

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยบทนี้จะกล่าวถึง สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ได้เลือกพื้นที่ศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสัดส่วน (Proportionate Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศผ่านธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นนิติบุคคล จำนวน 38 รายคิดเป็นร้อยละ 15.2 และบุคคลธรรมดา จำนวน 212 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.8 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคุณลักษณะดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูล	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา
1. เพศ	ชาย	หญิง
2. อายุ	21 - 35 ปี	
3. สถานภาพ	สมรส	โสด
4. การศึกษา	ระดับมัธยมศึกษา , ปวช.หรือเทียบเท่า	ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
5. อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	10,001 - 20,000 บาท	ไม่เกิน 10,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนิติบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 – 35 ปี สถานภาพสมรส ศึกษาในระดับมัธยมศึกษา, ปวช. หรือเทียบเท่า และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลธรรมดาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 35 ปี สถานภาพโสด ศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า และเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศส่วนใหญ่หรือจำนวนมากที่สุดของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จะมีลักษณะดังนี้

ข้อมูล	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา
1. บริการที่ใช้	บริการ โอนเงินและรับเงินโอน เข้ามาจากต่างประเทศ	บริการรับเงินโอนเข้ามา จากต่างประเทศ
2. สาขาที่ใช้บริการมากที่สุด	สำนักงานใหญ่สีลม	
3. เหตุผลที่เลือกใช้บริการคือ	ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่ เหมาะสม สามารถค้นหาได้ง่ายและ จอดรถสะดวก	ธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก
4. ช่องทางในการใช้บริการ	ธนาคาร	
5. ความถี่	มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป	น้อยกว่าเดือนละ 2 ครั้ง
6. ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากที่สุด	12.31 - 14.30 น.	10.31 - 12.30 น.
7. วันที่ใช้บริการมากที่สุด	วันพุธ	วันศุกร์
8. ปริมาณธุรกรรม	จำนวน 50,001 - 100,000 บาท	จำนวน 10,001 - 20,000 บาท
9. บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพล	นโยบายบริษัท	ตนเอง
10. ช่องทางที่ได้รับข้อมูล ข่าวสาร	พนักงานธนาคาร	เพื่อน ญาติแนะนำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนิติบุคคลส่วนใหญ่ใช้บริการโอนเงินและรับเงินโอนเข้ามาจากต่างประเทศและใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ สีส้ม มากที่สุด โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ คือ ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม สามารถค้นหาได้ง่ายและจอร์ดลสะดวก ซึ่งธนาคารเป็นช่องทางในการใช้บริการมากที่สุด โดยใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป ในช่วงเวลา 12.31 – 14.30 น. และใช้บริการวันพุธมากที่สุด มีปริมาณการใช้บริการในแต่ละครั้ง จำนวน 50,001 – 100,000 บาท บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศมากที่สุด คือ นโยบายบริษัท และช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกรรมด้านเงินตราต่างประเทศมากที่สุด คือ พนักงานธนาคาร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บุคคลธรรมดาส่วนใหญ่ใช้บริการรับเงินโอนเข้ามาจากต่างประเทศ บุคคลธรรมดาส่วนใหญ่ใช้บริการรับเงินโอนเข้ามาจากต่างประเทศและใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ สีส้ม มากที่สุด โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ คือ ธนาคารมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ซึ่งธนาคารเป็นช่องทางในการใช้บริการมากที่สุด โดยใช้บริการน้อยกว่าเดือนละ 2 ครั้ง ในช่วงเวลา 10.31 – 12.30 น. และใช้บริการวันศุกร์มากที่สุด มีปริมาณการใช้บริการในแต่ละครั้ง จำนวน 10,001 - 20,000 บาท บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศมากที่สุด คือ ตนเอง และช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกรรมด้านเงินตราต่างประเทศมากที่สุด คือ เพื่อน ญาติแนะนำ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศ
ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

นิติบุคคล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ซึ่งปัจจัยย่อยด้าน
ผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ ระบบการบริการแบบครบวงจร (One Stop Service)
ภาพลักษณ์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ และจำนวนสกุลเงินตราต่างประเทศที่ให้บริการ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ซึ่งปัจจัยย่อยด้าน
ราคาให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ อัตราค่าธรรมเนียมไม่สูงกว่าธนาคารอื่น และอัตรา
แลกเปลี่ยนไม่ทำให้ลูกค้าเสียประโยชน์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตรา
ต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม มีความสำคัญในระดับปานกลาง มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ การ
ลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ, ใบปลิว, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร เกี่ยวกับการให้บริการ
ด้านเงินตราต่างประเทศ การให้อัตราแลกเปลี่ยนพิเศษสำหรับลูกค้าที่มีปริมาณการใช้บริการ
(Volume) สูงและมีบริการแจกรางวัลหรือของที่ระลึกสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้านเงินตรา
ต่างประเทศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศ
ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94
ซึ่งปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในทำเลที่
พบเห็นได้ง่าย ธนาคารให้บริการด้านเงินตราต่างประเทศในเวลาที่เหมาะสมกับความต้องการของ
ลูกค้า และธนาคารมีพื้นที่จอดรถรองรับผู้ใช้บริการได้เพียงพอ

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของ
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53
ซึ่งปัจจัยย่อยด้านบุคคลให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอ
ภาค พนักงานต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นกันเองกับลูกค้าและพนักงาน
ให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ การจัดพื้นที่เฉพาะส่วนให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ บรรยากาศของธนาคารเป็นกันเองและอบอุ่นและการออกแบบอาคารมีความปลอดภัย เช่น การมีกล้องวงจรปิดและทางออกฉุกเฉิน เป็นต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ ระบบการให้บริการมีความถูกต้อง ระบบงานของธนาคารสามารถเชื่อมโยงได้ทั่วโลกและการทักทายต้อนรับเมื่อท่านเข้ามาใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของธนาคาร

บุคคลธรรมดา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ ระบบการบริการแบบครบวงจร (One Stop Service) จำนวนสกุลเงินตราต่างประเทศที่ให้บริการและภาพลักษณ์ของธนาคารมีความน่าเชื่อถือ

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านราคาให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ อัตราค่าธรรมเนียมไม่สูงกว่าธนาคารอื่นและอัตราแลกเปลี่ยนไม่ทำให้ลูกค้าเสียประโยชน์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ การลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ, ใบปลิว, หนังสือพิมพ์, นิตยสาร เกี่ยวกับการให้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ การแจ้งข่าวสารข้อมูลประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ต เช่น การให้ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยน บทความเกี่ยวกับเศรษฐกิจระดับมหภาคที่มีผลกระทบต่อค่าเงินบาท เป็นต้น และธนาคารมีการจัดการสังคมสงเคราะห์และจัดกิจกรรมเพื่อเป็นสาธารณประโยชน์

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในทำเลที่พบเห็นได้ง่าย ธนาคารมีพื้นที่จอตรงรองรับผู้ใช้บริการ ได้เพียงพอและธนาคารให้บริการด้านเงินตราต่างประเทศในเวลาที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

ปัจจัยด้านบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านบุคคลให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องรวดเร็วพนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาคและ พนักงานมีบุคลิกดี พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม และดูแล เอาใจใส่ท่านเป็นอย่างดี

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ การตกแต่งภายใน ภายนอกสวยงาม สะอาด และดูเป็นระเบียบเรียบร้อยดี ความทันสมัยของอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการลูกค้าและการออกแบบอาคารมีความปลอดภัย เช่น การมีกล้องวงจรปิด และทางออกฉุกเฉิน เป็นต้น

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยรวม มีความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ซึ่งปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้ความสำคัญเรียงตามลำดับดังนี้ ธนาคารมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายใน เช่น หน่วยงานบริการด้านต่างประเทศ กับหน่วยงานพิธีการสินค้าขาเข้าและขาออก (Import – Export) ทำให้การบริการมีความรวดเร็ว ระบบการให้บริการมีความถูกต้องและธนาคารใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงาน คือ สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นนิติบุคคลและบุคคลธรรมดา สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา
ผลิตภัณฑ์	ระบบการบริการแบบครบวงจร	
ราคา	อัตราค่าธรรมเนียมไม่สูงกว่าธนาคารอื่น	
การส่งเสริมการตลาด	การลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	
การจัดจำหน่าย	ที่ตั้งของธนาคารอยู่ในทำเลที่พบเห็นได้ง่าย	
บุคคล	พนักงานให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค	พนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว
การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	การจัดพื้นที่เฉพาะส่วนให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ	การตกแต่งภายใน ภายนอก สวยงาม สะอาด และดูเป็นระเบียบเรียบร้อยดี
กระบวนการ	ระบบการให้บริการมีความถูกต้อง	ธนาคารมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

นิติบุคคล

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่เป็นนิติบุคคลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับ พรรณปพร ทามณีวรรณ (2539) ที่ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์ของการให้บริการทางการเงินสำหรับการค้าระหว่างประเทศในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานด้านเอกสารการค้าระหว่างประเทศและธุรกรรมระหว่างประเทศที่ผิดพลาดและล่าช้า ส่วนมาจากบุคลากรของธนาคาร ยังขาดการฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะแก่พนักงาน ดังนั้น ธนาคารจึงควรมีการให้ความรู้ พัฒนา ทักษะการทำงานตลอดเวลา เพื่อให้พนักงานสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้ภาพลักษณ์แก่ธนาคารได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้สิ่งที่มีอิทธิพล ในการเลือกใช้บริการเงินตราต่างประเทศมากที่สุดของนิติบุคคล คือ นโยบายบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการวางนโยบายโดยผู้บริหารของบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับ ชนนท์สิริ สายเป่า (2543) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งระดับบริหารที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการใหญ่ รองลงมา คือ ตำแหน่งผู้จัดการแผนกบัญชีและ/หรือการเงิน ดังนั้นธนาคารจึงควรวางกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อธุรกิจ โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริหารของบริษัท ร้านค้า ต่างๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีในการดำเนินธุรกิจและผลกำไรให้แก่ธนาคารได้

บุคคลธรรมดา

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่เป็นบุคคลธรรมดาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญที่สุด คือ ธนาคารมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายในเป็นอย่างดี และปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญรองลงมา คือ ระบบการให้บริการมีความถูกต้อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อภิชัย พรนิยมาสิริ (2545) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าส่วนบุคคลธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการใช้บริการสาขาไมโครตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่มาใช้บริการที่สาขาไมโครให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญอันดับแรกคือ ผู้บริโภคสามารถเข้ามาใช้บริการได้ทุกวัน ไม่มีวันหยุด รองลงมาคือ ที่จอดรถสะดวก สามารถใช้บริการได้ตั้งแต่เวลา 10.00 – 20.00 น.

นอกจากนี้การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าส่วนบุคคลธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในการใช้บริการสาขาไมโครตามห้างสรรพสินค้า ด้านทัศนคติและปัญหาของผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าพนักงานไม่เพียงพอกับการให้บริการ และจุดบริการด้านเครื่องอัตโนมัติให้ความสะดวก รวดเร็วกว่าจุดบริการด้านเคาน์เตอร์ แต่ด้านเคาน์เตอร์ให้บริการถูกต้อง เพียงตรงมากกว่า ส่วนสิ่งที่ควรปรับปรุง คือ การให้บริการซ้ำและเครื่องอัตโนมัติขัดข้องบ่อยทำให้เสียเวลา คอยนาน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านบุคคลของการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการเงินตราต่างประเทศของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อย คือ พนักงานให้บริการท่านได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มากที่สุด

5.3 ข้อค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีข้อค้นพบดังนี้

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

นิติบุคคล

เมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่เป็นนิติบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนิติบุคคลใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ สีลม บ่อยที่สุด และทำธุรกรรมผ่านทางธนาคารมากที่สุด โดยมีความถี่ในการทำธุรกรรมมาก คือ มากกว่า 10 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน โดยมีปริมาณในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งค่อนข้างสูง คือ จำนวน 50,001 – 100,000 บาท และช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด คือ พนักงานธนาคาร

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่เป็นนิติบุคคล ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่สำคัญที่สุด คือ พนักงานให้บริการอย่างเสมอภาค ส่วนปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ การจัดพื้นที่เฉพาะส่วนให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ และปัจจัยด้านกระบวนการ นิติบุคคลให้ความสำคัญกับระบบการให้บริการมีความถูกต้องมากที่สุด

เมื่อพิจารณาจากความถี่ในการใช้บริการ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนิติบุคคลที่มาใช้บริการเดือนละ 2 – 4 ครั้ง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการน้อยกว่าเดือนละ 2 ครั้ง เดือนละ 5 – 10 ครั้ง และมากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลในระดับมากที่สุด

บุคคลธรรมดา

เมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่เป็นบุคคลธรรมดา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลธรรมดาใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ สีลม บ่อยที่สุด และทำธุรกรรมผ่านทางธนาคารมากที่สุด โดยมีความถี่ในการทำธุรกรรมไม่มาก คือ น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน โดยมีปริมาณในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งค่อนข้างต่ำ คือ จำนวน 10,001 – 20,000 บาท และช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมากที่สุดคือ เพื่อน/ญาติแนะนำ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่เป็นบุคคลธรรมดาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่สำคัญที่สุดคือ ธนาคารมีการประสานงานระหว่างหน่วยงานภายใน ส่วนปัจจัยด้านบุคคล บุคคลธรรมดาให้ความสำคัญกับพนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว และปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ การตกแต่งภายใน ภายนอกสวยงาม สะอาด และดูเป็นระเบียบเรียบร้อยดี

เมื่อพิจารณาจากความถี่ในการใช้บริการ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคคลธรรมดา มีความถี่ในการใช้บริการต่ำ คือ น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน เมื่อพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ จะพบว่า ผู้มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน และผู้มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมาก และผู้ให้บริการด้านเงินตราต่างประเทศที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท รายได้เฉลี่ยจำนวน 10,001 – 20,000 บาท และรายได้เฉลี่ยจำนวน 30,001 – 40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด

5.4 ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม ของผู้ใช้บริการเงินตรา ต่างประเทศของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	ข้อเสนอแนะ	
	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา
ผลิตภัณฑ์	ธนาคารควรจัดระบบการให้บริการแบบครบวงจร (One Stop Service) เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วให้แก่ลูกค้า	
ราคา	ธนาคารควรใช้อัตราค่าธรรมเนียมไม่สูงกว่าธนาคารอื่น	
การส่งเสริมการตลาด	ธนาคารควรลงโฆษณาเกี่ยวกับการให้บริการด้านเงินตราต่างประเทศผ่านสื่อต่างๆ โดยให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งต้องพิจารณาช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีการลงทุนน้อยที่สุด เพื่อความคุ้มค่าและผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลมากที่สุด	
การจัดจำหน่าย	ธนาคารควรขยายสาขาหรือเปิดสาขาของธนาคารกรุงเทพเพิ่มเติมเพื่อรองรับการให้บริการในอนาคต ควรพิจารณาด้านทำเลที่ตั้งของธนาคารเป็นเรื่องสำคัญ โดยควรอยู่ในแหล่งชุมชน มีการเดินทางที่สะดวก ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ	
บุคคล	ธนาคารควรจัดอบรมให้พนักงานเน้นการให้บริการโดยเน้นให้บริการลูกค้าอย่างเสมอภาค	ธนาคารควรจัดอบรมให้พนักงานเน้นการให้บริการโดยเน้นให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว
การสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ธนาคารควรจัดพื้นที่รองรับลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ เนื่องจากลูกค้านิติบุคคลมีปริมาณในการทำธุรกรรมแต่ละครั้งเป็นจำนวนมาก	ธนาคารควรมีการจัดตกแต่งสถานที่ทั้งภายในและภายนอกให้สะอาดและดูเป็นระเบียบเรียบร้อยดี ทั้งนี้ควรมีการปรับปรุง คือ ด้านอุณหภูมิ และระบบการถ่ายเทอากาศภายในอาคาร

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรม ของผู้ใช้บริการเงินตรา ต่างประเทศของธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	ข้อเสนอแนะ	
	นิติบุคคล	บุคคลธรรมดา
การสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (ต่อ)		โดยควรจัดให้ช่างเข้า ตรวจสอบตามระยะเวลาที่ เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อให้ระบบ การหมุนเวียนของอากาศ ภายในอาคารมีสภาพที่ เหมาะสม
กระบวนการ	ธนาคารควรตรวจสอบการ ให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้เกิด ความถูกต้อง และลดความ ผิดพลาด เพื่อป้องกันมิให้เกิด ความล่าช้าและลูกค้าสูญเสีย ผลประโยชน์ทางธุรกิจ	ธนาคารควรจัดเตรียมความ พร้อมในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภายใน เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วให้แก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศ โดยขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างไปยังพื้นที่อื่นๆ นอกเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความครอบคลุมกับกลุ่มตัวอย่างในหลากหลายพื้นที่ เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่เป็นจริง ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การให้บริการ และปรับปรุงการบริการด้านเงินตราต่างประเทศของธนาคารและสถาบันการเงินต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ผลการศึกษาช่องทางที่ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำธุรกรรมด้านเงินตราต่างประเทศ พบว่า นิติบุคคลได้รับข้อมูลจากพนักงานธนาคารมากที่สุด ส่วนบุคคลธรรมดาได้รับข้อมูลจาก เพื่อน/ญาติแนะนำ มากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจการให้บริการของธนาคารเป็นอย่างมาก ดังนั้น จึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของ ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการด้านเงินตราต่างประเทศของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)