

บทคัดย่อ

T 155428

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้นาการพาณิชย์ของลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้นาการพาณิชย์ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ โดยเลือกตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างตามประเภทของประชากร จากกลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นผู้ใช้นาการพาณิชย์เอกชนไทย และธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวมตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 420 ตัวอย่าง สำหรับการทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้นาการพาณิชย์ใช้สถิติการวัดค่าตามแบบมาตราส่วนประเมินค่าลิเคิตสเกล

สำหรับปัจจัยที่จะมีผลต่อการเลือกใช้นาการพาณิชย์ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านสถานที่ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสังคม

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้นาการพาณิชย์มากที่สุด จำแนกตามกลุ่มผู้ใช้พบว่า ในกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้นาการพาณิชย์เอกชนไทย กลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้นาการพาณิชย์ของรัฐบาล กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจผู้ใช้นาการพาณิชย์เอกชนไทยและธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัย มากที่สุด ในประเด็นที่

T 155428

ธนาคารที่มีฐานะมั่นคง และมีความปลอดภัยสูง ส่วนกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน มากที่สุด ในประเด็นที่เจ้าหน้าที่มีการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย จะคำนึงถึงปัจจัยด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ มากที่สุด ในประเด็นความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการ และระบบการบันทึกข้อมูลต่างๆ ที่ทันสมัยและเชื่อถือได้

สำหรับปัญหาในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่เป็นปัญหาสำคัญอันดับแรกในด้านต่างๆ คือ ในด้านการบริการ พบว่ามีปัญหาการที่มีเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการให้บริการ ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานพบว่า พนักงานขาดการกระตือรือร้นในการให้บริการ ในด้านสถานที่พบว่า ที่จอดรถยนต์ไม่เพียงพอ ในด้านราคา พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า อัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ ในด้านความมั่นคงปลอดภัย พบว่าการรักษาความปลอดภัยของธนาคารยังไม่เพียงพอ ทำให้ผู้ใช้บริการขาดความเชื่อมั่น ในด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า ไม่ค่อยแจ้งข่าวสารให้ลูกค้าทราบ หรือไม่มีพนักงานออกไปแนะนำบริการใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าเงื่อนไขในการให้บริการไม่ยืดหยุ่น หรือมีขั้นตอนยุ่งยาก ในด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า ตู้ ATM ไม่เพียงพอ ในด้านสังคม พบว่าส่วนใหญ่ลูกค้าเห็นว่า การไม่รู้จักรู้ผู้บริหารหรือพนักงานธนาคาร ทำให้การให้บริการไม่ได้รับความสะดวก

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะในด้านการบริการว่า ควรเพิ่มพนักงานให้เพียงพอในการให้บริการ ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน พนักงานควรยิ้มแย้ม แจ่มใส มีอัธยาศัยที่ดี และควรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ในด้านสถานที่ ควรจัดที่จอดรถให้เพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ ในด้านราคา ธนาคารควรคิดค่าธรรมเนียมในการให้บริการถูกกว่านี้ ในด้านความมั่นคงปลอดภัย ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่หนาแน่น ในด้านส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น ควรจัดพนักงานเดินตลาดเพื่อให้คำแนะนำ หรือเยี่ยมเยียนลูกค้า ในด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารควรมีความยืดหยุ่นในเงื่อนไขในการให้บริการ ในด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ธนาคารควรเพิ่มเครื่อง ATM ให้เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ ในด้านสังคม ผู้บริหารธนาคารควรให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนโดยเสมอภาค

ABSTRACT

TE 155428

This study aims to examine the factors affecting the clients' choice of using particular commercial banks in Mueang District of Chiang Mai Province and to identify the problems and recommendations associated with customers' services of commercial bank. A total of 420 samples were drawn from three groups representing people in general, entrepreneurs, and government and public enterprise workers currently using the services of private and state-run commercial banks in Mueang District, Chiang Mai Province. The Likert scales method was used as analytical tool.

It was contended that factors which might affect such choice were service quality, staff, premises, security, products, facilities and equipments, price, market promotion, and social consideration.

Security in terms of commercial bank's well-established status and high safety was found to be the primary factor influencing the choices of those people in general who were clients of private commercial banks, those entrepreneurs who used state-run commercial

TE 155428

banks and those government and public enterprise workers who were clients of both private and state-run commercial bank. Staff in the aspect of wearing neat and refined attire was the most important factor among people in general who were clients of state-run commercial bank. Facilities and equipments appeared to be major determinant of the choices of those entrepreneurs who used private commercial banks particularly in consideration of modern equipments for rendering services as well as up-to-date and reliable information recording systems.

Priority problem areas in various aspects of commercial bank service were identified. For service quality, inadequate manpower was the main reason while problems concerning bank's staff was the lack of eagerness to provide service. The main shortcoming of any premises appeared to be inadequate vehicle parking space. With respect to price, low interest rate for deposits was the major complaint. Inadequate security measures meaningfully caused the clients to lose their trust in the bank's security. The major shortfall in marketing promotion was found to be the failure of the banks to give the clients new information or to promote new kinds of service. The primary problem about products turned out to be inflexible or complex procedures in providing services, while that concerning facilities and equipments was the inadequate ATM availability. For social considerations, most informants under study agreed that not knowing the bank executives or staff personally did cause inconvenience in getting services.

Several recommendations were made by the study respondents including the increase in staff number sufficient to provide quality service; the request for friendly, inviting manner and actively provide services of bank staff toward customers; provision of adequate parking space; lower various bank fees; arrangement of strong security guard system; increase in the publicity of products through various media; organization of door-to-door marketing campaign or visiting the client about the bank's products; greater flexibility in providing services; installment of more ATM; and equal treatment from the bank's executives to all clients and customers.