

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาต จำกัด(มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครเป็นการศึกษาเชิงสำรวจที่รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มลูกค้าที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและใช้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) 10 สาขาในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 มีสถานภาพโสด จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

การตลาด

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยให้ความสำคัญในด้านบุคลากรและด้านกระบวนการมากที่สุดเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 4.35 ตามมาด้วยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.32 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.28 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.21 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.21 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.95 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีบริการเงินฝากต่างๆ ที่ครอบคลุมได้ตามที่ต้องการมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36

ด้านราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมอย่างมาตรฐานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีสาขาจำนวนมาก ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ มากมายมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.37

ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก หรือลด/ลดค่าธรรมเนียมมากที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ด้านบุคลากรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ ในการให้บริการที่เป็นเลิศและสามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดีมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.42

ด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ โดยจัดสรรและตกแต่งพื้นที่ได้อย่างลงตัว สวยงาม ทันสมัย และปลอดภัยมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.34

ด้านกระบวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารให้บริการอย่างมืออาชีพที่มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และโปร่งใสเชื่อถือได้มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 ด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการเป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ จำนวน 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.25 บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 96.75 บัญชีเงินฝากประจำ จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.50 และบัญชีอื่นๆ (ไม่ระบุ) จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 ด้านเหตุผลในการใช้บริการ เพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 ด้านบุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ คือ ตัวเอง จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.25 ด้านความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 และด้านจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่า จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25

5.1.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร พบว่า

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ให้บริการ โดยพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการมีความแตกต่างกันในด้านบุคลากร 15 คู่

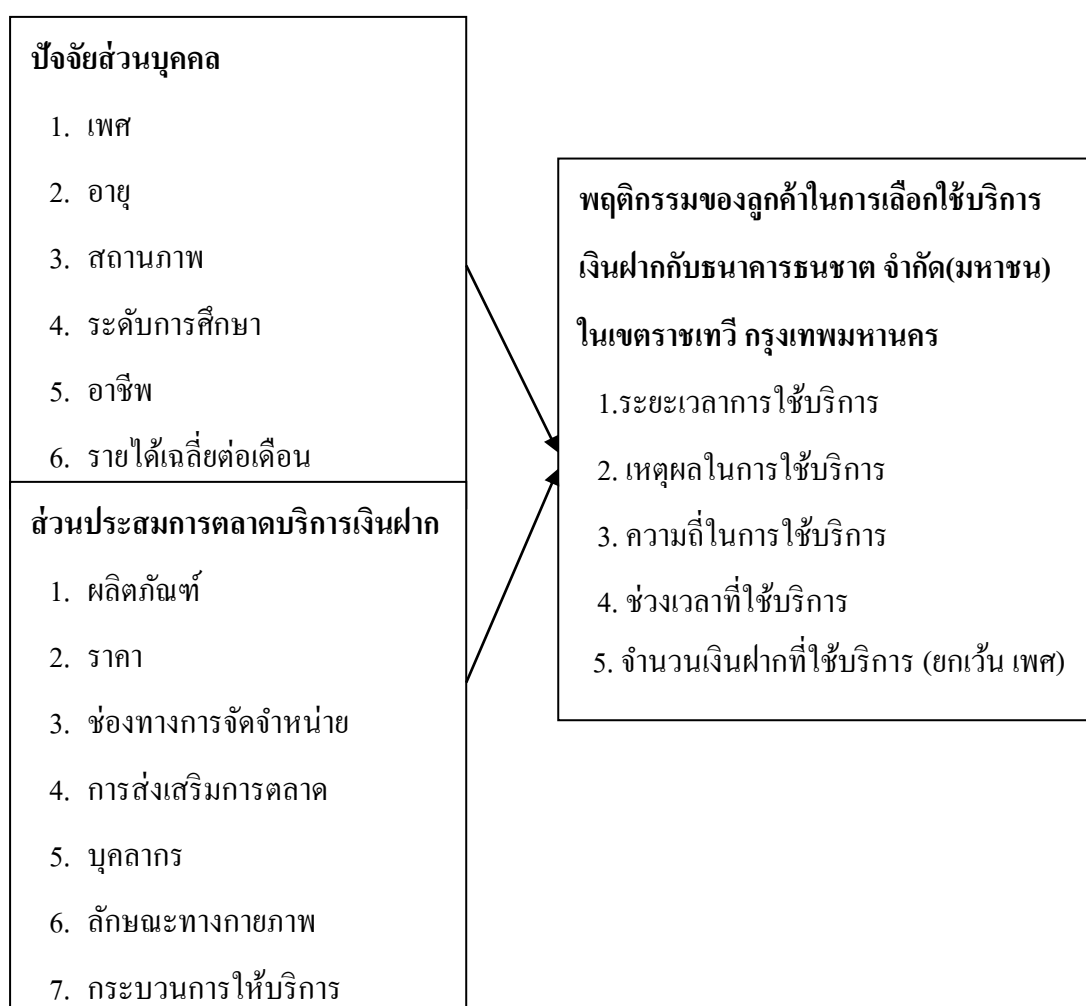
ลักษณะทางกายภาพมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับ ธนาคารธนชาติ จำกัด(มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ให้บริการ โดยพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการมีความแตกต่างกันในด้านลักษณะทางกายภาพ 13 คู่

กระบวนการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับ ธนาคารธนชาติ จำกัด(มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร) แตกต่างกันส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ให้บริการ โดยพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการมีความแตกต่างกันในด้านกระบวนการให้บริการ 15 คู่

ตารางที่ 5.1 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	สถิติที่ใช้	ผลทดสอบ							
		ระยะเวลาการ ใช้บริการ	ประเภท บัญชีเงินฝาก ที่ใช้บริการ	เหตุผลใน การใช้ บริการ	บุคคลที่มี บทบาทต่อ การเลือกใช้ บริการ	ความถี่ใน การใช้บริการ	ช่วงเวลาที่ ใช้บริการ	จำนวนเงิน ฝากที่ใช้ บริการ	
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วน บุคคล	เพศ	Chi-square	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ปฏิเสธ
	อายุ	Chi-square	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	สถานภาพ	Chi-square	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	การศึกษา	Chi-square	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	อาชีพ	Chi-square	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	รายได้	Chi-square	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสม ทางการตลาด บริการเงินฝาก	ผลิตภัณฑ์	t-Test/ F-Test	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ราคา	t-Test/ F-Test	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ช่องทางจัดจำหน่าย	t-Test/ F-Test	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	การส่งเสริมการตลาด	t-Test/ F-Test	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	บุคลากร	t-Test/ F-Test	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	ลักษณะทางกายภาพ	t-Test/ F-Test	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ
	กระบวนการให้บริการ	t-Test/ F-Test	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ปฏิเสธ	ยอมรับ	ยอมรับ	ยอมรับ

จากตารางที่ 5.1 สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระเกือบทั้งหมดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่ แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการส่วนใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ ยกเว้น ตัวแปรด้านเพศที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ จึงสามารถนำผลการทดสอบดังกล่าวมาปรับปรุงกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ศึกษาในเริ่มแรกได้ ดังนี้



ภาพประกอบที่ 5.1 แสดงกรอบแนวคิดที่ปรับตามผลการศึกษา (Modified Model)

5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 61.50 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 38.25 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 67.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 61.50 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 58.75 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยให้ความสำคัญในด้านบุคลากรและด้านกระบวนการมากที่สุดเท่ากัน มีค่าเฉลี่ย 4.35 ตามมาด้วยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีบริการเงินฝากต่างๆ ที่ครอบคลุมได้ตามที่ต้องการมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 ด้านราคาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมอย่างมาตรฐานสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.30 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีสาขาจำนวนมากครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ มากมายมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.37 ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายโดยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก หรือลด/ลดค่าธรรมเนียมมากที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านบุคลากรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการที่เป็นเลิศและสามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดีมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.42 ด้านลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารมีพื้นที่ให้บริการที่เพียงพอ โดยจัดสรรและตกแต่งพื้นที่ได้อย่างลงตัว สวยงาม ทันสมัย และปลอดภัยมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.34 และด้านกระบวนการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านธนาคารให้บริการอย่างมืออาชีพที่มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และโปร่งใสเชื่อถือได้มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.41 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการด้านระยะเวลาการให้บริการมากกว่า 2 ปีแต่ไม่เกิน 3 ปี ร้อยละ 40.75 ด้านประเภทบัญชีเงินฝากที่ใช้บริการเป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ ร้อยละ 99.25 บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน ร้อยละ 96.75 บัญชีเงินฝากประจำ ร้อยละ 98.50 และบัญชีอื่นๆ (ไม่ระบุ) ร้อยละ 59.00 ด้านเหตุผลในการใช้บริการเพราะสำนักงานสาขาจำนวนมากและตั้งอยู่ใกล้ที่พักและที่ทำงาน ร้อยละ 48.75 ด้านบุคคลที่มีบทบาทต่อการเลือกใช้บริการ คือ ตัวเอง ร้อยละ 97.25 ด้านความถี่ในการใช้บริการระหว่าง 1-5 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 72.50 ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการระหว่าง 11.31 น.- 14.30 น. ร้อยละ 60.50 และด้านจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการ 50,000 บาทหรือน้อยกว่า ร้อยละ 39.25

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้

บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครในด้านระยะเวลาการใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินฝากที่ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ายในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครด้านเหตุผลในการใช้บริการในด้านระยะเวลาการใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และช่วงเวลาที่ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสอดคล้องกับหลายแนวความคิด ยกตัวอย่างเช่นแนวความคิดของเจมิญา อติชาติมณี (2552) และคาร์ตัน อ่วมด้วง (2552, หน้า 21) ที่กล่าวไว้ว่าเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมากในความคิด ค่านิยม ทศนคติ ความต้องการ และพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยต่างๆ ดังนี้

สมศักดิ์ ภูงามและคณะ (2552) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา มหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา มหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

อภิญา ภัทรพรพิสิฐ (2553) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี

พัชรา เผือกหนู (2553) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างชาติที่แตกต่างกัน

จิตรวดี อุไรวงศ์ (2554) พบว่า เพศและอายุมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่นด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการให้บริการ ระดับการศึกษามีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่นด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการ อาชีพมีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่นด้านราคา ด้านช่องทางให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านการให้บริการ และรายได้มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาศรีจันทร์ จังหวัดขอนแก่นด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้าน

ราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการให้บริการ แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของสถานภาพไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้าน

จันทร์พิมพ์ หลวงแก้ว (2554) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการฝากเงินของลูกค้าธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต จังหวัดปทุมธานีในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และกระบวนการแตกต่างกัน แต่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการฝากเงินของลูกค้าธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต จังหวัดปทุมธานีในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และกระบวนการแตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝากเงินของลูกค้าธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน) สาขา รังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

พรพิรุณ พิทักษ์กุล (2554) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารซีไอเอ็มบีไทยในจังหวัดสมุทรปราการแต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้ การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารซีไอเอ็มบีไทยในจังหวัดสมุทรปราการ

ณัฐดนัย ไชชน (2555) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครด้านกระบวนการแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการในด้านต่างๆ แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

วัชรารัตน์ จันทร์สุวรรณ (2555) พบว่า ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันไม่มีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาพูนผล จังหวัดภูเก็ตแตกต่างกัน

ชนิดาภา วรรณภรณ์ (2555) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาติวานนท์-กระทรวงสาธารณสุขแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาติวานนท์-กระทรวงสาธารณสุขในด้านต่างๆ แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของผู้ใช้บริการด้านเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาติวานนท์-กระทรวงสาธารณสุขแตกต่างกัน

ชลิดา พ่วงรักษา (2556) พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด(ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของผู้ใช้บริการด้านเพศที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด(ไทย) จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

วิทยา อินทรพิมล (2557) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการ และปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการใช้บริการต่อสัปดาห์

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังมีความไม่สอดคล้องกับผลการศึกษานงานวิจัยต่างๆ ดังนี้

ศรายุทธ จุ้ยอ่วมและคณะ (2552) พบว่า ลูกค้ำที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบรบือ จังหวัดมหาสารคามไม่แตกต่างกัน

ธัญรดา ทวีจรสัชกุล (2554) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ชนพร อุมะวิชนี (2555) พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการเงินฝากของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ มีผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารธนชาติ จำกัด(มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานครในด้านระยะเวลาการให้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ให้บริการ และ

จำนวนเงินฝากที่ใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 05 ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดของกุลชนม์ ยิ่งชัยยะกมล (2557, หน้า 18) ที่กล่าวไว้ว่าส่วนประสมการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ควบคุมได้สำหรับใช้ร่วมกันตอบสนองความต้องการและกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความต้องการในสินค้าและบริการที่น่าเสนอ และมีความสอดคล้องกับผลการศึกษางานวิจัยต่างๆ ดังนี้

สมศักดิ์ ภู่งามและคณะ (2552) พบว่า ปัจจัยด้านระบบการให้บริการ สถานที่ให้บริการ และเครื่องมือและอุปกรณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม

สรารุช บุญเกื้อ (2553) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางให้บริการ และการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดชัยภูมิในด้านต่างๆ แตกต่างกันไป

พัชรา เผือกหนู (2553) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรในการบริการ กระบวนการให้บริการ และองค์ประกอบด้านกายภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ต่างชาติ

จินดาพร บทสูงเนิน (2554) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอเล็กทรอนิกส์ในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ธัญรดา ทวีจรัสชัยกุล (2554) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แต่ไม่สอดคล้องในส่วนเป็นส่วนประสมทางการตลาดด้านประเภทบริการ อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่างๆ สถานที่ประกอบการ การสื่อสารข้อมูลข่าวสาร ความพร้อมทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

พรพิรุณ พิทักษ์กุล (2554) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารซีไอเอ็มบีไทยในจังหวัดสมุทรปราการ แต่ไม่สอดคล้องในส่วนของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด องค์ประกอบทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารซีไอเอ็มบีไทยในจังหวัดสมุทรปราการ

ชลิดา พ่วงรักษา (2556) พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ

ผู้ใช้บริการธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) แต่ไม่สอดคล้องในส่วนบางส่วน ประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังมีความไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนพร อูมะวิชณี (2555) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)

จากการอภิปรายผลเปรียบเทียบผลการศึกษาระหว่างงานวิจัยในครั้งนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่าทุกตัวแปรอิสระมีงานวิจัยมาสนับสนุนทั้งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกัน โดยตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ มารองรับมากที่สุดถึง 14 ผลงานเท่ากัน ซึ่งรายละเอียดต่างๆ ได้สรุปไว้ในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุปการอภิปรายผลจากเปรียบเทียบผลการศึกษากับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
สมมติฐานที่ 1	เพศ	X	X	✓	✓	X	X	✓X	X	✓X	X	✓	X	X	X	
	อายุ	X	✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	X	X	X	
	สถานภาพ		✓	✓	X	✓	✓				✓			X	X	
	การศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓	✓	✓X	✓	✓	X	X	X	
	อาชีพ		✓	✓	✓	✓	X	✓	X	✓	✓	✓	X	X	X	
	รายได้	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	X	X	X	

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
สมมติ	ผลิตภัณฑ์		✓			X				X			X	X	✓	✓
ฐาน	ราคา		✓			X				✓			X	X	✓	✓
ที่ 2	ช่องทางจัด															
ส่วน	จำหน่าย	✓	✓			X				✓			X	X	✓	✓
ประ	การส่งเสริม			✓		X				✓			X	X	✓	✓
สม	การตลาด			✓		X				✓			X	X	✓	✓
ทาง	บุคลากร			✓		✓				✓			✓	X		✓
การ	ลักษณะทาง															
ตลาด	กายภาพ	✓	✓			X				X			X	X		✓
บริ	กระบวนการ															
การ	ให้บริการ	✓	✓			X				X			X	X		✓
เงิน																
ฝาก																

หมายเหตุ ✓ = ผลการศึกษา มีความสอดคล้องกัน X = ผลการศึกษา ไม่มีความสอดคล้องกัน

ตารางที่ 5.3 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาอภิปรายผล

ลำดับ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ลำดับ	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
1	สมศักดิ์ ภู่งามและคณะ (2552)	9	ชนิดาภา วรรณภรณ์ (2555)
2	อภิญา ภัทรพรพิสิฐ (2553)	10	ชลิดา พ่วงรักษา (2556)
3	พัชรา เพื่อกหนู (2553)	11	วิทยา อินทรพิมล (2557)
4	จิตรวดี อุไรวงศ์ (2554)	12	ศรายุทธ ขุ้ยอ่วมและคณะ (2552)
5	จันทร์พิมพ์ หลวงแก้ว (2554)	13	ธัญรดา ทวีจรัสชัยกุล (2554)
6	พรพิรุณ พิทักษ์กุล (2554)	14	ธนพร อุมะวิชณี (2555)
7	ณัฐคนัย ไจชน (2555)	15	ศรารุช บุญเกื้อ (2553)
8	วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ (2555)	16	จินดาพร บทสูงเนิน (2554)

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับธนาคาร

1. ปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการเงินฝากกับ ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ผู้บริหารระดับสูงของธนาคารฯ จึงสามารถนำตัวแปรดังกล่าวมาร่วมใช้เป็นเกณฑ์ตามลักษณะประชากรศาสตร์ในการแบ่งส่วน ตลาดและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ จึงจะช่วยทำให้ธนาคารฯ สามารถให้บริการเงินฝากเพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสำคัญในการใช้ร่วมกันเพื่อส่งมอบบริการ ที่มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเต็มใจใช้บริการมากขึ้น ตลอดจนแนะนำหรือบอก ต่อบุคคลรอบข้างให้ใช้บริการตาม ผู้บริหารระดับสูงของธนาคารฯ จึงควรให้ความสำคัญต่อส่วน ประสมทางการตลาดในทุกด้าน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มากเป็นพิเศษ ได้แก่ ด้าน บริการเงินฝากต่างๆ ที่ครอบคลุมได้ตามที่ต้องการ การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมอย่างมาตรฐาน สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน การมีสาขาจำนวนมากครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ มากมาย การจัด โปรแกรมส่งเสริมการขายโดยการเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก หรือลดค่าธรรมเนียม พนักงานมี ความรู้ความสามารถในการให้บริการที่เป็นเลิศและสามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี พื้นที่ให้บริการมีเพียงพอและจัดสรรและตกแต่งพื้นที่ได้อย่างลงตัว สวยงาม ทันสมัย และปลอดภัย และกระบวนการให้บริการอย่างมืออาชีพที่มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และโปร่งใสเชื่อถือได้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริโภค

ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นข้อมูลประกอบการพัฒนา ประสิทธิภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคได้รับบริการที่ดีตรงกับความ คาดหวังที่ตั้งไว้ได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจทำการศึกษาควรทำการศึกษาในเชิงลึกทั้งในด้านตัวแปร เครื่องวิจัย และ พื้นที่ในเขตอื่นของกรุงเทพมหานคร หรือในจังหวัดอื่นๆ ที่ธนาคารฯ มีสาขที่ตั้งอยู่ เพื่อให้มี ฐานข้อมูลที่มีประ โยชน์ในเชิงเปรียบเทียบและขอบเขตครอบคลุมพฤติกรรมในมิติต่างๆ ซึ่งจะมี

คุณประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ใช้ได้จริงมากขึ้นและเพิ่มพูนคุณค่าของงานวิจัยให้มีประโยชน์อย่างแท้จริง ความน่าสนใจ และความน่าเชื่อถือมากขึ้น

2. ผู้ที่สนใจทำการศึกษาควรทำการศึกษาทบทวนเป็นระยะตามโอกาสและสถานการณ์ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมความทันสมัยของฐานข้อมูลที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้และพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการเพื่อให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการใช้บริการในปัจจุบันและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของธนาคารฯ ได้อย่างต่อเนื่อง