

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3 วัตถุประสงค์ คือ

วัตถุประสงค์แรกเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง วัตถุประสงค์ที่สองคือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง และวัตถุประสงค์ข้อที่สาม เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง

ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้ำที่ใช้บริการสินเชื่อประเภทสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ จากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดลำปาง ซึ่งมีจำนวน 8 สาขา คือ สาขาลำปาง สาขาประจวบฯ สาขาเขลางค์นคร สาขาแม่เมาะ สาขาแม่ทะ สาขาเถิน สาขาวังเหนือ และสาขาย่อยเทสโก้ โลตัส ลำปาง (เนื่องจากเป็นสาขาย่อยไม่สามารถการปล่อยสินเชื่อให้กับลูกค้ำได้) โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพรับราชการและลูกจ้างประจำที่สังกัดองค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดลำปาง และได้รับอนุมัติสินเชื่อในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2552 จำนวน 200 ราย โดยสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการและลูกจ้างประจำ พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุช่วงระหว่าง 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.0 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการเป็นส่วนใหญ่ โดยมีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท ส่วนค่าใช้จ่ายต่อเดือน จะในช่วงระหว่างจำนวน 3,001 – 6,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเพื่อการสินเชื่อเนกประสงค์ของข้าราชการ และลูกจ้างประจำ พบว่า วงเงินสินเชื่อที่ลูกค้าได้รับการอนุมัติส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 300,001 - 500,000 บาท เป็นการกู้แบบมีบุคคลค้ำประกันและใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้แบบอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์บวกร้อยละ 2 ต่อปี ตามประกาศของธนาคาร และมีระยะเวลาการผ่อนชำระในช่วงระหว่าง 7 - 10 ปี จำนวนเงินผ่อนชำระต่อเดือนส่วนใหญ่มากกว่า 5,000 บาท โดยมีวัตถุประสงค์การกู้เพื่อนำเงินไปชำระหนี้สถาบันการเงินอื่นและผู้ให้บริการส่วนใหญ่เคยมีวงเงินสินเชื่อประเภทนี้กับสถาบันการเงินอื่น จึงมีความเข้าใจในรายละเอียดและหลักเกณฑ์ของสินเชื่อเนกประสงค์ ทั้งนี้ลูกค้าส่วนใหญ่ได้ทราบถึงข้อมูลของสินเชื่อเนกประสงค์ด้วยตนเอง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินสินเชื่อที่รับอนุมัติกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการทดสอบโดยใช้วิธีทดสอบ ไค-สแควร์ (Chi-square Test) กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่าวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติมีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ อายุงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และค่าใช้จ่ายต่อเดือนของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวงเงินสินเชื่อที่รับอนุมัติกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการทดสอบโดยใช้วิธีทดสอบ ไค-สแควร์ (Chi-square Test) กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่าวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติมีความสัมพันธ์กับการเคยใช้สินเชื่อเนกประสงค์จากสถาบันการเงินอื่น จำนวนเงินผ่อนชำระ เงื่อนไขการค้ำประกัน รวมถึงระยะเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์

ผลการศึกษาคำชี้แจงให้ความสำคัญเป็นลำดับหนึ่งในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญแต่ละปัจจัยในเรื่องต่างๆเป็นลำดับหนึ่งดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องอัตราดอกเบี้ยตามประกาศของธนาคาร ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องธนาคารของรัฐที่มีชื่อเสียงและความมั่นคง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องข้อเสนอพิเศษและส่วนลดต่างๆ ปัจจัยด้านบุคลากรให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกสำหรับการติดต่อ และเมื่อพิจารณาจำแนกตามวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ แต่ละปัจจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอนุมัติสินเชื่อทุกระดับวงเงิน ให้ลำดับความสำคัญในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญลำดับหนึ่งกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติและลำดับสองในเรื่องความสะดวกในการผ่อนชำระเงินกู้

2) ปัจจัยด้านราคา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้ทุกระดับวงเงิน ให้ความสำคัญในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน โดยทุกวงเงินให้ความสำคัญลำดับหนึ่งกับปัจจัยด้านราคาในเรื่องอัตราดอกเบี้ยตามประกาศของธนาคารและลำดับสองในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียมปรับกรณีชำระหนี้เสร็จสิ้นก่อนกำหนด

3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้ระดับวงเงินให้ลำดับความสำคัญในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญลำดับหนึ่งกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องความเป็นธนาคารของรัฐที่มีชื่อเสียงและความมั่นคงและลำดับสองในเรื่องธนาคารมีจำนวนสาขามากและมีสาขาที่เปิดให้บริการทุกวัน

4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้จำนวน 300,001 – 500,000 บาท ให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องการได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร และให้ความสำคัญลำดับสองในเรื่องของข้อเสนอพิเศษและส่วนลดต่างๆ แต่กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้ต่ำกว่า 300,000 บาทและมากกว่า 500,000 บาท กลับให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่อง ข้อเสนอพิเศษและส่วนลดต่างๆ และให้ความสำคัญลำดับสองในเรื่องของการได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร

5) ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้ทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องความกระตือรือร้นในการให้บริการ และให้ความสำคัญลำดับสองในเรื่องการบริการที่ดีของพนักงานและมีมนุษยสัมพันธ์

6) ปัจจัยด้านกระบวนการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้ทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องระยะเวลาในการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว และลำดับสองในเรื่องขั้นตอนการอนุมัติ

7) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้ทุกระดับวงเงินให้ความสำคัญในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน โดยให้ความสำคัญลำดับหนึ่งในเรื่องสถานที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกสำหรับการติดต่อ และลำดับสองในเรื่องการตกแต่งอาคารสำนักงานให้ความสะอาด สวยงามและทันสมัย

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อสินเชื่อเนกประสงค์กับธนาคาร พบว่า

ลำดับหนึ่งมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่ายในระดับความพึงพอใจปานกลาง ลำดับสองมีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในระดับความพึงพอใจปานกลาง และลำดับสามมีความพึงพอใจด้านราคาในระดับความพึงพอใจปานกลาง และลำดับสุดท้ายมีความพึงพอใจด้านกระบวนการในระดับความพึงพอใจน้อย และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แยกตามวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ พบว่าผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อทุกวงเงินมีความพึงพอใจลำดับหนึ่งในการจัดจำหน่าย ในระดับความพึงพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

1) ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกในการผ่อนชำระเงินกู้ เป็นลำดับหนึ่งและเงื่อนไขการค้ำประกันเป็นลำดับสอง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์แยกตามวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ พบว่าผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้จำนวน 300,001 – 500,000 บาทและวงเงินกู้มากกว่า 500,000 บาทมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับหนึ่ง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ส่วนผู้ที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้ที่ต่ำกว่า 300,000 บาท มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับหนึ่ง ในระดับความพึงพอใจน้อย

2) ความพึงพอใจด้านราคา พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจกับอัตราดอกเบี้ยตามประกาศของธนาคารเป็นลำดับหนึ่ง และมีความพึงพอใจในการคิดค่าบริการต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเป็นลำดับสอง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านราคาแยกตามวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ พบว่าทุกวงเงินมีความพึงพอใจกับอัตราดอกเบี้ยตามประกาศของธนาคารเป็นลำดับหนึ่ง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

3) ความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการที่ธนาคารจัดพื้นที่ให้บริการด้านต่างๆเป็นสัดส่วนเป็นลำดับหนึ่ง และการเป็นธนาคารที่มีจำนวนสาขามากและเปิดบริการทุกวันเป็นลำดับสอง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย แยกตามวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ พบว่าผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินกู้มากกว่า 500,000 บาท มีความพึงพอใจในการที่ธนาคารมีจำนวนสาขามากและเปิดให้บริการทุกวันเป็นลำดับหนึ่ง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ส่วนผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินต่ำกว่า 300,000 บาทและวงเงินระหว่าง 300,001 – 500,000 บาท มีความพึงพอใจในการที่ธนาคารจัดพื้นที่ให้บริการด้านต่างๆเป็นสัดส่วนเป็นลำดับหนึ่ง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

4) ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นทีวี, วิทยุ, อินเทอร์เน็ตเป็นลำดับหนึ่งและมีความพึงพอใจในการแจ้งข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์ธนาคารอย่างสม่ำเสมอเป็นลำดับสอง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

กลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด แยกตามวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ พบว่าผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติทุกวงเงินมีความพึงพอใจในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ทีวี, วิทยุ, อินเทอร์เน็ตเป็นลำดับหนึ่ง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

5) ความพึงพอใจด้านบุคลากร พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบุคลิกภาพ การแต่งกายเหมาะสมของบุคลากรเป็นลำดับหนึ่งและมีความพึงพอใจในความรู้ ความสามารถ ทักษะและความเชี่ยวชาญในการให้บริการของพนักงานเป็นลำดับสอง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านบุคลากร แยกตามวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ พบว่าผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อในช่วงระหว่าง 300,001 – 500,000 บาท และมากกว่า 500,000 บาท มีความพึงพอใจในบุคลิกภาพ การแต่งกายเหมาะสมของพนักงานเป็นลำดับหนึ่ง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และผู้ที่ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อที่ต่ำกว่า 300,000 บาท มีความพึงพอใจที่พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ทักษะและความเชี่ยวชาญในการให้บริการเป็นลำดับหนึ่ง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

6) ความพึงพอใจด้านกระบวนการ พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากในการติดตามผลหลังจ่ายเงินกู้แล้วเป็นลำดับหนึ่ง และมีความพึงพอใจเรื่องระยะเวลาในการทราบผลการอนุมัติเป็นลำดับสอง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านกระบวนการ แยกตามวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ พบว่าผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 300,000 บาท และช่วงระหว่าง 300,001 – 500,000 บาท ให้ความพึงพอใจในการติดตามผลหลังจ่ายเงินกู้แล้วเป็นลำดับหนึ่งในระดับความพึงพอใจปานกลาง ส่วนผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อมากกว่า 500,000 บาท ให้ความพึงพอใจในระยะเวลาการทราบผลการอนุมัติเป็นลำดับหนึ่งในระดับความพึงพอใจปานกลาง

7) ความพึงพอใจด้านสิ่งแวดลอมทางกายภาพ พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในอาคาร สถานที่ของธนาคารกว้างขวางเป็นลำดับหนึ่ง และเรื่องการตกแต่งอาคารสำนักงานให้มีความสะอาด สวยงามและทันสมัยเป็นลำดับสอง ในระดับความพึงพอใจปานกลาง และเมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านสิ่งแวดลอมทางกายภาพ แยกตามวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ พบว่าผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 300,000 บาทและช่วงระหว่าง 300,001 – 500,000 บาท ให้ความพึงพอใจในเรื่องอาคาร สถานที่ของธนาคารกว้างขวางเป็นลำดับหนึ่งในระดับความพึงพอใจมากและปานกลางตามลำดับ ส่วนผู้ใช้บริการที่ได้รับอนุมัติวงเงินสินเชื่อมากกว่า 500,000 บาท ให้ความพึงพอใจในการตกแต่งอาคารสำนักงานให้มีความสะอาด สวยงามและทันสมัยเป็นลำดับหนึ่งในระดับพึงพอใจปานกลาง

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี และอายุงานต่ำกว่า 5 ปี รวมถึงมีอาชีพรับราชการ ซึ่งมีรายได้ประจำที่แน่นอนและความมั่นคงในหน้าที่การงาน และวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติมีบุคคลค้ำประกันและใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่อิงฐานอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่หน่วยงานราชการดำรงไว้กับธนาคาร ซึ่งถ้าพิจารณาผู้ขอสินเชื่อเบื้องต้นจะพบว่าผ่านเกณฑ์การให้สินเชื่อและมีความเสี่ยงน้อยให้การรับชำระหนี้คืน เนื่องจากการกู้ครั้งนี้เป็นการหักเงินเงินผ่อนชำระโดยตรง ดังนั้นธนาคารควรประชาสัมพันธ์สินเชื่อประเภทนี้ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มของข้าราชการและลูกจ้างประจำ ที่สังกัดหน่วยงานอื่น ๆ นอกเหนือจากองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เนื่องจากหลักเกณฑ์ของสินเชื่อประเภทนี้ สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้ง่าย เพื่อให้สามารถขยายฐานลูกค้าสินเชื่อ และนำมาเป็นลูกค้าที่มีความเสี่ยงน้อยต่อการก่อหนี้มีปัญหา

2) ผลการศึกษาการให้ลำดับความสำคัญทางปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุด โดยให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งปัจจัยทางด้านราคา ได้แก่ การคิดอัตราดอกเบี้ย การคิดค่าธรรมเนียมต่าง ๆ นับว่าเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ โดยสังเกตได้จากธนาคารที่กำหนดอัตราดอกเบี้ยหรือค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่าจะเป็นธนาคารที่ลูกค้าเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อฯ ต่าง เพื่อให้ลูกค้าได้รับข่าวสารอย่างทั่วถึง และธนาคารควรมีการวางแผนการเดินทางตลาดของพนักงาน เพื่อให้สามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคารกับลูกค้าได้อย่างละเอียดมากยิ่งขึ้น ซึ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ถึงตัวผู้บริโภคได้อย่างน่าสนใจ รวมถึงให้ความสำคัญในกระบวนการพิจารณาสินเชื่อที่รวดเร็วกว่าคู่แข่ง ซึ่งนับว่าเป็นการทำตลาดที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในยุคโลกาภิวัตน์ รวมถึงพัฒนาการบริการของพนักงานให้มีความกระตือรือร้นในการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า เพื่อให้สามารถเข้าไปอยู่เป็นธนาคารในใจของลูกค้าทุกกลุ่ม ไม่ใช่เพียงเฉพาะข้าราชการและรัฐวิสาหกิจเพียงอย่างเดียว

3) จากผลการศึกษาด้านความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการสินเชื่อมีความพึงพอใจในด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด ในการที่เป็นธนาคารของรัฐที่มีชื่อเสียงและความมั่นคง ประกอบกับมีจำนวนสาขามากและเปิดให้บริการทุกวัน รวมถึงการจัดพื้นที่ให้บริการเป็นสัดส่วน ดังนั้นธนาคารควรมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและปฏิบัติให้ได้ตามความต้องการของลูกค้าสูงสุด รวมทั้งการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพนักงานถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญเพราะหากพนักงานมีความรู้

ความสามารถ มีปฏิภาณไหวพริบ จะทำให้การดำเนินงานด้านนโยบายการให้สินเชื่อมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมายที่ธนาคารกำหนดได้ ส่วนในด้านกระบวนการที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจน้อย ทางธนาคารควรนำมาพิจารณาถึงสาเหตุที่แท้จริง ว่าเกิดจากความผิดพลาดของระบบงานหรือการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อนำปัญหาที่พบไปแก้ไขได้อย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง

ทั้งนี้ธนาคารควรปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อเนกประสงค์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น เช่นมีการขยายระยะเวลาการผ่อนชำระรวมถึงขยายวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติ ส่วนด้านกระบวนการเอกสารประกอบการพิจารณาสินเชื่อไม่ควรยุ่งยาก หรือมากเกินไป รวมถึงขั้นตอนในการพิจารณาสินเชื่อให้กระชับและแจ้งผลการพิจารณารวดเร็ว ซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสามารถทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจและมีความเต็มใจที่จะเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ หรือบริการด้านอื่นๆ ของธนาคารได้

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อจำกัดในการศึกษาวิจัยด้านเวลาที่ค่อนข้างจำกัด อีกทั้งเป็นการศึกษาจากกลุ่มลูกค้าสินเชื่อที่ได้รับการอนุมัติสินเชื่อเนกประสงค์กับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เฉพาะในจังหวัดลำปาง ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน 2552 เท่านั้น ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอาจจะไม่เพียงพอ ซึ่งส่งผลทำให้ผลการศึกษาที่ได้รับไม่ชัดเจน และสามารถนำไปใช้ได้อย่างจำกัด ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาเพิ่มเติมโดยสอบถามจากลูกค้าทั่วประเทศที่เลือกใช้บริการสินเชื่อกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมทั้งระบบ หรือมีการเปรียบเทียบข้อมูลต่างๆ อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อ ปัจจัยด้านต่างๆ ความพึงพอใจ เป็นต้น ระหว่างธนาคารกับคู่แข่งกัน โดยข้อมูลที่ได้จากลูกค้าจะเป็นภาพรวมที่ชัดเจน ส่งผลให้ธนาคารสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการสินเชื่อประเภทต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้มากที่สุด