

พฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร :
กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

นางสาวทัศนีย์ สระสำราญ¹ และ รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 ตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานประกอบด้วย Independent Samples t-test, One-way ANOVA และ LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าการใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเข้าใจ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพอ่อนโยน และด้านการสื่อสาร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินด้านการสื่อสาร และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในภาพรวม ส่วนพฤติกรรมของลูกค้า ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง และด้านการตอบสนอง
คำสำคัญ: ธนาคาร ธุรกรรมการเงิน พฤติกรรม

CUSTOMER BEHAVIORS AFFECTING THE USAGE OF FINANCIAL TRANSACTION SERVICE:
A CASE STUDY OF GOVERNMENT SAVINGS BANK, LAM LUKKA DISTRICT BRANCH,
PATHUMTHANI PROVINCE

Miss Thassanee Srasamran and Associate Professor Apirada Suthisanont

ABSTRACT

This study aimed to explore demographic factors and customer behaviors that affected the usage of financial transaction service. The sample group was 400 customers of Government Savings Bank, Lam LukKa District Branch, Pathum Thani Province. Questionnaires were used to collect data. Data were analyzed using descriptive statistics including Percentage, Mean, and Standard Deviation; and inferential statistics including Independent Samples t-test, One-way ANOVA, and LSD at the statistical significance level of 0.05.

The study results found that the usage of financial transaction service in the aspects of reliability, credibility, and understanding were in the highest level of importance. The aspects of responsiveness, access, courtesy, and communication were in the high level of importance.

The hypothesis results found that differences in occupation and monthly income affected the usage of financial transaction service in the aspect of communication. The differences in monthly income affected the usage of financial transaction service in the total aspect. The customer behaviors in the aspect

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

of differences in usage time period affected the usage of financial transaction service in the aspects of reliability and responsiveness.

Keywords: bank, financial transaction, behavior

บทนำ (Introduction)

ในสถานการณ์ปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง ในธุรกิจการเงินของประเทศ แต่เนื่องจากรัฐบาลในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญในการสนับสนุนการส่งเสริมในการลงทุนที่เปิดกว้าง ยิ่งรวมถึงธุรกรรมทางการเงินและด้านการใช้บริการ จึงต้องพยายามสร้างแรงผลักดันในการสร้างกลยุทธ์ ในการแข่งขันของคู่แข่งกัน เพื่อที่จะได้ทำให้เสถียรภาพของบริษัท ได้เปรียบคู่แข่งและยังสร้างความมั่นใจความน่าเชื่อถือต่อการใช้บริการของลูกค้า ทั้งนี้ยังเป็นที่ยอมรับของทางสังคมและธนาคารออมสินยังพร้อมทั้งศักยภาพของสถาบันการเงินและการธนาคารของประเทศไทยในปัจจุบัน มีช่องทางหลากหลายในการทำธุรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับรูปแบบการทำธุรกรรมที่ต่าง ๆ กัน ทำให้ระบบธนาคารไทยมีการจัดการระบบที่ทันสมัยให้มากขึ้น จึงปรับตัวทั้งภายในและภายนอก จึงทำให้ธนาคารพาณิชย์และธนาคารเอกชน แข่งขันกันอย่างรุนแรงในการให้บริการ เพื่อต้องการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ธนาคารจึงนำเสนอบริการที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ และรักษาส่วนแบ่งลูกค้า และรักษาสัดส่วนการครองตลาดไว้ ธนาคารออมสินคือ สถาบันการเงินที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลทำธุรกิจภายใต้ “พระราชบัญญัติธนาคารออมสินพ.ศ.2489” สังกัดกระทรวงการคลัง มีคณะกรรมการเป็นผู้ดูแลที่ได้รับการแต่งตั้งจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ธนาคารออมสินได้ดำเนินธุรกิจธนาคารตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2490 เป็นต้นมา ธนาคารออมสินในระยะเวลาที่ผ่านมามีจุดยืนตามวิสัยทัศน์ของธนาคารออมสิน “ เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออมและเป็นผู้นำในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและลูกค้ารายย่อยด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล” ธนาคารต้องการสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดความเข้มแข็งและทำให้ระดับคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ธนาคารได้ให้บริการอย่างดีปรับตัวให้ทันยุคทันสมัย ในการรักษากฎเกณฑ์การปรับเปลี่ยนแปลง ในการให้บริการที่ครบวงจรทันสมัย เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อภายนอก ในกลุ่มลูกค้า ทุกวัย ทุกอาชีพ ต้องการให้บริการที่ครอบคลุม กับทุกบริการอย่างประทับใจ จุดเด่นของธนาคารที่ทำให้ลูกค้าคงอยู่ และก้าวไปพร้อมกับธนาคาร เพราะธนาคารเป็นหน่วยงานของรัฐที่ให้ความช่วยเหลือตอบสนองนโยบายของรัฐอย่างแท้จริง จึงทำให้ธนาคารสามารถอยู่ได้ ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ในปัจจุบันอีกทั้งการให้ความสำคัญกับพฤติกรรมของลูกค้าที่ในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างที่เราคาดเดาได้ยาก

ดังนั้นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินเพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาหรือวางแผนสายงานของผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารและวางกลยุทธ์ในการทำแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้ เพราะจะได้มองเห็นความต้องการของลูกค้าเป้าหมายของลูกค้าในการทำธุรกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถจะทำได้ทำให้ธนาคารได้เปรียบในการทำธุรกรรมการเงินอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินสาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาธุรกรรมของธนาคารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า
2. เพื่อนำแนวคิดจากทฤษฎีและการศึกษาครั้งนี้ไปเป็นตัวแบบหรือสร้างรูปแบบของธุรกรรมการเงินแบบใหม่ของลูกค้าต้องการ
3. เพื่อนำผลของการศึกษาที่ได้ ไปวางแผนการบริการ กับลูกค้าเพื่อใช้สร้างความได้เปรียบในการทำธุรกรรมการเงินต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

ขอบเขตของการวิจัย

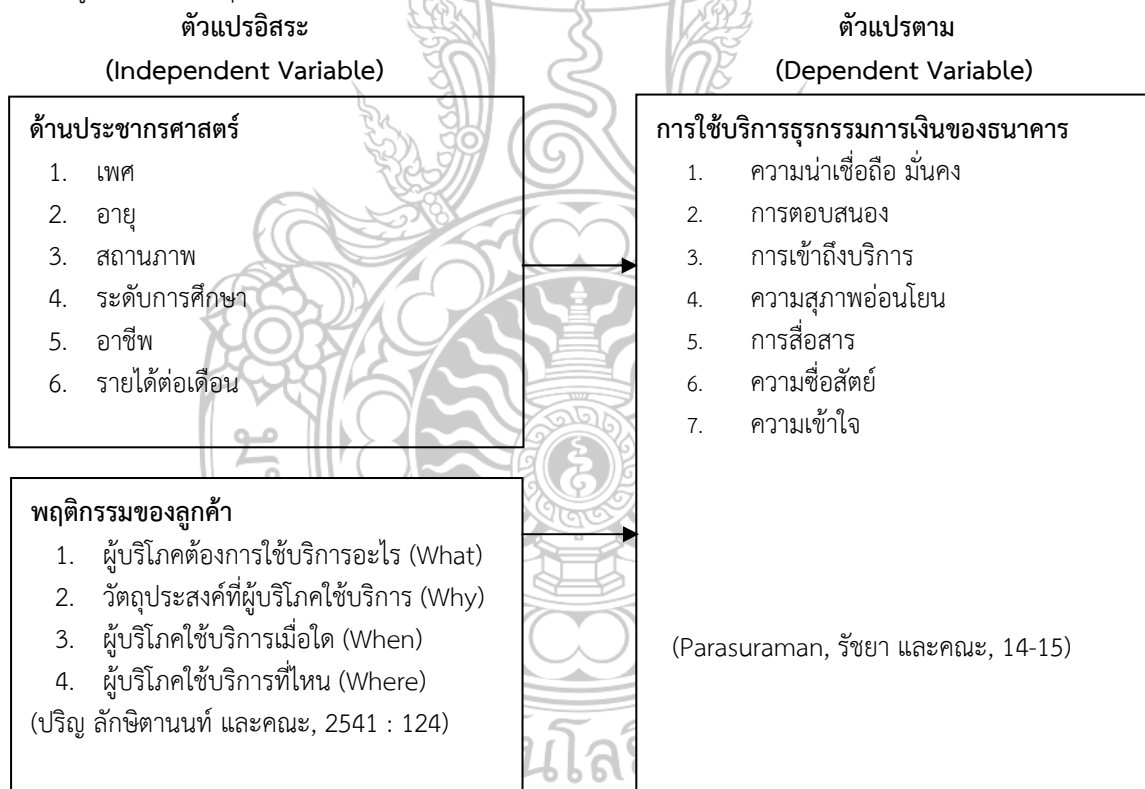
1. ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสิน มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้ ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมของลูกค้า ประกอบด้วย ผู้บริโภคต้องการใช้บริการอะไร(What) วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคใช้บริการ (Why) ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อใด (When) ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน (Where) ตัวแปรตาม ได้แก่ การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ มั่นคง การตอบสนอง การเข้าถึงบริการ ความสุภาพอ่อนโยน การสื่อสารความซื่อสัตย์ ความเข้าใจ
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เป็นลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาได้มาจาก สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง
3. ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา คือ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนธันวาคม 2555

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

เรื่องพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร : กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

วิธีการวิเคราะห์

การศึกษานี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) จัดถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสินซึ่งได้ทำการศึกษาค้นคว้าจาก ตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วทำการรวบรวมข้อมูลที่ได้นำมาประยุกต์ในการสร้างคำถามเพื่อจัดทำแบบสอบถามขึ้นมาโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 : การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างลูกค้า เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed ended question) โดยคำตอบจะเป็นลักษณะแบบหลายตัวเลือก (Multiple choice question)

ส่วนที่ 2 : การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของลูกค้า ในการใช้บริการธุรกรรมการเงินเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed ended question) โดยคำตอบจะเป็นลักษณะแบบหลายตัวเลือก (Multiple choice question)

ส่วนที่ 3 : การวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบมาตราอันตรภาคประมาณค่า (Interval Rating-Scale) โดยนำแนวทางการวัดทัศนคติแบบ Likert Scale มาใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่าระดับการยอมรับตามความเป็นจริง 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 : การวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสิน คำตอบเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ได้ทำชุดคำถามแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (Try - Out) ตามสูตร Cronbach's Alpha โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้เท่ากับ 0.856 ซึ่งมากกว่า 0.07 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการรวบรวมข้อมูล ในการเก็บแบบสอบถามได้ทำการเก็บข้อมูลแบบ (Convenience Sampling) ตามความสะดวก ได้ทำการแบ่งลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำการศึกษา 2 แห่ง ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้ทำการรับตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้มีลำดับขั้นตอน โดยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินในธนาคารจำนวน 400 คน ในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม 2555 เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงสถิติต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้ทำการค้นคว้าจาก ตำรา งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง เอกสารวิชาการ นำมาสังเกตประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการ และพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการทำการศึกษาในเรื่องที่ศึกษา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้หาค่าเฉลี่ย หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ ด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของลูกค้า และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์ในการทดสอบสมมติฐาน งานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินธนาคารออมสินแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ Independent Sample t-test และ One-way ANOVA

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมการเงินของลูกค้าที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ One-way ANOVA

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล (Results and Discussion)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มีสถานภาพ สมรส มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ และมีรายได้ อยู่ในระดับ 20,001 - 30,000 บาทต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรม การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ในครั้งนี้ส่วนใหญ่ มีความต้องการใช้บริการ สินเชื่อบุคคลและสินเชื่อธุรกิจ มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อต้องการเงินเพื่อไปชำระหนี้สิน มีช่วงเวลาในการใช้บริการในช่วงเวลาระหว่างวันที่ 1 - 10 ของเดือน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร พบว่าการใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเข้าใจ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพอ่อนโยน และด้านการสื่อสาร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินด้านการสื่อสาร และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในภาพรวม ส่วนพฤติกรรมของลูกค้าด้านช่วงเวลาในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง และด้านการตอบสนอง

ตารางที่ 1 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์						
การให้บริการธุรกรรมการเงิน	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง	-	-	-	-	-	-
2.การตอบสนอง	-	-	-	-	-	-
3.การเข้าถึงบริการ	-	-	-	-	-	-
4.ความสุภาพอ่อนโยน	-	-	-	-	-	-
5.การสื่อสาร	-	-	-	-	√	√
6.ความซื่อสัตย์	-	-	-	-	-	-
7.ความเข้าใจ	-	-	-	-	-	-
ภาพรวม	-	-	-	-	-	√
√	คือ มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05					
-	คือ ไม่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05					

ตารางที่ 2 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ดังนี้

การให้บริการธุรกรรมการเงิน	พฤติกรรมของลูกค้า			
	ความต้องการ (What)	วัตถุประสงค์ (Why)	ช่วงเวลา (When)	สถานที่ (Where)
1.ความน่าเชื่อถือ มั่นคง	-	-	√	-
2.การตอบสนอง	-	-	√	-
3.การเข้าถึงบริการ	-	-	-	-
4.ความสุภาพอ่อนโยน	-	-	-	-
5.การสื่อสาร	-	-	-	-
6.ความซื่อสัตย์	-	-	-	-
7.ความเข้าใจ	-	-	-	-
ภาพรวม	-	-	-	-
√	คือ มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05			
-	คือ ไม่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05			

อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้ำที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่า การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน กรณีศึกษาธนาคารออมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี การใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเข้าใจ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพอ่อนโยน และด้านการสื่อสาร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก และผลจากการทดสอบสมมติฐาน อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินด้านการสื่อสาร และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในภาพรวม ส่วนพฤติกรรมของลูกค้ำด้านช่วงเวลาในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง และด้านการตอบสนอง ซึ่งทางธนาคารมีการใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ที่ง่ายสะดวก รวดเร็ว มีความน่าเชื่อถือ มีความมั่นคงให้กับลูกค้ำ เนื่องจาก พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ มีการสื่อสารกับลูกค้ำอย่างเข้าใจ ทำให้ลูกค้ำเกิดความเข้าใจและลูกค้ำมีการได้รับตอบสนองอย่างดี ธนาคารมีฐานะมั่นคง พรชัย อนันบุญทริก (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของลูกค้ำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ด้านสถานที่ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสังคม ผลการศึกษาจำแนกตามกลุ่มผู้ใช้บริการ พบว่า ในกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย กลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทยและธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัยมากที่สุด ในส่วนของความปลอดภัยที่สูง ธนาคารมีฐานะที่มั่นคง ส่วนกลุ่มประชาชนทั่วไปผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์ของรัฐบาล จะคำนึงถึงปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน มากที่สุดในประเด็นที่เจ้าหน้าที่มีการแต่งกาย สุภาพ เรียบร้อย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์เอกชนไทย จะคำนึงถึงปัจจัยด้าน เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์มากในประเด็นระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ ที่ทันสมัยและเชื่อถือได้ และความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการให้บริการและจากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาข้อมูลที่ได้ศึกษานำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ในกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน เช่น ในอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว และผู้ที่รับจ้างทั่วไปและใช้แรงงาน โดยให้ความสำคัญกับกลุ่มที่แตกต่าง และ ผู้ที่มีรายได้ในกลุ่ม 40,001 ขึ้นไปด้วย พบว่าลูกค้ำที่มาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วง วันที่ 1 - 10 ของเดือน จึงควรเพิ่มพนักงานและวิธีการให้มีความเหมาะสมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร และได้นำเอาผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาธุรกรรมของธนาคารให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ำ และนำแนวคิดจากทฤษฎี งานวิจัยนี้ไปเป็นตัวแบบหรือสร้างรูปแบบของธุรกรรมการเงินแบบใหม่ที่ลูกค้ำต้องการ และเพื่อนำผลของการศึกษาที่นำไปวางแผนการบริการ กับลูกค้ำเพื่อใช้สร้างความได้เปรียบในการทำธุรกรรมการเงินต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีประเด็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ซึ่ง ลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน พบว่า ปัจจัยของด้านอาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินมีความแตกต่างกัน ในด้านการสื่อสาร และด้านภาพรวม แสดงว่า ธนาคารออมสิน ควรใส่ใจในการบริการช่องทางการสื่อสารกับลูกค้ำ ปรับปรุงวิธีการและขั้นตอนที่ทำให้ลูกค้ำสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยอาจจะมีการอธิบายขั้นของลักษณะของการทำธุรกรรมการเงินให้ลูกค้ำได้ทราบ ชี้แจงขอบเขตลักษณะงานเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้ำได้ง่าย เพื่อที่จะทำให้ลูกค้ำสามารถสื่อสารกับทางธนาคาร ได้อย่างสะดวกสบาย ผู้ที่เข้ามาใช้บริการจะได้เกิดความประทับใจ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร

2. พฤติกรรมของลูกค้ำที่ต่างกัน มีผลต่อ การใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน พบว่า พฤติกรรมของลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสิน ในด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ในด้านความน่าเชื่อถือ มั่นคง และ ด้านการตอบสนอง แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมของลูกค้ำในด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการ มีความสำคัญในการใช้บริการธุรกรรมการเงินที่ ลูกค้ำจะให้ความน่าเชื่อถือ มั่นคง และให้การตอบสนองกับธนาคารออมสิน ควรสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นคงให้กับลูกค้ำโดยมีความสม่ำเสมอใน

การให้บริการ สร้างความปลอดภัยในการบริการ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าจะสามารถพึ่งพา และเป็นส่วนหนึ่งกับธนาคาร และให้การตอบสนองในการบริการ มีความพร้อมในการบริการ มีความความเต็มใจในการบริการ และมีการติดต่อกับลูกค้า อย่างต่อเนื่อง ুক্তีเวลาให้ โดยให้ความสำคัญต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดีมีมาตรฐาน ทำให้ลูกค้าเชื่อถือและไว้วางใจให้กับธนาคารอมสิน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ในการทำการศึกษาค้นคว้าต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ เพื่อทำการเปรียบเทียบการใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพ เช่น การบริการด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ การให้บริการชำระสินค้าและบริการต่าง ๆ

2. ในการทำการศึกษาค้นคว้าต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาในการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคารอมสิน กรณีศึกษาธนาคารอมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี เพื่อทราบปัญหาในการดำเนินงานและเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ความล่าช้าในการใช้บริการ ความยุ่งยากในการขอรับบริการ เป็นต้น

บทสรุป (Conclusion)

ผลการศึกษาลักษณะพฤติกรรมของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินของธนาคาร : กรณีศึกษา ธนาคารอมสิน สาขาในอำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผลการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของทางธนาคาร ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเข้าใจ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึงบริการ ด้านความสุภาพอ่อนโยน และด้านการสื่อสาร มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินด้านการสื่อสาร และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินในภาพรวม ส่วนพฤติกรรมของลูกค้า ด้านช่วงเวลาในการใช้บริการที่ต่างกันมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงิน ด้านความน่าเชื่อถือมั่นคง และด้านการตอบสนอง

เอกสารอ้างอิง (Reference)

- กัลยา วาณิชย์บัญชา และคนอื่น ๆ. 2546. ทศคนคิดและปัจจัยที่มีผลต่อผู้ถือบัตรชำระเงินของธนาคารไทยในการซื้อสินค้าและบริการผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- แก้วตา ฮวดใหม่. 2553. ความคาดหวัง การรับรู้จริง และแนวโน้มการใช้บริการชำระของลูกค้าที่ใช้บริการเงินฝากกับธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) สาขาอโศก. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการทั่วไป : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จรรยาพร กุลอานวยชัย. 2538. ความพึงพอใจของผู้รับบริการสังคมสงเคราะห์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท : กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จริยา เรือนแก้ว. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ของนักศึกษาสายสังคมศาสตร์ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ดวงกมล กรมาทิพย์สุข. 2550. ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการต่อพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2540. การวางแผนการบริหารการจัดการ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นภาศิริ สะดา. 2550. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำกัด. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์. 2541. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ.
- พจนีย์ สุขหน้าไม้. 2553. คุณภาพการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ กรณีศึกษาสาขาสุขสวัสดิ์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- พรชัย อนันบุญทริก. 2547. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภรรคพล อุดระทอง. 2552. ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการ บริษัท ไทยซัมซุง
อิเล็กทรอนิกส์ จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุพัตรา มานูเด็น. 2550. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ระบบสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์ : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์. 2553. ทักษะและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Belch, G.E. ; and Belch. M.A. 2004. **Advertising and Promotion: An Integrated Marketing
Communications Perspective.** 6th ed. Boston : McGraw-Hill.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D, 1993. **Consumer Behavior.** 7th ed. Fort Worth : The Dryden Press,
Inc. Miniard Paul W.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L.1988. **SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring
Consumer Perception of Service Quality.** Journal of Retailing 64 (1), 12-40.

