

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และนำผลจากการศึกษาที่ได้มานี้ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และจัดทำแผนการตลาดของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยในบทนี้อาจจะกล่าวถึงสรุปผลการวิเคราะห์ อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้มาใช้บริการเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 39.5 มีอายุอยู่ระหว่าง 25 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีระดับรายได้อยู่ที่ 10,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 70.0 ส่วนการใช้บริการในด้านอิเล็กทรอนิกส์ (ATM, Easy Net) เป็นบริการที่ผู้มาใช้บริการเลือกใช้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจระดับมากในทุกปัจจัย คือ ปัจจัยในด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ ตามลำดับ

### ผลจากการศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า

ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อการรูปแบบบริการด้านบัตรเครดิตที่หลากหลายให้เลือก และมีรูปแบบสินเชื่อที่เหมาะสมกับความต้องการ รองลงมาคือ มีรูปแบบการลงทุนที่หลากหลาย มีบริการด้านประกันฯ ที่ตรงกับความต้องการ และปัจจัยในด้านรูปแบบเงินฝาก ตรงกับความต้องการ ตามลำดับ

### ผลจากการศึกษา ด้านราคากับการให้บริการ พบว่า

ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านราคากับการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากคือ ปัจจัยในด้านค่าธรรมเนียมการให้บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อผลตอบแทนจากการลงทุน ความพึงพอใจต่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และมีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ ต่ออัตราค่าเบี้ยประกันที่ใช้บริการอยู่ และ อัตราค่า ธรรมเนียมต่าง ๆ ด้านบัตรเครดิต

### ผลจากการศึกษา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า

ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพอใจในระดับมากคือ ปัจจัยในด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่นที่จอดรถ น้ำดื่ม ห้องรับรอง และสถานที่ตั้งของสาขาต่าง ๆ ส่วนปัจจัยด้าน ระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการ นั้นผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับเฉยๆ

### ผลจากการศึกษา ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า

ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากคือ ปัจจัยในด้านความสะดวกในการติดต่อ Call Center รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อของแถม ของเกม หรือของสะสม และปัจจัยด้านการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

### ผลจากการศึกษา ด้านบุคลากรพบว่า

ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากคือ ปัจจัยในด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถและการให้คำแนะนำ จำนวนพนักงานที่ให้บริการและปัจจัยด้านมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน

### **ผลจากการศึกษา ด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่า**

ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านกระบวนการในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ ความพึงพอใจต่อลำดับการให้บริการ รองลงมาคือ มาตรฐานการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน ระยะเวลาการรอรับบริการ และปัจจัยด้านระบบความปลอดภัยของ

### **ผลจากการศึกษา ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า**

ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ ปัจจัยในด้านความโดดเด่นของสถานที่ทำการ รองลงมาคือ บรรยากาศสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และปัจจัยด้านบรรยากาศสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร

### **ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากบริการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน**

จากการศึกษาผลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า

#### **ด้านเพศของผู้ใช้บริการ**

ผู้ให้บริการที่มีเพศชาย มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ

ผู้ให้บริการที่มีเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคลากร รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ

#### **ด้านอายุของผู้ใช้บริการ**

ผู้ให้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม



ด้านราคากับการให้บริการ ส่วนในเรื่องของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 25,001 - 40,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในระดับเฉยๆ

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 40,001 - 55,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ

ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้สูงกว่า 55,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในระดับมาก และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขาย และ ด้านราคากับการให้บริการ ส่วนในเรื่องของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้สูงกว่า 55,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในระดับเฉยๆ

#### **ผู้ให้บริการเงินฝาก**

ผู้ให้บริการเงินฝาก มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ

#### **ผู้ให้บริการบัตรเครดิต**

ผู้ให้บริการบัตรเครดิต มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ

#### **ผู้ให้บริการสินเชื่อ**

ผู้ให้บริการสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ

#### **ผู้ให้บริการด้านการลงทุนต่างๆ**

ผู้ให้บริการด้านการลงทุนต่างๆ มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

ทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ

#### **ผู้ให้บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์**

ผู้ให้บริการด้านอิเล็กทรอนิกส์ มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านราคากับการให้บริการ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

#### **ผู้ให้บริการด้านประกันต่างๆ**

ผู้ให้บริการด้านประกันต่างๆ มีระดับความพึงพอใจในระดับมากในทุกปัจจัย และสามารถเรียงตามลำดับได้ดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคากับการให้บริการ

## **5.2 อภิปรายผล**

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร สามารถนำมาอภิปรายผลตามแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จากการศึกษา พบว่า ผู้มาใช้บริการเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.5 และเป็นเพศชายร้อยละ 39.5 มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสหรืออยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 59.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / หน่วยงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีระดับรายได้อยู่ที่ 10,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.0 และ ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่จะใช้บริการเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 70.0 ส่วนการใช้บริการในด้านอิเล็กทรอนิกส์ (ATM, Easy Net) เป็นบริการที่ผู้มาใช้บริการเลือกใช้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัช สุวีลักษณ์ (2547) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ สรุปได้ว่า 1) ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 60.75 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 35.50 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.00 อาชีพทำงานเอกชน ร้อยละ 46.00 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 10,001-30,000 บาท ร้อยละ 49.75 2) ความ

พึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารต่อการบริการของ ธนาคาร กสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ ในภาพรวมมีความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ มากเป็นอันดับแรก รองลงมา เป็นด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านความสะดวกสบาย ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ และ ด้านระยะเวลาในการบริการ ตามลำดับ 3) การทดสอบสมมติฐานพบว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่มี เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ธนาคารต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอายุ พบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารต่อการบริการ ของธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) สาขาบางโพ ไม่แตกต่างกัน รวมไปถึงการศึกษาของ คำพ เเด่นดวง (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคาร ออมสิน สาขาค่ายทหารจังหวัด จันทบุรีประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความ พึงพอใจต่อการบริการของ ธนาคารออมสิน สาขาธนบุรี ในทัศนะของลูกค้าที่เคยใช้บริการ โดย ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .8675 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T - test F - test ผล การศึกษา พบว่า 1) ผู้ใช้บริการธนาคาร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 205 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 2) ความพึงพอใจในการใช้บริการต่อการ บริการธนาคารออมสิน ในภาพรวมมีความพึงพอใจปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการ บริการของพนักงานอยู่ในลำดับที่ 1 รองลงมาได้แก่ ด้านการบริการอื่นๆ ของธนาคาร ด้านอาคาร สถานที่ และ ด้านการอำนวยความสะดวก ตามลำดับ 3) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการ ให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่าผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้าน การตลาด ของธนาคารไทยพาณิชย์โดยรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ปัจจัยในด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ, ด้านกระบวนการในการให้บริการ, ด้านการ ส่งเสริมการขาย และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้มา ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำพล เกตุทวี (2549) ที่ ทำการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักงานนาเหนือ โดยผลจากการศึกษา พบว่า (1) ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้ บริการเป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในระหว่าง 36-45 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพ

ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท (2) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักนานาชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทั้ง 3 ด้านคือ ด้านคุณภาพของพนักงาน ด้านคุณภาพของสถานที่ ด้านคุณภาพของการให้บริการ อยู่ในระดับมาก (3) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของลูกค้าที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักนานาชาติ ไม่แตกต่างกัน และ การศึกษาของทิพย์ วิมล ถุงสุวรรณ (2548) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Simple Random Sampling ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ส่วนผลการวิจัยลักษณะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้าน พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ากับการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านการบริการอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.47 ด้านเทคโนโลยีมีความพึงพอใจมากโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.53 ในขณะที่ด้านจำนวนสาขาและด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.38 และ 3.44 ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยด้านการบริการทั้ง 4 ด้าน และขนาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีผลต่อความพึงพอใจกับการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจกับการให้บริการด้านปัจจัยด้านการบริการและด้านเทคโนโลยีด้วยค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.53 ซึ่งสูงกว่าปัจจัยด้านจำนวนสาขา สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีเพียง 3.38 และ 3.44 โดยเฉพาะด้านการบริการและ ด้านเทคโนโลยีที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างจะมีความพึงพอใจ สุดท้ายสำหรับผู้ที่สนใจการวิจัยด้านการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่นอกเหนือจากงานวิจัยนี้ควรให้ความสนใจเกี่ยวกับ นวัตกรรมใหม่ ๆ สำหรับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ที่จะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่จะมาใช้บริการธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) และการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานกับผู้ให้บริการ กับผู้ใช้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



### 5.3 ข้อค้นพบ

1. ปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ปัจจัยในด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ, ด้านกระบวนการในการให้บริการ, ด้านการส่งเสริมการขาย และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆซึ่งได้แก่ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน, ความกระตือรือร้นในการให้บริการ, ความรู้ความสามารถและการให้คำแนะนำ และจำนวนพนักงานที่ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้มาใช้บริการต้องพบเจอในทุกครั้ง และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เองก็ได้ให้ความสำคัญมากในส่วนนี้เป็นเช่นกัน โดยได้มีการประเมินประสิทธิภาพพนักงานเป็นประจำ และยังมีการจัดฝึกอบรมตามหลักสูตรต่างๆ ให้แก่พนักงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ ซึ่งได้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของธนาคาร คือ “เราจะเป็น...ธนาคารที่ถูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน และสังคมเลือก”

2. เพศที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า เพศชายจะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะแตกต่างจากเพศหญิง ที่มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคลากร

3. อายุที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 35 ปี ซึ่งผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 35 ปี จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านบุคลากร

4. สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เหมือนกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการที่มีสถานภาพโสด/อยู่ตัวคนเดียว หรือ แยกกันอยู่ จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะแตกต่างจากผู้ที่มาใช้บริการที่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านบุคลากร

5. ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ แต่ผู้ให้บริการที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจะมีความพึงพอใจต่อ

การดำเนินงานในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ส่วนผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านบุคลากร

6. ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เหมือนกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ไม่เกิน 25,000 บาท จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แต่ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ 25,001 - 55,000 บาท จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้สูงกว่า 55,000 จะมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในปัจจัยด้านบุคลากร

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่อการดำเนินงานด้านการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) รวมไปถึงสามารถนำผลจากการศึกษาที่ได้มานี้ ไปประยุกต์ใช้ในการนำไปกำหนดกลยุทธ์และจัดทำแผนการตลาดของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เพื่อตอบสนอง และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า โดยมีข้อเสนอแนะในแต่ละด้านดังนี้

##### ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในอันดับที่ 2 ที่เป็นสาเหตุนี้เพราะว่า ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อรูปแบบบริการด้านบัตรเครดิตที่หลากหลายให้เลือก และมีรูปแบบสินเชื่อที่เหมาะสมกับความต้องการ มากที่สุด แต่ในเรื่องของ ปัจจัยในด้านรูปแบบเงินฝาก ที่ตรงกับความต้องการ นั้นเป็นปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรที่จะปรับปรุงในส่วนนี้ โดยธนาคารอาจจะทำการสำรวจความต้องการของผู้มาใช้บริการ ว่าต้องการเป็นไปในลักษณะใด แล้วจึงออกรูปแบบให้ตรงกับความต้องการ

##### ด้านราคากับการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านราคากับการให้บริการ โดยรวมอยู่ในอันดับที่ 7 ซึ่งเป็นอันดับสุดท้าย โดย ปัจจัยด้านอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ด้านบัตรเครดิต นั้นเป็นปัจจัยที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ดังนั้นควรที่จะกำหนดหรือปรับลด อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ด้านบัตรเครดิตลง แต่ในการทำแบบนี้อาจทำให้ผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทลดลงเป็นอย่างมาก ดังนั้นอาจจะคงราคาอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ด้านบัตรเครดิต ไว้คง

เดิม แต่อาจจะให้สิทธิ หรือส่วนลดพิเศษต่างๆ หรืออาจจะโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร สร้างความภาคภูมิใจในการเป็นลูกค้าของธนาคาร เพื่อหลีกเลี่ยงสงครามราคา

### **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า**

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 6 (รองสุดท้าย) ทั้งนี้ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อบริการด้านระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการ น้อยที่สุด ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่า อาจจะมีการขยายระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการ โดยการทำให้แบบนี้อาจจะทำให้ต้นทุนการดำเนินงานสูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกันผู้มาใช้บริการก็มีความพึงพอใจ และมีความรู้สึกที่ดีต่อธนาคาร (อาจจะต้องยอมเพิ่มต้นทุนการดำเนินงานไปบ้าง แต่ในระยะยาวอาจจะเป็นผลดีต่อธนาคาร) หรืออาจจะขยายระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการ แต่อาจจะเพิ่มอัตราค่าบริการในบางช่วงบางเวลา ไปด้วย เนื่องจาก การขยายระยะเวลาการเปิด-ปิด การให้บริการนี้เป็น บริการพิเศษ

### **ด้านการส่งเสริมการขาย**

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายโดยรวมอยู่ในอันดับที่ 5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถ้าเปรียบเทียบกับทุกด้าน ในด้านการส่งเสริมการขาย นี้ควรแก้ไขในเรื่องของการ โฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ สาเหตุอาจเกิดจากในปัจจุบัน การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ นั้นเป็นกิจกรรมที่มีต้นทุนการดำเนินงานสูงมาก ดังนั้นธนาคารควรที่จะใช้สื่อ ที่เป็น Below the line ให้มากขึ้น โดยเน้นการทำตลาดเฉพาะกลุ่ม ทั้งนี้ เพื่อเป็นการใช้เงินให้คุ้มค่ากับผลที่ตามมาให้คุ้มค่าที่สุด โดยอาจจะทำ Road Show หรือจัด Event ตามสถานที่ทำงาน (Office) ของกลุ่มเป้าหมาย, หรืออาจจะจัดบูท ตามงานแสดงต่างๆ เช่น งาน Money expo โดยกลุ่มเป้าหมายคือนักลงทุนกลุ่มต่างๆ

### **ด้านบุคลากร**

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในอันดับที่ 1 ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า บัณฑิตส่วนบุคคลต่างๆซึ่งได้แก่ มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน, ความกระตือรือร้นในการให้บริการ, ความรู้ความสามารถและการให้คำแนะนำ และจำนวนพนักงานที่ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้มาใช้บริการต้องพบเจอในทุกครั้ง และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เองก็ได้ให้ความสำคัญมากในส่วนนี้เป็นเช่นกัน โดยได้มีการประเมินประสิทธิภาพพนักงานเป็นประจำ และยังมีการจัดฝึกอบรมตามหลักสูตรต่างๆ ให้แก่พนักงาน เพื่อพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ โดยสิ่งที่จะต้องปรับปรุงในด้านนี้คือในเรื่องของ

มารยาทและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน ที่เป็นเช่น เนื่องจากว่าผู้ใช้บริการแต่ละคน ย่อมต้องมีความรู้สึก และความต้องการในการได้รับบริการที่ต่างกัน รวมไปถึงความคาดหวังที่ตัวผู้ใช้บริการว่าจะได้รับจากพนักงาน ในระดับที่มาก แต่ถ้าพนักงานธนาคารให้บริการได้ไม่เต็มที่หรือไม่ เป็นไปตามที่ต้องการ จึงทำให้เกิดความไม่พอใจขึ้น ดังนั้นธนาคารควรที่จะมีการจัดฝึกอบรมพนักงานในทุกๆด้านเกี่ยวกับการให้บริการ รวมไปถึงต้องทำการประเมินผล อยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นแรงกระตุ้นต่อพนักงาน หรืออาจจะมีการรางวัลให้แก่พนักงานที่ให้บริการดี และบทลงโทษแก่พนักงานที่ให้บริการไม่ดี

#### **ด้านกระบวนการในการให้บริการ**

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านกระบวนการในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในอันดับที่ 4 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับกลางๆ สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือในเรื่องของระบบความปลอดภัยของธนาคาร โดยในเรื่องของระบบความปลอดภัยของธนาคาร นี่สิ่งที่ทำได้คือการสร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือ โดยอาจจะมีการรับประกัน หรือเป็นสิ่งรับประกัน

#### **ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ**

จากการศึกษาพบว่าผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในอันดับที่ 3 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับกลางๆ สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือในเรื่องของบรรยากาศสภาพแวดล้อมภายนอกธนาคาร ดังนั้นควรที่จะเพิ่มงบประมาณ ในการดูแลรักษา หรืออาจจะสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่พนักงานให้ช่วยดูแลสภาพแวดล้อมภายนอก และภายในธนาคาร

### **5.5 ข้อจำกัดของการศึกษา**

ในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาตามกรอบทฤษฎีความพึงพอใจเพียงมิติเดียว คือ มิติทางด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ เพื่อให้การกำหนดกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการรักษารฐานลูกค้ารายเดิม และขยายส่วนแบ่งทางการตลาด จึงควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมในมิติด้านความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดคุณประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร