

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากของลูกค้า ของธนาคารกสิกรไทย สาขาล้านสลิสม ในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประวัติความเป็นมาของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
2. ทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝาก
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ประวัติความเป็นมาของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

บมจ.ธนาคารกสิกรไทย เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยนายโชติ ล่ำซำ เป็นผู้ริเริ่มร่วมกับญาติพี่น้องและเพื่อนพ่อค้า สำนักงานใหญ่อยู่ที่ถนนเสือป่า ดำเนินการด้วยกรรมการผู้จัดการและพนักงานชุดแรกเริ่ม จำนวน 21 คน

พ.ศ. 2491 นายโชติ ล่ำซำ ถึงแก่กรรม นายเกษม ล่ำซำ น้องชายซึ่งจบการศึกษาวิชาการธนาคารจากประเทศอังกฤษ ขึ้นดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการแทน ซึ่งในช่วงของการบริหารของนายเกษมได้มีการวางระบบและพัฒนาบุคลากรโดยมีการส่งพนักงานไปฝึกงานที่ประเทศอังกฤษเป็นครั้งแรก แต่ต่อมานายเกษมประสบอุบัติเหตุเครื่องบินตกที่ไทเป ผู้สืบทอดกิจการแทนที่จะเป็นนายปรีชา ล่ำซำ ซึ่งเป็นน้องชายกลับกลายเป็นนายบัญชา ล่ำซำ ผู้เป็นหลานซึ่งรับตำแหน่งกรรมการผู้จัดการเมื่อ พ.ศ. 2506 ขณะนั้นนายบัญชามีอายุเพียง 38 ปี โดยปัจจุบันผู้สืบทอดกิจการ คือ นายบัญชา ล่ำซำ

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2510 ได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากถนนเสือป่า ไปถนนสีลม และในวันที่ 2 ตุลาคมในปีเดียวกัน ได้รับพระมหากรุณาคุณโปรดเกล้าฯ พระราชทานตราตั้งรูปครุฑเป็นธนาคารพาณิชย์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ต่อมาวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2521 ย้ายที่ทำการสำนักงานใหญ่ไปริมถนนพหลโยธินและธนาคารกสิกรไทยแปรสภาพเป็นบริษัท “มหาชน” จำกัด โดยได้ยื่นขอจดทะเบียนต่อกระทรวงพาณิชย์เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2536 โดยใช้ชื่อว่า “บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)” หรือ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย และครั้งล่าสุด ตั้งแต่ธันวาคม พ.ศ. 2538 หน่วยงานต่าง ๆ เริ่มทยอยย้ายที่ทำงานอีกครั้งไปที่ สำนักงานใหญ่ราชบุรีบูรณะ

ธนาคารใช้สัญลักษณ์เป็นรูปวงข้าว เป็นสัญลักษณ์ประจำธนาคาร และมีคำขวัญประจำธนาคาร คือ “บริการทุกระดับประทับใจ”

ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเป็นต้นมา ธนาคารสามารถเจริญเติบโตและก้าวหน้าในด้านสินทรัพย์ , เงินฝาก, การขยายเครือข่ายสาขา และจำนวนพนักงานที่เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ณ 31 ธันวาคม 2551 ธนาคารมีทุนจดทะเบียน 30,486 ล้านบาท มีสินทรัพย์จำนวน 1,303,552 ล้านบาท เงินฝาก 968,788 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อ 900,587 ล้านบาท

ในด้านเครือข่ายของสาขา ณ 31 ธันวาคม 2551 มีสาขาในประเทศ จำนวน 662 สาขา โดยเป็นสาขากกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 224 สาขา เป็นสาขาในส่วนภูมิภาคจำนวน 438 สาขา มีสาขาและสำนักงานตัวแทนต่างประเทศ จำนวน 7 แห่ง ได้แก่ สาขาลอสแอนเจลิส, สาขาฮ่องกง, สาขามุ่เกาะเคย์แมน, สาขาเซี่ยงไฮ้, สำนักงานตัวแทนกรุงปักกิ่ง, สำนักงานตัวแทนนครเซี่ยงไฮ้ และสำนักงานตัวแทนเมืองคุนหมิง สาขาและสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศเหล่านี้ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่าง ๆ ในด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้าทั่วโลก

### ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากของลูกค้า ของธนาคารกสิกรไทย สาขาสักสกลม ได้ใช้แนวทฤษฎีดังนี้

#### 1. ทฤษฎีความต้องการถือเงินของ Milton Friedman (Demand of Money Theory)

ตามแนวคิดของ Friedman (1996) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่กำหนดความต้องการถือเงิน โดยมองว่าเงินเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ (utility) บุคคลจะมีอุปสงค์ต่อเงินเพราะเห็นว่าเงินก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ต่อตนได้ พฤติกรรมการเลือกถือเงินของบุคคลเป็นส่วนโดยตรงกับรายได้ที่เป็นตัวเงิน และแนวคิดของ Friedman มีบางส่วนคล้ายกับแนวคิด Keynes ที่เรียกว่า ทฤษฎีความพอใจในสภาพคล่อง (Liquidity preference theory) ซึ่งอธิบายความต้องการถือเงินของบุคคลนั้น สามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

1. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน
2. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน
3. ความต้องการถือเงินเพื่อการเก็งกำไร

โดยที่ความต้องการในการถือเงินเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันและเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉินนั้นมีความสัมพันธ์โดยตรงกับรายได้ ส่วนความต้องการถือเงินเพื่อการเก็งกำไรนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนอัตราดอกเบี้ยในอนาคต แต่ Friedman มองว่าความต้องการถือเงินของบุคคลนั้น เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความมั่งคั่ง (wealth) และภายใต้ความมั่งคั่งนี้ บุคคลจะเลือกที่จะ จัดการบริหารการถือทรัพย์สินต่าง ๆ ตามแนวคิดของตนเอง โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ (utility) ที่ จะได้ตอบแทนจากการเลือกถือทรัพย์สินในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งรูปแบบต่าง ๆ ในการถือทรัพย์สินของ บุคคลนั้นมีมากกว่า 5 แบบ ดังนี้

1. เงิน (Money) หมายถึง สิ่งที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในการใช้เป็นสื่อกลางใน การแลกเปลี่ยนหรือใช้ในการชำระมูลค่าของสินค้าซึ่งมีมูลค่าในรูปตัวเงินคงที่และใช้ในการชำระหนี้ Friedman ถือว่าอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงของเงินขึ้นอยู่กับระดับราคาทั่วไปของสินค้าและ บริการ

2. พันธบัตร (Bond) หมายถึง สิทธิเรียกร้องที่มีต่อกระแสของเงินที่จะได้รับชำระในอนาคตซึ่งมีมูลค่าในรูปตัวเงินคงที่ต่อปี (Nominal yield) Friedman เชื่อว่าบุคคลจะเลือกถือ พันธบัตร เมื่อผลตอบแทนจากพันธบัตรนั้นสูง โดยคาดหวังว่าผลตอบแทนในรูปตัวเงินคงที่ต่อปี หรืออัตราดอกเบี้ยจากการถือพันธบัตรนั้นสูงกว่าดอกเบี้ยในท้องตลาด ก็จะถือเงินสดน้อยลง

3. หุ้น (Equity) หมายถึง สิทธิเรียกร้องที่มีต่อผลตอบแทนของธุรกิจตามสัดส่วน จำนวนหุ้นที่ถืออยู่ การพิจารณาผลตอบแทนจากการถือสิทธิในสินทรัพย์ในรูปของหุ้นนั้น Friedman พิจารณาผลตอบแทนของหุ้นเช่นเดียวกับผลตอบแทนของพันธบัตร (bonds) Friedman เห็นว่าการเลือกถือหุ้นมีผลให้การถือเงินลดลง โดยที่ผลตอบแทนจากหุ้นพิจารณา เป็น 3 ประเภท คือ

- (1) ผลตอบแทนต่อปีในกรณีที่ราคาไม่เปลี่ยนแปลง
- (2) จากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของผลตอบแทนรูปตัวเงิน อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของราคาในตลาด
- (3) จากกำไรส่วนทุนหรือขาดทุนส่วนทุน อันเนื่องมาจากราคาตลาดหุ้นที่เปลี่ยนแปลงไป

4. สินค้ากายภาพที่ไม่ใช่มนุษย์ (Physical non-human goods) ตามความหมายของ Friedman หมายถึง สินค้าที่มีตัวตนจับต้องได้ ผลตอบแทนจากสินค้านี้คือเมื่อบุคคลคาดว่าราคาสินค้าในอนาคตจะสูงขึ้นกว่าเดิม บุคคลจะต้องเปลี่ยนมาถือสินค้าเพื่อเก็งกำไรแทนที่จะขายออกไป

5. มนุษย์ทุน (Human capital) ตามความหมายของ Friedman ถือว่ามนุษย์เป็นปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่ง ทฤษฎีสินมนุษย์คือกำลังความสามารถในการผลิต (Productive capacity) ของมนุษย์และสามารถก่อให้เกิดรายได้ได้

## 2. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำการค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล ใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการ หรือหมายถึงการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า (กุลภากร ทวีทรัพย์สาร, 2547, น.7) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จึงหมายถึง การค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการพฤติกรรมซื้อและความต้องการใช้ประโยชน์ของผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการ โดยมีจุดเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)

## 3. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการ (Theory of Satisfaction Service)

จอห์น ดี มิลเลต (John D. Millet 1954) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการโดยการพิจารณาจาก องค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้ คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของรัฐที่มีทัศนคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quality at the geographical) มิฉะนั้นจะเห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

#### 4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mixes Theory)

แลริด และสไตเนอร์ (Laridge & Steiner, 1987, pp. 38) ให้ความหมายกลยุทธ์การตลาดไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ในการเอาตลาดเป้าหมายและพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดเพื่อสร้าง ความพึงพอใจในการแลกเปลี่ยนกับตลาดเป้าหมาย

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, pp. 92) ให้ความหมายคำว่าส่วนผสมทางการตลาดแบบ 4P's ว่า หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถตอบสนองตลาดเป้าหมาย และนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ ซึ่งเกิดขึ้นจากการตัดสินใจในการผสมผสานองค์ประกอบ 4 ส่วน คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ประกอบด้วย ความหลากหลาย ของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) คุณภาพ (Quality) การออกแบบ (Design) ลักษณะ (Feature) ตราชื่อ (Brand Name) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ขนาด (Sizes) การบริการ (Services) การรับประกัน (Warranties) และการรับคืน (Returns) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องมีการผสมผสานอย่างถูกต้อง และให้เกิดความแตกต่าง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดยุคการสื่อสารไร้พรมแดน

2. ด้านราคา (Price) ประกอบด้วย ใบราคา (List Price) ส่วนลด (Discount) ส่วนยอมให้ (Allowance) ระยะเวลาในการชำระ (Payment Period) และการให้สินเชื่อ (Credit Term) การตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดราคาหรือองค์ประกอบสนับสนุนอื่น ๆ เกี่ยวกับราคามีส่วนสำคัญต่อคนกลางและการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

3. ด้านสถานที่ (Place) ประกอบด้วย ช่องทาง (Channels) การครอบคลุม (Coverage) การจัดเก็บ (Assortments) ทำเลที่ตั้ง (Location) สินค้าคงคลัง (Inventory) และการขนส่ง (Transport) การจัดการและการเชื่อมโยงระบบการจัดจำหน่ายและช่องทางในการจำหน่ายให้สอดคล้องกัน มีความหลากหลายและสอดคล้องกัน รวมทั้งความเข้าใจในการใช้ช่องทางจำหน่ายแบบค้าปลีก ค้าส่ง และช่องทางอื่น ๆ จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปสู่ตลาดเป้าหมาย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบด้วย การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การโฆษณา (Advertising) หน่วยงานขาย (Sales Force) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร และโน้มน้าวใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมหรือผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการบัญชีเงินฝากของลูกค้า ได้พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยสรุปได้ดังนี้

#### 1. งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการเงินฝาก

จักรี สุวรรณโสภณ (2542) ได้ทำการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากขวัญบัวหลวง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเงินฝากขวัญบัวหลวง และศึกษาถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขในการใช้บริการเงินฝากขวัญบัวหลวงซึ่งเป็นบริการเงินฝากชนิดพิเศษที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ได้นำมาใช้เพื่อให้บริการประชาชนในลักษณะที่ให้ผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยย คล้ายกับผลตอบแทนที่ธนาคารอื่นให้ตามปกติพร้อมกับให้สิทธิประโยชน์มากขึ้นในรูปของความคุ้มครองของกรมธรรม์ประกันชีวิต วิธีการศึกษาได้ทำการเก็บ

รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 รายหรือร้อยละ 25 ของประชากรที่ใช้บริการเงินฝากประเภทนี้ทั้งหมดใน 10 สาขาของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และสามารถเก็บข้อมูลได้ 332 ราย

ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการมีทั้งเพศชายและเพศหญิง เป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานะภาพสมรส มีรายได้ประจำต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ระดับการศึกษาจบปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับคือจากพนักงานของธนาคาร

ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับมาก เพราะได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร ซึ่งมีสิ่งโน้มน้าวใจตรงที่ว่า เมื่อฝากเงินแล้วได้รับการประกันชีวิตรวมอยู่ด้วยโดยไม่ต้องชำระเบี้ยประกันก่อนและภาพลักษณ์ความมั่นคงของธนาคาร

จันทร์จิรา สุริยะชัยพร (2541) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 สาขา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำและเงินฝากกระแสรายวันของธนาคารนครหลวงไทย (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเปรียบเทียบลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารนครหลวงไทย (มหาชน) กับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ วิธีการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการในธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 2 สาขาและธนาคารขนาดใหญ่ รวม 4 สาขา สาขาละ 60 ชุด แยกเป็นลูกค้าเงินฝากประจำ 20 ชุด ลูกค้าเงินฝากออมทรัพย์ 20 ชุด และลูกค้าเงินฝากกระแสรายวัน 20 ชุด รวมทั้ง 2 สาขา 120 ชุด และธนาคารอื่น ๆ อีก 120 ชุด รวมทั้งหมดในการจัดเก็บการสุ่มตัวอย่างของข้อมูล 240 ชุด

ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากกับธนาคารอันดับแรกคือ ความมั่นคงของธนาคาร การค้าประกันเงินฝากเต็มจำนวน รองลงมาคือการจ่ายอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือชื่อเสียงของผู้บริหารที่น่าเชื่อถือ การบริหารของผู้บริหาร พนักงานสาขาทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก มีจำนวนสาขาให้บริการมากเพียงพอและมีบริการเสริมอื่น ๆ

การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อความต้องการให้บริการเงินฝากทุกประเภทของธนาคารนครหลวงไทยและธนาคารขนาดใหญ่ พบว่าในด้านสถานที่ ลูกค้ามีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้าเห็นด้วยที่เครื่องมือเครื่องใช้ของธนาคารขนาดใหญ่มีความทันสมัยมากกว่า

ลูกค้าธนาคารขนาดใหญ่มีความพอใจและเห็นด้วยที่ธนาคารขนาดใหญ่มีการปรับปรุงการให้บริการที่มากกว่าและหลากหลายกว่าธนาคารนครหลวงไทย

พิทยา ธีรกีรุต (2545) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากประจำแต่ละประเภทและรวมถึงการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากประจำแต่ละประเภท และรวมถึงการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ดังกล่าว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วิธีการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่มาเปิดบัญชีเงินฝากประจำประเภทต่าง ๆ กับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 10 สาขา จำนวน 290 คน โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2545 – 31 กรกฎาคม 2545

ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ผู้ที่มาเปิดบัญชีเงินฝากประจำ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 38.3 ปี มีสถานภาพสมรส จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.9 คน มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี ส่วนมากเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน เฉลี่ย 17,069 บาท และมีเงินออมต่อเดือนเฉลี่ย 6,573 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกประเภทบัญชีเงินฝากประจำที่มีนัยสำคัญทางสถิติมี 2 ปัจจัย คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการเลือกประเภทบัญชีเงินฝากประจำมี 5 ปัจจัย คือ เพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ระดับการศึกษาและอาชีพ สำหรับสาเหตุที่ลูกค้ามาเปิดบัญชีเงินฝากประจำเลือกใช้บริการของธนาคารมากที่สุด ได้แก่ชื่อเสียงของธนาคารดี มีจำนวนสาขามาก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานและมีความมั่นคงปลอดภัย ส่วนปัญหาและอุปสรรคจากการเลือกใช้บริการที่พบ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยต่ำ จำนวนพนักงานมีน้อย สถานที่จอดรถไม่สะดวกและการให้บริการช้า ตามลำดับ

สุวิทย์ ไตสีตารัตน์ (2540) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์ลูกค้าของธนาคารในเขตอำเภอคลอง จังหวัดแพร่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการด้านเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารระดับท้องถิ่นและศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินการด้านเงินฝากของธนาคารระดับท้องถิ่น วิธีการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าเงินฝากบัญชีออมทรัพย์ของธนาคารในเขต อำเภอคลอง จังหวัดแพร่ รวม 3 ธนาคาร โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจำนวน 200 คน ได้รับการตอบกลับคืนจำนวน 197 คน จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าความถี่



ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารเป็นเพศชายเป็นส่วนใหญ่และเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 ปี ไปจนถึง 44 ปี รวมกันคิดเป็นร้อยละ 73.60 มีสถานภาพสมรส อาชีพส่วนใหญ่ค้าขายและรับจ้าง – ลูกจ้าง รวมกันแล้วเกินครึ่งหนึ่งของลูกค้าทั้งหมด ระดับการศึกษาลูกค้าอยู่ในระดับอนุปริญญา – ปริญญาตรีมีอัตราร้อยละมากที่สุดรองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย รายได้ลูกค้าอยู่ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท รองลงมา 2,000 – 5,000 บาท จำนวนเงินคงเหลือ ณ วันที่ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 1,001 – 10,000 บาท มากที่สุด ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ได้แก่ มีที่พักอาศัยใกล้กับธนาคารและเคยใช้บริการกับธนาคารมานาน ซึ่งมีจำนวนรวมเกือบ 50 เปอร์เซ็นต์ของลูกค้าทั้งหมด หากธนาคารในท้องถิ่นทำการรณรงค์ส่งเสริมการเปิดบัญชีออมทรัพย์ ลูกค้าให้ความสนใจในการรับของช่วยเหลือมากกว่าการจัดให้มีการชิงรางวัล ถ้ามีการจัดชิงรางวัลสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด ได้แก่ พนการศึกษา ซึ่งการจัดรายการสมนาคุณดังกล่าวนั้นลูกค้าสนใจที่จะใจที่จะฝากเพิ่มจำนวนไม่มาก ความคิดเห็นต่อการบริการของธนาคารในปัจจุบัน พบว่าสถานที่ตั้งของธนาคารอยู่ใกล้บ้าน ไปมาสะดวก พนักงานพูดจาสุภาพ ปัญหาของลูกค้า คือ เรื่องค่าธรรมเนียมที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้า จำนวนสาขาของธนาคาร การออกเยี่ยมลูกค้าของพนักงานและสถานที่จอดรถ ข้อเสนอแนะต่อธนาคาร คือ ต้องการให้ธนาคารมีบริการเพิ่มขึ้น เช่น บริการหักค่ารักษาพยาบาล ค่าบำรุงการศึกษาและค่าฌาปนกิจสงเคราะห์

สุทธิดา สุนทรพันธุ์ (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ลูกค้าเลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงสาเหตุที่ทำให้ปริมาณเงินฝากประจำของธนาคารกรุงศรีอยุธยาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ลดลง วิธีการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย และพนักงานของธนาคารอีกจำนวน 200 ราย

ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ย 10,001 – 30,000 บาทต่อเดือน ลูกค้านิยมฝากเงินฝากประจำประเภท 3 เดือน มีเงินฝากไม่เกิน 50,000 บาทมากที่สุด และส่วนใหญ่ฝากเงินกับธนาคารมาไม่เกิน 5 ปี ส่วนพนักงานของธนาคาร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ดำรงตำแหน่งเป็นพนักงานปฏิบัติการ มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาทต่อ

เดือน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการเงินฝากประจำของธนาคาร คือปัจจัยด้านผลตอบแทน ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยของเงินฝากประจำสูงกว่าเงินฝากประเภทอื่น ๆ ปัจจัยด้านสภาพภาพของธนาคารคือธนาคารมีผลประกอบการที่ดี ปัจจัยด้านการให้บริการ ธนาคารมีสถานที่พักระหว่างการรอรับบริการและปัจจัยทางด้านทำเลที่ตั้งคือธนาคารมีสถานที่ทำงานสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย

สาเหตุสำคัญที่สุดที่ทำให้ปริมาณเงินฝากประจำของธนาคารลดลง คือปัจจัยภายในองค์กรในด้านนโยบายของธนาคาร คือธนาคารทำการลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเพื่อลดต้นทุนดอกเบี้ยจ่าย ด้านพนักงานของธนาคารคือ พนักงานส่วนหนึ่งได้ลาออกไปทำให้ลูกค้าของธนาคารที่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวที่ดีกับพนักงานเหล่านั้นหันไปฝากเงินกับสถาบันการเงินอื่นแทน ด้านการให้บริการที่ล่าช้าทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจ ส่วนปัจจัยภายนอกองค์กรได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจและการดำเนินนโยบายการเงินของรัฐบาลคือการที่ธนาคารแห่งประเทศไทยมีนโยบายลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อกระตุ้นระบบเศรษฐกิจ ธนาคารพาณิชย์จึงลดอัตราดอกเบี้ยให้สอดคล้องกับนโยบายของทางการ นอกจากนี้ยังมีการแข่งขันการระดมเงินฝากของสถาบันการเงินอื่น ๆ มากขึ้น

แสงชัย โชติพงศ์สิริสกุล (2542) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรเกษม ซอย 114 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงเหตุผลของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคารและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละด้าน วิธีการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร ในช่วงระหว่างวันที่ 28 สิงหาคม 2543 – 11 กันยายน 2543 จำนวน 100 คน เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าร้อยละและการกำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย

ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 67.0 เป็นโสดร้อยละ 49.0 อายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 48.0 ระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.0 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 57.0 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 39.0 ประเภทเงินฝากที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 56.69 ยอดเงินฝากในบัญชี ส่วนใหญ่จะมียอดเงินอยู่ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 28.74 ข้อมูลภาพรวมของเหตุผลที่ลูกค้ามาใช้บริการด้านเงินฝากส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับสูง ร้อยละ 78.0 ข้อมูลภาพรวมของเหตุผลของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝาก จำแนกตามด้านพนักงาน ด้านบริการ ด้านสถานที่ และด้านความเชื่อถือ โดยเฉลี่ยมีความพึง

พอใจในระดับสูง ในจำนวนทั้งหมด 21 ประเด็น พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจระดับสูง ทั้งหมด 21 ประเด็น

นัฐกานต์ โชควรรกุล (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจเงินฝากประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวของลูกค้าธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจเงินฝากประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวของลูกค้าธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการมหาสารคามและเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการธุรกิจเงินฝากประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวของลูกค้าธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการมหาสารคาม วิธีการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากลูกค้าที่ใช้บริการในธนาคารออมสินศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการมหาสารคาม จำนวน 400 คน ด้วยวิธีตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (t-test และ F – test (One – way Analysis Variance)

ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าธุรกิจเงินฝากประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานสมรส อายุอยู่ระหว่าง 36 – 50 ปี มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรูปแบบการส่งเงินฝากเป็นแบบรายเดือน และประเภทเงินฝากสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวที่นิยมใช้บริการคือแบบทุนการศึกษา ลูกค้าให้ความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการเงินฝากประเภทสбереกซ์ชีวิตและครอบครัวโดยรวมอยู่ในระดับมากและรายด้าน 7 ด้านอยู่ในระดับมากและเห็นว่าอีก 2 ด้าน คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรายข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 1 ข้อในแต่ละด้านดังนี้ ความเชื่อถือด้านชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร พนักงานมีความรู้และความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำและให้บริการ การบริการที่ถูกต้องและแม่นยำ มีผลตอบแทนสูงและแน่นอน สามารถเปิดบัญชีใหม่ได้ทุกสาขาทั่วประเทศ รายได้ของครอบครัว อัตราการส่งเงินฝากต่ำ มีแผนพับใบปลิวสำหรับแนะนำลูกค้า ลูกค้าที่มีความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ รายได้ และระดับการศึกษาให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจเงินฝากทุกด้านไม่แตกต่างกัน แต่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าลูกค้าที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จะเห็นได้ว่า งานศึกษาในอดีตเท่าที่ผ่านมาส่วนใหญ่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกับการเลือกใช้บริการและปัจจัยที่เกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจ โดยไม่ได้นำตัวแปรที่เกี่ยวกับผลของการประกันเงินฝากเข้ามาใช้ในการพิจารณาปัจจัยที่กำหนดเงินฝากของธนาคารพาณิชย์แต่อย่างใด ซึ่งจะแตกต่างจากการศึกษาในงานวิจัยฉบับนี้ที่จะนำตัวแปรในเรื่องของการยกเลิกการประกันเงินฝากแบบเต็มจำนวนเข้ามาใช้ในการศึกษาด้วย