

บทที่ 5

สรุปผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หรือพนักงานผู้ให้บริการ (Employees) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) และกระบวนการ (Process) กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ เฉลี่ยวันละ 300 คน ต่อวัน กลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ใช้บริการในแต่ละวันเป็นจำนวน 15 คนต่อวัน ใช้ระยะเวลาสุ่มเก็บตัวอย่างเป็นระยะเวลา 1 เดือน หรือ 20 วันทำการ ระหว่างวันที่ 18 เมษายน 2545 ถึง 17 พฤษภาคม 2545 ในช่วงระยะเวลา 9.00 น. ถึง 10.00 น. , 12.00 น. ถึง 13.00 น. และในช่วงระยะเวลา 14.30 น. ถึง 15.30 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาเร่งด่วนที่มีประชากรใช้บริการมากที่สุด และในแต่ละวันความมากน้อยของประชากรที่ใช้บริการมีไม่เท่ากัน สรุปแล้วจะได้ประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลใช้ไมโครคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS for window version 10.0 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) และ ค่าเฉลี่ย (Mean)

สรุปผลการวิจัย

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ต่อลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ เชียงใหม่ โดยกำหนดให้แจกแบบสอบถามวันละ 15 ชุด แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลาตามที่กำหนด เป็นระยะเวลา 20 วันทำการ ได้จำนวนตัวอย่างลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามครบถ้วน 300 ราย 100 %

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 50.7 และเพศชายร้อยละ 49.3 โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 39.3 รองลงมาอยู่ในช่วงระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 25.7 อยู่ในช่วงอายุมากกว่า 46 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.7 และอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างมากที่สุด ร้อยละ 48.3 รองลงมาเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 40.7 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 9.0 และมีอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 2.0

ส่วนใหญ่จะใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 31.7 รองลงมาคือใช้บริการระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 29.0 ใช้บริการตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 28.3 และใช้บริการไม่เกิน 1 ปี ร้อยละ 11.0 พบว่าลูกค้ามีความจงรักภักดี ต่อการใช้บริการ จึงใช้บริการเป็นระยะเวลายาวนาน

ประเภทบริการที่ใช้ ด้านเงินฝาก ประเภทออมทรัพย์ มีผู้ใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 60.4 รองลงมาคือประเภทกระแสรายวัน ร้อยละ 26.9 และประเภทฝากประจำ ร้อยละ 12.7

ด้านเงินให้กู้ยืม ประเภทกู้เบิกเงินเกินบัญชี ร้อยละ 37.9 เงินกู้เพื่อประกอบธุรกิจ ร้อยละ 35.0 เงินกู้ที่อยู่อาศัย ร้อยละ 1.4 และเงินกู้ยืมประเภทอื่น ๆ ร้อยละ 0.7

ประเภทบริการอื่น ๆ ประเภท ATM มีผู้ใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 46.3 รองลงมาคือบริการด้านโอนเงิน ร้อยละ 32.4 บัตรเครดิต ร้อยละ 15.3 บริการประเภทอื่น ๆ ร้อยละ 3.9 และบริการด้านต่างประเทศ ร้อยละ 2.1

ส่วนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขา ถนนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขา
ถนนราชวงศ์ เชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการ
ส่งเสริมการตลาด (ประชาสัมพันธ์) ด้านบุคคล (พนักงานผู้ให้บริการ) ด้านคุณภาพและรูปแบบใน
การให้บริการ และกระบวนการ (ขั้นตอนการให้บริการ) ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

พบว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจกับการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย
สาขาถนนราชวงศ์ เชียงใหม่ ด้านสถานที่ มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง แต่มีค่าเฉลี่ยความ
พึงพอใจสูงที่สุดคือ 3.25 รองลงมาคือพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการให้
บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพในการให้บริการ และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.21 ค่าเฉลี่ย 3.14 ค่า
เฉลี่ย 3.04 ค่าเฉลี่ย 3.0 ค่าเฉลี่ย 2.97 และค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ) โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอ
ใจระดับปานกลางทั้งหมดทุกปัจจัย โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการของ
ธนาคารกสิกรไทย สาขาถนนราชวงศ์ เชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ทุกผลิตภัณฑ์
อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีผลิตภัณฑ์ ATM เพียงผลิตภัณฑ์เดียว ที่มีระดับความพึงพอใจระดับ
มาก ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการเงินฝากกระแสรายวัน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.33 , เงินฝาก
ออมทรัพย์ 265 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.33 , เงินฝากประจำ 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.67 , กู้เบิกเงิน
เกินบัญชี 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.66 , เงินกู้ทั่วไป(เพื่อประกอบธุรกิจ) 49 ราย คิดเป็นร้อยละ
16.33 , เงินกู้ที่อยู่อาศัย 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.67 , ตั๋วสัญญาใช้เงิน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.03,
หนังสือค้ำประกันสัญญา 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.03 , ATM 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.67 , บัตร
เครดิต 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 , บริการโอนเงิน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 53

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อผลิตภัณฑ์ ATM ได้แก่ เพศหญิง , อายุ
ไม่เกิน 45 ปี ,ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ , พนักงานลูกจ้าง และอาชีพอื่น ๆ , ตามระยะเวลาที่

ใช้บริการ ไม่เกิน 1 ปี , ระหว่าง 1-5 ปี , ระหว่าง 6-10 ปี ผู้ที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อผลิตภัณฑ์เงินฝากออมทรัพย์ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี , ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ , พนักงานลูกจ้าง และอาชีพอื่น ๆ และผู้ที่มีระยะเวลาการใช้บริการระหว่าง 1-5 ปี ผู้ที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อผลิตภัณฑ์โอนเงิน ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา เป็นต้น ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทุกเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาการใช้บริการ จะมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตอนที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา

พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ เชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลางในผลิตภัณฑ์รวม โดยมีระดับความพึงพอใจในราคา ดังนี้ ค่าธรรมเนียมบริการ โอนเงิน ค่าธรรมเนียมบัตร ATM ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต และค่าธรรมเนียมในการกู้ยืม มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามครบทุกปัจจัย 300 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับความพึงพอใจน้อยต่อราคา อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง , อายุตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป , ทุกสาขาอาชีพ และทุกระยะเวลาที่ใช้บริการ ผู้ที่มีระดับความพึงพอใจน้อยต่อราคาอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม ได้แก่ เพศหญิง , ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป , ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ , พนักงานลูกจ้าง และอาชีพอื่น ๆ และผู้ที่มีระยะเวลาการใช้บริการตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป และผู้ที่มีระดับความพึงพอใจน้อยต่อราคาค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต ได้แก่ ผู้ใช้บริการตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ส่วนปัจจัยด้านราคาอื่น ๆ ทุกเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาการใช้บริการ จะมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่

พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ เชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากในด้าน ความสะอาดอาคารสถานที่ แสงสว่าง อุณหภูมิภายในอาคาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ในด้านสถานที่จอดรถ ส่วนจำนวนช่องทางการให้บริการมีระดับ

ความพึงพอใจในระดับปานกลางค่อนข้างน้อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามตอบครบทุกปัจจัย 300 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านความสะอาดอาคาร สถานที่ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง , อายุไม่เกิน 45 ปี , เจ้าของกิจการ , พนักงานลูกจ้าง และอาชีพอื่น ๆ , ตามระยะเวลาที่ใช้บริการ ไม่เกิน 1 ปี , และตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป และผู้ที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านแสงสว่าง ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง , ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ไม่เกิน 35 ปี อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป , ทุกอาชีพ , ผู้มีระยะเวลาการใช้บริการไม่เกิน 5 ปี และผู้ที่มีระยะเวลาการใช้บริการตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ผู้มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยอุณหภูมิภายในอาคาร ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง , ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 45 ปี , ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ , ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา เป็นต้น และผู้ที่มีระยะเวลาในการใช้บริการ ไม่เกิน 5 ปี และผู้ใช้บริการตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป ส่วนปัจจัยด้านสถานที่อื่น ๆ ทุกเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาการใช้บริการ จะมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 ปัจจัยทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์

พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาถนนราชวงศ์ เชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยมีความเข้าใจบริการต่าง ๆ ได้แก่ ATM บริการเงินฝาก บริการโอนเงิน บริการบัตรเครดิต และบริการเงินให้กู้ยืม ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามครบทุกปัจจัย จำนวน 300 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจปานกลางต่อความเข้าใจในเอกสารเผยแพร่ข้อมูลทุกผลิตภัณฑ์ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อความเข้าใจในเอกสารเผยแพร่ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ATM ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และผู้ที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา เป็นต้น

ตอนที่ 5 ปัจจัยทางการตลาดด้านพนักงานผู้ให้บริการ

พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาถนนราชวงศ์ เชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกเพศ อายุ อาชีพ และระยะ

เวลาที่ให้บริการ มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลางทุกปัจจัยทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามครบทุกปัจจัย จำนวน 300 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน ได้แก่ เพศชาย , อายุไม่เกิน 35 ปี , และไม่เกิน 1 ปี ผู้ที่ระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานต่อผู้ให้บริการ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ต่ำกว่า 25 ปี , และผู้ที่มีระยะเวลาการให้บริการไม่เกิน 1 ปี ส่วนผู้ให้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจมากทุกปัจจัย และปัจจัยอื่น ๆ ทุกเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาการให้บริการ จะมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตอนที่ 6 ปัจจัยทางการตลาดด้านคุณภาพและลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ

พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านคุณภาพและลักษณะทางกายภาพในการให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ เชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง มีรายละเอียดดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ และความสุภาพอ่อนโยนของพนักงานผู้ให้บริการ ส่วนปัจจัยในด้านการแต่งกายของพนักงาน มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามครบทุกปัจจัย จำนวน 300 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อการแต่งกายของพนักงาน ได้แก่ เพศชายและหญิง , ทุกระดับอายุ , ทุกระดับอาชีพ และตามระยะเวลาที่ใช้บริการไม่เกิน 10 ปี ผู้ที่มีระดับความพึงพอใจมากต่อความสุภาพอ่อนโยนของพนักงานผู้ให้บริการ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี , และผู้ที่มีระยะเวลาการให้บริการไม่เกิน 1 ปี ผู้มีระดับความพึงพอใจมากต่อความรวดเร็วในการให้บริการ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา เป็นต้น ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ทุกเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาการให้บริการ จะมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตอนที่ 7 ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการ(ขั้นตอนในการให้บริการ)

พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการ(ขั้นตอนการให้บริการ) มีผลต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ เชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจระดับปานกลาง ในทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยในด้านจำนวนพนักงานที่ให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความพึงพอใจระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามครบทุกปัจจัย จำนวน 300 ราย คิดเป็นร้อยละ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกเพศ อายุ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ จะมีระดับความพึงพอใจน้อยต่อปัจจัยด้านจำนวนพนักงานที่ให้บริการ และมีระดับความพึงพอใจปานกลางต่อปัจจัยอื่น ๆ ทุกปัจจัย จะแตกต่างกันคือ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และผู้ที่ระยะเวลาที่ใช้บริการต่ำกว่า 1 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยจำนวนพนักงานที่ให้บริการในระดับปานกลาง และผู้ใช้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยด้านจำนวนพนักงานที่ให้บริการ และขั้นตอนในการให้บริการรับฝากเงินและถอนเงิน

สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาดอนราชวงศ์ เชียงใหม่ ในแต่ระดับความพึงพอใจในปัจจัยทางการตลาดโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง ถ้าจำแนกระดับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยทางการตลาดจะทำให้ทราบผลดังนี้

1. ระดับความพึงพอใจ มาก ได้แก่

ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ คือ ความสะอาดอาคารสถานที่ แสงสว่าง อุณหภูมิ ภายในอาคาร

ปัจจัยทางการตลาดด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ การแต่งกายของพนักงาน ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ATM

เป็นปัจจัยที่เป็นจุดเด่นของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งธนาคารกสิกรไทย มีเอกลักษณ์ในด้านนี้อยู่แล้ว มีผลทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมาก

2. ระดับความพึงพอใจ ปานกลาง ได้แก่

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ คือ เงินฝากออมทรัพย์ บริการโอนเงิน บัตรเครดิต เงินกู้ที่อยู่อาศัย เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากประจำ เงินกู้ทั่วไป(เงินกู้ธุรกิจ) กู้เบิกเงินเกินบัญชี หนังสือค้ำประกันสัญญา และค้ำสัญญาใช้เงิน

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา คือ ค่าธรรมเนียมบริการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมบัตร ATM ค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมในการกู้ยืม

ปัจจัยทางการตลาดด้านสถานที่ คือ สถานที่จอดรถ จำนวนช่องทางการให้บริการ

ปัจจัยทางการตลาดด้านประชาสัมพันธ์ คือ ความเข้าใจบริการ ATM ความเข้าใจบริการเงินฝาก ความเข้าใจบริการโอนเงิน ความเข้าใจบริการบัตรเครดิต ความเข้าใจบริการเงินให้กู้ยืม

ปัจจัยทางการตลาดด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ ความเต็มใจในการให้บริการของพนักงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานต่อผู้ใช้บริการ

ปัจจัยทางการตลาดด้านคุณภาพในการให้บริการ คือ ความถูกต้องแม่นยำ ความสุภาพอ่อนโยนของพนักงานผู้ให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ

ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการ(ขั้นตอนในการให้บริการ) คือ ขั้นตอนในการขอใช้บริการ ATM ขั้นตอนในการใช้บริการโอนเงิน ขั้นตอนในการให้บริการรับฝากและถอนเงิน ขั้นตอนในการขอใช้บริการบัตรเครดิต ขั้นตอนในการพิจารณาเงินให้กู้ยืม

3. ระดับความพึงพอใจน้อย ได้แก่

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

ปัจจัยทางการตลาดด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ จำนวนพนักงานที่ให้บริการ

เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจโดยตรง คือ ด้านราคาอัตราดอกเบี้ยธนาคารได้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากลงเนื่องจากสภาพคล่องในตลาดมีสูง แต่ในทางกลับกันอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมยังคงคิดในอัตราที่สูงอยู่ มีการปรับลดไม่มากนัก ดังนั้นจึงมีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยตรง อีกด้านหนึ่งคือ การที่ธนาคารลดอัตราพนักงานในการให้บริการ มีผลทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการต้องเข้าแถวคอยคิวเป็นเวลานาน จึงมีผลทำให้ระดับความพึงพอใจจึงน้อย

ข้อค้นพบ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับน้อยในบางปัจจัย แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจไม่ได้สร้างความแตกต่างกับธุรกิจอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ดังนั้นธุรกิจอาจจะประสบปัญหาได้ในอนาคต ต้องดำเนินการแก้ไขในแต่ละส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัญหาของความพึงพอใจน้อยของลูกค้าต่อการให้บริการของ

ธนาคารกสิกรไทย สาขานนราชวงศ์ เชียงใหม่ มี 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืม อีกปัจจัยหนึ่ง คือ จำนวนพนักงานในการให้บริการของธนาคาร ผู้ทำวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความไม่พึงพอใจในราคาอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และเงินให้กู้ยืม ของลูกค้า เป็นกลไกทางการตลาด ซึ่งราคาจะไม่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ดังนั้นการที่จะเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ธนาคารต้องให้บริการที่ดี พอลดความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ

2. ความไม่พึงพอใจในจำนวนพนักงานที่ให้บริการมีน้อย เนื่องจากการปรับลดจำนวนพนักงานให้เหมาะสมกับธุรกิจ ตามนโยบายของธนาคาร การแก้ไขปัญหา คือ การให้บริการของลูกค้าโดยทั่วไปจะใช้บริการพร้อม ๆ กันเป็นช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ธนาคารควรบันทึกสถิติการให้บริการของลูกค้าในแต่ละช่วงในแต่ละวันของแต่ละรอบเดือนว่า ปริมาณการให้บริการในช่วงไหน มีลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวนมาก โดยจัดทำสถิติไว้ และจัดสรรจำนวนพนักงานในด้านอื่น ๆ เข้ามาเสริมในการให้บริการ ลูกค้าจะได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้น ไม่ต้องเข้าแถวคอยคิวเป็นระยะเวลานาน ซึ่งจะเป็นการแก้ไขปัญหา ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

3. ปัจจุบันธนาคารได้ใช้ทฤษฎี CRM (Customer Relationship Management) ในการให้บริการลูกค้า และจัดแบ่งส่วนงานของสาขาใหม่โดยใช้แนวทางการตลาดเชิงรุก จัดทีมพนักงานบางส่วนของแต่ละสาขาต่าง ๆ ทำหน้าที่ขายบริการเพียงอย่างเดียว ส่วนพนักงานที่ประจำตามสาขาต่าง ๆ ก็จะเป็นผู้ให้บริการเพียงอย่างเดียว (เริ่มโครงการในเดือนมกราคม 2545) ผู้ทำการศึกษาเห็นด้วยในการดำเนินการด้านการตลาดเชิงรุก แต่ธนาคารต้องระมัดระวังในด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ เมื่อมีจัดแบ่งพนักงานตามสาขาไปทำหน้าที่ขายบริการ ทำให้พนักงานที่ให้บริการตามสาขามีจำนวนลดลงอีก จำนวนพนักงานที่ลดลงจะทำให้ประสิทธิภาพในการให้บริการลดลงด้วย ธนาคารควรพิจารณาจัดสรรพนักงานในส่วนของการให้บริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ดี และลูกค้าจะมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น การใช้นโยบายปรับลดพนักงานเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในด้านลดค่าใช้จ่ายด้านพนักงาน แต่ในด้านลูกค้า ธนาคารจะสูญเสียลูกค้าที่มีคุณค่าไป