

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาคาดหวังของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขต อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จากที่ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร ความพึงพอใจ และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อรูปแบบการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ตลอดจนปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการให้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้ผลการศึกษาที่น่าเสนอเป็นตารางประกอบการรายงานตามลำดับดังต่อไปนี้

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

4.2 ผลการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจุบัน

4.3 ผลการศึกษาข้อมูลความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

4.4 ผลการศึกษาข้อมูลปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการให้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ การสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แสดงไว้ในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.1 จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 397)

เพศ	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย		122	30.7
หญิง		275	69.3

ตาราง 4.1 (ต่อ) จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 397)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	19	4.8
20 – 29 ปี	205	51.6
30 – 39 ปี	119	30.0
40 – 49 ปี	40	10.1
50 ปี ขึ้นไป	14	3.5
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	5	1.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	54	13.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	112	28.2
ปวส. หรือ อนุปริญญา	55	13.9
ปริญญาตรี	146	36.8
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	25	6.3
สถานภาพการสมรส		
โสด	239	60.2
สมรส	143	36.0
หม้าย / หย่าร้าง	15	3.8
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	19	4.8
รับราชการ	14	3.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	8.8
รับจ้าง / พนักงานบริษัท	310	78.1
เกษตรกร	9	2.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	10	2.5

ตาราง 4.1 (ต่อ) จำนวน และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 397)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	193	48.6
10,001 – 20,000 บาท	115	29.0
20,001 – 30,000 บาท	34	8.6
30,001 – 40,000 บาท	40	10.1
40,001 – 50,000 บาท	15	3.8
มากกว่า 50,001 บาท	—	—

จากตารางที่ 4.1 ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า

1. เพศ

ส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นเพศหญิง จำนวน 275 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.7

2. อายุ

ส่วนใหญ่ลูกค้าอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.1 และอายุ 50 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด คือมีเพียง 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 เท่านั้น

3. ระดับการศึกษา

ส่วนใหญ่ลูกค้ามีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.2 ปวส. หรือ อนุปริญญา จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.9 และลูกค้าที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่ามีน้อยที่สุด คือมีเพียง 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3 เท่านั้น

4. สถานภาพการสมรส

ส่วนใหญ่ลูกค้าเป็นโสด จำนวน 239 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาสมรสแล้ว จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และเป็นหม้ายหรือหย่าร้างมีน้อยที่สุดคือจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8

5. อาชีพ

ส่วนใหญ่ลูกค้า รับจ้างหรือเป็นพนักงานบริษัท จำนวน 310 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.1 รองลงมาเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.8 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.8 และลูกค้าของธนาคารที่มีอาชีพเกษตรกรรมจำนวนน้อยที่สุด คือ มีเพียง 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 เท่านั้น

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนใหญ่ลูกค้ามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 193 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.0 ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.1 และลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 40,001-50,000 บาท มีน้อยที่สุดเพียง 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8

4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการจากธนาคาร

พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบ ประกอบด้วย ประเภทของบริการที่ใช้จากธนาคาร วันที่มาใช้บริการ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน เหตุผลที่มาใช้บริการ ธนาคาร ปัญหาที่พบบ่อยในการมาใช้บริการ แสดงไว้ในตารางที่ 2 ดังต่อไปนี้

ตาราง 4.2 จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารในปัจจุบัน (n = 397)

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร	จำนวน (ราย)	ร้อยละของผู้ตอบ แบบสอบถามทั้งหมด
ประเภทของบริการที่ใช้จากธนาคาร*		
บริการฝาก – ถอนเงินสด	322	83.6
โอนเงินระหว่างบัญชี/ธนาคาร	189	47.6
ชำระสินค้า/สาธารณูปโภค	154	38.8
บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	50	12.6
บริการสินเชื่อ	35	8.8
เช็คของขวัญ เช็คธนาคาร ตัวแลกเปลี่ยน	25	6.3
บริการ ATM	308	77.6
ชำระบัตรเครดิต	89	22.4
วันที่มาใช้บริการ		
จันทร์	239	60.2
อังคาร	54	13.6
พุธ	40	10.1
พฤหัสบดี	5	1.3
ศุกร์	59	14.9

หมายเหตุ * ผู้ตอบแต่ละรายเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.2 (ต่อ) จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารในปัจจุบัน (n = 397)

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ		
8.30 – 10.30 น.	159	40.1
10.31 – 11.30 น.	90	22.7
11.31 – 12.30 น.	50	12.6
12.31 – 13.30 น.	53	13.4
13.31 – 14.30 น.	25	6.3
14.31 – 15.30 น.	20	5.0
จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน		
1 – 3 ครั้ง	304	76.6
4 – 6 ครั้ง	63	15.9
7 – 9 ครั้ง	20	5.0
มากกว่า 10 ครั้ง	10	2.5
เหตุผลที่มาใช้บริการธนาคาร*		
การให้บริการที่ดีของพนักงาน	70	17.6
ธนาคารมีบริการที่หลากหลาย	94	23.7
ชื่อเสียง/ความมั่นคง	30	7.6
ธนาคารอยู่ใกล้/สะดวก	273	68.8
ผลตอบแทนสูง	5	1.3
รู้จักกับพนักงานของธนาคาร	10	2.5
ปัญหาที่พบบ่อยในการมาใช้บริการ*		
ระยะเวลาในการให้บริการนานเกินไป	89	22.4
จำนวนช่องในการให้บริการน้อยเกินไป	175	44.1
เครื่องคอมพิวเตอร์ขัดข้องบ่อย	99	24.9
ขั้นตอนในการให้บริการยุ่งยาก ซับซ้อน	24	6.0
ไม่มีระบบคิว	60	15.1

หมายเหตุ * ผู้ตอบแต่ละรายเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารในปัจจุบันของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า

1. ประเภทของบริการที่ใช้จากธนาคาร

ปัจจุบันลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนส่วนใหญ่มาใช้บริการจากธนาคารประเภทบริการฝาก – ถอนเงินสด จำนวน 322 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.6 รองลงมาใช้บริการ ATM จำนวน 308 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.6 และโอนเงินฝากระหว่างบัญชีหรือธนาคาร จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.6 สำหรับบริการที่ลูกค้าใช้น้อยที่สุดคือ บริการด้านเช็คของขวัญ เช็คธนาคาร ตัวแลกเงิน ซึ่งมีจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.3

2. วันที่มาใช้บริการ

วันที่มาใช้บริการของลูกค้าส่วนใหญ่เป็นวันจันทร์ จำนวน 239 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาใช้บริการวันศุกร์ จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.9 และวันอังคาร จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.6 และวันที่ใช้บริการน้อยที่สุดคือวันพฤหัสบดี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3

3. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ

ส่วนใหญ่ของลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลา 8.30 – 10.30 น. จำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.1 รองลงมาเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลา 10.31 – 11.30 น. จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7 ช่วงเวลา 12.31 – 13.30 น. จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.4 และช่วงเวลาที่ใช้บริการน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 14.31-15.30 น. จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0

4. จำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน

ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการจำนวน 1 – 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 304 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมาเข้ามาใช้บริการจำนวน 4–6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.9 และ 7–9 ครั้งต่อเดือน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0 ส่วนจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คือมีเพียง 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

5. เหตุผลที่มาใช้บริการธนาคาร

ส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการจากธนาคารคือ ธนาคารอยู่ใกล้หรือสะดวกในการเข้าใช้บริการ จำนวน 273 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาคือธนาคารมีบริการที่หลากหลาย จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 การให้บริการที่ดีของพนักงาน จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.6 และเหตุผลที่มาใช้บริการเพราะผลตอบแทนสูง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3

6. ปัญหาที่พบบ่อยในการมาใช้บริการ

ส่วนใหญ่ปัญหาที่พบบ่อยในการมาใช้บริการจากธนาคารคือ จำนวนช่องในการให้บริการน้อยเกินไป จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมาคือเครื่องคอมพิวเตอร์ขัดข้อง

บ่อย จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.9 ระยะเวลาในการให้บริการนานเกินไป จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.4 และ ปัญหาที่พบน้อยที่สุดคือ ขั้นตอนในการให้บริการยุ่งยาก ซับซ้อน มีจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0

4.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ความพึงพอใจและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามส่วนประสมการตลาดบริการ คือ บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ แสดงไว้ในตารางที่ 4.3 – 4.14 ดังต่อไปนี้

4.3.1 ความพึงพอใจ แสดงไว้ในตารางที่ 4.3-4.8

ตาราง 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ความพึงพอใจ ในด้านต่างๆ
1. บริการด้านการฝากและถอนเงิน	3.64	0.52	มาก	3
-จำนวนช่องบริการที่มี	3.59	0.68	มาก	
-การจัดระบบคิวปัจจุบัน	3.50	0.76	มาก	
-ความสะดวกของแบบฟอร์มต่างๆที่มีให้กรอก	3.65	0.73	มาก	
-ความทันสมัยของเครื่องมือ เครื่องใช้ในปัจจุบัน	3.82	0.69	มาก	
2. บริการด้านสินเชื่อ	3.34	0.73	ปานกลาง	7
-ด้านระยะเวลาในการขออนุมัติสินเชื่อ	3.39	0.81	ปานกลาง	
-ด้านเอกสารประกอบการขอสินเชื่อ	3.36	0.78	ปานกลาง	
-ด้านขั้นตอนในการทำสินเชื่อ	3.28	0.74	ปานกลาง	
3. บริการด้านต่างประเทศ	3.41	1.00	ปานกลาง	6
-ด้านขั้นตอนและเอกสารในการทำธุรกรรม เงินโอนต่างประเทศ	3.41	1.00	มาก	
4. บริการด้านเปิดบัญชีใหม่และทำบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต	3.92	0.64	มาก	1
-ด้านขั้นตอนในการเปิดบัญชีและทำบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต	3.88	0.68	มาก	
-ด้านคุณสมบัติของบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต	3.96	0.73	มาก	
5. บริการด้านบัตรเครดิต	3.66	0.75	มาก	2
-ด้านเอกสารและขั้นตอนในการทำบัตรเครดิต	3.65	0.69	มาก	
-ด้านคุณสมบัติของบัตรเครดิต	3.66	0.91	มาก	
6. บริการด้านกองทุน	3.44	0.84	มาก	4
-ด้านขั้นตอนในการซื้อ – ขายกองทุน	3.44	0.84	มาก	
7. บริการด้านเงินออมแบบมีประกันชีวิตและประกันวินาศภัย	3.41	0.67	มาก	5
-ด้านระยะเวลาในการออมและความคุ้มครอง	3.40	0.72	มาก	
-ด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากการออม	3.43	0.69	มาก	
รวม	3.56	0.44	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.3 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.56) และเมื่อจำแนกบริการด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในลำดับแรกคือบริการด้านเปิดบัญชีใหม่และทำบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต (ค่าเฉลี่ย = 3.92) รองลงมาคือ บริการด้านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย = 3.66) บริการด้านการฝากและถอนเงินสด (ค่าเฉลี่ย = 3.64) บริการด้านกองทุน (ค่าเฉลี่ย = 3.44) บริการด้านต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.41) และบริการด้านเงินออมแบบมีประกันชีวิตและประกันวินาศภัย (ค่าเฉลี่ย = 3.41) ตามลำดับ อยู่ในระดับมาก ส่วนลำดับสุดท้ายความพึงพอใจบริการด้านสินเชื่อของลูกค้าอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.34)

ตาราง 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านราคา
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ความพึงพอใจ ในด้านต่างๆ
1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	3.18	0.91	ปานกลาง	1
2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	3.03	0.91	ปานกลาง	5
3. ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมเงิน โอนต่างประเทศ	3.02	0.77	ปานกลาง	6
4. ค่าธรรมเนียมรายปีบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต	3.06	0.91	ปานกลาง	4
5. ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีของบัตรเครดิต	2.86	0.85	ปานกลาง	8
6. อัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิต	2.96	0.85	ปานกลาง	7
7. ผลตอบแทนด้านเงินปันผลของกองทุน	3.14	0.85	ปานกลาง	2
8. ค่าเบี้ยประกันชีวิตและประกันวินาศภัย	3.08	0.81	ปานกลาง	3
รวม	3.04	0.70	ปานกลาง	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.4 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ใน
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านราคาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.04) และเมื่อจำแนกบริการด้านราคาพบว่า ความพึงพอใจของ
ลูกค้าที่มีต่อการบริการด้านราคาลำดับแรกคืออัตราดอกเบี้ยเงินฝาก (ค่าเฉลี่ย = 3.18) รองลงมาคือ
ผลตอบแทนด้านเงินปันผลของกองทุน (ค่าเฉลี่ย = 3.14) ค่าเบี้ยประกันชีวิตและประกันวินาศภัย
(ค่าเฉลี่ย = 3.08) ค่าธรรมเนียมรายปีบัตรเอทีเอ็มหรือบัตรเดบิต (ค่าเฉลี่ย = 3.06) อัตราดอกเบี้ย
เงินกู้ (ค่าเฉลี่ย = 3.03) ค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมเงิน โอนต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.02) อัตรา
ดอกเบี้ยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย = 2.36) และค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย =
2.86) ตามลำดับ

ตาราง 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

การส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่	3.55	0.78	มาก	2
2. เอกสารและข่าวสารของธนาคาร	3.59	0.88	มาก	1
3. ของขวัญแจกช่วงเทศกาล เช่น ปฏิทิน	3.52	0.92	มาก	3
4. ของช่วยเหลือสำหรับผู้ใช้บริการบัตรเครดิตและบัตรเครดิต	3.34	0.95	ปานกลาง	4
รวม	3.50	0.74	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.5 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.50) และเมื่อจำแนกบริการด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดระดับมาก ลำดับแรกคือเอกสารและข่าวสารของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย = 3.59) รองลงมาคือ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ (ค่าเฉลี่ย = 3.55) และของขวัญแจกช่วงเทศกาล เช่น ปฏิทิน (ค่าเฉลี่ย = 3.52) ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจในของช่วยเหลือสำหรับผู้ใช้บริการบัตรเครดิตและบัตรเครดิตของลูกค้า ที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.34)

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

พนักงานผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ
1. การต้อนรับกล่าวคำทักทายและขอบคุณ	3.64	0.79	มาก	2
2. จำนวนพนักงานที่ให้บริการ	3.49	0.80	มาก	5
3. อธิบายและความเอาใจใส่ของพนักงาน	3.62	0.81	มาก	3
4. ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	3.69	0.86	มาก	1
5. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.56	0.85	มาก	4
รวม	3.60	0.70	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.6 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ใน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.60) และเมื่อจำแนกบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลำดับแรกคือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.69) รองลงมาคือการต้อนรับกล่าวคำทักทายและขอบคุณ (ค่าเฉลี่ย = 3.64) อธิบายและความเอาใจใส่ของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.62) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.56) และจำนวนพนักงานที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.49) ตามลำดับ

ตาราง 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านสถานที่
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

สถานที่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ความพึงพอใจ ในด้านต่างๆ
1. ความสะอาดของสถานที่ตั้งธนาคาร	3.69	0.95	มาก	1
2. ที่จอดรถ	3.52	0.79	มาก	3
3. การจัดที่นั่งขณะรอให้บริการ	3.53	0.82	มาก	2
4. มีบริการอื่นๆ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	3.46	0.85	มาก	4
รวม	3.55	0.67	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.7 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมืองจังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.55) และเมื่อจำแนกบริการด้านสถานที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการด้านสถานที่ ลำดับแรกคือ ความสะอาดของสถานที่ตั้งธนาคาร (ค่าเฉลี่ย = 3.69) รองลงมาคือ การจัดที่นั่งขณะรอให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.53) ที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย = 3.52) และมีบริการอื่นๆ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย = 3.46) ตามลำดับ

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมที่มีต่อการบริการ
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ลำดับที่	ส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ความพึงพอใจ ในด้านต่างๆ
1	ด้านผลิตภัณฑ์	3.56	0.44	มาก	2
2	ด้านราคา	3.04	0.70	ปานกลาง	5
3	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.50	0.74	มาก	4
4	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	3.60	0.70	มาก	1
5	ด้านสถานที่	3.55	0.67	มาก	3
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		3.44	0.45	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.8 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ใน
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.44) และเมื่อ
จำแนกเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการ
ส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.56 3.50 3.60 และ 3.55 ส่วนความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการด้านราคาของธนาคาร
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

4.3.2 ความคาดหวัง แสดงไว้ในตารางที่ 4.9-4.14

ตาราง 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับความคาดหวังในด้านต่างๆ
1. บริการด้านการฝากและถอนเงิน	4.18	0.67	มาก	2
-คาดว่าจะมีจำนวนช่องบริการเพิ่มมากขึ้น	4.18	0.72	มาก	
-คาดว่าจะมีการใช้ระบบบัตรคิวเพื่อนั่งรอให้บริการและทำได้รวดเร็วขึ้น	4.17	0.73	มาก	
-คาดว่าจะมีการปรับปรุงแบบฟอร์มต่างๆเพื่อใช้เวลากรอกน้อยลงและเข้าใจง่ายขึ้น	4.17	0.77	มาก	
-คาดว่าจะมีการนำเอาเทคโนโลยี เครื่องมือ เครื่องใช้ในระบบธนาคาร ที่ทันสมัยมาใช้	4.21	0.80	มากที่สุด	
2. บริการด้านสินเชื่อ	4.11	0.78	มาก	3
-คาดว่าเวลาในการขออนุมัติสินเชื่อจะรวดเร็วมากขึ้น	4.15	0.81	มาก	
-คาดว่าเอกสารและขั้นตอนที่ใช้เพื่อการขอสินเชื่อไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	4.06	0.83	มาก	
3. บริการด้านต่างประเทศ	4.09	0.73	มาก	4
-คาดว่ามีความรวดเร็วและถูกต้องในการทำธุรกรรมด้านเงิน โอนและด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศ	4.09	0.73	มาก	
4. บริการด้านเปิดบัญชีใหม่และทำบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต	4.28	0.70	มากที่สุด	1
-คาดว่าขั้นตอนในการเปิดบัญชีใหม่และทำบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	4.28	0.74	มากที่สุด	
-คาดว่าบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต ที่ให้ใช้จะสามารถถอนและโอนเงินได้ครั้งละจำนวนมากๆ และเสียค่าธรรมเนียมน้อยลง	4.28	0.77	มากที่สุด	
5. บริการด้านบัตรเครดิต	3.96	0.89	มาก	5
-คาดว่าเอกสารและขั้นตอนในการทำบัตรเครดิตจะไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน และได้รับบัตรรวดเร็ว	3.96	0.89	มาก	

ตาราง 4.9 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการบริการ
ด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคาดหวัง	ลำดับ ความคาดหวัง ในด้านต่างๆ
6. บริการด้านกองทุน	3.90	0.93	มาก	6
- คาดว่าขั้นตอนการซื้อ-ขายกองทุนจะสะดวกและ รวดเร็วมากขึ้น	3.90	0.93	มาก	
7. บริการด้านเงินออมแบบมีประกันชีวิตและประกัน วินาศภัย	3.88	0.87	มาก	7
- คาดว่าระยะเวลาในการออมเงินสั้นลง	4.07	0.84	มาก	
- คาดว่าผลประโยชน์ที่ได้รับมากขึ้น	3.98	0.75	มาก	
รวม	4.11	0.63	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.9 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ใน
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11)
และเมื่อจำแนกบริการด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังต่อการบริการด้านเปิดบัญชีใหม่
และทำบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต (ค่าเฉลี่ย = 4.28) เป็นลำดับแรก และอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา
คือบริการด้านการฝากและถอนเงินสด (ค่าเฉลี่ย = 4.18) ซึ่งอยู่ในระดับมาก บริการด้านสินเชื่อ
(ค่าเฉลี่ย = 4.11) บริการด้านต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย = 4.09) บริการด้านบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย = 3.96)
บริการด้านกองทุน (ค่าเฉลี่ย = 3.90) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และลำดับสุดท้าย คือบริการ
ด้านเงินออมแบบมีประกันชีวิตและประกันวินาศภัย (ค่าเฉลี่ย = 3.88)

ตาราง 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการบริการด้านราคาของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับความคาดหวังในด้านต่างๆ
1. คาดว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากจะเพิ่มมากขึ้น	4.07	0.87	มาก	5
2. คาดว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จะลดลง	4.13	0.90	มาก	2
3. คาดว่าค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมเงินโอนต่างประเทศจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมมากขึ้น	3.98	0.96	มาก	8
4. คาดว่าค่าธรรมเนียมรายปีบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิตจะลดลง	4.12	0.94	มาก	3
5. คาดว่าจะได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีของบัตรเครดิต	4.08	0.91	มาก	4
6. คาดว่าอัตราดอกเบี้ยจากการใช้บัตรเครดิตจะลดลง	4.06	0.90	มาก	6
7. คาดว่าผลตอบแทนด้านเงินปันผลของกองทุนของธนาคารจะมากขึ้น	4.21	0.85	มากที่สุด	1
8. คาดว่าค่าเบี้ยประกันชีวิตและค่าเบี้ยประกันวินาศภัยจะลดลง	4.05	0.95	มาก	7
รวม	4.09	0.80	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.10 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าธนาคาร ไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านราคา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.09) และเมื่อจำแนกบริการด้านราคาพบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังต่อผลตอบแทนด้านเงินปันผลของกองทุนของธนาคารจะมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย = 4.21) เป็นลำดับแรก และอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความคาดหวังของลูกค้ารองลงมาคือ คาดว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จะลดลง (ค่าเฉลี่ย = 4.13) คาดว่าค่าธรรมเนียมรายปีบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิตจะลดลง (ค่าเฉลี่ย = 4.12) จะได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีของบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย = 4.08) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากจะเพิ่มมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย = 4.07) อัตราดอกเบี้ยจากการใช้บัตรเครดิตจะลดลง (ค่าเฉลี่ย = 4.06) ค่าเบี้ยประกันชีวิตและค่าเบี้ยประกันวินาศภัยจะลดลง (ค่าเฉลี่ย = 4.05) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และลำดับสุดท้ายคาดว่าค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมเงินโอนต่างประเทศจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย = 3.98)

ตาราง 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

การส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับความคาดหวังในด้านต่างๆ
1. คาดว่าการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จะมีเพิ่มมากขึ้นและปรับปรุงให้น่าสนใจมากขึ้น	4.12	0.92	มาก	3
2. คาดว่าจะมีการส่งเอกสารและข่าวสารของธนาคารให้ลูกค้าได้ทราบความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ	4.13	0.92	มาก	2
3. คาดว่าธนาคารจะแจกของขวัญและของชำร่วยอย่างเพียงพอและทั่วถึงทุกๆ ปี	4.15	0.90	มาก	1
4. คาดว่าธนาคารจะให้ของชำร่วยสำหรับผู้ใช้บริการบัตร เดบิตและบัตรเครดิตที่เหมาะสมและรวดเร็ว	4.09	0.93	มาก	4
รวม	4.12	0.76	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.11 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12) และเมื่อจำแนกบริการด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาด ลำดับแรก คือธนาคารจะแจกของขวัญและของชำร่วยอย่างเพียงพอและทั่วถึงทุกๆ ปี (ค่าเฉลี่ย = 4.15) รองลงมาคาดว่าจะมีการส่งเอกสารและข่าวสารของธนาคารให้ลูกค้าได้ทราบความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย = 4.13) มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จะมีเพิ่มมากขึ้นและปรับปรุงให้น่าสนใจมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย = 4.12) ตามลำดับ และลำดับสุดท้ายคือคาดว่าธนาคารจะให้ของชำร่วยสำหรับผู้ใช้บริการบัตรเดบิตและบัตรเครดิตที่เหมาะสมและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 4.09)

ตาราง 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

พนักงานผู้ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับความคาดหวังในด้านต่างๆ
1. คาดว่าพนักงานจะให้การต้อนรับ กล่าวคำทักทายและขอบคุณเมื่อใช้บริการทุกครั้ง	4.19	0.80	มาก	4
2. คาดว่าธนาคารจะเพิ่มจำนวนพนักงานที่ให้บริการมากขึ้นกว่าปัจจุบัน	4.18	0.84	มาก	5
3. คาดว่าพนักงานจะมีอัธยาศัยและให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	4.27	0.78	มากที่สุด	3
4. คาดว่าพนักงานจะมีความถูกต้องและแม่นยำในการให้บริการแก่ลูกค้า	4.29	0.80	มากที่สุด	2
5. คาดว่าพนักงานจะมีความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า	4.32	0.82	มากที่สุด	1
รวม	4.25	0.72	มากที่สุด	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.12 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.25) และเมื่อจำแนกบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการพบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังต่อการบริการด้านราคาลำดับแรก คือพนักงานจะมีความรวดเร็วในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.32) รองลงมาคาดว่าพนักงานจะมีความถูกต้องและแม่นยำในการให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.29) และคาดว่าพนักงานจะมีอัธยาศัยและให้ความเอาใจใส่แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย = 4.27) ตามลำดับอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความคาดหวังของลูกค้าลำดับต่อมาคือ พนักงานจะให้การต้อนรับ กล่าวคำทักทายและขอบคุณเมื่อใช้บริการทุกครั้ง (ค่าเฉลี่ย = 4.19) อยู่ในระดับมากที่สุดและลำดับสุดท้าย คาดว่าธนาคารจะเพิ่มจำนวนพนักงานที่ให้บริการมากขึ้นกว่าปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย = 4.18) อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ตาราง 4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการบริการด้านการสถานที่
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

สถานที่	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ ความคาดหวัง	ลำดับ ความคาดหวัง ในด้านต่างๆ
1. คาดว่าธนาคารจะมีสถานที่ตั้งที่สะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า	4.40	0.72	มากที่สุด	1
2. คาดว่าธนาคารแต่ละสาขาจะมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	4.32	0.82	มากที่สุด	2
3. คาดว่าธนาคารจะมีบริการน้ำดื่มและลูกอมแจกลูกค้าขณะนั่งรอคิว	4.13	0.91	มาก	4
4. คาดว่าธนาคารจะมีหนังสือพิมพ์/วารสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ให้นั่งอ่านขณะรอรับบริการ	4.18	0.90	มาก	3
รวม	4.26	0.72	มากที่สุด	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.13 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในด้านสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.26) และเมื่อจำแนกบริการด้านสถานที่พบว่า ลูกค้ามีความคาดหวังต่อการบริการด้านสถานที่ในลำดับแรกคือธนาคาร จะมีสถานที่ตั้งที่สะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.40) ในระดับมากที่สุด รองลงมาคาดว่าธนาคารแต่ละสาขาจะมีที่นั่งรอรับบริการเพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.32) อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ส่วนความคาดหวังของลูกค้าในด้านธนาคารจะมีหนังสือพิมพ์หรือวารสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ให้นั่งอ่านขณะรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.18) ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคาดว่าธนาคารจะมีบริการน้ำดื่มและลูกอมแจกลูกค้าขณะนั่งรอคิว (ค่าเฉลี่ย = 4.13) ในระดับมาก

ตาราง 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคาดหวังโดยรวมที่มีต่อการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ลำดับที่	ส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคาดหวัง	ลำดับความคาดหวังในด้านต่างๆ
1	ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	0.63	มาก	4
2	ด้านราคา	4.09	0.80	มาก	5
3	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.12	0.76	มาก	3
4	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.25	0.72	มากที่สุด	2
5	ด้านสถานที่	4.26	0.72	มากที่สุด	1
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.14	0.61	มาก	

ผลการศึกษาในตารางที่ 4.14 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่มีต่อการบริการในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.14) และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า มีความคาดหวังต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 4.09 และ 4.12 ส่วนความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และ 4.26

4.4 ผลการศึกษาปัญหาที่ลูกค้าพบและข้อเสนอแนะของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ปัญหาที่ลูกค้าพบและข้อเสนอแนะของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามส่วนประสมการตลาด บริการ คือ บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ด้านสถานที่ ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาที่ลูกค้าพบ

1. ไม่มีการการประทับตราสาขาที่ฝาก หรือประทับวันที่ลงในแบบฟอร์มที่ใช้ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ บางที่ทำให้การเขียนล่าช้า
2. การบริการด้านบัตรเครดิตในสาขาต่างจังหวัด มีการให้บริการในส่วนของการรอผลการพิจารณาอนุมัติช้ามากเมื่อเทียบกับการให้บริการในส่วนนี้กับในเขตของกรุงเทพมหานคร
3. การที่ต้องเสียเวลารอพนักงานให้บริการเป็นเวลานาน เนื่องจากลูกค้าบางรายมีรายการที่ต้องทำการติดต่อกับธนาคารหลายรายการ จึงทำให้ลูกค้ารายอื่นๆ ที่มีรายการน้อยและอยู่ในคิวถัดไปต้องคอยนาน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจะมีการประทับตราสาขาที่ฝาก หรือประทับวันที่ลงในแบบฟอร์มที่ใช้ในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ในแต่ละวันเพื่อความรวดเร็วและอำนวยความสะดวก
2. ควรมีการปรับปรุงการอนุมัติการให้บริการด้านบัตรเครดิตในสาขาต่างจังหวัด ให้เป็นระบบและมีขั้นตอนในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการได้อย่างรวดเร็วเท่ากับในเขตของกรุงเทพมหานคร
3. ควรจัดเครื่องทำรายการอัตโนมัติไว้คอยให้บริการลูกค้าที่มีการทำรายการน้อย เพื่อสร้างความสะดวกและความรวดเร็วในการใช้บริการที่เคาน์เตอร์

ด้านราคา

ปัญหาที่ลูกค้าพบ

1. มีการคิดค่าธรรมเนียมในการให้บริการในส่วนของเช็คเคลียร์และเช็คเรียกเก็บต่างจังหวัดในอัตราสูง

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจะมีการชี้แจงการคิดค่าธรรมเนียมในการให้บริการสำหรับเซ็คแต่ละประเภทและควรมีการติดประกาศให้ลูกค้าได้เข้าใจและรับทราบในหลักการและเกณฑ์ในการคิดค่าบริการที่ธนาคารกำหนดเป็นสากลและถือปฏิบัติโดยทั่วไปเอาไว้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาที่ลูกค้าพบ

1. ลูกค้าบางรายมักจะไม่ได้รับของชำระวัยที่ใช้แจกลูกค้าของธนาคาร(ธนาคารเลือกปฏิบัติต่อลูกค้า)
2. ลูกค้าไม่ทราบว่าธนาคารมีผลิตภัณฑ์ใดบ้างไว้คอยให้บริการ
3. บางครั้งธนาคารเปลี่ยนแปลงนโยบายหรือกฎระเบียบที่ใช้ปฏิบัติแต่ไม่ได้ประกาศให้ทราบทั่วไป ทำให้ลูกค้าไม่ทราบ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจะมีการแจ้งลูกค้าเกี่ยวกับเงื่อนไขของการแจกของชำระวัยของธนาคารแก่ลูกค้าแต่ละราย
2. ควรจะมีการชี้แจงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่มีไว้ให้บริการกับลูกค้า หรือมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์
3. ติดประกาศเกี่ยวกับนโยบายและกฎระเบียบทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ปัญหาที่ลูกค้าพบ

1. พนักงานมักจะให้บริการกับลูกค้าที่รู้จักหรือที่สนิทสนมก่อนเสมอ และให้บริการลูกค้าอื่นล่าช้า หรือไม่ให้ความสนใจ หรือให้ความสนใจน้อย

ข้อเสนอแนะ

1. พนักงานควรให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเสมอภาค รวดเร็ว และให้ความสำคัญแก่ลูกค้าทุกคน

ด้านสถานที่

ปัญหาที่ลูกค้าพบ

1. สถานที่คับแคบ ที่จอดรถน้อย
2. สาขาในเขตจังหวัดลำพูนมีน้อย แต่ลูกค้ามีมากโดยเฉพาะในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน

ข้อเสนอแนะ

1. ขยายพื้นที่ให้บริการ กว้างขึ้น มีอากาศถ่ายเทสะดวก มีที่จอดรถกว้างขวางและมีทางเข้า-ออกเป็นระเบียบ
2. เพิ่มสาขาย่อยในเขตจังหวัดลำพูน โดยเฉพาะในนิคมอุตสาหกรรมลำพูน

4.5 การปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการให้บริการของธนาคาร

จากผลการศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังที่ลูกค้ามีต่อการให้บริการของธนาคาร สามารถนำไปปัญหาและข้อเสนอแนะที่ลูกค้าได้พบและตอบให้ทราบ มาเป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการให้บริการของธนาคาร โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย(อ้างใน พรนพ พุกกะพันธ์ และนายประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์, 2544) และเครื่องมือวัดระดับคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry มาเป็นแนวทางศึกษาและพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

4.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย

1. กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก

1.1 การพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อมุ่งสนองตอบต่อความต้องการแท้จริงของกลุ่มลูกค้าหลัก หรือลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคาร เช่น บัตรเดบิต บัตรอิเล็กทรอนิกส์ บัตรเครดิต

1.2 การจัดแคมเปญเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

- การให้คุณค่าเพิ่ม (add value) เช่นบริการที่มีประกันชีวิตและสุขภาพ
- การให้สิ่งจูงใจสิทธิประโยชน์และเงื่อนไขการบริการที่ดีกับลูกค้าที่ใช้บริการบ่อยในลักษณะ Bonus-point เช่น บัตรเครดิต
- การให้บริการที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต และสร้างฐานะในระยะยาว เช่น สินเชื่อที่อยู่อาศัย บริการเงินออมแบบมีประกันชีวิตด้วยอัตราดอกเบี้ยพิเศษ
- การให้บริการที่เอื้อประโยชน์ต่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจ เช่น สินเชื่อเพื่อการค้าส่งออก สินเชื่อสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้วยบริการที่รวดเร็วและอัตราดอกเบี้ยพิเศษ

1.3 การขยายเวลาและบริการ เป็นการเพิ่มความสะดวกของผู้ใช้บริการ โดยขยายเวลาการให้บริการในวันหยุดหรือนอกเวลาทำการ

2. การปรับองค์กรให้สอดคล้องกับการตลาด

2.1 การปรับองค์กรเพื่อให้บริการตรงต่อกลุ่มลูกค้า

2.2 การปรับองค์กรเพื่อพัฒนาคุณภาพสินทรัพย์/หนี้สิน

2.3 การปรับปรุงองค์กรด้านส่งเสริมธุรกิจ

3. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์

3.1 การปรับเปลี่ยนกรอบความคิดและวัฒนธรรมการทำงานของพนักงาน

- การให้บริการในเชิงรุก โดยพนักงานเป็นผู้เข้าไปหาลูกค้าแทนที่จะให้ลูกค้ามาหา

- การดูแลลูกค้าและให้ความเอาใจใส่ตามมาตรฐานสากล เพื่อแทนที่ระบบที่

ดูแลในลักษณะเครือญาติ

- การมุ่งเข้าหากลุ่มลูกค้า

- การปรับมุมมองระหว่างพนักงานและผู้บริหารให้สอดคล้องกัน

3.2 การส่งเสริมให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้

- การพัฒนาตัวบุคคลในองค์กรโดยการเสริมสร้างให้เป็นบุคคลผู้ใฝ่รู้ทั้งด้าน

ความคิด วิชาการและข้อมูลใหม่ตลอดเวลา

- นำความรู้ใหม่ ๆ เหล่านั้นมาพัฒนาโครงสร้างความคิดการมองโลกและการ

ตัดสินใจให้เหมาะสมและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ

3.3 การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานแนวทางการพัฒนา

พนักงานจะให้ความสำคัญต่อการฝึกอบรม และเสริมทักษะความชำนาญต่างๆ โดยใช้เครื่องมือวัด

ระดับคุณภาพการให้บริการ โดยพนักงานเป็นเกณฑ์ในการวัด ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวจะวัดระดับ

คุณภาพในเรื่องต่อไปนี้

1. ความน่าเชื่อถือ

พนักงานผู้ให้บริการจะต้องทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าอย่างถูกต้อง

และไว้วางใจได้ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในพนักงาน ความน่าเชื่อถือมีความจำเป็นอย่างมากที่

จะต้องมีเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจ

2. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า

พนักงานผู้ให้บริการต้องมีความตั้งใจและเต็มใจให้บริการ เพื่อแสดงถึง

ความเอาใจใส่ในงานบริการอย่างเต็มที่ โดยการให้บริการอย่างรวดเร็ว มีความพร้อมที่จะให้บริการ

เมื่อลูกค้าต้องการ รวมทั้งยินดีให้บริการเสมอ

3. ความปลอดภัย

พนักงานผู้ให้บริการต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจ และวางใจเมื่อมาใช้บริการ โดยปราศจากความเสียหายทางด้านความผิดพลาด พนักงานต้องแสดงให้เห็นถึงความรู้ ความสามารถในการแก้ปัญหาหรือตอบคำถามของลูกค้าได้เป็นอย่างดี

4. การดูแลเอาใจใส่

พนักงานผู้ให้บริการต้องแสดงให้เห็นถึงความสนใจและเอาใจใส่ต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้า โดยการบริการทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการบริการในหน่วยงานของผู้ใช้บริการ เนื่องจากผู้ให้บริการแต่ละรายมีความต้องการที่ไม่เหมือนกันเมื่อให้การดูแลเอาใจใส่แล้ว จะทำให้สามารถทราบได้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. รูปลักษณ์

ความมีรูปลักษณ์ขององค์กรและพนักงานผู้ให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่สะท้อนคุณภาพการบริการในสายตาของลูกค้า เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งไม่มีตัวตน ลูกค้าจะประเมินคุณภาพการบริการที่องค์ประกอบรอบข้าง พนักงานผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องทำการบริการให้เป็นสิ่งที่มีตัวตนด้วยการจัดการที่ดีกับองค์ประกอบรอบข้างของการบริการ

4.5.2 แนวทางการพัฒนาของธนาคารในด้านต่างๆ

จากผลการศึกษาที่ได้ นำมาเป็นแนวทางการพัฒนาของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าให้ความพึงพอใจ และมีความคาดหวังมาก กับบริการด้านการเปิดบัญชีใหม่และทำบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิต ธนาคารควรนำมาพัฒนาขั้นตอนการเปิดให้รวดเร็ว และพัฒนาบัตรเอทีเอ็ม/บัตรเดบิตให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา สามารถโอนเงินได้ครั้งละมากๆ ตามแนวคิดการพัฒนาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุก ด้านการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้าไว้ ส่วนบริการด้านฝาก-ถอนเงิน ลูกค้ามีความคาดหวังให้ธนาคารมีระบบคิว เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้าต้องยืนรอคิวซึ่งบางครั้งนานมากและลูกค้าบางรายเป็นผู้สูงอายุทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจน้อยลง ดังนั้นทางธนาคารควรนำระบบคิวมาใช้ เพื่อให้ลูกค้าได้นั่งรอและยังได้อ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร ทำให้ลูกค้ามีความผ่อนคลายมากขึ้น

2. ด้านราคา ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางและมีความคาดหวังในด้านนี้มาก ซึ่งได้แก่อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และเงินฝาก รวมถึงผลตอบแทนด้านเงินปันผล ทางธนาคารควรมีการพัฒนาในด้านนี้ให้มากเนื่องจากในปัจจุบัน คู่แข่งทางตลาดได้หันมาให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ย เพื่อหาเงินฝากมากขึ้น โดยนำแนวทางการพัฒนา ในข้อที่ว่าด้วยเรื่องการจัดแคมเปญเพื่อ

เจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะมาใช้ ได้แก่ การให้คุณค่าเพิ่ม แก่ผู้ฝากเงิน เช่นฝากเงินแถมประกันชีวิต หรือ ให้ทุนการศึกษา ส่วนค่าธรรมเนียมในการบริการทุกๆด้าน ควรให้มีการคิดค่าธรรมเนียมตามมาตรฐานสากล เหมือนกันทุกธนาคาร มีการประกาศอย่างชัดเจน และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงควรแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ำมีความพึงพอใจปานกลางและมีความคาดหวัง ในส่วนของของชำร่วยที่ใช้แจกลูกค้ำในช่วงเทศกาลมาก เนื่องจากลูกค้ำบางรายไม่ได้รับของ ดังกล่าว และธนาคารมักเลือกปฏิบัติต่อลูกค้ำ เฉพาะที่มีความสนิทสนม ทำให้ลูกค้ำไม่ได้รับอย่างทั่วถึง ธนาคารควรพัฒนาการแจกของชำร่วยโดยชี้แจงให้ลูกค้ำทราบถึงสิทธิพิเศษที่ลูกค้ำจะได้รับ เช่นลูกค้ำที่มีเงินฝาก ระหว่าง 100,000 - 500,000 บาท จะได้รับ กระเป๋าเดินทางขนาดใหญ่ เป็นต้น

4. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้ำมีความพึงพอใจมากและมีความคาดหวังมาก เช่นกัน ทั้งด้านการต้อนรับ กล่าวคำทักทาย และจำนวนพนักงานที่ให้บริการ ส่วนอรรถยาศัย และความเอาใจใส่ลูกค้ำของพนักงาน ตลอดจนความถูกต้องแม่นยำและความรวดเร็วในการให้บริการ นั้นลูกค้ำมีความคาดหวังมากที่สุด ดังนั้นทางธนาคารควรพัฒนาตามแนวคิดการพัฒนาเรื่องกลยุทธ์ ด้านทรัพยากรมนุษย์ ทั้งด้านการปรับเปลี่ยนกรอบแนวคิด การส่งเสริมการเรียนรู้ และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน นอกจากนี้ควรนำเครื่องมือวัดระดับคุณภาพการบริการมาใช้ เพื่อให้ลูกค้ำเกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

5. ด้านสถานที่ ลูกค้ำมีความพึงพอใจมากและมีความคาดหวังมากที่สุด คือด้านสถานที่ ตั้งธนาคารที่สะดวก และมีที่จอดรถเพียงพอ เนื่องจากลูกค้ำธนาคาร ไทยพาณิชย์มีจำนวนมากและ สถานที่ตั้งของธนาคารจะมีที่จอดรถน้อย และในธนาคารก็คับแคบ ดังนั้นทางธนาคารควรมีการพัฒนาในส่วนของการอำนวยความสะดวกในการขยายได้ก็ควรที่จะขยายให้กว้างขวางเพื่อให้ลูกค้ำที่นั่งรอ หรือยื่นรอรับบริการได้มากขึ้น หรือถ้าขยายอาคารไม่ได้แล้ว ควรเพิ่มขยายสาขาในบริเวณใกล้เคียง เพื่อรองรับลูกค้ำให้เพียงพอ

4.5.3 ปัญหาการพัฒนาธนาคารในปัจจุบัน

สำหรับปัญหาในการพัฒนาของธนาคารในปัจจุบัน ที่ไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของลูกค้ำได้ นั่นคือ นโยบายของธนาคาร เนื่องจากในปัจจุบันธนาคารเน้นรูปแบบของธนาคารให้โปร่งใส และสวยงาม เพื่อให้มีพื้นที่ใช้สอยมากขึ้น แต่นโยบายจะไม่มีระบบคิวทำให้ลูกค้ำต้องยื่นรอ และไม่มีบอร์ดสำหรับติดประกาศ แต่ใช้แป้นสมุดสำหรับใส่ประกาศแล้ววางไว้ให้ลูกค้ำอ่าน ซึ่งลูกค้ำส่วนใหญ่จะไม่นิยมเปิดอ่าน แต่ชอบให้ติดประกาศมากกว่า นอกจากนี้ช่องบริการฝากเงิน-ถอนเงินลดลง แต่เน้นช่องบริการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารมากกว่า ในบางครั้ง

ลูกค้าบางรายมีการทำรายการหลายรายการแต่ต้องไปเข้าคิวในช่องบริการฝากเงิน-ถอนเงิน ทำให้ผู้มาใช้บริการในคิวถัดไป ต้องรอนาน ซึ่งบางครั้งอาจรอทำแค่รายการเดียวแต่ต้องรอคิวนานมาก ปัญหาอีกหนึ่งอย่างคือธนาคารมีสถานที่จอดรถน้อยมาก ซึ่งไม่สามารถขยายออกไปได้อีก ทำให้เป็นปัญหาสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ จำนวนพนักงานที่ให้บริการไม่เพียงพอในช่วง peak เช่น ช่วงพักกลางวัน เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานานมากและแก้ไขได้น้อยมาก เนื่องจากทางธนาคารมีนโยบายจำกัดจำนวนพนักงานของแต่ละสาขาไว้จำนวนหนึ่ง เช่น สาขาย่อยนิคมอุตสาหกรรมลำพูน เป็นสาขาย่อย จะมีพนักงาน 6 คน เป็นต้น สำหรับของชำร่วยก็เป็นปัญหาที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของลูกค้า เนื่องจากนโยบายของธนาคารต้องการลดค่าใช้จ่ายจึงทำให้มีของชำร่วยสำหรับลูกค้าลดลงไม่เพียงพอที่จะแจก

4.5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารในอนาคต

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อให้ธนาคารพัฒนารูปแบบการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังมีดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

- ควรมีการปรับปรุงประเภทของการให้บริการให้มีความหลากหลายมากกว่าเดิม
- ควรลดจำนวนเอกสารที่ใช้ในการติดต่อกับธนาคารลง เนื่องจากมีจำนวนมาก
- ควรเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในกระบวนการเช่น ในการอนุมัติสินเชื่อ ควรทำ check list ให้ผู้ใช้บริการ จัดเตรียมเอกสารให้พร้อมก่อนขอยื่นสินเชื่อ ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของเอกสาร การนำเสนอขออนุมัติ และควรลดระเบียบขั้นตอนต่างๆที่ไม่จำเป็น เช่น การประเมินราคาควรให้เสร็จสิ้นที่ศูนย์ประเมินของจังหวัดนั้นๆ ไม่ต้องส่งไปให้สำนักงานใหญ่รับรองราคาอีก

- ควรเพิ่มอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการกับผู้ใช้บริการ

2. ด้านราคา

- ควรเน้นการใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ และเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เพื่อเป็นเครื่องมือในการจูงใจผู้ใช้บริการ

- ค่าธรรมเนียมบริการ ควรมีมาตรฐานสากล และเหมือนกับธนาคารอื่น

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ควรมีการเพิ่มการโฆษณาให้มากกว่าเดิม เช่น ทางอินเทอร์เน็ต
- ควรมีการลดอัตราดอกเบี้ยสำหรับลูกค้าที่ดีชำระหนี้ตรงตามกำหนดระยะเวลา เพื่อช่วยส่งเสริมให้คนทำดี และสร้างวัฒนธรรมที่ถูกต้องให้กับสังคม

4. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

- ธนาคารควรมีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีทักษะ และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่จะสามารถแนะนำให้ผู้มาใช้บริการได้

5. ด้านสถานที่

- ควรจัดหาที่จอดรถให้เพียงพอกับผู้มาใช้บริการ
- ควรเพิ่มสาขาของธนาคารให้มากขึ้น โดยเฉพาะในเขตนิคมอุตสาหกรรมลำพูน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved