

ทัศนคติของลูกค้าต่อการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา  
สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานี

นางสาวศรินรัตน์ เศรษฐฐานุพันธ์<sup>1</sup> และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมมารี รักษ์ชูชีพ<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการของธนาคารจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Samples t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุประมาณ 41-50 ปี มี การศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ 25,001-35,000 บาท รู้จักหรือเคยใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร ประเภทสินเชื่อ รับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารจากสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นว่าการใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารคือไม่เกิน 1,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่จะทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและครบถ้วนสมบูรณ์คือการติดต่อให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ ในภาพรวมทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพและด้านที่น้อยที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์บริการ และพบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ทัศนคติ พฤติกรรมการรับรู้ การขายผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

CUSTOMER ATTITUDES TOWARD SELLING OF FINANCIAL PRODUCTS AT  
BANK OF AYUDHYA, FUTURE PARK RANGSIT BRANCH,  
PATHUM THANI PROVINCE

Miss Srinrat Setthanupon and Assistant Professor Dr.Khemaree Ruçhoochip

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to explore customer's attitude toward the selling of financial products at Bank of Ayudhya, Future Park Rangsit Branch. The sample group was 400 bank's customers. Questionnaires were the research tool used to collect data. Data were analyzed using Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, Independent Samples t-test, and One-way ANOVA at the statistical significant level of 0.05.

The results found that most the sample group were females, 41-50 years old, Bachelor's degree, single, corporate employees, monthly income 25,001-35,000 baht, aware of/familiar with banking

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

loan products, and aware of financial products information from the advertising media and public relations. The study revealed that the proper expense for choosing a financial product was not in excess of 1000 baht, and the proper channel to receive complete and convenient information about products was telephone contact. Overall, in attitudes toward proposing to sell financial products, promotion was in the highest level, followed closely by physical characteristics, and service products were in the least level. The differences in awareness of products information and proper expenses affected attitudes toward proposing to sell financial products at the statistical significant level of 0.05.

**Keywords:** attitudes, awareness behavior, selling financial product

## บทนำ (Introduction)

ธนาคารคือ สถาบันที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางทางการเงินที่ใช้เชื่อมต่อบริษัทและมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตและการพัฒนาธุรกิจของประเทศไทย และในปัจจุบันประเทศไทยได้เปิดให้ธนาคารต่างชาติเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น ก่อให้เกิดการแข่งขันกันระหว่างธนาคารพาณิชย์ของไทยด้วยกันเองและธนาคารต่างชาติที่มีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าแต่ละธนาคารจะมีผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ครบวงจรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนิติบุคคล และลูกค้าบุคคล เช่น บริการเงินฝาก สินเชื่อ บัตรเครดิต เช่าซื้อ การลงทุน ประกันวินาศภัยและการประกันชีวิต เป็นต้น จะเห็นได้ว่าธนาคารแต่ละแห่งจะแข่งขันกันนำเสนอจุดเด่นในผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อดึงดูดลูกค้าแต่ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์และข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย เช่น การแข่งขันกันด้านดอกเบี้ยเงินฝากซึ่งแต่ละธนาคาร ที่เห็นได้เด่นชัดจนเลยก็คือเน้นอัตราดอกเบี้ยที่ค่อนข้างสูงแต่จะมีกลยุทธ์ไม่เหมือนกัน กล่าวคือ ธนาคารบางแห่งอาจกำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้สูงแต่ลูกค้าต้องฝากระยะยาวหรือรับดอกเบี้ยเป็นขั้นบันไดตามระยะเวลาการฝาก หรือสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำผ่อนระยะยาว หรือประกันวินาศภัยและประกันชีวิตที่ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด ทั้งนี้แต่ละธนาคารจะต้องคิดสร้างจุดเด่นและออกแบบวางกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไปเพื่อที่จะทำให้ธนาคารของตนเองมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด เพราะในปัจจุบันการขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินเหล่านี้จัดเป็นรายได้ของธนาคาร ธนาคารจึงต้องมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ในส่วนของธนาคารกรุงศรีอยุธยาจัดเป็นธนาคารที่มีความน่าเชื่อถืออันดับที่ 5 ของประเทศไทยและมุ่งเน้นจะพัฒนาไปสู่เป้าหมายการเป็นธนาคารอันดับ 1 ของประเทศไทย ธนาคารจึงได้คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เพื่อให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีต่อธนาคารและก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ธนาคารให้มากที่สุด ดังนั้นธนาคารจึงต้องนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นของธนาคารเองและเสนอขายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ แต่ทั้งนี้ลูกค้าที่มาใช้บริการแต่ละบุคคลมีปฏิกิริยาตอบสนองที่ต่างกันไปเวลาที่พนักงานของธนาคารแนะนำหรือนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาแนวความคิดและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารเพื่อที่จะได้สามารถวิเคราะห์พฤติกรรมความชอบหรือไม่ชอบของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเพื่อที่จะได้สร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ลูกค้าต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยในเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขา พิเวเจอร์พาร์ค จังหวัดปทุมธานี

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารของลูกค้าต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาพิเวเจอร์พาร์คครั้งสี่ จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาพิเวเจอร์พาร์คครั้งสี่ จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างทางด้านทัศนคติของลูกค้าต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาพิเวเจอร์พาร์คครั้งสี่ จังหวัดปทุมธานีตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่ต่างกัน

## ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต จังหวัดปทุมธานี เพื่อที่ทางธนาคารกรุงศรีอยุธยา จะนำไปประกอบการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ในด้านการบริการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและมีทัศนคติที่ดีต่อธนาคาร

2. ข้อมูลที่ได้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการบริการในด้านการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินและสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

## วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive research) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลมาประกอบการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการของธนาคาร การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Samples t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ขอบเขตของการวิจัย

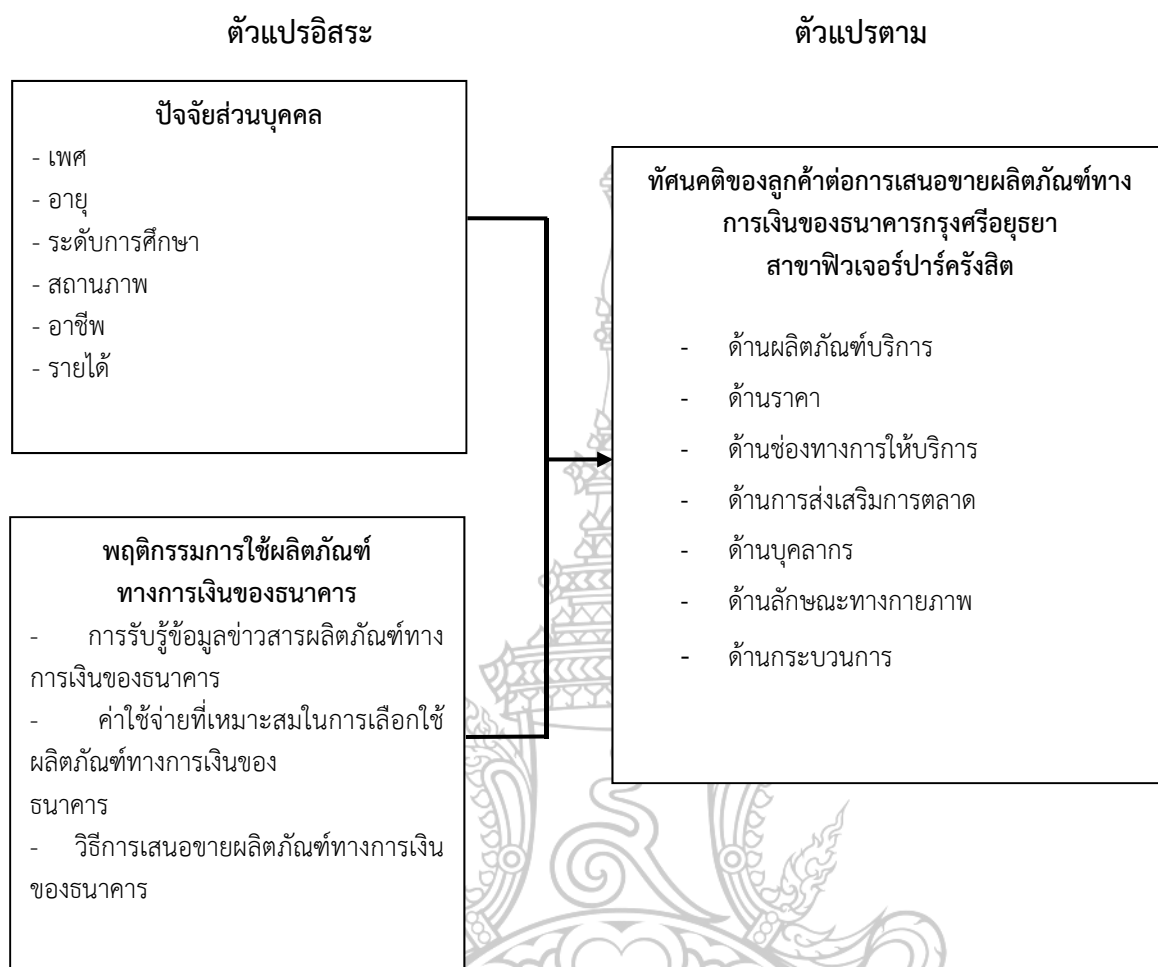
การศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต จังหวัดปทุมธานีมีขอบเขตการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ข้อ ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต จังหวัดปทุมธานี
2. ใช้ตัวแปรในการวิจัย 2 ประเภท คือ
  - 2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคาร ดังนี้
    - 2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพ และรายได้
    - 2.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการของธนาคาร ได้แก่ รับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารและวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร
  - 2.2 ตัวแปรตาม (dependent Variables) คือ ทัศนคติของลูกค้าต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขา ฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต แบ่งเป็นรายด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ
3. พื้นที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัย คือ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการ
4. ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2555 – มกราคม 2556

## สมมุติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ค รังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

### วิธีการวิเคราะห์

ในการวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หลังจากได้ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นตัวเลข (Code) แล้วบันทึกรหัสลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และเขียนโปรแกรมสั่งงานด้วยการใช้สถิติต่อไป

การทดสอบสมมติฐานของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน

1) ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test

2) ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุระดับการศึกษา สถานภาพอาชีพ และรายได้โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Analysis of Variance (ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

การทดสอบสมมติฐานของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ทดสอบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร ได้แก่รับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเลือกใช้บริการทางการเงินของธนาคารและวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของ

ธนาคารโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Analysis of Variance (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

## ผลการวิจัยและการอภิปรายผล (Results and Discussion)

### ผลการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีเพศที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีอายุที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีอาชีพที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารแตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารแตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

### อภิปรายผล

การศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์คังสิต จังหวัดปทุมธานีมีประเด็นต่าง ๆ ที่สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างรู้จักหรือเคยใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารประเภทสินเชื่อ รับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารจากสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารคือไม่เกิน 1,000 บาทและมีวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่จะทำให้ได้รับข้อมูล

ข่าวสารของผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวกและครบถ้วนสมบูรณ์คือการติดต่อให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุริรัตน์ วรรณทอง (2550) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ใหม่และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการด้านสินเชื่ออยู่ในระดับปานกลาง

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือความหลากหลายของผลิตภัณฑ์บริการข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภิญาภัทรพรพิสิฐ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่าระดับส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าในการใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด เหตุผลเพราะธนาคารได้มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านราคากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือความเหมาะสมของราคาข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐ บัญแพ (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางบัว เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าด้านราคา ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคืออัตราดอกเบี้ย รองลงมาคือค่าธรรมเนียม ค่าใช้จ่ายสมัครสมาชิกมีความเหมาะสมและอัตราแลกเปลี่ยน ตามลำดับ

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านช่องทางการให้บริการกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือการรักษาความลับส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของนารีรัตน์ ภูมาศ (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขามหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัญชีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดคือความน่าเชื่อถือของธนาคาร

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของรุ่งกานต์ ฉัตรวีระชัยกิจ (2543) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารพฤติกรรมในการใช้บริการและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะว่าธนาคารควรมีการประชาสัมพันธ์นำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ของธนาคารให้มากกว่านี้เพราะผลการวิจัยพบว่าลูกค้าได้รับข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ น้อยมาก ส่วนใหญ่จะมีการนำเสนอในช่วงที่มีผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เท่านั้น สินค้าและผลิตภัณฑ์บางตัวไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้าเพราะไม่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อให้ลูกค้าทราบและข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เชิดพงษ์ ศุภคุณภิญโญ (2546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของ ผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองร้อยเอ็ดจากผลการศึกษาพบว่าธนาคารพาณิชย์ควรมีการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจนในแต่ละกลุ่มลูกค้าของธนาคาร

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านบุคลากรกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุ่งกานต์ ฉัตรวีระชัยกิจ (2543) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารพฤติกรรมในการใช้บริการและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีที่สุดในเรื่องการบริการที่ดีพนักงานนอกจากนี้ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุการ์ มะหะหมัด (2548) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาทัศนคติในการใช้บริการของลูกค้าชาวไทยมุสลิมศึกษาเฉพาะกรณี : ธุรกิจธนาคารอิสลาม ธนาคารออมสิน สาขานองจอกพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารอิสลามและธนาคารออมสิน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย มีทัศนคติที่มากที่สุดในเรื่องความรู้และการบริการของพนักงานและข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของอำพล เกตุทวี (2548) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ จากการศึกษาพบว่าระดับพอใจมากที่สุดคือด้านคุณภาพของพนักงาน ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านลักษณะทางกายภาพกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือรูปแบบและความสวยงามของสถานที่ให้บริการข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของอำพล เกตุทวี (2548) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ จากการศึกษาพบว่าระดับพอใจมากที่สุดคือด้านคุณภาพของสถานที่

ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านกระบวนการกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือความสะดวกในการสมัครใช้บริการข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐ บัญแพ (2551)



พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขามหาวิทยาลัยมหาสารคามจำแนกตามอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มรกต ทองหนูน (2551) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าธนาคารที่มีปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลทางด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีรายได้ที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรีได้แก่ รายได้ต่อเดือน นอกจากนี้ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นารีรัตน์ ภูมาศ (2554) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)สาขามหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขามหาวิทยาลัยมหาสารคามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยมีผลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐฐ์ บุญแพ (2551) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางบัว เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าไม่พบความแตกต่างในด้านรายได้ต่อเดือนและข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนชครณ์ สุพัฒน์วีชรานนท์ (2549) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่มีปัจจัยพื้นฐานในด้านรายได้ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารไม่แตกต่างกัน

ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนชครณ์ สุพัฒน์วีชรานนท์ (2549) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย สำนักงานนาเหนือ ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยการส่งเสริมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการโฆษณา ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ด้านการส่งเสริมการขายและด้านการประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของมรกต ทองหนูน (2551) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 ผลการศึกษาพบว่า การบริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารในด้านสาขาที่ใช้บริการและการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์อื่นแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการและการได้รับคำแนะนำ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา สาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีที่มีวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารกรุงศรีอยุธยาสาขาฟิวเจอร์ปาร์ครังสิต จังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของมรกต ทองหนูน (2551) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม.10 ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ใช้บริการในด้านที่ได้รับคำแนะนำและสาขาที่ใช้บริการแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการของธนาคาร

## ข้อเสนอแนะ

1. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือความหลากหลายของผลิตภัณฑ์บริการดังนั้นทางธนาคารควรที่จะกำหนดประเภทของผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากพอเพื่อให้ครอบคลุมกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีลักษณะความต้องการผลิตภัณฑ์บริการที่มีความแตกต่างกัน และรวมถึงการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารในขณะนั้น



2. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านราคากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือความเหมาะสมของราคาซึ่งนอกจากการกำหนดผลิตภัณฑ์บริการให้มีความหลากหลายแล้วนั้น ทางธนาคารควรจะกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับลักษณะและคุณค่าของผลิตภัณฑ์บริการชนิดนั้น ๆ ด้วย และรวมถึงการกำหนดราคาโดยพิจารณาจากสินค้าคู่แข่งขั้นและสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้น

3. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านช่องทางการให้บริการกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือการรักษาความลับส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการดังนั้นทางธนาคารควรมีมาตรการในการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมถึงการกำหนดและการแจ้งนโยบายในการรักษาข้อมูลความลับส่วนบุคคลให้ลูกค้าทราบให้หลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะการใช้บริการผ่านระบบออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งทางธนาคารจะต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสูงสุด ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจในการใช้บริการให้กับลูกค้า

4. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านการส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนั้นทางธนาคารควรจะทำกรโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์บริการทางการเงินของธนาคารอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยต่อยอดความทรงจำให้กับผู้ใช้บริการไม่ให้หลงลืมผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร อีกทั้งทางธนาคารควรจะทำกรโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธนาคารที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องด้วย

5. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านบุคลากรกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานดังนั้นทางธนาคารควรมีการฝึกอบรมพนักงานให้ระลึกถึงภาระหน้าที่ของตนเองในการที่จะต้องให้บริการลูกค้าอย่างเต็มกำลังความสามารถเสมอ และทางธนาคารควรคัดเลือกบุคลากรที่มีความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการมาบริการลูกค้าเพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจในการใช้บริการให้สูงขึ้นได้

6. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านลักษณะทางกายภาพกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือรูปแบบและความสวยงามของสถานที่ให้บริการดังนั้นทางธนาคารควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการให้มีความสวยงามอยู่เสมอ ซึ่งได้แก่ การจัดระเบียบอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้พร้อมใช้งาน รวมถึงการตกแต่งสถานที่ให้มีความทันสมัย ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ากลุ่มผู้ใช้บริการสนใจใช้บริการกับธนาคารเพิ่มขึ้นได้

7. ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารด้านกระบวนการกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับมากที่สุดคือความสะดวกในการสมัครใช้บริการดังนั้นทางธนาคารควรจัดเจ้าหน้าที่คอยให้บริการและให้คำแนะนำกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภายในธนาคารอย่างเพียงพอ และในกรณีที่มีการสมัครใช้บริการประเภทต่าง ๆ ทางระบบออนไลน์ ทางธนาคารควรวางระบบการสมัครใช้บริการให้สามารถสมัครใช้บริการได้อย่างง่ายและสะดวกมากที่สุดลดความเครียดในด้านบทบาทในการทำงาน

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงคุณภาพของการบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังของผู้ใช้บริการธนาคาร เพื่อให้ทางธนาคารสามารถทราบระดับความคาดหวังของผู้รับบริการ และใช้เป็นแนวทางให้ทางธนาคารสามารถปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อให้อาจสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้สูงสุดและยั่งยืนได้ต่อไป

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงความต้องการของผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านการตลาดบริการ เป็นต้น เพื่อเป็นแนวทางให้ทางธนาคารสามารถปรับปรุงปัจจัยด้านการตลาดบริการให้มีความเหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้รับบริการต่อไป ซึ่งรวมถึงการสอบถามความต้องการของผู้รับบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ของทางธนาคารด้วย

#### บทสรุป (Conclusion)

ผู้ใช้บริการธนาคารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุประมาณ 41-50 ปี มี การศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ 25,001-35,000 บาทรู้จักหรือเคยใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารประเภท

สินเชื่อ รับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารจากสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นว่าค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารคือไม่เกิน 1,000 บาท มีความคิดเห็นต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารที่จะทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกและครบถ้วนสมบูรณ์คือการติดต่อให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ ในภาพรวมทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารอยู่ในระดับมากที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพและด้านที่น้อยที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์บริการ และพบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมที่แตกต่างกันทำให้ทัศนคติที่มีต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินแตกต่างกัน ความเครียดของพนักงานอยู่ในระดับน้อย รองลงมา คือ ความเครียดของพนักงานด้านพฤติกรรม ความเครียดของพนักงานอยู่ในระดับน้อย การศึกษาครั้งนี้มุ่งหวังที่จะลดความเครียดของพนักงาน ดังนั้นหากองค์กรทราบว่าจะปัจจัยในการปฏิบัติงานในเรื่องใดที่เป็นสาเหตุที่จะทำให้เกิดความเครียดของพนักงาน แล้วนำมาปรับปรุง แก้ไข และป้องกันไม่ให้เกิดความเครียดในการปฏิบัติงานของพนักงาน

### เอกสารอ้างอิง (Reference)

- เชิดพงษ์ ศุภคุณภิญโญ. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองร้อยเอ็ด. การศึกษาปัญหาพิเศษ มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ณัฐ์ บุญแพ. 2551 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางบัวเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ธนชครณ์ สุพัฒน์วิชานนท์. 2549 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทยสำนักงานนาเหนือ.วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- นารีรัตน์ ภูมาศ. 2554 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขามหาวิทยาลัยมหาสารคาม.รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มรกต ทองหนู. 2551 การตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารามอินทรา กม. 10. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- รุ่งกานต์ ฉัตรวีระชัยกิจ. 2543. การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมในการใช้บริการ และทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรรัตน์ วรรณทอง. 2550. ภาพลักษณ์ใหม่ และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อภิญา ภัทราพรพิสิฐ. 2553 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนแสงชูโตจังหวัดกาญจนบุรี.การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อำพล เกตุทวี. 2548. ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสานักงานนาเหนือ.ปริญญาโท (สาขา การจัดการทั่วไป). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.