

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

#### วิธีดำเนินการวิจัย

##### ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร สัปดาห์ละ 125 คน จำนวน 4 สัปดาห์ จำนวน 500 คน เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970, p.608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 คน

##### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ
2. ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ แบ่งออกเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำนวน 30 ข้อ

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการของธนาคารออมสินที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 217 คน ได้แบบสอบถามคืนมา จำนวน 217 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ความถี่ และค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
3. เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้ t-test และ F-test
4. เปรียบเทียบพหุคูณ เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของคะแนนประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยวิธี Least Significant Difference (LSD)

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.22 อายุ 36-50 ปี ร้อยละ 41.94 รองลงมาอายุ 25-35 ปี ร้อยละ 30.41 อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง ร้อยละ 44.70 รองลงมา ค้าขาย/ผู้ประกอบการรายย่อย ร้อยละ 33.64 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 32.26 รองลงมา 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 26.73

#### 2. วิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้บริการมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64-3.78$ ) ทุกรายการ คือ

1. เงื่อนไขในสัญญามีความชัดเจน เป็นธรรม
2. หลักเกณฑ์การค้ำประกันสินเชื่อเหมาะสม
3. วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารกำหนดมีความเหมาะสม
4. กฏระเบียบการสมัครไม่ยุ่งยาก

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง ทุกระดับอายุ ทุกอาชีพ รายได้ 10,000-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.71$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.67-3.75$ ) ทุกรายการ คือ

1. กำหนดระยะเวลาชำระหนี้เหมาะสม
2. เงื่อนไขการชำระหนี้เหมาะสม
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เหมาะสม

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง ทุกระดับอายุ ทุกอาชีพ ทุกครั้งรายได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.55$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.56-3.69$ ) จำนวน 2 รายการ คือ

1. การติดต่อธนาคารโดยตรงมีความสะดวก
2. ทำเลที่ตั้งธนาคารมีความเหมาะสม

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับผู้ที่มิอายุ 36-50 ปี และมากกว่า 50 ปี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างและพนักงานบริษัทเอกชน

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.70$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.54-4.12$ ) ทุกรายการ คือ

1. ความไว้วางใจต่อบริการธนาคาร
2. สิ่งจูงใจให้ใช้บริการสินเชื่อบริษัทเพิ่มขึ้น
3. ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนเพียงพอ
4. ธนาคารมีช่องทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ
5. ข้อมูลเข้าถึงประชาชนทั่วถึง

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุ 25-35 ปี และ 36-50 ปี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

ด้านพนักงาน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.76$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.65-3.90$ ) ทุกรายการ 5 อันดับแรก คือ

1. พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อยเหมาะสม
2. มีความสุภาพ อ่อนน้อม กิริยามารยาทเหมาะสม
3. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส และกระตือรือร้นในการบริการ
4. มีความเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
5. ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกับไม่เลือกปฏิบัติ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย และเพศหญิง ทุกระดับอายุ ทุกอาชีพ รายได้ 10,000-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

**ด้านกระบวนการให้บริการ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.47$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.42-3.49$ ) ทุกรายการ คือ

1. ขั้นตอนการขอสินเชื่อ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน
2. การดำเนินในแต่ละขั้นตอนมีการประสานงานที่ดี
3. ขั้นตอนการดำเนินการรวดเร็ว

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศหญิง อายุต่ำกว่า 25 ปี และ 36-50 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และผู้ที่ค้าขาย/ผู้ประกอบการรายย่อย รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.37$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.52-3.59$ ) จำนวน 3 รายการ คือ

1. อาคารสำนักงานมีความสะอาด สวยงาม สะดวกในการติดต่อ
2. สถานที่ให้บริการมีแสงสว่างเพียงพอ และบรรยากาศดี
3. ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการเพียงพอ

ซึ่งมีค่าสอดคล้องกับเพศชาย อายุต่ำกว่า 25 ปี และ 36-50 ปี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกค้า และผู้ที่ค้าขาย/ผู้ประกอบการรายย่อย รายได้ 10,000-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

### 3. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 รายการ คือ

1. กฎระเบียบการสมัครไม่ยุ่งยาก
2. วงเงินสินเชื่อที่ธนาคารกำหนดมีความเหมาะสม

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ การติดต่อธนาคารโดยตรงมีความสะดวก

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ใช้บริการเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนเพียงพอ

**ด้านพนักงาน** ผู้ใช้บริการเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีความสุภาพ อ่อนน้อม กิริยามารยาทเหมาะสม

**ผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกัน** มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ มีความเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

**ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน** มีความคิดเห็น โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 4 รายการ คือ

1. มีความรู้ความสามารถตอบข้อซักถาม ให้คำแนะนำ ปรีกษาสินเชื่อ
2. มีความสุภาพ อ่อนน้อม กิริยามารยาทเหมาะสม
3. มีความเอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
4. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส และกระตือรือร้นในการบริการ

และแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 รายการ คือ

1. ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว
2. ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกับไม่เลือกปฏิบัติ

**ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ผู้ใช้บริการเพศชาย และเพศหญิง มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ สถานที่ให้บริการมีแสงสว่างเพียงพอ และบรรยากาศดี

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 จำนวน 1 รายการ คือ สถานที่จอดรถสะดวกสบาย

## อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการ ธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร ได้ ผลการวิจัยที่สามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.22 อายุ 36-50 ปี ร้อยละ 41.94 อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง ร้อยละ 44.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 32.26 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุ่งนภา นาควิจิตร (2548) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการสินเชื่อแยกกบินทร์บุรี อำเภอกบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เพศหญิง 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรนุช แดงศรี (2546) ศึกษา เรื่อง การศึกษาผลการดำเนินงาน โครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขานาจะหลวย อำเภอนาจะหลวย จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกผู้กู้เงินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมี ช่วงอายุอยู่ในระหว่าง 31-40 ปี และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อำนวย ราชศิลา (2551) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้านาคารกรุงไทย เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษา พบว่า ลูกค้านักกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.1 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.6 ประกอบอาชีพรับราชการคิดเป็นร้อยละ 55.1 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5 จากข้อค้นพบดังกล่าว เพื่อเป็นเงินทุนหรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ หรือเป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ หรือชำระหนี้อื่น ๆ

### 2. วิเคราะห์ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการ ให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านพนักงาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.72, 3.71, 3.55, 3.70 และ 3.76 ตามลำดับ) สำหรับด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$  = 3.47 และ 3.37 ตามลำดับ) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิยะดา มธุรพงศ์ ธร (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการบางรัก ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวม ความคิดเห็น ของ ผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินในศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการบางรักอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รุ่งนภา นาควิจิตร (2548) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการสี่แยกกบินทร์บุรี อำเภอ กบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.30 จากข้อค้นพบดังกล่าว ธนาคารเปิดให้บริการสินเชื่อ แก่บุคคลรายย่อยทั่วไปผ่านเครือข่ายสาขา ซึ่งเป็นแนวทางที่ธนาคารมุ่งเน้น เพราะสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ได้สูงมากขึ้นได้โดยตรง โดยปัจจุบัน ธนาคาร ได้เปิดให้สินเชื่อประเภทต่าง ๆ แก่ประชาชนทั่วไป โดยคำนึงถึงประโยชน์ ที่ประชาชนจะได้รับเป็นสิ่งสำคัญที่สุด

### 3. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**ด้านพนักงาน** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รุ่งนภา นาควิจิตร (2548) ที่พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารออมสิน ศูนย์ธุรกิจสินเชื่อและบริการสี่แยกกบินทร์บุรี อำเภอ กบินทร์บุรี จังหวัดปราจีนบุรี จำแนกตามผู้รับบริการด้านเพศ พบว่า ผู้รับบริการมีปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิยะดา มธุรพงศ์ ธร (2547) ที่พบว่า ความคิดเห็นโดยจำแนกตามประชากรศาสตร์ โดยภาพรวม พบว่าผู้ให้บริการที่มีประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นไม่

แตกต่างกันในทุกด้าน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ฌักกา คาริกลิน (2548) ศึกษา เรื่อง การบริหารจัดการธนาคารออมสินสาขาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสินสาขาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่าลูกค้าที่มีอายุ และรายได้แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสิน ด้านการวางแผนแตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสิน ด้านการประสานงาน และด้านการควบคุมแตกต่างกัน และส่วนลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการธนาคารออมสินแตกต่างกัน จากข้อค้นพบดังกล่าว การที่ผู้ใช้บริการเป็นผู้ประกอบการรายย่อย หรือเป็นบุคคลที่ธนาคารให้ความสำคัญ หรือเป็นผู้มีรายได้ประจำตั้งแต่ 7,000 ขึ้นไป แล้วแต่กรณี จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คน ดังนั้น รายได้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ธนาคารจะตัดสินใจอนุมัติในการให้วงเงินแก่ผู้ใช้บริการ

## ข้อเสนอแนะ

1. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะเห็นถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธนาคารออมสิน สาขา ดาวคะนอง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 36-50 ปี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท ซึ่งผู้บริหารสาขาควรให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น เช่น

- การจัดทำกิจกรรมเพื่อสังคม ส่งเสริมในเรื่องอาชีพ แหล่งทำมาหากินเพิ่มเติมในวันหยุด การทำกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานอื่น เพื่อส่งเสริมให้ลูกค้ามีรายได้เพิ่มขึ้น การฝึกสอนอาชีพเพิ่มเติม เพื่อลูกค้าจะได้นำไปประกอบอาชีพเสริมให้เกิดรายได้เพิ่ม

- การจัดการทุนการศึกษา เพื่อช่วยเหลือบุตรลูกค้า เพื่อแบ่งเบาภาระครอบครัว และเป็นการสร้างภาพลักษณ์องค์กรด้วย

- เมื่อมีผลิตภัณฑ์สินเชื่อใหม่ ๆ ลูกค้ากลุ่มนี้ควรได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ เพราะเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ของสาขาที่สาขาสามารถให้บริการได้จำนวนมาก และถ้าลูกค้ามีประวัติการชำระหนี้ดี ลูกค้ากลุ่มนี้จะรักษาประวัติตนเองเพื่อให้ได้รับความไว้วางใจจากธนาคารต่อไป

- สาขาสามารถขยายฐานลูกค้าในด้านสินเชื่อ เงินฝากกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เพิ่มขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์ ไม่กัญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน

- กลุ่มลูกค้า อาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง เป็นลูกค้าที่มีอาชีพมั่นคง มีความเสี่ยงต่ำ แต่อาจมีรายได้ไม่เพียงพอ สำหรับการดำรงชีพ ธนาคารสาขาสามารถขยายฐานลูกค้า ใน



กลุ่มนี้ให้มากขึ้น ในด้านสินเชื่อ เงินฝากอื่น ๆ โดยการประชาสัมพันธ์ไม่กัญญาดีพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน คนใกล้ชิด

- การทำกิจกรรมเพื่อสังคมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ซึ่งจะเป็ผลดีต่อธนาคารในภาพรวมระยะยาว

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การให้บริการรับฝากนอกสถานที่ ผู้บริหารควรแบ่งพนักงานให้ออกรับฝากนอกสถานที่มากขึ้น เพิ่มจำนวนครั้งหรือเพิ่มสถานที่ออกให้บริการรับฝากจากเดิมให้ทั่วถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น การเพิ่มช่องทางการชำระหนี้ เพื่อความสะดวกของลูกค้าธนาคาร ควรเพิ่มช่องทางจากเดิมให้มากขึ้นเป็นสามารถชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ชำระผ่านเครื่อง ATM โอนเงินเข้าบัญชีเพื่อชำระหนี้ผ่านเครื่อง ATM ธนาคารอื่น

3. ด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องขั้นตอนการขอสินเชื่อ ขั้นตอนการดำเนินการ จนอนุมัติสินเชื่อ และการประสานงานในแต่ละขั้นตอน เห็นว่าธนาคารควรทำบอร์ดประชาสัมพันธ์อธิบายขั้นตอนต่าง ๆ และเอกสารประกอบการขอสินเชื่อให้ลูกค้าอ่านและเข้าใจง่าย ๆ ดัดไปให้เห็นชัดเจนและทำเอกสารชี้แจงประกอบการขอสินเชื่อให้ลูกค้า เมื่อมีการยื่นขอสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ลูกค้าจะเข้าใจและรู้ขั้นตอน เวลาในการดำเนินการสินเชื่อจากเริ่มต้นจนอนุมัติสินเชื่อ เพื่อลดข้อร้องเรียนและเป็นการประชาสัมพันธ์ธนาคารไปด้วย

4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในเรื่องสถานที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้ลูกค้าสินเชื่อหรือลูกค้าเงินฝากที่มาติดต่อธนาคาร มีที่จอดรถเพียงพอ ผู้บริหารสาขาหรือธนาคารควรกำหนดให้ผู้ที่จอดรถในธนาคารได้มีตำแหน่งใด ขอความร่วมมือพนักงานที่ขับรถส่วนตัวมาทำงานหาสถานที่จอดรถที่อื่น หรือผู้บริหารสาขาติดต่อขอเช่าสถานที่ใกล้เคียงธนาคาร เช่น บิ๊กซี ดาวคะนอง เพื่อให้พนักงานนำรถยนต์ไปจอด หรือเพิ่มที่จอดรถให้ลูกค้าที่มาติดต่อธนาคาร โดยติดป้ายประกาศให้ลูกค้าทราบในที่จอดรถธนาคารให้เห็นชัดเจน เพื่อลดข้อร้องเรียนจากลูกค้าที่ไม่ได้รับความสะดวกและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับธนาคาร

5. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ พนักงานและผู้บริหารสาขาสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงจุดที่เป็นปัญหา และพัฒนาการให้บริการสินเชื่อในด้านต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานสาขา

6. ผู้บริหารธนาคารสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการจัดการการตลาดในการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในภาพรวมในด้านการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด