

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคใน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี

Factors Affecting the Selection to Use Service of Government Savings Bank among Consumers in Saiburi , Pattani Thailand

มณฑณี ยงยศยิ่ง

Montanee Yongyosying

Tel. 086-9585647 Email : montanee_27@hotmail.com

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการฯ จังหวัดสงขลา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี จากการศึกษาได้นำลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ที่ใช้บริการธนาคารออมสิน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน มาวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ และด้านการรับรู้เมื่อพูดถึงธนาคารใน อำเภอสายบุรี ท่านนึกถึงธนาคารออมสินเป็นอันดับแรก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนประสมทางการตลาด 7 P's พบว่าโดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านราคา ส่วนปัจจัยอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความผูกพันต่อธนาคารและใช้บริการมายาวนาน จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพที่ ด้านการรับรู้ และด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P's พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อการ

เลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคในอำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด การรับรู้

Abstract

The purpose of this research was to study demography affecting the selection to use service of Government Savings Bank among consumers in Saiburi, Pattani, perception factors affecting the selection to use service of Government Savings Bank among consumers in Saiburi, Pattani, and marketing mix 7P factors affecting the selection to use service of Government Savings Bank among consumers in Saiburi. The sampling group was 450 consumers who used Government Savings Bank service. The data collection was simple random sampling that was analyzed percentage, mean, standard deviation and one-way ANOVA.

As the result, the sample consisted of consumers who used mobile banking was female, age between 26-40 years old, they were undergraduate, business owner and self-employed. In perception, most consumers knew Government Savings Bank in first bank that overall had the highest level. Marketing mix 7P had good level as follows; officer, process and price. Factors affecting the selection to use service of Government Savings Bank had the highest level as follows; long relationship and use bank service. According to hypothesis, sex, age, education level, occupation, perception, and marketing mix 7P, product, price, channel of distribution, promotion, officer, physical factor, process were different that affecting the selection to use service of Government Savings Bank among consumers in Saiburi, Pattani with statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Perception, Marketing Mix 7P

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงและเมื่อ 2 – 3 ปีที่ผ่านมาธนาคารโลกจะมีปัญหาทางด้านกลุ่มยูโร การแยกตัวออกจากสหภาพยุโรปของอังกฤษ ทำให้ผลกระทบกับค่าเงินเป็นอย่างมากหรือแม้แต่วิกฤตการณ์ครั้งล่าสุดที่เกิดกับค่าเงินเปโซของ อาร์เจนตินาและค่าเงินลีราของตุรกี สาเหตุจากระบบการเมืองการปกครอง และในปี 2008 ที่มีจุดเริ่มต้นจากตลาดอสังหาริมทรัพย์ในสหรัฐฯ แต่กลับส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ทำให้เศรษฐกิจโลกหดตัวลงมากเหลือเพียงร้อยละ -2 จาก

ช่วงปกติที่ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 3 - 4 ขณะที่เศรษฐกิจและตลาดหุ้นของไทยก็ได้รับผลกระทบด้วย เช่นกัน จึงเปรียบเทียบเมื่อนบทเรียนความเสี่ยงโลกชั้นพื้นฐานที่ต้องการทำความเข้าใจและหาแนวทางในการตรวจวัด อนุภูมิตามความเสี่ยงโลก รวมถึงชี้ประโยชน์ในการติดตามความเสี่ยง เหล่านี้ (ทิพย์ประภา เจริญเจริญ และณัคนางค์ กุลนาถศิริ, 2561)

จากภาวะเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้รูปแบบการ ดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย ทุกองค์กรจำเป็นต้องมีการแข่งขัน เพื่อสร้างความ แตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการให้บริการ มีจุดมุ่งหมายเพื่อ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด สถาบันการเงินถือว่ามีความสำคัญ ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยสถาบันการเงินจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ออมและ ผู้ลงทุน ธนาคารเป็นสถาบันการเงินประเภทธุรกิจบริการที่มีการแข่งขันสูง และมีแนวโน้มที่จะแข่งขันกัน มากขึ้น เนื่องจากมีสถาบันการเงินที่หลากหลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ ธนาคาร (Non Bank) การเปิดตัวของธนาคารพาณิชย์รายใหม่ การขยายสาขาใหม่ และธนาคารที่เกิดจาก การควบรวมกิจการ เพิ่มขึ้นหลายแห่ง (มนตรี จริยมหาวงศ์, 2548)² ธนาคารออมสิน อำเภอสายบุรี จังหวัด ปัตตานี เป็นสาขาหนึ่งในสังกัดสำนักงานธนาคารธนาคารออมสิน จังหวัดปัตตานี ได้ดำเนินงานที่สอดคล้อง กับนโยบายที่ธนาคารกำหนดในการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถให้บริการ ทางด้านการเงินเช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ได้ มีผลการดำเนินงานด้านการให้บริการรับฝากเงิน จำนวนเงินฝากที่ลูกค้าได้นำมาฝากไว้กับ ธนาคารออมสิน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี มีการขยายตัว เพิ่มขึ้น และธนาคารได้ให้บริการลูกค้าทั้งด้านสินเชื่อและด้านการเงิน ด้านการบริการทางการเงินของ ธนาคารออมสิน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี นั้นมีกระแสตอบรับจาก ผู้มาใช้บริการทั้งในด้านบวก ทางด้านผลิตภัณฑ์ฝากเงิน และด้านลบในความล่าช้าของการให้บริการ ซึ่งเป็นสาขาหนึ่งระดับจังหวัด ปัตตานีที่มีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ถ้าหากธนาคารออมสิน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี ไม่ปรับปรุง แก้ไขวิธีการทำงานและหาแนวทางที่ดีที่สุดเพื่อให้การบริการ เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว ก็จะทำให้ ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจ และไปใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่นซึ่งจะเป็นผลเสียต่อการบริหารงานของธนาคาร ออมสิน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี

ดังนั้น ผู้ศึกษาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของธนาคารออมสิน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี ได้เล็งเห็น ความสำคัญของการดำเนินงานในส่วนนี้ จึงได้ทำการศึกษาวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคาร ออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี เพื่อจะนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ธุรกิจและบริการใหม่ๆ ตลอดจนการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการเดิมที่มีอยู่ให้สอดคล้อง กับความต้องการใช้บริการของลูกค้า ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และสามารถเพิ่มปริมาณผู้ใช้บริการได้มากขึ้น อันจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขัน ท่ามกลางการ

เติบโตทางธุรกิจ และให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มสถานการณ์ของธุรกิจสถาบันการเงินในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการรับรู้ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีต่ออิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี แตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7 P's ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี แตกต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี โดยมีขอบเขตของการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี ประกอบด้วย ลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยการรับรู้ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่มีผลต่ออิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอสาयบุรี จังหวัดปัตตานี
3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา ประมาณ 3 เดือน ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2561 ถึง เดือนมกราคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของ ผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี ซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงแก่ธนาคารออมสิน และธนาคารอื่นๆ ได้ ดังนี้

1. เพื่อทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี เพื่อนำไปพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. เพื่อทราบถึงปัจจัยการรับรู้ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคในอำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี เพื่อนำไปเป็นช่องทางในการสื่อสารต่อลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพส่วนประสมทางการตลาดต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

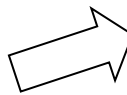
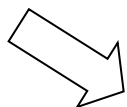
การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของ ผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

| |
|-----------------------------------|
| 1. ลักษณะประชากรศาสตร์ |
| - เพศ |
| - อายุ |
| - ระดับการศึกษา |
| - อาชีพ |
| 2. ปัจจัยด้านการรับรู้ |
| 3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's |
| - ด้านผลิตภัณฑ์ |
| - ด้านราคา |
| - ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย |
| - ด้านการส่งเสริมการตลาด |
| - ด้านพนักงาน |
| - ด้านกายภาพ |
| - ด้านกระบวนการ |

ตัวแปรตาม

การเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน
ของผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี
จังหวัดปัตตานี



วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคในอำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสาบบุรี จังหวัดปัตตานี

สรุปผลการวิจัย

สำหรับการสรุปผลการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งการสรุปผลการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยสรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด 7P's ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 – 40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ ตามลำดับ

2. ข้อมูลด้านการรับรู้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านการรับรู้ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ เมื่อพูดถึงธนาคารใน อำเภอสาบบุรี ท่านนึกถึงธนาคารออมสินเป็นอันดับแรก มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาธนาคารมีความปลอดภัยในการทำธุรกรรม และเชื่อว่าธนาคารให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลและการทำธุรกรรม ตามลำดับ

3. ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P's ส่วนประสมทางการตลาด 7P's เมื่อวิเคราะห์ภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนประสมทางการตลาด 7P's โดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านพนักงาน มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาด้านกระบวนการ และด้านราคา

1. ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทางด้านการเงิน มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและสลากออมสินมีความเหมาะสม คຸ້ມคຳ และบริการชำระค่าบริการสินค้าและบริการเช่น ค่าสาธารณูปโภค บัตรเครดิตฯ

2. ด้านราคา โดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับ ธนาคารอื่น มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาอัตราค่าธรรมเนียม บัตรเดบิต บัตร ATM บัตรเครดิต บัตรกดเงิน สด รายปีมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการที่ได้รับ และอัตราค่าธรรมเนียมบริการรับชำระค่าสินค้า และบริการมีความเหมาะสม

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการให้บริการธุรกรรมผ่าน ออนไลน์ มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาสถานที่ตั้งมีความสะดวกในการติดต่อมีที่จอดรถเหมาะสม และมีการบริการรับฝากเงินนอกสถานที่

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีรายการส่งเสริมการใช้บริการ อย่างสม่ำเสมอ เช่น แจกของเมื่อเปิดบัญชีใหม่ ทำบัตร ATM สมัครง่าย บริการ MYMO ทำบัตรเครดิต มีระดับ คะแนนสูงสุด รองลงมา มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อข้อความต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์ ติดประกาศ และมีรายการส่งเสริมการใช้บริการต่าง ๆ ผ่านระบบออนไลน์

5. ด้านพนักงาน โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีบุคลิกภาพและการแต่งกายน่าเชื่อถือ มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมา นำเสนอผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการแก่ผู้บริโภค และมีการให้คำปรึกษา แนะนำ ตอบปัญหาชัดเจน

6. ด้านกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสถานที่กว้างขวางสะอาดและสวยงาม มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาจำนวนช่องให้บริการเพียงพอ และจำนวนที่นั่งในการรอคอยที่เพียงพอ

7. ด้านกระบวนการ โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการทำงานที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมา มีระบบบัตรคิวให้บริการตามลำดับก่อนหลัง และมีขั้นตอนในการให้บริการไม่ ยุ่งยากซับซ้อน

4. ข้อมูลปัจจัยอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ของผู้บริโภคใน อำเภอสายบุรี จังหวัด ปัตตานี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่มีปัจจัยอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความผูกพันต่อธนาคารและใช้บริการมายาวนาน มีระดับคะแนนสูงสุด รองลงมาความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน และพนักงาน บริการดีเป็นกันเองเมื่อใช้บริการแล้วมีความสุข

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคใน อำเภอสาวยบุรี จังหวัดปัตตานี ด้านข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ข้อมูลด้านการรับรู้ ด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P's และข้อมูลอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านการรับรู้ ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม และเชื่อว่าธนาคารให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของข้อมูลส่วนบุคคลและการทำธุรกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมคิด ยาเคน และพรรณเพ็ญ หอมบุญมา (2559) ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมืองและเขตนอกเมือง ในจังหวัดลำปาง พบว่า มีการให้ความสำคัญในเรื่องของประสิทธิภาพของระบบบริการทางการเงิน อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม ธนาคารตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย บุคลิกภาพและการแต่งกายของพนักงาน ระบบการเงินของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ และระบบรักษาความปลอดภัยที่น่าเชื่อถือมากกว่าเรื่องอื่น

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมคิด ยาเคน และพรรณเพ็ญ หอมบุญมา (2559) ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมืองและเขตนอกเมือง ในจังหวัดลำปาง พบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ/สถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกายภาพเป็นอย่างมากในการเลือกใช้บริการธนาคาร

ผลการทดสอบสมมติฐานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเพศ อายุ และอาชีพ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสินของผู้บริโภคใน อำเภอสาวยบุรี จังหวัดปัตตานี โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรชума จาปรุ่ง และวรุณตันตระบัณฑิตย์ (2557) การศึกษาอิสระเรื่อง คุณภาพการบริการธนาคารออมสินกรณีศึกษาสาขาม่านเมฆ พบว่าผู้ให้บริการที่มีเพศที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจในบริการที่ต่างกัน 4 มิติ และผู้ให้บริการที่มีช่วง อายุ สถานภาพและกลุ่มอาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในบริการแตกต่างกันทั้ง 5 มิติ

ข้อเสนอแนะ

การให้ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเสนอแนะตามที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้

1.1 ด้านการรับรู้ ได้แก่ การให้บริการของธนาคารมีความสะดวกและรวดเร็ว ที่มีคะแนน

น้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีการพัฒนาและปรับปรุงการบริการที่รวดเร็วและทันสมัยมากขึ้น เช่น จากเดิมเปิดเคาน์เตอร์ 2 ช่อง ควรเปิดให้บริการในเคาน์เตอร์เพิ่มในเวลาที่มีลูกค้ามารอรับบริการจำนวนมากอย่างช่วงเที่ยงเป็นต้น เพื่อทำให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการไม่ต้องรอคิวนาน

1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีผลิตภัณฑ์และรูปแบบการให้บริการทางการเงินที่ตรงกับความ ต้องการของท่าน ที่มีคະແນນ້ອຍທີ່ສຸດ ดังนั้นธนาคารควรมีการพัฒนาเพิ่มการบริการที่มากขึ้นจากเดิม เช่น แนะนำและสอนให้ลูกค้าใช้แอปพลิเคชันในการถอนเงิน เป็นต้น เพื่อความรวดเร็วในการให้บริการทำให้ลูกค้าพอใจในการบริการมากขึ้น

1.3 ด้านราคา ได้แก่ ค่าเบี้ยประกันภัยประกันอุบัติเหตุและประกันชีวิตมีความเหมาะสมกับความคุ้มครองที่ผู้บริโภคได้รับ มีคະແນນ້ອຍທີ່ສຸດ ดังนั้นธนาคารควรมีการพัฒนาเพิ่มวงเงินในการคุ้มครอง หรือการคุ้มครองเรื่องอื่น ๆ เช่นการเพิ่มการคุ้มครองโรคร้ายจากเดิม 48 โรคร้ายเป็น 52 โรคร้าย ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าคุณค่าเมื่อซื้อประกัน

1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ จำนวนเครื่อง ATM/ADM เพียงพอสำหรับการใช้บริการ ได้รับ มีคະແນນ້ອຍທີ່ສຸດ ดังนั้นธนาคารควรมีการพัฒนาเพิ่มจำนวนเครื่อง ATM/ADM ให้มากขึ้นตามชุมชน สถานที่ข้าราชการ ห้างสรรพสินค้า เพื่อรองรับการใช้งานของลูกค้าให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ จะทำให้ลูกค้าคิดว่าไม่ลำบากต่อการหาใช้บริการของธนาคาร

1.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อข้อความต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ติดประกาศ มีคະແນນ້ອຍທີ່ສຸດ ดังนั้นธนาคารควรการกระตุ้นลูกค้าผ่านสื่อต่าง ๆ ใน โปรโมชันของทางธนาคาร โดยจัดทำงานแผ่นพับวางตามสำนักงานหน่วยงานของรัฐ ในสาขาของธนาคาร ออมสิน เพื่อเป็นสื่อในการสร้างการรับรู้ของลูกค้าต่อการใช้บริการในครั้งต่อไป

1.6 ด้านพนักงาน ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีคະແນນ້ອຍທີ່ສຸດ ดังนั้นธนาคารควรมี การพัฒนาบุคลากรในการทำงานที่รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยการจัดฝึกอบรมการพัฒนาตนเองประจำปี หรือไตรมาส เพื่อให้มีการปรับทัศนคติในการทำงานที่ก่อให้เกิดผลงานและทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

1.7 ด้านกายภาพ ได้แก่ จำนวนที่นั่งในการรอคอยที่เพียงพอ มีคະແນນ້ອຍທີ່ສຸດ ดังนั้น ธนาคารควรมีบริการที่นั่งให้เพียงพอในช่วงเวลาที่มีลูกค้ามารอใช้บริการจำนวนมาก โดยการจัดหาที่นั่ง สำรองเพิ่มให้ลูกค้ารอใช้บริการหรือกรณีลูกค้ามาทำธุรกรรมไม่กี่รายการ หรือฝาก ถอน พนักงานควรมี บริการที่หน้าตู้ ATM ต้อนรับผู้มาใช้บริการเพื่อลดการแออัดการที่นั่งไม่เพียงพอในสาขา

1.8 ด้านกระบวนการ ได้แก่ มีขั้นตอนในการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน คະແນນ້ອຍທີ່ສຸດ ดังนั้นธนาคารควรลดขั้นตอนความยุ่งยากซับซ้อนลง เช่น การกู้เงินลดขั้นตอนในการกรอกข้อมูลการขอ สินเชื่อสามารถดึงข้อมูลของลูกค้าในระบบได้เลย ไม่ต้องให้ลูกค้ากรอกที่ไม่สามารถเขียนหนังสือได้ และ ลูกค้าที่มีความเร่งด่วนในการทำธุรกรรม

1.9 อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารออมสิน ได้แก่ คุ่มค่าต่อการลงทุน เช่น การซื้อสลากออมสิน การกู้ยืมเงิน คະแนนน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรเพิ่มรางวัลสลาก เพื่อที่จะแข่งขันกับคู่แข่งที่กำลังตีตลาดอยู่ตอนนี้ได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธนาคารออมสินในสาขาต่าง ๆ ในจังหวัดปัตตานี เพื่อนำผลวิจัยที่ได้นำไปแก้ไขและพัฒนาการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 ควรมีการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน หลาย ๆ สาขา เพื่อศึกษาเป็นรูปแบบวิธีการดำเนินการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ให้เป็นไปในทางเดียวกันอันจะส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรเพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้มาโดยตลอด ด้วยความทุ่มเท และใส่ใจอย่างยิ่ง ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ประชาชน อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี ที่ได้ให้ความร่วมมือและสนับสนุนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดาครอบครัว ญาติมิตร หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงานที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญและอยู่เคียงข้างของผู้วิจัยเสมอมา ทำให้การวิจัยประสบความสำเร็จด้วยความภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่ง

คุณค่าและประโยชน์จากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบูรพาจารย์ทุกท่าน ที่มีส่วนสร้างความเจริญด้านการศึกษาและประสิทธิประสาทวิชาให้ผู้วิจัยจนประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

ทิพย์ประภา เจริญเจริญ และณัคนางค์ กุลนาถศิริ. (2561). Global Risk 101 เราติดตามความเสี่ยงโลกอย่างไร

มนตรี จริยมหาวงศ์. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยปตท.กล้วยน้ำไทในสถานีบริการน้ำมันปตท.เขตคลองเตย จังหวัดกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สมคิด ยาเคน และพรรณเพ็ญ หอมบุญมา. (2559). ปัจจัยการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารออมสินของประชากรในเขตเมืองและเขตนอกเมือง ในจังหวัดลำปาง

อรชума จาปรุ่ง และวรุณ ตันตระบัณฑิตย์. (2557). การศึกษาอิสระเรื่อง คุณภาพการบริการธนาคารออมสินกรณีศึกษาสยามเมฆ