

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการศึกษาถึงภาพรวมของเหตุผลที่ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย สาขาสำนักสีลม ผู้ศึกษาได้กำหนดปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ปัจจัยด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านพนักงานและด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และศึกษาผลกระทบจากกรณีที่มีการประกาศใช้ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 โดยใช้ทฤษฎีความต้องการถือเงินของ Milton Friedman (Demand of Money Theory) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior) ทฤษฎีความพึงพอใจต่อการให้บริการ (Theory of Satisfaction Service) และทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mixes Theory) เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อช่วยในการพิจารณาพฤติกรรมของผู้บริโภคและเสนอมาตรการในการเพิ่มจำนวนผู้มาใช้บริการและปริมาณเงินฝาก โดยใช้วิธีสุ่มแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าและวิเคราะห์หาค่าความถี่และอัตราร้อยละของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากและทำการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฝากเงินกับผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 เพิ่มเติมด้วยวิธีการทดสอบ Chi-Square

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างลูกค้าบุคคลธรรมดา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 21 - 30 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มาใช้บริการบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ และมียอดเงินฝากในบัญชีต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสนใจกับบริการบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสด และพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบัญชีเงินฝากประเภทออมทรัพย์มากที่สุด ระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แบ่งเป็นระดับความพึงพอใจด้านพนักงาน ด้านบริการและด้านความน่าเชื่อถือในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนด้านสถานที่ได้รับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ลูกค้าที่มาใช้บริการเงินฝากที่ธนาคารทราบข้อมูลเกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 เป็นส่วนใหญ่ ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฝากเงิน และผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก แสดงให้เห็นว่าพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝากไม่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่สำหรับลูกค้าที่คิดว่าตนเองจะได้รับผลกระทบจากพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 เริ่มให้ความสำคัญกับการพิจารณาทางการเงินของสถาบันการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ และมีความระมัดระวังในการฝากเงินมากขึ้น โดยจะตัดสินใจฝากเงินจะคำนึงถึงความมั่นคงทางการเงินและขนาดของกิจการของสถาบันการเงิน

หรือธนาคารพาณิชย์และเห็นว่าการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลเป็นทางเลือกแทนการฝากเงินที่ดีที่สุด

ส่วนกลุ่มตัวอย่างลูกค้านิติบุคคลเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัท จำกัด(บจก.) ส่วนใหญ่ มีรายได้น้อยกว่า 10 ล้านบาทต่อปี ต้องใช้บัญชีเงินฝากสำหรับการทำธุรกิจและมีแหล่งที่มาของเงินฝากจากเงินที่ได้จากการทำการค้า มีความพอใจกับบัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวัน และให้ความสนใจบริการด้านอินเทอร์เน็ต/โทรศัพท์ของธนาคารมากที่สุด ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการโดยรวมของลูกค้านิติบุคคลคล้ายกับลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาที่อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อแยกเป็นปัจจัยแต่ละด้านก็พบว่าลูกค้านิติบุคคลมีความพึงพอใจกับพนักงานที่ให้บริการและภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของธนาคารมากที่สุด และปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการได้รับความพึงพอใจจากลูกค้านิติบุคคลในระดับมากเช่นเดียวกัน ต่างกันตรงที่ลูกค้านิติบุคคลมีความพอใจกับการได้รับบริการอยู่ในระดับมากเท่านั้นซึ่งต่างกับลูกค้าบุคคลธรรมดาที่ส่วนใหญ่คิดว่าตนเองมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดที่ได้รับบริการจากทางธนาคาร ลูกค้านิติบุคคลที่มาใช้บริการเงินฝากของธนาคารทราบเกี่ยวกับ พ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 เป็นส่วนใหญ่อีกหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าประเภทนิติบุคคลคิดว่าพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงิน โดยนอกจากจะเลือกย้ายเงินไปฝากกับธนาคารของรัฐ ยังเลือกที่จะฝากเงินกับสถาบันการเงินที่มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง และตัดสินใจกระจายเงินไปฝากกับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ที่ใช้ข้อมูลในงบการเงินของสถาบันนั้น ๆ ประกอบการพิจารณา และอาจจะเลือกนำเงินฝากไปลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลแทน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลของพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 และพฤติกรรมการฝากเงิน ด้วยการทดสอบ Chi-Square test พบว่าได้ผลการทดสอบของลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลไม่แตกต่างกันนั่นก็คือพ.ร.บ.สถาบันคุ้มครองเงินฝาก 2551 ไม่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าทั้งสองประเภท พบเพียงรายได้ต่อปีของลูกค้าประเภทนิติบุคคลเท่านั้นที่มีผลต่อการตัดสินใจฝากเงินหลังจากที่มีการยกเลิกการคำนวณเงินฝากแบบเต็มจำนวน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05