

บทคัดย่อ

การวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารของรัฐ กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกใช้บริการของลูกค้า ซึ่งปัจจัยในการเลือกใช้บริการนี้จะแตกต่างกัน เช่น ชอบบริการ อยู่ใกล้บ้าน ไม่มีทางเลือก และอื่น ๆ เป็นต้น ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารมีความสำคัญต่อธุรกิจของธนาคารเป็นอย่างมาก ปัญหาที่ผู้ใช้บริการได้ประสบในการมาใช้บริการ เป็นสิ่งจำเป็นที่ธนาคารจะต้องปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำไปเป็นข้อเสนอแนะต่อธนาคาร เพื่อพิจารณาดำเนินการต่อไป

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามผู้มาใช้บริการกับสาขาต่าง ๆ จำนวน 700 ชุด และได้รับแบบสอบถามคืนมาจำนวน 540 ชุด ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นใช้วิธี Nonparametric Test โดยใช้ค่าร้อยละ เพื่อแสดงแนวโน้มของการแจกแจงความถี่ และค่า Chi-Square เพื่อทดสอบสมมติฐาน และวิธี Parametric Test โดยใช้วิธี ANOVA โดยใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และการคำนวณทั้งหมดใช้โปรแกรม SPSS+/PC

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้ใช้บริการให้เหตุผลที่มาใช้บริการเพราะอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และชอบบริการ และเมื่อวิเคราะห์ตามปัจจัยเศรษฐกิจสังคมพบว่า เพศ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา จะมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาด เมื่อทำการวิเคราะห์แยกตามสาขาของธนาคารทั้ง 5 สาขา พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในประเด็นของการบริการ ค่าบริการ และการโฆษณา ส่วนการบริการซึ่งถือว่าเป็นหัวใจของการให้บริการนั้น เมื่อทำการวิเคราะห์ตามปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคมของลูกค้าพบว่า อายุ อาชีพ รายได้ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบปัญหาจากผู้ใช้บริการที่ได้ตอบแบบสอบถามมา จึงได้เสนอแนะไว้หลายประการ โดยเฉพาะการให้บริการของธนาคารนั้น ไม่ควรพิจารณาเฉพาะส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพียงอย่างเดียว ควรพิจารณาถึงตลาดภายใน (Internal Marketing) และการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างลูกค้าผู้ใช้บริการกับธนาคาร (Interactive Marketing) ด้วย นอกจากนั้นจะต้องหาวิธีการแก้ปัญหาการรอคอยของลูกค้าด้วยการบริการที่รวดเร็วและมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจและเลือกใช้บริการกับธนาคาร