	4,836.03	1,630.97
2539	16	7,556.37	112.27	5,770.51	1,673.59
2540	18	7,973.26	88.88	6,316.15	1,568.23

ตารางที่ 1.2 เงินฝากธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ (ต่อ)

(ล้านบาท)

ปี	จำนวน สำนักงาน	เงินฝาก			
		รวม	กระแสรายวัน	ประจำ	ออมทรัพย์
2541	17	7,791.04	108.76	6,092.91	1,589.37
2542	17	7,612.99	124.76	5,769.11	1,719.12
2543	15	7,927.67	116.81	5,618.14	2,192.72
2544	14	8,012.60	144.30	5,203.36	2,664.94
2545	14	7,894.67	127.70	4,783.98	2,982.99

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย สาขาภาคเหนือ

จะเห็นได้ว่า ในปี 2545 จังหวัดอุดรดิตถ์ มียอดเงินฝากคิดเป็นเพียง 2.85 % ของยอดเงินฝากทั้งหมดในภาคเหนือ ซึ่งเป็นตัวเลขที่ไม่สูงนัก ทั้งนี้ในปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ เป็นสถาบันการเงิน ที่เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในยุคปัจจุบัน ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการประกอบธุรกิจ ทำธุรกรรมด้านการเงินต่างๆ ทั้งรับฝากเงิน ของมีค่า และให้สินเชื่อ ซึ่งถือเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญของธุรกิจ ช่วยเหลือทางการค้า ชำระเงินระหว่างประเทศ ค่าประกัน ฯลฯ นอกจากนี้ปัจจุบันธุรกิจบริการธนาคาร ได้เจริญเติบโตอย่างเต็มที่ การขยายตัวของสาขาธนาคารพาณิชย์ ได้กระจายครอบคลุมไปทั่วทุกพื้นที่ของประเทศ และยังคงขยายไปยังต่างประเทศ เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าอย่างทั่วถึง เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรงทั้งในประเทศและต่างประเทศ การบริหารงานของธนาคารจึงมุ่งเน้นไปที่การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว ด้วยบริการที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ นอกจากจะเป็นหนทางหนึ่งที่จะทำให้แต่ละธนาคาร สามารถนำข้อมูล ที่วิจัยนี้ไปใช้ในการแก้ไขปรับปรุงในงานบริการด้านต่างๆ ที่เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของธนาคาร ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแล้ว ยังสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการแข่งขันเพื่อรักษาลูกค้าให้ได้นานที่สุดและเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ๆ ให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้ธนาคาร สามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ได้ และเกิดการกระตุ้นยอดเงินฝากทั้งระบบให้สูงขึ้นด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 ศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

2.2 ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก ปัจจัยด้านผลตอบแทน ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านสภาพของธนาคาร ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านสังคม

4. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 6 ธนาคาร เลือกศึกษาเฉพาะบุคคลธรรมดาที่มาใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ทั้ง 6 แห่ง ในเดือน กันยายน 2546

5. นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์" นั้น

5.1 ปัจจัย หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝาก กับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

5.2 ลูกค้านาคารพาณิชย์ หมายถึง บุคคลธรรมดา ที่เป็นเจ้าของบัญชีเงินฝากของ ธนาคารพาณิชย์ จำนวน 6 แห่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

5.3 ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารพาณิชย์ไทยที่เป็นสาขาตัวแทนของสำนักงานใหญ่ และมีสถานที่ทำการตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 6 ธนาคาร ดังนี้

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	สาขาอุดรดิตถ์
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	สาขาอุดรดิตถ์
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	สาขาอุดรดิตถ์
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	สาขาอุดรดิตถ์
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	สาขาอุดรดิตถ์
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	สาขาอุดรดิตถ์

5.4 บริการเงินฝาก หมายถึง การให้บริการฝากและถอนเงินบัญชีเงินฝากประจำ ออมทรัพย์ หรือกระแสรายวัน ของธนาคารพาณิชย์ไทยในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

6. ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

6.1 ได้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

6.2 ได้ทราบถึงปัจจัยหรือสิ่งจูงใจต่างๆที่ทำให้ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางสำหรับธนาคารในการวางแผนการดำเนินงานและแผนการตลาดได้ถูกต้อง

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องแนวคิด ทฤษฎี ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจบริการ
2. กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
- 3 แนวความคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาดของแมคคาธี (E.Jerome Macarty)
- 4 แนวความคิดการบริหารการตลาดของคอตเลอร์ (Philip Kotler)
- 5 แนวความคิดการตลาดสมัยใหม่
- 6 S-R Theory
- 7 ทฤษฎีกระบวนการซื้อของผู้บริโภค

1. ธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, 211-212) กล่าวว่าไว้ว่า บริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า โดยมีลักษณะสำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ และเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาสิ่งต่างๆ เพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

- 1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคารต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ เป็นต้น

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการ ต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่า บริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 อุปกรณ์เครื่องใช้ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงาน จะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสาร โฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ความมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในเวลาเดียวกัน กล่าวคือผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะที่นั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่า ผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร สำหรับผู้ขายบริการ จะต้องมีการควบคุมคุณภาพทำได้ 3 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

3.2 การมีมาตรฐานในกระบวนการให้บริการที่มีสมรรถนะตลอดทั่วทั้งองค์กร

3.3 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับความต้องการซื้อให้สม่ำเสมอ และปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหามากหรือน้อยเกินไปมีดังนี้

4.1. กลยุทธ์เพื่อปรับความต้องการซื้อ (Demand) มีดังนี้

4.1.1 การตั้งราคาให้แตกต่าง เช่น อัตราดอกเบี้ย

4.1.2 กระตุ้นในช่วงที่มีความต้องการซื้อน้อย เช่น การจัดโครงการรณรงค์เงินฝาก

4.1.3 การให้บริการเสริม เช่น มีเครื่อง ATM ไว้หน้าธนาคารเพื่อลดจำนวนลูกค้าในธนาคาร

4.2. กลยุทธ์เพื่อปรับการให้บริการเสนอขาย (Supply) มีดังนี้

4.2.1 เพิ่มพนักงานชั่วคราว (Part-time employees) ในช่วงที่มีลูกค้ามาใช้บริการ

4.2.2 กำหนดวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในช่วงคนมาก (Peak-time efficiency routines) เช่น การนำระบบ Queueing มาใช้ในการให้บริการของธนาคาร

4.2.3 ให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการให้บริการ (Increased consumer participation) เช่น การกดบัตรรับคิวด้วยตนเอง ในการใช้ระบบ Queueing ของธนาคาร

4.2.4 การให้บริการร่วมกันระหว่างผู้ขาย (Shared services) เช่น ใช้เครื่อง ATM ร่วมสำหรับธนาคารหลายแห่งเพื่อลดค่าใช้จ่าย

4.2.5 การขยายสิ่งอำนวยความสะดวกในอนาคต (Facilities for future expansion) เช่น การนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการให้บริการ การเพิ่มตู้ ATM ในการเบิกถอนเงิน

2 กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 215-217) กล่าวว่าไว้ว่า รูปแบบกลยุทธ์ 3 ประการในธุรกิจการให้บริการ (Three types of marketing strategy In the business) มีรายละเอียดดังนี้

1. การตลาดภายใน (Internal marketing) การตลาดภายในของบริษัท จะรวมถึง การฝึกอบรมและการจูงใจพนักงานขายบริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2 การตลาดภายนอก (External marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า

การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่เชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า

งานที่สำคัญของธุรกิจให้บริการมี 3 ประการคือ

1. การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing competitive differentiation) งานการตลาดของผู้ขายบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งเป็นการสร้างความยากลำบากที่จะสร้างให้เห็นความแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้า การพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง สามารถทำได้ในลักษณะต่างๆดังนี้

1.1 บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ

1.1.1 การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary service package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ เช่น ความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย ตลอดทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ให้กับผู้มาใช้บริการ เป็นต้น

1.1.2 ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary service features) ได้แก่ บริการที่กิจการมีเพิ่มเติมให้ นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป เช่น บริการโอนเงิน บริการบัตรเครดิต บริการหักเงินเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น

1.2 การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค

1.3 ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์ โดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยใช้เครื่องหมายการค้าและประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

1.4 ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovative features) เป็นการเสนอบริการในลักษณะที่มีแนวความคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งทั่วไป เช่น ธนาคารพาณิชย์ ได้มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาให้บริการแก่ลูกค้า

2. คุณภาพการให้บริการ (Service quality) เป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณา ซึ่งลูกค้าจะพอใจถ้าเขาได้รับสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) ลักษณะของคุณภาพในการให้บริการ มีดังนี้

2.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่ แก่ลูกค้า คือ ไม่ต้องรอนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสม

2.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย

2.3 ความสามารถ (Competance) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน

2.4 ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากร ต้องมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเอง

2.5 ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ธนาคารต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

2.6 ความไว้วางใจ (Reliability) บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง

2.7 การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ

2.8 ความปลอดภัย (Security) บริการที่ให้ ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่างๆ

2.9 การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible) บริการที่ลูกค้าได้รับ จะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้

2.10 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing customer) พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจ ตอบสนองความต้องการดังกล่าว

3. การบริหารประสิทธิภาพในการให้บริการ (Managing productivity) ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการ ธุรกิจให้บริการสามารถทำได้ ดังนี้

3.1 การให้พนักงานทำงานมากขึ้น หรือมีความชำนาญสูงขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม

3.2 เพิ่มปริมาณการให้บริการโดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง

3.3 เปลี่ยนบริการให้เป็นแบบอุตสาหกรรมโดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานการให้บริการ

3.4 การให้บริการที่ไปลดการให้บริการอื่นๆ

3.5 การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่นการนำระบบ Queueing มาใช้ในการให้บริการของธนาคาร

3.6 การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของกิจการ เช่น การกรอกแบบฟอร์มการฝาก-ถอนเงินด้วยตนเอง

3. แนวความคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาดของแมคคาร์ตี (E.Jerome Macarty)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 35) ได้กล่าวไว้ว่า แนวความคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาดของแมคคาธี ได้มีการจัดแบ่งส่วนผสมทางการตลาดออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ รวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม เป็นต้น

3. สถานที่ หรือการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบได้ด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์การไปยังตลาด เช่น ท่าเลที่ตั้งของธนาคาร ความสวยงามและความสะอาดของสถานที่ สถานที่จอดรถ เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การให้พนักงานออกไปแนะนำด้านบริการ เป็นต้น

ฟิลิป คอตเลอร์ (2540: 615) ได้กล่าวว่า สำหรับธุรกิจบริการแล้ว ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 4 Ps ไม่เพียงพอ องค์ประกอบเพิ่มเติมที่จำเป็นต้องมีส่วนผสมการตลาด อีก 2 Ps คือ

5. บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท เป็นต้น

6. ขบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับผู้บริโภค ได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction) เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกสบายในการใช้บริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ ความถูกต้อง และเชื่อถือได้ของข้อมูล เป็นต้น

4. แนวความคิดการบริหารการตลาดของคอตเลอร์ (Philip Kotler)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 18-19) ได้กล่าวว่า วิวัฒนาการของปรัชญาและแนวความคิดการบริหารการตลาด สามารถแบ่งได้เป็น 5 แนวความคิดดังนี้

1. แนวความคิดด้านการผลิต (Production Concept) แนวความคิดมุ่งเน้นการผลิตเป็นสิ่งสำคัญ และมีการปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตสูงสุด และมีการจัดจำหน่ายครอบคลุมขอบเขตให้ทั่วถึง

2. แนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (The product concept) มุ่งความสำคัญไปที่ความพยายามในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดี และปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นตลอดเวลา จึงจะสามารถดึงดูดใจและรักษาลูกค้าเอาไว้ได้

3. แนวความคิดด้านการขาย (The selling concept หรือ sales concept) มุ่งเน้นความพยายามในการขายและการส่งเสริมการตลาดอย่างเต็มที่ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อในที่สุด โดยไม่คำนึงถึงความพอใจหลังการซื้อของลูกค้าเลย

4. แนวความคิดด้านการตลาด (The marketing concept) แนวความคิดนี้มุ่งพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของตลาดเป้าหมายและการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่ง

5. แนวความคิดด้านการตลาดเพื่อสังคม (The societal marketing concept) เป็นแนวความคิดที่พิจารณาความจำเป็น ความต้องการ และความสนใจของตลาดเป้าหมายและการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่ง โดยยังคงรักษาการกินดีอยู่ดีของผู้บริโภคและสังคม โดยมีลักษณะดังนี้

5.1 มุ่งความสำคัญที่ตลาด ความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า

5.2 มุ่งความสำคัญที่การกินดีอยู่ดี และความผาสุกของผู้บริโภคและสังคม

5 แนวความคิดการตลาดสมัยใหม่

พิบูล ทิปะปาล (2534: 47-49) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันแนวความคิดหรือปรัชญาพื้นฐานของการตลาดสมัยใหม่ (Basic Philosophy of Marketing) ที่บริษัทใช้เป็นหลักยึดถือเป็นแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อให้บริษัทประสบผลสำเร็จมี 4 ประการด้วยกันคือ

1. ยึดถือความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก (Customer needs and desires) มีการดำเนินการ 3 ขั้นตอนคือ

1.1 จะต้องพิจารณากำหนดความต้องการของลูกค้าให้ได้ก่อน ก่อนที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับลูกค้าเหล่านั้น

1.2 ผลิตภัณฑ์และบริการที่พัฒนาขึ้น จะต้องสอดคล้องตรงตามความต้องการของลูกค้า

1.3 จะต้องมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจอย่างแท้จริง

2 คำนิยามงานให้บรรลุเป้าหมาย (Goal achievement) เป้าหมายสำคัญของธุรกิจส่วนใหญ่แล้ว คือ กำไร (Profit) โดยจะวัดความสามารถในการทำกำไร (Profitability) หลายๆ ด้านอยู่เสมอ ที่เกี่ยวข้องกับกำรดำเนินงานทางการตลาด

3 คำนี้ถึงความต้องการของสังคม (Societal Requirement) หมายถึง ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดี เช่น ร่วมโครงการรณรงค์ปลูกป่า ให้ทุนการศึกษา การบริจาคเงินช่วยเหลือ เป็นต้น

4 ยึดถือระบบในการดำเนินงาน (A system Approach) การนำวิธีการของระบบมาใช้ในการปฏิบัติงานเป็นลักษณะที่สำคัญ วิธีการของระบบแบ่งได้เป็น 2 ทางคือ

4.1 การตัดสินใจใดๆ ของการตลาดต้องทำเป็นระบบ คือ ต้องมีการพิจารณาถึงผลกระทบอันอาจจะเกิดขึ้นต่อสิ่งอื่นๆ

4.2 ในการดำเนินงานโดยยึดถือระบบนั้น ทั้งบริษัทอันเป็นส่วนรวม จะต้องปฏิบัติหน้าที่โดยมีเป้าหมายสำคัญอย่างเดียวกัน (One major objective) นั่นคือ เพื่อจัดหาสินค้าและบริการสนองความต้องการของลูกค้า โดยทำให้เขาได้รับความพึงพอใจมากที่สุด

6 S-R Theory

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541:81-83) ได้กล่าวว่า S-R Theory เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกับกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

แผนภาพที่ 1 รูปแบบพฤติกรรมผู้ใช้บริการอย่างง่ายหรือ S-R Theory



แผนภาพที่ 2 รายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้ใช้บริการ

สิ่งกระตุ้นภายใน นอก		กล้องคำหรือความรู้สึก นึกคิดของผู้ใช้บริการ		การตอบสนองของผู้ ใช้บริการ
สิ่งกระตุ้นทาง การตลาด	สิ่งกระตุ้น อื่นๆ	ลักษณะของผู้ใช้บริการ		การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตรา
ผลกระทบ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริม	เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม ฯลฯ	-ปัจจัยทางวัฒนธรรม -ปัจจัยทางสังคม -ปัจจัยส่วนบุคคล -ปัจจัยทางจิตวิทยา	กระบวนการ การตัดสินใจ ใจของผู้ใช้ บริการ	การเลือกผู้ให้บริการ เวลาในการซื้อ ปริมาณการซื้อ

1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นจากภายในร่างกาย (Inside stimulus) และ สิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside stimulus) โดยธนาคารจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะใช้บริการ โดยสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วน ประสมทางการตลาด (Marketing mix) ซึ่งประกอบไปด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การบริการ รูปแบบประเภทยูนิ ซินฝาก เป็นต้น

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม เป็นต้น

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution Place) เช่น ท่าเล ที่ตั้งของธนาคาร ความสะดวกสบายในการเดินทาง สถานที่จอดรถ เป็นต้น

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ การมีพนักงานออกไปแนะนำบริการ เป็นต้น

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กร ซึ่งธนาคารควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีด้านฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political)

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

2 กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ โดยความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่อไปนี้

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer characteristics) มีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นต้น

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)

3.5 การเลือกปริมาณซื้อ (Purchase amount)

7. ทฤษฎีกระบวนการจัดซื้อของผู้บริโภค

อรรถ มณีสงฆ์ (2538: 19-21) ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีกระบวนการจัดซื้อของผู้บริโภค เป็นการตัดสินใจและการเลือกซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า เนื่องจากการที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในแต่ละครั้งต้องคิดถึงความพอใจและประโยชน์ที่สูงสุดก่อน แบ่งออกเป็น 4 ประเภท

1 การตัดสินใจแบบซับซ้อน (Complex Decision) เกิดขึ้นเมื่อผู้ให้บริการมีการทุ่มเทความพยายามอย่างสูงและมีการเลือกแบบที่ต้องการการตัดสินใจ ผู้ใช้บริการจะมีการประเมินประเภทตราหือต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจ หรือก่อนเลือกใช้บริการในการเปิดบัญชีเงินฝากกับธนาคาร นั่นก็คือ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นเอง ประเภทที่หนึ่ง การเลือกธนาคารเป็นครั้งแรก ลูกค้ามีการประเมินธนาคารต่างๆเองก่อนการตัดสินใจที่จะใช้บริการ เช่น ด้านชื่อเสียง ด้านความมั่นคง ด้านความปลอดภัย ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ เพื่อสวัสดิการของลูกค้าเอง

2 การซื้อสตัยต่อตราหือ (Brand Loyalty) เป็นการตัดสินใจแบบซับซ้อน ไม่ได้เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการทุกครั้ง หากมีสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจเช่นเดิมเกิดขึ้นกับผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการจะมีการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยจะเลือกประเภทที่เคยใช้และพอใจมากที่สุด ทำให้เกิดการกระทำซ้ำ โดยไม่มีการหาข้อมูลหรือประเมินตราใหม่อีก เป็นการตัดสินใจแบบเดิมของลูกค้า หากลูกค้ามีความประสงค์ที่จะฝากเงินกับธนาคาร มักจะตัดสินใจจากประสบการณ์ข้อมูลในอดีตที่เคยใช้บริการ โดยมักจะนำเงินไปฝากกับธนาคารเดิมโดยไม่มีการมองหาธนาคารอื่นๆ ที่อาจได้ผลตอบแทนที่สูงกว่า

3 การแสวงหาที่ผันแปร (Variety Seeking) จะเกิดขึ้นเมื่อการใช้บริการนั้น เป็นการใช้บริการที่ผู้บริโภครยังคงมีการตัดสินใจ แต่เป็นสินค้าประเภทที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการน้อย โดยมีการเปลี่ยนประเภทบ่อยๆ เพื่อแสวงหาความหลากหลาย จะไม่มีความชอบในประเภทใดประเภทหนึ่งเป็นพิเศษ ประกอบด้วยสถานการณ์ที่ผู้บริโภครคิดว่ามีความเสี่ยงน้อยมาก ดังนั้นการตัดสินใจส่วนมากจะเกิดขึ้นที่จุดบริการ ลูกค้าประเภทที่ไม่ใช้บริการธนาคารใดธนาคารหนึ่งแต่เพียงแห่งเดียว เนื่องจากบางขณะมีความจำเป็นหรือต้องการบางสิ่งบางอย่างเพื่อความสะดวกหรือบริการบางอย่างที่ธนาคารที่เคยใช้บริการอยู่เดิมไม่มี เช่น บริการหักค่าสาธารณูปโภคบางอย่าง หรือเงินฝากบางประเภทที่แจกกรมธรรม์ประกันชีวิตหรือประกันอุบัติเหตุแถมให้

4 การซื้อแบบเป็นปกติกิจ (Inertia) เกิดขึ้นเมื่อสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับน้อยและการซื้อเป็นการซื้อแบบเป็นนิสัย ผู้ใช้บริการจะใช้บริการโดยไม่ต้องตัดสินใจเลย เป็นการใช้บริการประเภทเดิม เนื่องจากผู้บริโภครไม่ต้องการเสียเวลาในการเสาะแสวงหาทางเลือกใหม่

เป็นลูกค้าที่ซื่อสัตย์ ักคิดต่อธนาคาร ใช้ธนาคารเพียงแห่งเดียวไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปใช้บริการที่อื่นอีกเลยอาจเป็นเพราะใกล้บ้านหรือได้รับการบริการที่ดี หรือมีความคุ้นเคยกับพนักงานของธนาคารอย่างดี ทำให้ไม่มีการสนใจที่จะใช้บริการกับธนาคารอื่นอีกเลย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เสาวคนธ์ อุภูฐานชีวิน (2536) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่ พบว่า ปัญหาในการใช้บริการธนาคารของลูกค้า คือ สถานที่จอดรถคับแคบและสาขานาคารไม่มีในตัวเมืองทำให้ไม่สะดวกในการติดต่อ การบริการไม่รวดเร็วเนื่องจากจำนวนพนักงานมีน้อยต้องรอนาน และไม่มีบริการติดต่อสอบถาม

2. คณิน ปาจุวัง (2537) ได้ศึกษาเรื่อง การเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ของลูกค้าเพื่อใช้บริการเงินฝาก พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้บริการเงินฝากคือ ความสะดวกรวดเร็วในการบริการ รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ทำเลที่ตั้งของธนาคารไปมาสะดวก พนักงานของธนาคารสุภาพ น่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคารดี น่าเชื่อถือ ส่วนปัญหาในการใช้บริการเงินฝากของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบมากที่สุดคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก รองลงมาคือ การให้บริการล่าช้า เครื่องฝาก-ถอนเงินขัดข้องเป็นประจำ พนักงานมีน้อย และพนักงานไม่มีอริยาศัยการต้อนรับที่ดี และมีความเห็นเพิ่มเติมว่า ต้องการให้ธนาคารปรับปรุงในด้านต่างๆคือ ให้มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ และมีการให้คำแนะนำบริการต่างๆ มีความรวดเร็วของการให้บริการและบริการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น มีเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติที่ทันสมัยและใช้งานได้ดี มีสถานที่จอดรถที่สะดวกและความปลอดภัยของกิจกรรมระหว่างรอ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายที่ดีและมีของชำร่วย ของแจกในเทศกาลที่สำคัญและธนาคารไม่ควรจะเก็บค่าธรรมเนียมของบริการต่างๆ หลายขั้นตอน

3. ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ (2538) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าธนาคารที่มาใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยจำนวน 390 คน พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย ปัจจัยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการใช้บริการในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมีผลในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาในการ

ใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยนั้น ลูกค้ำมีปัญหาด้านราคาในระดับมาก ส่วนปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ลูกค้ำมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

4. ปิยะ ศิริมาตย์ (2538) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของผู้ประกอบธุรกิจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามผู้ประกอบธุรกิจ จำนวน 315 ตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบกิจการ 3 รูปแบบ คือ ธุรกิจเจ้าของคนเดียว ธุรกิจห้างหุ้นส่วน และธุรกิจบริษัท พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพฯ ,ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกสิกรไทย ตามลำดับ สาเหตุที่เลือกใช้บริการตามลำดับคือ ใกล้เคียง/สาขาให้บริการมาก และชื่อเสียงภาพพจน์ ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่เคยย้ายการใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์โดยมีสาเหตุตามลำดับคือ สถานที่ติดต่อสะดวกกว่า มีสาขาบริการมาก และไม่พอใจการให้บริการของพนักงาน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ว่าควรจะต้องมีการปรับปรุงการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ โดยต้องการให้ปรับปรุงในด้านวงเงินอนุมัติของบริการประเภทสินเชื่อ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก - เงินกู้ กิรียา วาจา มารยาทของการให้บริการของพนักงาน บริการด้านสถานที่ต้องเพิ่มจำนวนสาขาบริการ สถานที่จอดรถ บริการด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ ต้องปรับปรุงให้ทันสมัย การบริการด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ต้องปรับปรุงเรื่องข่าวสารข้อมูลของบริการต่างๆที่มีให้มาก

5. ดรุณี วงษ์รัตนธรรม (2539) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่ พบว่า สิ่งจูงใจที่ทำให้ลูกค้ำเข้ามาใช้บริการด้านเงินฝากคือ ธนาคารตั้งอยู่ใกล้บ้าน ไปมาสะดวก และบริการที่ประทับใจจากพนักงาน ส่วนเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ลูกค้ำเลือกมาใช้บริการด้านเงินฝาก คือธนาคารมีความมั่นคงสูง ความมีอัธยาศัยที่ดีของพนักงาน และต้องรับเงินเดือนผ่านธนาคาร ปัญหาที่พบในด้านการใช้บริการคือ พนักงานบางคนเลือกที่จะให้บริการลูกค้ำเป็นบางราย พนักงานบางคนให้บริการล่าช้า ส่วนปัญหาด้านอื่นๆ คือ สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ เครื่องคอมพิวเตอร์ช้าชองบ่อย ขั้นตอนในการให้บริการซับซ้อน ทำให้เสียเวลารอนาน และมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีป้ายแนะนำจุดให้บริการที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ให้ความสำคัญกับบริการเสริมของธนาคาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ต่างๆ นอกจากนี้ ควรมีกิจกรรมช่วยเหลือสังคมให้มากขึ้น เช่น ทุนการศึกษา สนับสนุนงานด้านกีฬา ร่วมงานการกุศล และงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่นต่างๆ

6. **วรรณภรณ์ เสียมภักดี (2540)** ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเงินสดและบริการธุรกิจทั่วไปของธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจอย่างมากในด้านเทคโนโลยีและการจัดรูปแบบการให้บริการ รวมถึงความสะอาดของสถานที่ที่ให้บริการ ส่วนเรื่องของความรวดเร็วในการให้บริการ, ความสุภาพ, อธิษาศัย และการให้คำแนะนำในการให้บริการของพนักงาน ลูกค้ำมีความพอใจไม่สูงมากนัก เช่นเดียวกับความพอใจในการเขียนเอกสารฝาก-ถอนด้วยตนเอง ก็มีความพอใจไม่สูงมากนัก และลูกค้ำจะมีความพอใจค่อนข้างน้อยในด้านความพอเพียงของพนักงานที่ให้บริการและที่จอดรถ สรุปได้ว่าลูกค้ำมีความพอใจในการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ Re-engineering ของธนาคาร แต่ต้องการให้ธนาคารเพิ่มจำนวนพนักงานให้มากขึ้น รวมทั้งการให้บริการที่ดีกว่าเดิม

7. **สุวิทย์ โทสิตารัตน์ (2540)** ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ลูกค้ำของธนาคารในเขต อำเภอคลอง จังหวัดแพร่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างลูกค้ำเงินฝากบัญชีออมทรัพย์ของธนาคารในเขตอำเภอคลอง จังหวัดแพร่ รวม 3 ธนาคาร ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจำนวน 200 คน พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้บริการธนาคารให้น้ำหนักมากที่สุดคือ มีที่พักออาศัยใกล้กับธนาคารและเคยใช้บริการกับธนาคารมานาน ลูกค้ำให้ความสนใจในการรับของชำระช่วยมากกว่าการจัดให้มีการชิงรางวัล ถ้ามีการจัดชิงรางวัล ลูกค้ำต้องการมากที่สุดคือทุนการศึกษา สำหรับความคิดเห็นต่อการบริการของธนาคารในปัจจุบัน มีความเห็นคือ สถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน ไปมาสะดวก พนักงานพูดจาสุภาพ ปัญหาของลูกค้ำคือ ค่าธรรมเนียมที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้ำจำนวนสาขาของธนาคาร การออกเยี่ยมลูกค้ำของพนักงาน และสถานที่จอดรถ และลูกค้ำมีข้อเสนอแนะโดยต้องการให้ธนาคารมีบริการหักค่ารักษาพยาบาล ค่าบำรุงการศึกษา และค่าฌาปนกิจสงเคราะห์

8. **สุวพร ลำประสิทธิ์ (2540)** ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการรื้อปรับระบบศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยการทดสอบทฤษฎีว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการรื้อปรับระบบ ได้แก่ บทบาทและความรับผิดชอบ เครื่องมือวัดแรงจูงใจ โครงสร้างองค์กร เทคโนโลยีสารสนเทศ คุณค่าร่วมและทักษะ พบว่า ปัจจัยทุกตัวมีอิทธิพลต่อการรื้อปรับระบบ สิ่งที่มีอิทธิพลในปัจจัยบทบาทและความรับผิดชอบคือ การใช้ความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน และการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ำ สิ่งที่มีอิทธิพลในปัจจัยโครงสร้างองค์กรคือ ความสะอาดภายในห้องบริการลูกค้ำ การให้บริการแบบ One Stop Service การบริการ ณ จุดเดียวที่ได้รับบริการครบถ้วน ความซับซ้อนของการปฏิบัติงานที่ลดลง พนักงานคนหนึ่งต้องทำงาน

หลายอย่างพร้อมกัน สามารถบริการลูกค้าได้ด้วยบุคคลคนเดียวไม่ต้องรอการอนุมัติหรือสอบถามจากฝ่ายงานอื่น สิ่งที่มีอิทธิพลในปัจจัยเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ งานแต่ละงานใช้เวลาสั้นลง เมื่อนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ สิ่งที่มีอิทธิพลในปัจจัยทักษะคือ การได้ศึกษาโปรแกรมใหม่ๆ ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์

9. จันทจักรา สุริยะชัยพร (2541) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย (จำกัด) มหาชน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารนครหลวงไทยที่สำคัญมากอันดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร การค้าประกันเงินฝากเต็มจำนวน และรองลงมาคือ การจ่ายอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง ส่วนปัจจัยอื่นที่มีความสำคัญเพียงเล็กน้อยเท่านั้น คือ ชื่อเสียงของผู้บริหารดี น่าเชื่อถือ การบริการของผู้บริหาร /พนักงาน สาขาทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวกสบาย มีจำนวนสาขาให้บริการมากเพียงพอ และมีบริการเสริมอื่นๆ การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการให้บริการเงินฝากทุกประเภทของธนาคารนครหลวงไทยและธนาคารขนาดใหญ่พบว่า ในด้านสถานที่ลูกค้าความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้าเห็นด้วยที่เครื่องมือเครื่องใช้ของธนาคารขนาดใหญ่มีความทันสมัยมากกว่า ลูกค้าธนาคารขนาดใหญ่มีความพอใจและเห็นด้วยที่ธนาคารขนาดใหญ่มีการปรับปรุงการให้บริการที่มากกว่า และหลากหลายกว่าธนาคารนครหลวงไทย

10. อรุณทัย ต้นเครือ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของผู้ฝากเงิน : กรณีศึกษาเฉพาะธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่นอกจากฝากเงินระยะยาวแล้วจะฝากเงินออมทรัพย์มากกว่าประเภทอื่น ปัจจัยภายนอกด้านการตลาดที่มีผลมากที่สุดต่อการฝากเงินระยะยาว ด้านราคา เรื่องอัตราดอกเบี้ยพิเศษ รองลงมาเรื่องประเภทของเงินฝาก ทำเลที่ตั้งของธนาคาร การส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของลูกค้ามีดังนี้ มีสถานที่จอดรถสะดวก ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก สถานที่ตั้งใกล้ที่ทำงาน สถานที่ทำการกว้างขวาง บรรยากาศเย็นสบายมีมุมพักผ่อนระหว่างรอรับบริการที่เหมาะสมและที่ทำการอยู่ใกล้บ้าน ตามลำดับ การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของลูกค้ามีดังนี้ การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายตามลำดับ สื่อโฆษณาที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวของลูกค้ามีดังนี้ พนักงานของธนาคาร, วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ , ป้ายโฆษณา / คัดเอาท์, แผ่นปลิว / แผ่นพับ การขายตรงทางจดหมายและจากงานนิทรรศการ ตามลำดับ การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อลูกค้าส่วนใหญ่ในการเปิดบัญชีเงินฝากระยะยาวมากที่สุดคือ การแจกของขวัญเมื่อเปิดบัญชีใหม่ การจับ

ฉลาดเชิงโชคเมื่อเปิดบัญชีใหม่ และการมีร้านค้าร่วมโครงการในการให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าเงินฝากระยะยาว ปัจจัยภายนอก ด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองและวัฒนธรรมที่มีผลมากต่อการฝากเงินระยะยาว เรื่องรัฐบาลสนับสนุนด้านการยกเว้นภาษีจากดอกเบี้ยเงินฝากระยะยาว ภาพพจน์ของธนาคารดี และมีสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ความมีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นธนาคารแห่งแรกของประเทศไทย วัฒนธรรมในการออมเพื่อเป็นหลักประกันในอนาคต อุปกรณ์ภายในสำนักงานทันสมัยมีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว การมีบริการทางการเงินครบวงจร โดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เศรษฐกิจที่ดีขึ้นจึงฝากเงินระยะยาว ส่วนปัจจัยภายในด้านสังคมพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ฝากเงินระยะยาวเพราะบุคคลในครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นญาติและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจฝากเงินระยะยาว ปัจจัยทางจิตวิทยาที่มีผลต่อการฝากเงินระยะยาวมีความสำคัญตามลำดับดังนี้ การฝากเงินระยะยาวเพื่อความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตและอนาคต การฝากเงินระยะยาวเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน ฝากเงินระยะยาวเพื่อเสริมฐานะตนเอง การฝากเงินระยะยาวเพื่อการประกันชีวิตที่เต็มที่ให้ฟรี การฝากเงินระยะยาวเพื่อการศึกษาของบุตร การฝากเงินระยะยาวเพื่อการแต่งงาน การฝากเงินระยะยาวตามผู้อื่น และการฝากเงินระยะยาวเพื่อต่อเติมซ่อมแซมบ้าน ปัญหาในการให้บริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ ได้แก่ เรื่องการให้บริการล่าช้า พนักงานไม่สามารถตอบปัญหาหรือไขข้อข้องใจได้ พนักงานไม่สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ในเวลาจำกัด พนักงานไม่มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่พอ และบางครั้งพนักงานไม่สนใจและจดจำลูกค้ามากกว่าเรื่องอื่นๆ

11. จักรี สุวรรณโสภณ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากขวัญบัวหลวง พบว่า ผู้ใช้บริการมีทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานะภาพสมรส มีรายได้ประจำต่อเดือนระหว่าง 10,001-30,000 บาท ระดับการศึกษาจบปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับคือจากพนักงานของธนาคาร ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก เพราะได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร และภาพลักษณ์ความมั่นคงของธนาคาร จึงทำให้เกิดความนิยมในบริการดังกล่าว ลูกค้ามีข้อคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านศักยภาพของธนาคารไปในด้านดีค่อนข้างมาก นอกจากนี้แล้วการที่ธนาคารมีการกระจายสาขาเพื่อรองรับการให้บริการ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความมั่นคงสูง การให้บริการดี การให้บริการอย่างเสมอภาค พนักงานมีความรู้ในการให้คำแนะนำ ได้รับความสะดวกสบาย สาขาที่ให้บริการอยู่ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน และสถานที่จอดรถกว้างขวาง

12. วิบูลย์ สุทธิวรรณ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540-2541 โดยสุ่มตัวอย่างจากลูกค้าเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ จำนวน 150 คน จากลูกค้าเงินฝากที่มาใช้บริการ ที่ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 10 ธนาคาร 18 สาขา พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร, ด้านสินค้า, ด้านสถานที่, ด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลในระดับปานกลาง สำหรับปัญหานั้น ลูกค้ามีปัญหาด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ส่วนปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ, ด้านสถานที่, ด้านบุคลากร และปัญหาด้านสินค้า ลูกค้ามีปัญหาในระดับน้อย

13. รุ่งกานต์ จัตรีวิระชัยกิจ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมในการใช้บริการ และทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี มีอาชีพรับจ้าง/บริการ มีรายได้ต่อเดือน 5,001-15,000 บาท และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า การเปิดรับข่าวสารจากธนาคารของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า สื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ ส่วนข่าวสารที่เกี่ยวกับบริการของธนาคารที่ลูกค้าเปิดรับมากที่สุดคือ ข่าวสารเกี่ยวกับกรุงศรีเอทีเอ็ม ส่วนข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ของธนาคารเป็นข่าวสารที่ลูกค้าเปิดรับมากที่สุด เพราะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผลประโยชน์ของลูกค้า ในด้านพฤติกรรมในการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างพบว่า บริการของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุดคือ บริการด้านเงินฝาก ส่วนความบ่อยครั้งในการใช้บริการของธนาคารส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงที่น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน สำหรับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารส่วนใหญ่จะเป็นเพราะธนาคารอยู่ใกล้บ้าน / ที่ทำงาน/ สถานศึกษา ในเรื่องทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีที่สุดในเรื่องของพนักงานของธนาคารต้อนรับอบอุ่นและเป็นกันเอง รองลงมาจะมองว่าธนาคารมีความมั่นคงในการดำเนินงานและมีความซื่อตรง ไม่เอาเปรียบลูกค้า ส่วนทัศนคติที่ด้อยที่สุดคือ ธนาคารมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ

14. ชุมพล เปี่ยมศิริ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญจากผู้ที่มาใช้บริการธนาคารพาณิชย์ 4 ธนาคารใหญ่ จำนวน 200 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความพอใจในการให้บริการของธนาคารพาณิชย์

เช่น ความสะดวกและรวดเร็วในการที่จะเบิกใช้เงิน ธนาคารมีความปลอดภัยในการรักษาเงิน ความจำเป็นเนื่องจากเงินเดือนถูกจ่ายผ่านทางธนาคาร ความสะดวกในการจ่ายชำระเงินค่าสาธารณูปโภค ปัจจัยในด้านทำเลที่ตั้งใกล้ที่ทำงานและที่บ้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการเดินทางไปมาที่สะดวกในการใช้บริการที่ธนาคาร ปัจจัยในด้านความน่าเชื่อถือของธนาคารไม่ว่าจะเป็นชื่อเสียง ฐานะกิจการ ขนาดของอาคารที่ทำการ เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกฝากกับธนาคารพาณิชย์ ปัจจัยด้านบรรยากาศภายในและโดยรอบอาคารที่ทำการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสถานที่ของธนาคารพาณิชย์ค่อนข้างมาก โดยสถานที่ใหญ่โต กว้างขวาง สะอาด เรียบร้อย มีป้ายบอกตำแหน่งจุดให้บริการต่างๆ ที่มีความชัดเจน ความสะดวกในด้านการใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์มีความสะดวกรวดเร็ว โดยอัตราดอกเบี้ยที่สูงมีใช่ปัจจัยสำคัญที่จะเลือกฝากเงิน และปัจจัยด้านความสัมพันธ์เป็นส่วนตัวกับพนักงานและการรู้จักสนิทสนมกับพนักงานที่ทำงานในธนาคารที่มาใช้บริการ ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการมาใช้บริการ

15. ชนันทสิทธิ์ สายเป่า (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน โดยสรุปว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการมากที่สุดโดยได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการที่รวดเร็ว ใช้เทคโนโลยีทันสมัย รองลงมาคือ ค่าธรรมเนียมในการให้บริการและอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสม

16.ศิริลักษณ์ เรื่องจิตชัชวาลย์ (2543) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินออมปลอดภัยของธนาคารพาณิชย์หนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินออมปลอดภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มี 4 ประการ คือ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อาชีพรายได้ต่อเดือน และรายจ่ายต่อเดือนของลูกค้า และปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) คือ ความมั่นคงของธนาคาร และการบริการที่ดี ทันสมัยและรวดเร็วของผู้บริหาร และพนักงานสาขา ตลอดจนทำเลที่ตั้ง ทำให้การไปมาใช้บริการสะดวก และมีที่จอดรถกว้างขวาง

17. สุทธานี พรวัฒนานนท์ (2543) ได้ทำการศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งในด้านสถานที่ ด้าน

พนักงาน ด้านบริการ ด้านเทคโนโลยี และด้านการประชาสัมพันธ์ และเมื่อพิจารณาเฉพาะรายการพบว่า ด้านพนักงานมี 3 ประเด็นที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความมีอัธยาศัยของพนักงาน การบริการด้วยน้ำใจและความเอื้อเฟื้อของพนักงาน บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน ส่วนด้านสถานที่ มีประเด็นที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย ต่อ สถานที่จอดรถจำกัด ไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ลูกค้าได้เต็มที่

18. บุญชู เทพสุนทร (2544) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความสำเร็จของการให้บริการเงินฝากปลอดภาษีของธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยหรือเหตุผลหลักที่ลูกค้ามาใช้บริการฝากเงินแบบปลอดภาษีกับธนาคาร เพราะเชื่อมั่นในความมั่นคงและปลอดภัยของธนาคาร รองลงมาจากการแนะนำให้มาฝากของพนักงานธนาคาร สำหรับเหตุจูงใจหรือความพึงพอใจมากที่สุดในการฝากเงินแบบปลอดภาษี คือ การได้รับยกเว้นภาษีดอกเบี้ยเงินฝาก รองลงมา ได้แก่ การได้รับอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าเงินฝากประเภทอื่น

19. พรพิไล โนจา (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการรับฝาก-ถอนด้วยระบบคิวของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยออกแบบสอบถามลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 324 ราย จำนวน 6 สาขา ได้แก่ สาขาท่าแพ , สีแยกสนามบิน, ถนนสุเทพ, ช้างคลาน, เชียงใหม่, และช่วงสิงห์ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการรับฝาก-ถอนทั้ง 4 ด้านโดยเฉลี่ยมีความพึงพอใจในระดับมากทุกด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านการให้บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อความทันสมัยของระบบคิว ความเพียงพอของกระดาศคิว และความถูกต้องของงานที่ได้รับบริการ ตามลำดับ ด้านสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อความมีระเบียบและความสะอาดภายในธนาคาร บรรยากาศภายในธนาคาร และความเพียงพอของที่นั่งรอรับบริการ ตามลำดับ ด้านพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อมารยาทและความสุภาพของพนักงานในการให้บริการ ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความรอบรู้ในบริการ และงานที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ และด้านอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อความเป็นระเบียบของใบรับฝาก-ถอน เอกสารและเครื่องเขียนต่างๆ ความเพียงพอของใบรับฝาก-ถอน เอกสารและเครื่องเขียนต่างๆ ตามลำดับ สำหรับปัญหาของลูกค้าต่อการให้บริการรับฝาก-ถอนด้วยระบบคิว ในด้านการให้บริการพบว่า มีปัญหาระยะเวลาที่คอยคิวนาน พนักงานรับฝากถอนให้บริการช้า และการวางผังของระบบคิวไม่ดี ตามลำดับ ด้านพนักงานพบว่า มีปัญหาพนักงานขาดความกระตือรือร้นและขาดความเอาใจใส่ในการให้บริการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ไม่ดี และพนักงานขาดความรู้ในบริการและงานที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับ ด้านอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน พบว่า

มีปัญหาใบรับฝาก-ถอนเงิน เอกสารและเครื่องเขียนต่างๆ มีไม่เพียงพอ ใบรับฝาก-ถอนเงิน เอกสาร และเครื่องเขียนต่างๆ จัดวางไม่เป็นระเบียบ ด้านสถานที่พบว่า มีปัญหาที่นั่งรอรับบริการไม่เพียงพอ บรรยากาศในธนาคารไม่ดี และพื้นที่ภายในธนาคารไม่สะอาด ตามลำดับ

20. รินทิพย์ จันทรธาดา (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาลำพูน ที่มีต่อเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน มีผลต่อการเลือกเงินฝากประเภทสงเคราะห์ชีวิตและครอบครัว มีค่าเฉลี่ยในระดับมีผลมาก ยกเว้น ปัจจัยด้านสถานที่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับที่มีผลน้อย โดยปัจจัยด้านพนักงานและการบริการ มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสถานที่ ตามลำดับ โดยปัจจัยด้านพนักงานและการบริการที่มีผลมากเป็นอันดับแรกได้แก่ การให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว ปัจจัยด้านราคาได้แก่ อัตราผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ย เงินปันผล โบนัส หรือบำนาญ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เงื่อนไขด้านความคุ้มครองชีวิตหรือทุพพลภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการได้แก่ ความถูกต้องและรวดเร็วในการฝากเงินแต่ละครั้ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ข้อมูลและคำแนะนำโดยพนักงานบริเวณเคาน์เตอร์และปัจจัยด้านสถานที่ ได้แก่ทำเลที่ตั้งของธนาคาร

21. อภิชัย พรนิยมสิริ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าส่วนบุคคล ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการใช้บริการสาขาไมโคร ตามห้างสรรพสินค้า ได้พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกรุงเทพฯ สาขาไมโคร ตามห้างสรรพสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากเป็นลำดับแรกคือ ผู้บริโภคสามารถเข้ามาใช้บริการได้ทุกวันไม่มีวันหยุด รองลงมาได้แก่ ที่จอดรถสะดวก สามารถใช้บริการได้ตั้งแต่เวลา 10.00-20.00 น. เป็นต้น ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในจุดบริการด้านต่างๆของธนาคารกรุงเทพฯ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการฝากเงิน บริการถอนเงินในสาขาไมโครมากกว่าสาขามาตรฐาน ความถี่ที่เข้ามาใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน ส่วนบริการด้านอื่นๆ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เลือกใช้บริการ ด้านเครื่องอัตโนมัติ ATM ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการถอนเงินผ่านเครื่องอัตโนมัติในสาขาไมโครมากกว่า สาขามาตรฐาน มีความถี่ที่เข้ามาใช้บริการ 5 ครั้งต่อเดือน ด้านทัศนคติ และปัญหาผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าพนักงานที่คอยให้บริการด้านเคาน์เตอร์จำนวน 2 คน ไม่เพียงพอในการให้บริการ และจำนวนเครื่องอัตโนมัติทั้ง 4 เครื่องที่คอยให้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการ และผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจุดบริการด้านเครื่องอัตโนมัติให้ความพึงพอใจ ความสะดวกรวดเร็ว ต่อผู้มาใช้บริการมากกว่าจุดบริการด้านเคาน์เตอร์ ส่วนจุดบริการที่ให้ความถูกต้องเที่ยงตรงต่อผู้มาใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าด้าน

เคาน์เตอร์ให้ความถูกต้องเที่ยงตรงมากกว่าบริการด้านเครื่องอัตโนมัติ ปัญหาด้านเคาน์เตอร์พบว่า ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการเห็นว่าควรปรับปรุงคือ การบริการช้าทำให้เสียเวลาในการรอคอยนาน ปัญหาเครื่องอัตโนมัติ ตู้ ATM, ตู้ Express Deposit Box, ตู้ Cash Deposit Machine, ตู้ Passbook Update ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการเห็นว่าควรปรับปรุงเนื่องจากเครื่องขัดข้องบ่อย

22. วิจิตร จิตรวศินกุล (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคาร กสิกรไทย สาขาถนนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคาร กสิกรไทย สาขาถนนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 คน พบว่าระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่จะมีระดับความพึงพอใจระดับปานกลางทุกปัจจัย มีระดับความพึงพอใจมากเพียง 2-3 ปัจจัยเท่านั้น และยังมีปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม และปัจจัยด้านกระบวนการ (ขั้นตอนการให้บริการ) คือ จำนวนพนักงานที่ให้บริการ

23. พิทยา ธีรกีรยุด (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากประจำของลูกค้าธนาคารพาณิชย์หนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกตัวอย่างจากลูกค้าที่มาเปิดบัญชีเงินฝากประจำประเภทต่าง ๆ กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 10 สาขา จำนวน 290 คน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารฯ มากที่สุดคือ ชื่อเสียงของธนาคารดี มีจำนวนสาขามาก ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และมีความมั่นคงปลอดภัย และพบปัญหาในเรื่องจำนวนพนักงานมีน้อย สถานที่จอดรถไม่สะดวก และการให้บริการช้า

24. สุธิดา สุนทรพันธุ์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคารพบว่า ปัจจัยทางด้านผลตอบแทนคือ อัตราดอกเบี้ยของเงินฝากประจำสูงกว่าเงินฝากประเภทอื่นๆ ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร คือ ธนาคารมีผลประกอบการที่ดี ปัจจัยด้านการให้บริการคือธนาคารมีสถานที่พักระหว่างการรอรับบริการ และปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งคือธนาคารมีสถานที่ทำงานสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย สาเหตุสำคัญที่สุดที่ทำให้ปริมาณเงินฝากประจำของธนาคารลดลง พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรในด้านนโยบายของธนาคารคือ ธนาคารทำการลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเพื่อลดต้นทุนดอกเบี้ยจ่าย ด้านพนักงานของธนาคารคือ พนักงานส่วนหนึ่งได้ลาออกไปทำให้ลูกค้าของธนาคารที่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ดีกับพนักงานเหล่านั้นได้ไปฝากเงินกับสถาบันการเงินอื่นแทน ด้านการให้บริการของพนักงานคือ

ธนาคารให้บริการที่ล่าช้า ทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจ ส่วนปัจจัยภายนอกองค์กรได้แก่ภาวะเศรษฐกิจและการดำเนินนโยบายการเงินของรัฐบาลคือ การที่ธนาคารแห่งประเทศไทยมีนโยบายลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อกระตุ้นระบบเศรษฐกิจ ธนาคารพาณิชย์จึงลดอัตราดอกเบี้ยให้สอดคล้องกับนโยบายของทางการ นอกจากนี้ ยังมีการแข่งขันการระดมเงินฝากของสถาบันการเงินอื่นๆมากขึ้น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 3.1 จำนวนลูกค้านักเงินฝากแยกตามประเภทบัญชีของแต่ละธนาคารในจังหวัดอุดรดิตถ์

ธนาคาร	กระแสรายวัน	ออมทรัพย์	ประจำ	รวมประชากร
กรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน)	408	22,499	6,610	29,517
กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	612	39,802	2,862	43,276
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	735	11,018	2,906	14,659
กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	239	7,676	1,343	9,258
ไทยพาณิชย์	118	6,489	1,666	8,273
ทหารไทย	157	9,535	3,859	13,551
รวม	2,269	97,019	19,246	118,534

ที่มา : สอบถามจากผู้จัดการธนาคารประจำสาขา ข้อมูล ณ 30 มิถุนายน 2546

กำหนดขนาดของสิ่งตัวอย่างโดยใช้สูตรความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n=ขนาดของสิ่งตัวอย่าง

N=ขนาดของประชากร

e ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

$$\frac{118,534}{1+118,534 \times (0.05)^2} = 398$$

ตาราง 3.2 จำนวนตัวอย่างลูกค้าเงินฝากแยกตามประเภทบัญชีของแต่ละธนาคารในจังหวัดอุดรดิตถ์

ธนาคาร	กระแสรายวัน	ออมทรัพย์	ประจำ	รวมตัวอย่าง
กรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน)	1	75	22	98
กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	1	134	10	145
กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	2	37	10	49
กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	1	26	4	31
ไทยพาณิชย์	1	22	6	29
ทหารไทย	1	32	13	46
รวม	7	326	65	398

เลือกตัวอย่างแต่ละประเภทแบบบังเอิญ เฉพาะผู้ที่ใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคาร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยอาศัยศึกษาค้นคว้าจากตำรา บทความ เอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการในปัจจุบัน ระยะเวลาที่ใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการฝาก-ถอนมากที่สุด การเปลี่ยนธนาคารเพื่อฝากเงิน สาเหตุที่เปลี่ยนธนาคาร ประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการ ประเภทของบริการเสริมที่ใช้ในปัจจุบัน ความถี่ในการใช้บริการด้านต่างๆ บุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝาก บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน สื่อในการรับทราบข้อมูลด้านบริการของธนาคาร

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก ด้านผลตอบแทน ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานภาพของธนาคาร ด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านสังคม ซึ่งลักษณะคำถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามแนวทางของลิเคิท (Likert) 5 ระดับ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตามความคิดเห็นดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย โดยจะยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
5.00-4.50	มากที่สุด
4.49-3.50	มาก
3.49-2.50	ปานกลาง
2.49-1.50	น้อย
1.49-1.0	น้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีแยกเก็บแบบสอบถาม แต่ละประเภทบัญชีเงินฝาก ในการสัมภาษณ์ ผู้บริโภค ที่มาใช้บริการเงินฝากซึ่งเป็นเจ้าของบัญชีในแต่ละประเภทของธนาคารพาณิชย์ในแต่ละธนาคาร เลือกสาขาที่เป็นตัวแทนสำนักงานใหญ่ของธนาคารพาณิชย์ 6 ธนาคาร ธนาคารละ 1 สาขา และกำหนดจำนวนตัวอย่างจากทุกธนาคาร โดยการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ รวม 398 ตัวอย่าง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่เผยแพร่ทางวิชาการของธนาคารแห่งประเทศไทย และเอกสารที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

3.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล อยู่ระหว่างวันที่ 1 กันยายน -30 กันยายน 2546

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 398 ชุด มาทำการวิเคราะห์ โดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยแยกการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติค่าความถี่ และค่าอัตราส่วนร้อยละ

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ใช้สถิติค่าความถี่และค่าอัตราส่วนร้อยละ

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (X) rating scale ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมาย

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 395 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพสมรส
4. ระดับการศึกษา
5. ปัจจุบัน
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย

1. การใช้บริการเงินฝากตามธนาคารต่าง ๆ จำแนกตามระยะเวลา
2. ธนาคารพาณิชย์ที่ใช้บริการฝาก-ถอนมากที่สุด
3. จำนวนครั้งของการเปลี่ยนธนาคาร
4. สาเหตุของการเปลี่ยนธนาคาร
5. การใช้บริการเงินฝากธนาคารตามประเภทบัญชีเงินฝาก
6. การใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติจากธนาคารพาณิชย์
7. ความถี่ในการใช้บริการด้านเงินฝาก
8. บุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝาก
9. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน
10. สื่อในการรับทราบข้อมูลด้านบริการของธนาคารพาณิชย์

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

1. ด้านบริการเงินฝาก
2. ด้านผลตอบแทน
3. ด้านสถานที่
4. ด้านบุคลากร
5. ด้านการให้บริการ
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด
7. ด้านสถานที่ของธนาคาร
8. ด้านเทคโนโลยี
9. ด้านสังคม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	217	54.94
หญิง	178	45.06

ตารางที่ 1 ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.94 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 45.06 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	10	2.53
20-29 ปี	98	24.81
30-39 ปี	123	31.14
40-49 ปี	126	31.90
50-59 ปี	30	7.60
ตั้งแต่ 59 ปี ขึ้นไป	8	2.03

ตารางที่ 2 ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ มีอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.90 รองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 31.14 และอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 24.81 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	96	24.30
สมรส	277	70.13
หม้าย/หย่าร้าง	22	5.57

ตารางที่ 3 ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 70.13 รองลงมา มีสถานภาพโสด ร้อยละ 24.30 และหม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 5.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	35	8.86
มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	127	32.15
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	42	10.63
ปริญญาตรี	183	46.33
สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.03

ตารางที่ 4 ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.33 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 32.15 และ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 10.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	142	35.95
พนักงานธุรกิจเอกชน/รับจ้าง/ลูกจ้าง	74	18.73
เจ้าของกิจการส่วนตัว/ค้าขาย	112	28.35
เกษตรกร	10	2.53
แม่บ้าน	42	10.63
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	15	3.80

ตารางที่ 5 ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.95 รองลงมา ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 28.35 และ พนักงานธุรกิจเอกชน/รับจ้าง/ลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 18.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	63	15.5
5,000-10,000 บาท	116	29.37
10,001-15,000 บาท	62	15.70
15,001-20,000 บาท	86	21.77
20,001-25,000 บาท	32	8.10
มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป	2	0.51

ตารางที่ 6 ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.37 รองลงมา มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 21.77 และมีรายได้ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 15.70 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์**

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามการให้บริการฝาก-ถอน

การให้บริการฝาก-ถอน	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	65	16.46
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	173	43.80
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	31	7.85
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	49	12.41
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	32	8.10
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	49	12.41

ตารางที่ 7 ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ใช้บริการฝาก-ถอน ที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 16.46 และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 12.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละ ของการใช้บริการเงินฝากของธนาคารต่าง ๆ จำแนกตามระยะเวลา

ธนาคาร	ระยะเวลาที่ใช้บริการ					รวม
	ต่ำกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-5 ปี	5-10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	16 (2.17)	33 (4.47)	40 (5.41)	22 (2.98)	18 (2.44)	129 (17.89)
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	19 (2.57)	50 (6.77)	39 (5.28)	50 (6.77)	78 (10.55)	236 (32.73)
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)	12 (1.6)	43 (5.82)	25 (3.38)	14 (1.89)	18 (2.44)	112 (15.53)
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	3 (0.41)	24 (3.25)	13 (1.76)	14 (1.89)	21 (2.84)	75 (10.40)
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	14 1.89	27 (3.65)	24 (3.25)	19 (2.57)	3 (0.41)	87 (12.07)
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	10 (1.35)	14 (1.89)	22 (2.98)	18 (2.44)	18 (2.44)	82 (11.37)
รวม	74 (10.63)	191 (10.63)	163 (22.61)	137 (19.00)	156 (21.64)	721 (100%)

ตารางที่ 8 พบว่า ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ใช้บริการเงินฝากเป็นระยะเวลาอยู่ระหว่าง 3-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.61 รองลงมา คือ ใช้บริการเงินฝากเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี ร้อยละ 21.64 และระยะเวลา 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.00

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกตามจำนวนครั้งของการเปลี่ยนธนาคาร

จำนวนครั้งของการเปลี่ยนธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง	108	27.34
เคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง	15	3.79
เคยเปลี่ยนมากกว่า 4 ครั้ง	5	1.26
ไม่เคยเปลี่ยน	257	65.06

ตารางที่ 9 ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 65.06 รองลงมา เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.34 และ เคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.79 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามสาเหตุการเปลี่ยนธนาคาร

สาเหตุของการเปลี่ยนธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
ระบบการให้บริการไม่ดี เช่น ค่าเช่า ไม่สะดวก มีความผิดพลาดบ่อย	53	8.35
ไม่มีบริการที่ต้องการ	25	3.29
อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ	35	13.42
ไม่เชื่อถือด้านความมั่นคงของธนาคาร	9	6.33
ธนาคารมีภาพพจน์ไม่ดี	7	8.86
พนักงานบริการไม่ดี เช่น ไม่มีความรู้ ไม่แนะนำรายละเอียด พูดยาไม่ไพเราะ	22	2.28
ทำเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ อยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน	55	1.77
การตกแต่งภายนอกและภายในไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย	4	5.57
สถานที่คับแคบ ไม่มีที่นั่งรอ ไม่เย็นสบาย	17	13.92
อุปกรณ์เครื่องมือ ไม่ทันสมัย	5	1.01
ไม่มีความสัมพันธ์อันดีกับเครือญาติ	19	4.30

ตารางที่ 10 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ มีสาเหตุของการเปลี่ยนธนาคารที่พบมากที่สุด คือ สถานที่คับแคบ ไม่มีที่นั่งรอ ไม่เย็นสบาย คิดเป็นร้อยละ 13.92 รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 13.42 และ ธนาคารมีภาพพจน์ไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 8.86

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามการใช้บริการเงินฝากธนาคารตามประเภทบัญชีเงินฝาก

การใช้บริการเงินฝากธนาคารตามประเภทบัญชีเงินฝาก	จำนวน	ร้อยละ
กระแสรายวัน/เดินสะพัด		
1 บัญชี	33	8.35
2-3 บัญชี	13	3.29
มากกว่า 3 บัญชี	2	0.51
ออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก		
1 บัญชี	245	62.03
2-3 บัญชี	120	3.04
มากกว่า 3 บัญชี	23	5.82
ฝากประจำ (3,6,12 เดือนหรือมากกว่า 12 เดือน)		
1 บัญชี	3	0.76
2-3 บัญชี	139	35.19
มากกว่า 3 บัญชี	1	0.25

จากตารางที่ 11 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ส่วนใหญ่ มีการใช้บริการเงินฝากธนาคารประเภทออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก บัญชีเดียว คิดเป็นร้อยละ 62.03 รองลงมา เป็นบริการฝากประจำ (3,6,12 เดือน หรือมากกว่า 12 เดือน) 2-3 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 35.19

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามการใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติจากธนาคารพาณิชย์

การใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติจากธนาคารพาณิชย์	จำนวน	ร้อยละ
หักบัญชีเพื่อชำระหนี้	123	31.14
บริการโอนเงิน	150	3.80
บริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์	124	31.39
บริการเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี(O/D)	44	11.14
บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM/เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ	290	73.42
บริการธนาคารทางโทรศัพท์	65	16.46
บริการสั่งเบิกจ่ายเงินโดยใช้เช็ค	88	22.28

ตารางที่ 12 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ส่วนใหญ่ใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ คือ การใช้บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM /เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ คิดเป็นร้อยละ 73.42 รองลงมา คือ การบริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 31.39 และ หักบัญชีเพื่อชำระหนี้ คิดเป็นร้อยละ 31.14

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการด้านเงินฝาก

ความถี่ในการใช้บริการด้านเงินฝาก	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ครั้ง	108	27.34
3-5 ครั้ง	15	3.77
5-10 ครั้ง	6	1.52
มากกว่า 10 ครั้ง	259	65.57

ตารางที่ 13 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการเงินฝาก มากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.57 รองลงมา คือ 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.34 และ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามบุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝาก

บุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝาก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	245	62.03
มี		
คู่สมรส	90	22.78
ญาติพี่น้อง	26	6.58
บุตร	19	4.81
บิดามารดา	2	0.51

ตารางที่ 14 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ไม่มีบุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 62.03 รองลงมา มีคู่สมรสที่ใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 22.78 และญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 6.58

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจด้วยตนเอง	254	32.27
บิดามารดา	151	19.19
ญาติพี่น้อง	45	5.71
คู่สมรส	110	13.98
บุตร	87	11.05
เพื่อน	51	6.48
พนักงานธนาคาร	65	8.26

ตารางที่ 15 พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการฝากเงินของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ เป็นการตัดสินใจด้วยตนเอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.27 รองลงมา คือ บิดามารดา คิดเป็นร้อยละ 19.19 และคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 13.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำแนกตามสื่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์

สื่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์	จำนวน	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	110	27.85
โทรทัศน์	151	38.23
วิทยุ	45	11.39
เพื่อน/คนรู้จัก	87	22.03
แผ่นพับของธนาคาร	254	65.13
วารสารธนาคาร	51	12.91
โปสเตอร์ที่ติดในธนาคาร	42	16.46
พนักงานของธนาคาร	58	6.08

ตารางที่ 16 พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ได้รับสื่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จาก แผ่นพับของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 65.13 รองลงมา คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 38.23 และ หนังสือพิมพ์/นิตยสาร ร้อยละ 27.85

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ แสดงดังตารางที่ 17-26

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จำแนกเป็นรายด้านและโดยรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ด้านบริการเงินฝาก	3.42	.77	ปานกลาง
ด้านผลตอบแทน	3.17	1.03	ปานกลาง
ด้านสถานที่	3.73	.88	มาก
ด้านบุคลากร	3.58	.76	มาก
ด้านการให้บริการ	3.75	.75	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.24	1.05	ปานกลาง
ด้านสถานภาพของธนาคาร	3.77	.76	มาก
ด้านเทคโนโลยี	3.86	.75	มาก
ด้านสังคม	3.41	.80	ปานกลาง
โดยรวม	3.57	.61	มาก

ตาราง 17 พบว่า ลูกค้าธนาคารพาณิชย์เห็นด้วยอย่างมากว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารพาณิชย์มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี รองลงมาคือ ด้านสถานภาพของธนาคาร และด้านการให้บริการ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้าธนาคารพาณิชย์น้อยที่สุด คือ ด้านผลตอบแทน และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านบริการเงินฝากที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ด้านบริการเงินฝาก	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. มีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการ	3.80	.86	มาก
2. รูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงาม พกพาสะดวก	3.47	.98	ปานกลาง
3. มีการให้บริการบัตรเครดิต	3.72	.96	มาก
4. ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร	3.49	.99	ปานกลาง
5. มีบริการเงินกู้พิเศษ ถ้าเปิดบัญชีเงินฝาก	3.47	1.02	ปานกลาง
6. บริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ	3.54	1.00	มาก
7. มีบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การหักค่าสาธารณูปโภคฯลฯ	2.48	1.08	ปานกลาง

ตารางที่ 18 พบว่า ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้ระดับความสำคัญอย่างมากกับ การมีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการ, มีการให้บริการบัตรเครดิต, และบริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ และให้ระดับความสำคัญระดับปานกลางกับ รูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงาม พกพาสะดวก, ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร, มีบริการเงินกู้พิเศษ ถ้าเปิดบัญชีเงินฝาก และ มีบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การหักค่าสาธารณูปโภคฯลฯ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลตอบแทนที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ด้านผลตอบแทน	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. อัตราดอกเบี้ยสูง	3.01	1.24	ปานกลาง
2. อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ	3.28	1.08	ปานกลาง
3. ดอกเบี้ยที่ได้รับ ได้รับการยกเว้นภาษี	3.21	1.13	ปานกลาง

ตารางที่ 19 พบว่า ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลางกับ อัตราดอกเบี้ยสูง, อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ, ดอกเบี้ยที่ได้รับ ได้รับการยกเว้นภาษี

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ สำคัญ
1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้านไป-มาสะดวก	3.87	.94	มาก
2. ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ทำงานไป-มาสะดวก	3.81	.99	มาก
3. มีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อสะดวก	3.74	.96	มาก
4. มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	3.40	1.17	ปานกลาง
5. มีสถานที่ทำการกว้างขวาง	3.61	.98	มาก
6. สถานที่ทำการมีการตกแต่งภายใน-ภายนอก ทันสมัย	3.98	.88	มาก
7. สถานที่สะอาดและสวยงาม	3.80	.85	มาก
8. บรรยากาศของสถานที่ดี เช่น มีเพลงไพเราะ มีทีวี ให้ชม แสงสว่างเพียงพอ ไม่แออัดยัดเยียด เป็นต้น	3.59	.90	มาก
9. มีที่ให้นั่งระหว่างรอรับบริการ	3.75	.91	มาก

ตารางที่ 20 พบว่า ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้
ระดับความสำคัญเป็นอย่างมากกับ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้านไป-มาสะดวก, ทำเลที่ตั้งของ
ธนาคารใกล้ที่ทำงานไป-มาสะดวก, มีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อสะดวก, มีสถานที่ทำการกว้าง
ขวาง, สถานที่ทำการมีการตกแต่งภายใน-ภายนอกทันสมัย, สถานที่สะอาดและสวยงาม,
บรรยากาศของสถานที่ดี เช่น มีเพลงไพเราะ มีทีวีให้ชม แสงสว่างเพียงพอ ไม่แออัดยัดเยียด เป็นต้น
และ มีที่ให้นั่งระหว่างรอรับบริการ และให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลางกับ การมีสถานที่
จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้านานาชาติพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการและแนะนำได้เป็นอย่างดี	3.78	.87	มาก
2. พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่จะให้คำแนะนำปรึกษา	3.72	.91	มาก
3. พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้	3.68	.89	มาก
4. พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ	3.17	.89	ปานกลาง
5. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ	3.70	.95	มาก
6. พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้ใจได้	3.76	.79	มาก
7. บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานดี	3.80	.80	มาก
8. มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	3.52	.97	มาก
9. รู้จักกับพนักงานเป็นการส่วนตัว	3.09	1.18	ปานกลาง

ตารางที่ 21 พบว่า ลูกค้านานาชาติพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้ระดับความสำคัญเป็นอย่างมากกับ พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการและแนะนำได้เป็นอย่างดี, พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่จะให้คำแนะนำปรึกษา, พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้, พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ, พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้ใจได้, บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานดี, มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ และให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลางกับ พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการและรู้จักกับพนักงานเป็นการส่วนตัว

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

ด้านการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. แบบฟอร์มกรอกง่าย	3.70	.88	มาก
2. มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน	3.65	.96	มาก
3. มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน	3.71	.92	มาก
4. การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้	3.84	.87	มาก
5. มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือที่จะให้บริการตลอดเวลา	3.86	.86	มาก
6. ระเบียบ ขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน	3.78	.86	มาก
7. มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและทันสมัย	3.81	.85	มาก
8. มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน	3.68	.89	มาก
9. ธนาคารรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า	3.71	.88	มาก

ตารางที่ 22 พบว่า ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ให้ระดับความสำคัญเป็นอย่างมากกับแบบฟอร์มกรอกง่าย, มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน, มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน, การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้, มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือที่จะให้บริการตลอดเวลา, ระเบียบ ขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน, มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและทันสมัย, มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน, ธนาคารรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์วิทยุและสิ่งพิมพ์สม่ำเสมอ	3.42	.92	ปานกลาง
2. มีการให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์อย่างชัดเจน	3.40	.96	ปานกลาง
3. มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ	3.16	1.06	ปานกลาง
4. ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่น ญาติ เพื่อน ผู้นับถือ	3.20	1.02	ปานกลาง
5. มีของขวัญ ของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษ	3.09	1.34	ปานกลาง
6. มีการจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสพิเศษ	3.15	1.11	ปานกลาง

ตารางที่ 23 พบว่า ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลางกับการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์วิทยุและสิ่งพิมพ์สม่ำเสมอ, การให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์อย่างชัดเจน, มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ, ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่น ญาติ เพื่อน ผู้นับถือ, มีของขวัญของชำร่วยแจกในโอกาสพิเศษ และมีการจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสพิเศษ

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคารที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

ด้านสถานภาพของธนาคาร	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน	3.89	.83	มาก
2. เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง/ค่าประกันเงินฝากเต็มจำนวน	3.86	.83	มาก
3. ผู้บริหารมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	3.69	.84	มาก
4. ผลประกอบการธนาคารดีมาตลอด	3.80	1.09	มาก
5. ธนาคารมีการพัฒนาด้านองค์กร	3.66	.84	มาก
6. เป็นผู้นำด้านความทันสมัยในการให้บริการ	3.68	.88	มาก

ตารางที่ 24 พบว่า ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ให้ระดับความสำคัญอย่างมากกับการเป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน, เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง/ค่าประกันเงินฝากเต็มจำนวน, ผู้บริหารมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ, ผลประกอบการธนาคารดีมาตลอด, ธนาคารมีการพัฒนาด้านองค์กร และการเป็นผู้นำด้านความทันสมัยในการให้บริการ

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ด้านเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย สวยงาม	3.82	.79	มาก
2. ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้	3.87	.82	มาก
3. มีการให้บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง	3.96	.87	มาก
4. มีบริการตู้ ATM ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไป หรือหาตู้ ATM กดได้ง่ายและสะดวก	3.77	1.03	มาก

ตารางที่ 25 พบว่า ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้ระดับความสำคัญอย่างมากกับอุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย สวยงาม, ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้, มีการให้บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง และมีบริการตู้ ATM ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไปหรือหาตู้ ATM กดได้ง่ายและสะดวก

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคม ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

ด้านสังคม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. ฝากเงินตามผู้อื่น	3.16	1.95	ปานกลาง
2. ฝากเงินเพื่อความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตและอนาคต	3.85	.99	มาก
3. ฝากเงินเพื่อการศึกษาบุตร	3.53	1.10	มาก
4. ฝากเงินเพื่อแต่งงาน	3.11	1.50	ปานกลาง
5. ฝากเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน	3.73	1.03	มาก
6. ฝากเงินเพื่อซื้อบ้าน หรือต่อเติมซ่อมแซมบ้าน	3.44	1.07	ปานกลาง
7. ฝากเงินเพื่อเสริมฐานะตนเอง	3.60	1.06	มาก
8. ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนและธนาคารบังคับต้องเปิดบัญชีเงินฝาก	3.13	1.01	ปานกลาง
9. เงื่อนไขหน่วยงานบังคับ	3.14	1.24	ปานกลาง

ตารางที่ 26 พบว่า ลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้ระดับความสำคัญเป็นอย่างมากกับ การฝากเงินเพื่อความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตและอนาคต, ฝากเงินเพื่อการศึกษาบุตร, ฝากเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน, ฝากเงินเพื่อเสริมฐานะตนเอง และให้ระดับความสำคัญในระดับปานกลางกับ การฝากเงินตามผู้อื่น, ฝากเงินเพื่อแต่งงาน, ฝากเงินเพื่อซื้อบ้าน หรือต่อเติมซ่อมแซมบ้าน, ใช้บริการด้านสินเชื่อกับธนาคารอยู่ก่อนและธนาคารบังคับต้องเปิดบัญชีเงินฝาก และเงื่อนไขหน่วยงานบังคับ

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยทำการศึกษาจากลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 398 ราย ผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ มีดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.94 มีอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.90 มีอายุอยู่ระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 31.14 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 70.13 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.33 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 32.15 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.95 ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 28.35 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.37 มีรายได้ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 21.77

2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการฝาก-ถอน ที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 43.80 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 16.46 และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 12.41 โดยมีระยะเวลาในการใช้บริการเงินฝากเป็นระยะเวลาอยู่ระหว่าง 3-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.61 ใช้บริการเงินฝากเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี ร้อยละ 21.64 ส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 65.06 สาเหตุของการเปลี่ยนธนาคารที่พบมากที่สุด คือ สถานที่คับแคบ ไม่มีที่นั่งรอ ไม่เย็นสบาย คิดเป็นร้อยละ 13.92 อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 13.42 ใช้บริการเงินฝากธนาคารประเภทออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เผื่อเรียก บัญชีเดียว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.03

บริการฝากประจำ (3,6,12 เดือน หรือมากกว่า 12 เดือน) 2-3 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 35.19 การใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ คือ การใช้บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM /เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.42 การบริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 31.39 มีความถี่ในการใช้บริการเงินฝาก มากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.57 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.34 และพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีบุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 62.03 มีคู่สมรสที่ใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 22.78 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการฝากเงิน คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 32.27 และ ได้รับสื่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จาก แผ่นพับของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 65.13 โทรทัศน์ ร้อยละ 38.23

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ ผลการศึกษาพบว่า

ลูกค้า ให้ระดับความสำคัญมาก อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 3.86 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 3.77 และปัจจัยด้านการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีการให้บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.96 รองลงมาคือ การมีระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้ คิดเป็นร้อยละ 3.87 ปัจจัยด้านสภาพของธนาคาร ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีชื่อเสียงมานาน คิดเป็นร้อยละ 3.89 รองลงมาคือ การเป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง/ค่าประกันเงินฝากเต็มจำนวน คิดเป็นร้อยละ 3.86 ปัจจัยด้านการให้บริการ ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือที่จะให้บริการตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 3.86 รองลงมาคือ การบริการมีความถูกต้องเหมาะสม และเชื่อถือได้ คิดเป็นร้อยละ 3.84

ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 3.80 รองลงมาคือ การที่ธนาคารมีการให้บริการบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 3.72 ปัจจัยด้านผลตอบแทน ลูกค้าให้ระดับความสำคัญปานกลาง กับการที่ธนาคารคิดอัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ คิดเป็นร้อยละ 3.28 รองลงมาคือ การที่ดอกเบี้ยที่ได้รับ ได้รับการยกเว้นภาษี คิดเป็นร้อยละ 3.21 ปัจจัยด้านสถานที่ ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีการตกแต่งภายใน-ภายนอกทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 3.98 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มาสะดวก คิดเป็นร้อยละ 3.87 ปัจจัยด้านบุคลากร ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานดี คิดเป็นร้อยละ 3.80 รองลงมาคือ

พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการและแนะนำได้เป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 3.78 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าย้ำให้ระดับความสำคัญปานกลาง กับมีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ทางโทรทัศน์ วิทยุและสิ่งพิมพ์สม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 3.42 รองลงมาคือ มีการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์อย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ปัจจัยด้านสังคม ลูกค้าย้ำให้ระดับความสำคัญมาก กับการฝากเงินเพื่อความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตและอนาคต คิดเป็นร้อยละ 3.85 รองลงมาคือ ฝากเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 3.73

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดอุดรดิตถ์ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าย้ำให้ระดับความสำคัญเป็นอย่างมาก กับปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ด้านสถานภาพของธนาคาร และด้านการให้บริการ ว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้า ซึ่งผู้ศึกษาจะได้อภิปรายผลการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ลูกค้าย้ำใช้บริการฝาก-ถอน ที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 43.80 ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 16.46 และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 12.41 โดยมีระยะเวลาในการใช้บริการเงินฝากเป็นระยะเวลาอยู่ระหว่าง 3-5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.61 ใช้บริการเงินฝากเป็นระยะเวลามากกว่า 10 ปี ร้อยละ 21.64 ลูกค้าย้ำส่วนใหญ่ไม่เคยเปลี่ยนธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 65.06 สาเหตุของการเปลี่ยนธนาคารที่พบมากที่สุด คือ สถานที่คับแคบ ไม่มีที่นั่งรอ ไม่เย็นสบาย คิดเป็นร้อยละ 13.92 อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ คิดเป็นร้อยละ 13.42 ใช้บริการเงินฝากธนาคารประเภทออมทรัพย์/สะสมทรัพย์/เพื่อเรียก บัญชีเดบิต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.03 บริการฝากประจำ (3,6,12 เดือน หรือมากกว่า 12 เดือน) 2-3 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 35.19 การใช้บริการเสริมนอกเหนือจากการฝากเงินปกติ คือ การใช้บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM /เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.42 การบริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 31.39 มีความถี่ในการใช้บริการเงินฝาก มากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.57 1-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.34 และพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีบุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 62.03 มีคู่สมรสที่ใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 22.78 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการฝากเงิน คือ ตัดสินใจด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 32.27 และ ได้รับสื่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์จาก แผ่นพับของธนาคาร คิดเป็น

ร้อยละ 65.13 โทรทัศน์ ร้อยละ 38.23 ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งในปัจจุบัน ข้าราชการและพนักงานของรัฐวิสาหกิจ มีการจ่ายเงินเดือนผ่านทางธนาคารกรุงไทย จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการฝาก-ถอนที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยจะเปิดบัญชีออมทรัพย์ และใช้บริการฝาก-ถอนเงินทางเครื่อง ATM ซึ่งสามารถเบิก-ถอน ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ลูกค้าส่วนใหญ่จึงไม่เคยเปลี่ยนธนาคาร และตัดสินใจฝากเงินด้วยตนเอง นอกจากนี้ สถานที่ตั้งของธนาคารในจังหวัดอุดรดิตถ์ จะมีที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกัน การกระจายตัวของชุมชนเมือง มีการกระจายตัวในบริเวณแคบ ประกอบกับมีธนาคารของรัฐบาลอีก คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กับธนาคารออมสิน ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อถือในสถานภาพของธนาคารรัฐบาลที่สำคัญว่า เป็นของรัฐบาล รัฐบาลเป็นประกัน ไม่มีวันเลิกกิจการได้ จึงพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่มีบุคคลในครอบครัวที่ใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากไปใช้บริการธนาคารของรัฐบาล

2. ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร พบว่า ลูกค้า ให้ระดับความสำคัญมาก อันดับแรกคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 3.86 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 3.77 และปัจจัยด้านการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีการให้บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 3.96 รองลงมาคือ การมีระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้ คิดเป็นร้อยละ 3.87 ปัจจัยด้านสถานภาพของธนาคาร ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีชื่อเสียงมานาน คิดเป็นร้อยละ 3.89 รองลงมาคือ การเป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง/ค่าประกันเงินฝากเต็มจำนวน คิดเป็นร้อยละ 3.86 ปัจจัยด้านการให้บริการ ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือที่จะให้บริการตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 3.86 รองลงมาคือ การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้ คิดเป็นร้อยละ 3.84

ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 3.80 รองลงมาคือ การที่ธนาคารมีการให้บริการบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 3.72 ปัจจัยด้านผลตอบแทน ลูกค้าให้ระดับความสำคัญปานกลาง กับการที่ธนาคารคิดอัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ คิดเป็นร้อยละ 3.28 รองลงมาคือ การที่ดอกเบี้ยที่ได้รับ ได้รับการยกเว้นภาษี คิดเป็นร้อยละ 3.21 ปัจจัยด้านสถานที่ ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก กับการที่ธนาคารมีการตกแต่งภายใน-ภายนอกทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 3.98 รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มาสะดวก คิดเป็นร้อยละ 3.87 ปัจจัยด้านบุคลากร ลูกค้าให้ระดับ

ความสำคัญมาก กับบุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานดี คิดเป็นร้อยละ 3.80 รองลงมาคือ พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการและแนะนำได้เป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 3.78 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าย้ำให้ระดับความสำคัญปานกลาง กับมีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ทางโทรทัศน์ วิทยุและสิ่งพิมพ์สม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 3.42 รองลงมาคือ มีการให้ข้อมูล ข่าวสาร ผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์อย่างชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 3.40 ปัจจัยด้านสังคม ลูกค้าย้ำให้ระดับความสำคัญมาก กับการฝากเงินเพื่อความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตและอนาคต คิดเป็นร้อยละ 3.85 รองลงมาคือ ฝากเงินเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 3.73

เนื่องจาก ในปัจจุบัน เทคโนโลยี เข้ามามีบทบาทในด้านบริการมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้ายอมรับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ไม่ต้องใช้เวลานาน จึงพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว ของการฝาก-ถอนเงิน โดยผ่านเครื่อง ATM ซึ่งให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงเป็นอันดับแรก และยังคงให้ความสำคัญกับปัจจัยสถานภาพของธนาคาร ในความมีชื่อเสียงมานาน เป็นอย่างมาก เนื่องจาก ชื่อเสียงของธนาคารที่สะสมมานาน ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในด้านการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านการให้บริการ ที่ลูกค้าย้ำให้ความสำคัญมาก คือ การที่ธนาคารมีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือที่จะให้บริการตลอดเวลา เนื่องจากอุปกรณ์และเครื่องมือที่มีความพร้อม แสดงถึงความเอาใจใส่ต่อลูกค้าย้ำให้ได้รับบริการอย่างดียิ่งพร้อมและเต็มใจให้บริการ เพิ่มความเชื่อมั่นไว้วางใจในการบริการ

การที่ลูกค้าย้ำให้ระดับความสำคัญอย่างมากกับปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าว เนื่องจากลูกค้าย้ำมาใช้บริการของธนาคารส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการ เพื่อต้องการความมั่นคงปลอดภัยของชีวิตและอนาคต ลูกค้าย้ำให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ โดยส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการของธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง/ค่าประกันเงินฝากเต็มจำนวน มีความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ ตลอดจนทำเลที่ตั้งของธนาคารมีความสะดวกสบายในการเดินทางไปใช้บริการ นอกจากนี้การจัดบริการดังกล่าวสามารถสร้างความแตกต่างของการให้บริการต่าง ๆ ได้ ว่าให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่น และลูกค้าย้ำที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะคาดหวังว่าธนาคารพาณิชย์จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้มาติดต่อไม่ว่าจะเป็นการจัดหาอุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพ การจัดสถานที่ที่กว้างขวาง การออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มารับบริการ ได้รับบริการที่ดีจากพนักงาน ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส การพูดจาที่ไพเราะเป็นกันเอง การที่ลูกค้าย้ำให้ระดับความสำคัญต่อค่าตอบแทนในระดับปานกลาง ทั้ง ๆ ที่ค่าตอบแทนน่าจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารของประชาชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบันแม้ว่าจะมีการแข่งขันด้านราคากันอย่างมาก คือ มีการเสนออัตราดอกเบี้ยเงินฝากแต่ละประเภทในระดับที่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านเทคโนโลยี ที่ธนาคารมีการให้บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง มีระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้ ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสภาพของธนาคาร ที่ธนาคารมีชื่อเสียงมานาน เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง/ค่าประกันเงินฝากเต็มจำนวน และลูกค้ายังให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการ ที่ธนาคารมีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือที่จะให้บริการตลอดเวลา การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้

ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ จึงควรมีการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ธนาคารควรแสดงให้ลูกค้ารับรู้ว่า ลูกค้าจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบอื่น ๆ มากกว่าธนาคารอื่น ซึ่งจะเป็แรงจูงใจที่สำคัญในการเลือกใช้บริการกับธนาคารได้เช่นเดียวกันเพื่อสนองตอบต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจต่อบริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระหว่างลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง กับนอกเขตอำเภอเมือง

2.2 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจต่อบริการ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ โดยเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในแต่ละแห่ง

บรรณานุกรม

- คณิน ปาจุวัง “การเลือกธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของลูกค้าเพื่อใช้บริการเงินฝาก” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2537
- จันทร์จิรา สุริยะชัยพร “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2538
- ชนันท์สิริ สายเป่า “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือจังหวัดลำพูน” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2543
- ชัยวัฒน์ พงษ์ภาสุระ “ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2538
- ชุมพล เปี่ยมศิริ “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2543
- จิตติวัตร พรหมเสน “โครงสร้าง พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2538
- ดร.พรนพ พุกกะพันธ์ และประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์ *การบริหารธนาคารพาณิชย์* กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักท์ 2544
- ดรุณี วงศ์รัตนธรรม “ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขาประตูเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2538
- ธนาคารกรุงไทย *รายงานประจำปี 2545* กรุงเทพมหานคร 2546
- ธนาคารยูโอบี รัตนสิน *รายงานประจำปี 2545* กรุงเทพมหานคร 2546

ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ, ส่วนวิชาการ *รายงานภาวะเศรษฐกิจการเงินภาค*

เหนือ เดือนมิถุนายน 2546 และครึ่งแรกปี 2546 เชียงใหม่ 2546

ปิยะ ศิริมาตย์ “ทัศนคติของผู้ประกอบธุรกิจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2538

พิทยา ชีรกีรยุด “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ประเภทบัญชีเงินฝากประจำของลูกค้า ธนาคารพาณิชย์หนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2545

พรพิไล โนจา “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการรับฝาก-ถอนด้วยระบบคิวของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2544

พิบูล ทีปะปาล *หลักการตลาด* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร เอลโล่การพิมพ์ 2534

ฟิลิป คอตเลอร์ *การบริหารการตลาด:วิเคราะห์ วางแผน ปฏิบัติ และควบคุม* กรุงเทพมหานคร คู่แข่ง 2540

วรรณกรณ์ เสียมภักดี “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเงินสดและบริการธุรกิจทั่วไปของธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ 2540

วิจิตร จิตรวสินกุล “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาถนนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2545

วิบูลย์ สุทธิวรรณ “พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ในช่วงภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540-2541” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2542

ศรินวล สุระ “การวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับสินเชื่อและการฝากเงินของธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2539

- ศิริลักษณ์ เรื่องจิตซ์ชาวลย์ “ปัจจัยที่มีผลต่อการฝากเงินออมปลอดภาษีของธนาคารพาณิชย์หนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2543
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด* กรุงเทพมหานคร ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ 2541
- ศุภชัย ชำรงสกุลศิริ “ปัจจัยที่มีผลต่อการออม กรณีศึกษาในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2513-2532” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2536
- สำนักงานพาณิชย์ จังหวัดอุดรดิตต์ *ข้อมูลการตลาดจังหวัดอุดรดิตต์ ประจำปี 2545* อุดรดิตต์ 2546
- สุทธานี พรวัฒนานนท์ “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีแก้ว จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2543
- สุทิพย์ พิบูลย์ทิพย์ “การออมของครัวเรือนในสถาบันการเงินในประเทศไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2537
- สุวิทย์ โตสินรัตน์ “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ลูกค้าของธนาคารในเขตอำเภอคลอง จังหวัดแพร่” การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2540
- เสาวคนธ์ อุฎฐานชีวิน “พฤติกรรมของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2536
- อรชร มณีสงฆ์ *พฤติกรรมผู้ซื้อ* ภาควิชาการตลาดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เชียงใหม่ 2538

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

หนังสือขอข้อมูลในการวิจัย

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] หรือเติมข้อความในที่ว่างที่ให้ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

[] หญิง [] ชาย

2. อายุ

[] ต่ำกว่า 20 ปี [] 40 - 49 ปี
[] 20 - 29 ปี [] 50 - 59 ปี
[] 30 - 39 ปี [] ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

[] โสด
[] สมรส
[] หม้าย / หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

[] ต่ำกว่ามัธยมศึกษา [] ปริญญาตรี
[] มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า [] สูงกว่าปริญญาตรี
[] อนุปริญญาหรือเทียบเท่า [] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพปัจจุบัน

[] ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ [] เกษตรกร
[] พนักงานธุรกิจเอกชน / รับจ้าง / ลูกจ้าง [] แม่บ้าน
[] เจ้าของกิจการส่วนตัว / ค้าขาย [] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน

[] ต่ำกว่า 5,000 บาท [] 15,001 - 20,000 บาท
[] 5,001 - 10,000 บาท [] 20,001 - 25,000 บาท
[] 10,001 - 15,000 บาท [] มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์**

1. ปัจจุบันท่านใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ธนาคารใดบ้าง และกรุณาระบุระยะเวลาการใช้บริการเงินฝากของแต่ละธนาคารเหล่านั้น

ธนาคารใดบ้างที่ท่านใช้บริการเงินฝากในปัจจุบัน	ระยะเวลาที่ใช้บริการด้านเงินฝาก				
	ต่ำกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3 - 5 ปี	6 -10 ปี	มากกว่า 10 ปี
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)					
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)					
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)					
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)					
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)					
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)					

2. ธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ที่ท่านใช้บริการฝาก-ถอน มากที่สุดคือ (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)

- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

3. การฝากเงินของท่านในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยเปลี่ยนธนาคารหรือไม่

- เคยเปลี่ยน 1-2 ครั้ง
- เคยเปลี่ยน 3-4 ครั้ง
- เคยเปลี่ยนมากกว่า 4 ครั้ง
- ไม่เคยเปลี่ยน (ข้ามไปข้อ 5)

4. สาเหตุที่ท่านเปลี่ยนธนาคาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ระบบการให้บริการไม่ดี เช่น ค่าเช่า ไม่สะดวก มีความผิดพลาดบ่อย
- ไม่มีบริการที่ต้องการ
- อัตราดอกเบี้ยไม่เป็นที่พอใจ
- ไม่เชื่อถือด้านความมั่นคงของธนาคาร
- ธนาคารมีภาพพจน์ไม่ดี
- พนักงานบริการไม่ดี เช่น ไม่มีความรู้ ไม่แนะนำรายละเอียด พุดจาไม่สุภาพ
- ท่าเลที่ตั้งไม่สะดวกต่อการติดต่อ เช่น ไม่มีที่จอดรถ อยู่ไกลบ้านหรือที่ทำงาน
- การตกแต่งภายนอกและภายในไม่สวยงาม ไม่ทันสมัย
- สถานที่คับแคบ ไม่มีที่นั่งรอ ไม่เย็นสบาย
- อุปกรณ์เครื่องมือ ไม่ทันสมัย
- ไม่มีความสัมพันธ์ฉันท์เครือญาติ
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ปัจจุบันท่านใช้บริการเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ตามประเภทบัญชีเงินฝากใดบ้าง กรุณาระบุจำนวนบัญชีที่ท่านมีในแต่ละประเภท

- กระแสรายวัน / เงินฝากออมทรัพย์
จำนวนบัญชี 1 บัญชี 2-3 บัญชี มากกว่า 3 บัญชี
- ออมทรัพย์ / สะสมทรัพย์ / เพื่อเรียก
จำนวนบัญชี 1 บัญชี 2-3 บัญชี มากกว่า 3 บัญชี
- ฝากประจำ (3 , 6 , 12 เดือน หรือมากกว่า 12 เดือน)
จำนวนบัญชี 1 บัญชี 2-3 บัญชี มากกว่า 3 บัญชี

6. ปัจจุบันท่านใช้บริการเสริมอะไรบ้าง นอกเหนือจากการฝากเงินปกติ จากธนาคารพาณิชย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- หักบัญชีเพื่อชำระหนี้เงินกู้
- บริการโอนเงิน
- บริการหักบัญชีเพื่อชำระค่าสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า โทรศัพท์ ฯลฯ
- บริการเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี (O/D)
- บริการฝาก-ถอน ผ่าน ATM / เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ
- บริการธนาคารทางโทรศัพท์
- บริการสั่งเบิกจ่ายเงินโดยใช้เช็ค

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ความถี่ในการใช้บริการด้านเงินฝากต่างๆ ของธนาคารพาณิชย์ (ครั้ง/เดือน)

1-3 ครั้ง

3-5 ครั้ง

5-10 ครั้ง

มากกว่า 10 ครั้ง

8. บุคคลใดในครอบครัวของท่านใช้บริการเงินฝาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ไม่มี

มี ได้แก่

คู่สมรส

ญาติพี่น้อง

บุตร

พ่อแม่

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจฝากเงินของท่าน (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

ตัดสินใจด้วยตัวเอง

บิดา มารดา

คู่สมรส

ญาติพี่น้อง

บุตร

เพื่อน

พนักงานธนาคาร

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. โดยปกติท่านรับทราบข้อมูลการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ผ่านสื่อประเภทใด

หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร

โทรทัศน์

วิทยุ

เพื่อน / คนรู้จัก

แผ่นพับของธนาคาร

วารสารธนาคาร

โปสเตอร์ที่ติดในธนาคาร

พนักงานของธนาคาร

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิษฐ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.ด้านบริการเงินฝาก					
1.1.มีประเภทบัญชีเงินฝากตรงตามความต้องการ					
1.2.รูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงาม พกพาสะดวก					
1.3.มีการให้บริการบัตรเครดิต					
1.4.ให้บริการหักบัญชีระหว่างธนาคาร					
1.5.มีบริการเงินกู้พิเศษ ถ้าเปิดบัญชีเงินฝาก					
1.6.บริการแจ้งยอดคงเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ					
1.7.มีบริการเสริมอื่นๆเช่นการหักค่าสาธารณูปโภค ฯลฯ					
2. ด้านผลตอบแทน					
2.1.อัตราดอกเบี้ยสูง					
2.2.อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการต่ำ					
2.3.ดอกเบี้ยที่ได้รับ ได้รับการยกเว้นภาษี					
3.ด้านสถานที่					
3.1.ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้บ้าน ไป-มาสะดวก					
3.2.ทำเลที่ตั้งของธนาคารใกล้ที่ทำงาน ไป-มาสะดวก					
3.3.มีสาขาหลายแห่งทำให้ติดต่อได้สะดวก					
3.4.มีสถานที่จอดรถเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ					
3.5.สถานที่ทำการกว้างขวาง					
3.6.สถานที่ทำการ มีการตกแต่งภายใน-ภายนอกทันสมัย					
3.7.สถานที่สะอาดและสวยงาม					
3.8.บรรยากาศของสถานที่ดี เช่น มีเพลงไพเราะ มีทีวีให้ชม แสงสว่างพอเพียง ไม่แออัดยัดเยียด เป็นต้น					
3.9.มีที่ให้นั่งรอระหว่างรอรับบริการ					

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4.ด้านบุคลากร					
4.1.พนักงานมีความรอบรู้ในสิ่งที่ให้บริการ และแนะนำได้เป็นอย่างดี					
4.2.พนักงานมีความยินดีและเต็มใจที่จะให้คำแนะนำปรึกษา					
4.3.พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้					
4.4.พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ					
4.5.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ					
4.6.พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และไว้ใจได้					
4.7.บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงานดี					
4.8.มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ					
4.9.รู้จักกับพนักงานเป็นการส่วนตัว					
5.ด้านการให้บริการ					
5.1.แบบฟอร์มกรอกง่าย					
5.2.มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน					
5.3.มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน					
5.4.การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้					
5.5.มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ให้บริการตลอดเวลา					
5.6.ระเบียบ ขั้นตอน ต่างๆ ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน					
5.7.มีการพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและทันสมัย					
5.8.มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ลูกค้าทุกคน					
5.9.ธนาคารรักษาผลประโยชน์ของลูกค้า					

ปัจจัย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6.ด้านการส่งเสริมการตลาด					
6.1.มีการโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ สม่ำเสมอ					
6.2.มีการให้ข้อมูล ข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์อย่างชัดเจน					
6.3.มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ					
6.4.ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น เช่น ญาติ เพื่อน ผู้นับถือ					
6.5.มีของขวัญ ของชำร่วย แจกในโอกาสพิเศษ					
6.6.มีการจัดโครงการช่วยเหลือสังคมในโอกาสต่างๆ					
7. ด้านสถานภาพของธนาคาร					
7.1.เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงมานาน					
7.2.เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงปลอดภัยสูง / คำประกันเงินฝากเต็มจำนวน					
7.3.ผู้บริหารมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ					
7.4.ผลประกอบการธนาคารดีมาตลอด					
7.5.ธนาคารมีการพัฒนาด้านองค์กร					
7.6.เป็นผู้นำด้านความทันสมัยในการให้บริการ					
8. ด้านเทคโนโลยี					
8.1. อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัย สวยงาม					
8.2.ระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ทันสมัยและเชื่อถือได้					
8.3.มีให้บริการ ATM ตลอด 24 ชั่วโมง					
8.4.มีบริการตู้ ATM ของธนาคารตามสถานที่ทั่วไป หรือหาตู้ ATM กดเงินได้ง่ายและสะดวก					

132/2 ถนนบรมอาสน์ คลองโพ
ต.ท่าอิฐ อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์
53000 โทรศัพท์ 055-412612

กันยายน 2546

เรื่อง ขอข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการธนาคาร.....สาขาอุตรดิตถ์

ด้วยดิฉัน นางสาวบงกช ศิลปศิริ กำลังศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิทยาการ
จัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และได้เสนอโครงการค้นคว้าวิจัย
อิสระ เรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดอุตรดิตถ์" ซึ่งผลการวิจัย เชื่อว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ต่อ
ไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความกรุณาจากท่าน ได้โปรดให้ข้อมูลเกี่ยวกับ จำนวนบัญชีเงิน
ฝาก 3 ประเภท คือ เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ และเงินฝากกระแสรายวัน ณ วันที่ 30
มิถุนายน 2546 เพื่อใช้ในการกำหนดจำนวนตัวอย่างสำหรับสุ่มตัวอย่าง ข้อมูลนี้ จะนำไปใช้ในทาง
วิชาการเพื่อทำวิจัยนี้เท่านั้น

ดิฉันหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี และ ดิฉัน
ตระหนักดีว่า ท่านเป็นผู้หนึ่งซึ่งมีส่วนร่วมสนับสนุนในความสำเร็จการศึกษาของดิฉันด้วย จึงขอ
ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวบงกช ศิลปศิริ)

จำนวนบัญชีเงินฝาก ณ 30 มิถุนายน 2546

เงินฝากออมทรัพย์.....บัญชี

เงินฝากประจำ.....บัญชี

เงินฝากกระแสรายวัน.....บัญชี

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ นี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาแบบค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาดังนี้

วัตถุประสงค์การศึกษา

- เพื่อศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์
 - เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ใช้บริการเงินฝากกับธนาคาร
- ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

บงกช ศิลปศิริ

รายละเอียดแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

- | | |
|-----------|---|
| ส่วนที่ 1 | ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ส่วนที่ 2 | ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ |
| ส่วนที่ 3 | ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ |

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวบงกช ศิลปศิริ
วัน เดือน ปีเกิด	07 กันยายน 2510
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2534
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนเทศบาลวัดท้ายตลาด ต.ท่าเสา อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์
ตำแหน่ง	ครูพิเศษคนตรีไทย