

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคาร กสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคาร กสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย 2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญ ของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคาร กสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร กสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 353 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.3 อายุ 25 – 34 ปี ร้อยละ 41.9 สถานภาพโสด ร้อยละ 52.7 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 64.0 อาชีพ ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 56.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 51.3 ระยะเวลาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย ส่วนมาก 6 เดือน - 1 ปี ร้อยละ 26.1 การใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย โดยเฉลี่ยก็ครั้งต่อเดือน เช่น ติดต่อกำธุรกรรมทางการเงิน ฝาก-ถอน ปรับสมุด โอนเงิน ส่วนมาก 2-3 ครั้ง/ เดือน ร้อยละ 25.8 ช่วงวันที่มาใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย บ่อยที่สุด ไม่นาน ร้อยละ 67.1 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการด้านเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย บ่อยที่สุดคือ เวลา 10.01-11.30 น. ร้อยละ 26.3 ประเภทเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย คือ เงินฝากออมทรัพย์ ร้อยละ 95.2 จำนวนบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทยคือ 1 บัญชี ร้อยละ 36.8 เหตุผลที่เลือกฝากเงินกับธนาคารกสิกรไทยส่วนใหญ่คือ ชื่อเสียง ความมั่นคงของทางธนาคารฯ ร้อยละ 59.8

**ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคาร
กสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย**

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ในปัจจัยย่อยมีระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook (ค่าเฉลี่ย 4.15) บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.14) แบบฟอร์มการให้บริการมีความชัดเจนและกรอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.99) การให้บริการที่มีคุณภาพ การให้คำแนะนำหรือข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของเงินฝากแต่ละประเภท เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.97) เงื่อนไขของบัญชีเงินฝาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และมีบริการเงินฝากหลากหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ในปัจจัยย่อยมีระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.40) รองลงมา ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ(ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.66) อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.64) ค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.53) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเดบิต (ค่าเฉลี่ย 3.33)

ด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.0) ในปัจจัยย่อยมีระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ (4.09) รองลงมา จุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.08) สถานที่ตั้งธนาคารฯ เหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ป้ายแสดงประเภทการให้บริการชัดเจนมองเห็นได้ง่าย เช่นฝากเงิน เปิดบัญชี เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีเคาน์เตอร์บริการรับฝากเงินเพียงพอ มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) การติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.99) จุดติดตั้งตู้ ATM มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.98) และสถานที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ในทำเลที่มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ในปัจจัยย่อยมีระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูล

บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.69) การประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม (ค่าเฉลี่ย 3.68) ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.67) ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีการโฆษณาในท้องถิ่นเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.61) มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.58) การออกเยี่ยมลูกค้า ชุมชนต่างๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลแก่ชุมชนและคำแนะนำนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.55) และมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลผ่านวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ในปัจจัยย่อยมีระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.59) รองลงมา พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.24) จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ผู้จัดการสาขาให้การเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานกล่าวคำสวัสดิ และขอบคุณทุกครั้งเมื่อคุณมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน พนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ในปัจจัยย่อยมีระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่นบริการ ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.23) ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.18) การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.16) และระยะเวลาการรอคิวจนได้รับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ในปัจจัยย่อยมีระดับความสำคัญในระดับมาก เรียงลำดับคือ ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ TV เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย การตกแต่งภายในธนาคารสวยงาม น่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) ป้าย หรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.19) ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.18) ความปลอดภัยในธนาคารฯ (ค่าเฉลี่ย 4.15) การตกแต่งภายนอกธนาคารฯ

สวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.12) สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีสติ
ปฝาก-ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ใบฝากเงิน-ถอนเงินมีความเพียงพอ
(ค่าเฉลี่ย 3.95)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกร ไทย สาขาอ้อมน้อย

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ บริการ
ตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา แบบฟอร์มการใช้
บริการมีความชัดเจนและกรอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก
สะดวก เช่น ATM ,Update passbook (ค่าเฉลี่ย 3.94) การให้บริการที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.93)
บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีบริการเงินฝาก
หลากหลายประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.88) เงื่อนไขของบัญชีเงินฝาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และการให้คำแนะนำ
หรือข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของเงินฝากแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ
ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) ในปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ มีป้าย
หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.53) รองลงมา ค่าธรรมเนียมการ
รักษบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ(ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2 ,000 บาท เสีย
เดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่า
ธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.46) ค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.45) และค่าธรรมเนียมในการทำ
บัตรเดบิต (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ในปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับ
คือ จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา สถานที่ตั้งธนาคารฯ
เหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.95) ป้ายแสดงประเภทการให้บริการชัดเจน
มองเห็นได้ง่าย เช่น ฝากเงิน เปิดบัญชี เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.92) จุดติดตั้งตู้ ATM มีความปลอดภัย มี
ที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) สถานที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ในทำเลที่มีความ
ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) การติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.84) จุด
ให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีคาน์เตอร์บริการรับ
ฝากเงินเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.61) และมีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ในปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.70) มีแผนพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.65) การออกเยี่ยมลูกค้า ชุมชนต่างๆเพื่อชี้แจงให้ข้อมูลแก่ชุมชนและคำแนะนำนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.58) ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.55)

สำหรับปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ การประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีการโฆษณาในท้องถิ่นเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลผ่านวิทยุชุมชน (ค่าเฉลี่ย 3.40) และของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.9 6) ในปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.23) พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) พนักงานกล่าวคำสวัสดิ์ดี และขอบคุณทุกครั้งเมื่อคุณมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.09) พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) ผู้จัดการสาขาให้การเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.89) พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.72) และพนักงานมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ในปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.05) ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่นบริการ ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ในปัจจัยย่อยมีระดับความพึงพอใจในระดับมาก เรียงลำดับคือ การตกแต่งภายในธนาคารฯสวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.16) รองลงมา มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ TV (ค่าเฉลี่ย 4.06) ความปลอดภัยในธนาคารฯ สถานที่ภายนอกธนาคารฯสะอาดเรียบร้อย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีสติ๊กเกอร์-ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การตกแต่งภายนอกธนาคารฯสวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.87) สถานที่ภายในธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.86) ใบฝากเงิน-ถอนเงินมีความเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ส่วนที่ 4 ความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ และระยะเวลาใช้บริการ

4.1 ความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook (ค่าเฉลี่ย 4.01)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา แบบฟอร์มการใช้บริการมีความชัดเจนและกรอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) และ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.17)

สำหรับความพึงพอใจพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา แบบฟอร์มการ

ใช้บริการมีความชัดเจนและกรองง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมา อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ(ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2 ,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.61)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลางลำดับแรกคือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมา ค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.46) และ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ (ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.68) และค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.52)

สำหรับความพึงพอใจพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ (ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.61) รองลงมา มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.56) อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และจุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งธนาคารฯเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก และป้ายแสดงประเภทการให้บริการชัดเจนมองเห็นได้ง่าย เช่นฝากเงิน เปิดบัญชี เป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากลำดับแรก คือ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา จุดให้บริการตู้ ATM มีความ

เหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ จุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

สำหรับความพึงพอใจพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา สถานที่ตั้งธนาคารเหมาะสมเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และจุดติดตั้งตู้ ATM มีความปลอดภัย และป้ายแสดงประเภทการให้บริการชัดเจนมองเห็นได้ง่าย เช่นฝากเงิน เปิดบัญชี เป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.82) และของชำร่วย หรือของที่ระลึก มีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า และมีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และการออกเยี่ยมลูกค้า ชุมชนต่างๆเพื่อชี้แจงให้ข้อมูลแก่ชุมชนและคำแนะนำนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือมีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และ การประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม และข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71)

สำหรับความพึงพอใจพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.92) รองลงมา มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.68) และ มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.53) รองลงมา จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ และผู้จัดการสาขาให้การเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.34) และพนักงานกล่าวคำสวัสดิ์ และขอบคุณทุกครั้งเมื่อลูกค้าใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.23)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย และ พนักงานกล่าวคำสวัสดิ์ และ ขอบคุณทุกครั้งเมื่อคุณมาใช้บริการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ และ ผู้จัดการ สาขาให้การเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.62) รองลงมา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.41) และพนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.34)

สำหรับความพึงพอใจพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.27) และ พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่นบริการ ผัก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.36) รองลงมา ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.30) และ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.24)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่นบริการ ผัก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

สำหรับความพึงพอใจพบว่าเพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน (ค่าเฉลี่ย 4.24) รองลงมา ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.08) และการจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ป้าย หรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.27) รองลงมา ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และ สถานที่

ภายนอกธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย และการตกแต่งภายในธนาคารฯ สวยงาม น่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า เพศชายมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การตกแต่งภายในธนาคารฯ สวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา ป้าย หรือบอร์ด ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ ความปลอดภัยในธนาคารฯ และ สถานที่ภายนอกธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ TV (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา สถานที่ภายนอกธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ และ เทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ และการตกแต่งภายในธนาคารฯ สวยงาม น่าเชื่อถือ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.23) และ ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า เพศหญิงมีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การตกแต่งภายในธนาคารฯ สวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ TV (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ ความปลอดภัยในธนาคารฯ และ สถานที่ภายนอกธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04)

4.2 ความสำคัญ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด

**บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ
ธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย**

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) และ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.94)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การให้บริการที่มีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook แบบฟอร์มการใช้บริการมีความชัดเจนและกรองง่าย และ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.56) รองลงมา บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.53) และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ การให้คำแนะนำหรือข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของเงินฝากแต่ละประเภท (ค่าเฉลี่ย 4.44)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา การให้บริการที่มีคุณภาพ และบริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.31) และแบบฟอร์มการให้บริการมีความชัดเจนและกรอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook และแบบฟอร์มการให้บริการมีความชัดเจนและกรอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.44)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ แบบฟอร์มการให้บริการมีความชัดเจนและกรอกง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM ,Update passbook (ค่าเฉลี่ย 4.11) และบริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.96) รองลงมา ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ (ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2 ,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.61) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางคือ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.46)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับปานกลางลำดับแรกคือ ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ (ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2 ,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.49) รองลงมา มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.46) และอัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.79) และค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.74)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ (ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมาค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.59) และค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมา อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.81) และ ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ (ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2 ,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) (ค่าเฉลี่ย 3.70)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.93) รองลงมา อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.65) และ ค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ด้าน ช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา จุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และ จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา สถานที่ตั้งธนาคารเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.89) และ จุดติดตั้งตู้ ATM มีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ จุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ และจำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ

(ค่าเฉลี่ย 3.98) และ จุดติดตั้งตู้ ATM มีความปลอดภัย และการติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ ได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ป้ายแสดงประเภทการให้บริการชัดเจนมองเห็นได้ง่าย เช่นฝากเงิน เปิดบัญชี เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา สถานที่ตั้งธนาคารเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก และจำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) และ มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งธนาคารเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก และมีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา จุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ และมีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และมีเคาน์เตอร์บริการรับฝากเงินเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.18)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือป้ายแสดงประเภทการให้บริการชัดเจนมองเห็นได้ง่าย เช่นฝากเงิน เปิดบัญชี เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา มีเคาน์เตอร์บริการรับฝากเงินเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และ จุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71) และ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมา มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.58) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางได้แก่ ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครบถ้วนและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา ของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.93) และ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) และข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครอบคลุมและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า และมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.52)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า และมีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และ การออกเยี่ยมลูกค้า ชุมชนต่างๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลแก่ชุมชนและคำแนะนำนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.24)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และ พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.67) รองลงมา จำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ และผู้จัดการสาขาให้การเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.61) และ พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.44)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.47) รองลงมา พนักงานกล่าวคำสวัสดิ และขอบคุณทุกครั้งเมื่อคุณมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.32) และ ผู้จัดการสาขาให้การเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.76) รองลงมา พนักงานกล่าวคำสวัสดิ และขอบคุณทุกครั้งเมื่อคุณมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.63) และพนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.35)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานกล่าวคำสวัสดิ และขอบคุณทุกครั้งเมื่อคุณมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมา พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย (ค่าเฉลี่ย 4.56) และ พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ และผู้จัดการสาขาให้การเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ด้าน กระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมา ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ และ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่นบริการ ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.54) รองลงมา ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.53) และการจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ และ การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน (ค่าเฉลี่ย 4.46)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากลำดับแรกคือ การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน (ค่าเฉลี่ย 4.45) รองลงมา ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่นบริการ ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกคือระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่นบริการ ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.52) และ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.21)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่นบริการ ผ่าก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.37) และการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับบริการ เช่น น้ำดื่ม แก้ว หนังสือนั่งพิมพ์ TV (ค่าเฉลี่ย 4.05)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การตกแต่งภายในธนาคารสวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.99) รองลงมา มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับบริการ เช่น น้ำดื่ม แก้ว หนังสือนั่งพิมพ์ TV (ค่าเฉลี่ย 3.95) และความปลอดภัยในธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ป้าย หรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.48) รองลงมา ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับบริการ เช่น น้ำดื่ม แก้ว หนังสือนั่งพิมพ์ TV (ค่าเฉลี่ย 4.45) และ สถานที่ภายนอกธนาคาร สะอาดเรียบร้อย การตกแต่งภายในธนาคารสวยงาม น่าเชื่อถือ และการตกแต่งภายนอกธนาคารสวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.43)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 2-5 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ การตกแต่งภายในธนาคารสวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.41) รองลงมา ป้าย หรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.37) และ ความปลอดภัยในธนาคาร สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับบริการ เช่น น้ำดื่ม แก้ว หนังสือนั่งพิมพ์ TV (ค่าเฉลี่ย 4.24)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญ มีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ป้าย หรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา สถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย และการตกแต่งภายในธนาคารสวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.19) และความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17)

สำหรับความพึงพอใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ บ้าย หรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพียงพอ และการตกแต่งภายในธนาคารสวยงาม น่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา ความปลอดภัยในธนาคาร และสถานที่ภายนอกธนาคารสะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ มี สลิปฝาก -ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก และ ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.04)

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย สามารถอภิปรายผลดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีระดับความพึงพอใจต่อบัญชีย่อยต่างๆ ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ต่างกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีความพึงพอใจต่อบัญชีย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัทมากร ระเบียง (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่ออัยจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสินสาขาซอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ มีการนำเสนอเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น ตู้ ATM บริการ 24 ชั่วโมง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพงษ์ศรี พงษ์ศักดิ์ศรี (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพะเยา ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือบริการเงินฝากประเภทประจำ 3 เดือน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเพชร วัชรปรีชา (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือความมีชื่อเสียงของธนาคารฯ

สำหรับระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพินัย ใจผ่องใส (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อกับ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้

ความสำคัญในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ มีบริการที่ครบวงจร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ การมีบริการเงินฝากหลากหลายประเภท

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อยกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่าลูกค้าของ ธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยจะมีความพึงพอใจ มากกับ บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ ในขณะที่ลูกค้าธนาคารออมสินสาขาออยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพะเยา และลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ มีความพึงพอใจกับมีการนำเสนอเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น ตู้ ATM บริการ 24 ชั่วโมง และบริการเงินฝากประเภทประจำ 3 เดือน และความมีชื่อเสียงของธนาคาร ฯ และเมื่อพิจารณาระดับความสำคัญพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกันในเรื่องบริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ ดังนั้น ธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย สามารถให้บริการที่ตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญได้ดีเยี่ยมส่งผลต่อการใช้บริการของลูกค้า

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยต่างๆ ด้านราคาต่างกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีความพึงพอใจต่อบริการย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือค่าธรรมเนียมในการใช้บัตร ATM/VISA DEBIT และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงศ์ธร พงษ์ศักดิ์ศรี (2552) ที่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือดอกเบี้ยเงินกู้เงินเชื่อชนวิฑู และ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดอันดับแรกคืออัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพินัย ใจพองใส (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ จำนวนเงินที่ผ่อนต้องงวด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พร

วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อยกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่าลูกค้าของ ธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยจะมีความพึงพอใจมากกับมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด ในขณะที่ลูกค้าธนาคารออมสินสาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพะเยา และลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ มีความพึงพอใจกับค่าธรรมเนียมในการใช้บัตร ATM/VISA DEBIT และ ดอกเบี้ยเงินกู้สินเชื่อ ธนวิฑู และ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากเช่นกันในเรื่อง มีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย สามารถให้บริการที่ตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ได้ดีเยี่ยมส่งผลต่อการให้บริการของลูกค้า

ด้านช่องทางการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีระดับความพึงพอใจต่อบริการต่างๆ ด้าน ช่องทางการให้บริการ ต่างกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีความพึงพอใจต่อบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับคือ จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัทมากร ระเบียง (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ที่ตั้งเหมาะสมเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพงษ์ธร พงษ์ศักดิ์ศรี (2552) ที่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ เปิดทำการของธนาคาร (เปิดทุกวัน) และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของเพชร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งธนาคารเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อย ด้านช่องทางการให้บริการ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ สถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพินัย ใจพ่องใส (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สะดวกต่อการติดต่อ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เพชร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ระดับความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ สถานที่ตั้งธนาคารอยู่ในทำเลที่มีความปลอดภัย

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อยกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่าลูกค้าของ ธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าจำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ ในขณะที่ลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาซอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพะเยา และลูกค้าของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ มีความพึงพอใจกับที่ตั้งเหมาะสมเดินทางมาใช้บริการได้สะดวก และเปิดทำการของธนาคาร (เปิดทุกวัน) และสถานที่ตั้งธนาคารเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง สถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ ดังนั้นธนาคาร กสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย สามารถให้บริการที่ตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญ ได้ดีเยี่ยมส่งผล ต่อการให้บริการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นต่อไป

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขา อ้อมน้อยมีระดับความพึงพอใจต่อบริการต่างๆ ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ต่างกับลูกค้าของ ธนาคารอื่น โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีความพึงพอใจต่อบริการต่างๆ มี ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุดคือของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของเพชร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความ พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอ สำหรับลูกค้า และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดคือ มีของขวัญที่ระลึกมอบให้ในช่วง เทศกาลหรือวันสำคัญ เช่น วันออมสิน วันเด็ก สัปดาห์ออมทรัพย์ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา ของพงษ์ธร พงษ์ศักดิ์ศรี (2552) ที่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน ระดับมากที่สุดคือ สิทธิพิเศษในการได้รับอัตราดอกเบี้ยคงที่พิเศษในปีแรกสำหรับลูกค้าเพื่อที่ อยู่อาศัย

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขา อ้อมน้อย ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก โดยปัจจัย ย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกคือมีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับผล การศึกษาของพินัย ใจพองใส (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เพชร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ลำดับแรกคือของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้านาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อยกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่าลูกค้าของ ธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าของชำระ้วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า ในขณะที่ลูกค้าธนาคารออมสินสาขาคอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพะเยา มีความพึงพอใจกับมิชชั่นของที่ระลึกมอบให้ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ เช่น วันออมสิน วันเด็ก สัปดาห์ออมทรัพย์ และสิทธิพิเศษในการได้รับอัตราดอกเบี้ยคงที่พิเศษในปีแรกสำหรับลูกค้าเพื่อที่อยู่อาศัย และเมื่อพิจารณาระดับความสำคัญพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง มีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย สามารถให้บริการที่ตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญได้ดีย่อมส่งผลต่อการใช้บริการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นต่อไป

ด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยต่างๆ ด้านบุคลากรไม่ต่างกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีความพึงพอใจต่อบัณฑิตย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ ในระดับมากลำดับคือพนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย เรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงษ์ศรี (2552) ที่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือพนักงานมีกิริยามารยาท สุภาพและอัธยาศัยที่ดี แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อย ด้านบุคลากร ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิณัย ใจส่องใส (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานมีความความน่าเชื่อถือ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือพนักงานรักษาความปลอดภัยให้การดูแลเอาใจใส่ ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้านาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อยกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่าลูกค้าของ ธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยจะมีความพึงพอใจ มากกว่า พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย เรียบร้อย

ในขณะที่ลูกค้าธนาคารออมสินสาขาซอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพะเยา และลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ มีความพึงพอใจกับ พนักงานมีกิจกรรมรยาท สุภาพและอัธยาศัยที่ดี และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน และเมื่อพิจารณาระดับความสำคัญพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง ความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย สามารถให้บริการที่ตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญได้ดีย่อมส่งผลต่อการใช้บริการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นต่อไป

ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยต่างๆ ด้านกระบวนการให้บริการ ไม่ต่างกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับคือการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัทมากร ระเบียบ (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือการให้บริการระบบบัตรคิว และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงศ์ธร พงษ์ศักดิ์ศรี (2552) ที่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร มีบริเวณสำหรับนั่งรอรับบริการเพียงพอ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อย ด้านกระบวนการให้บริการ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่นบริการฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ ความรวดเร็วในการให้บริการต่อ 1 รายการ เช่น บริการฝาก-ถอนเงิน โอนเงิน เป็นต้น แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพินัย ใจผ่องใส (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ เอกสารประกอบคำขอสินเชื่อเหมาะสมกับการขอใช้บริการ และมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่าลูกค้าของ ธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยจะมีความพึงพอใจมากกับการให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน ในขณะที่ลูกค้าธนาคาร

ออมสินสาขาซอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพะเยา และลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ มีความพึงพอใจกับการให้บริการระบบบัตรคิว และชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร มีบริเวณสำหรับนั่งรอรับบริการเพียงพอ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูลลงในสมุดบัญชี และเมื่อพิจารณาระดับความสำคัญพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่นบริการ ผาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย สามารถให้บริการที่ตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญได้ดีข้อมส่งผลต่อการใช้บริการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นต่อไป

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีระดับความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยต่างๆ ด้าน สิ่งนำเสนอทางกายภาพ ไม่ต่างกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่า ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยมีความพึงพอใจต่อบัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากลำดับคือ การตกแต่งภายในธนาคารฯสวยงาม น่าเชื่อถือ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บัณฑิต ระเบียบ (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เป็นสถาบันที่มีความมั่นคง และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พงศ์ธร พงษ์ศักดิ์ศรี (2552) ที่ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้า มีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรก คือ มีความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลารอคอยในการรับบริการมีความเหมาะสม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือสถานที่ภายในธนาคารฯสะอาดเรียบร้อย

และเมื่อพิจารณาระดับการให้ความสำคัญพบว่าลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย ให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อย ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญลำดับแรกคือ ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ TV ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของพินัย ใจผ่องใส (2550) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ภายในธนาคารมีบรรยากาศที่ดี ตกแต่งทันสมัยและสวยงาม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พชร วัชรปรีชา (2554) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ความปลอดภัยในธนาคารฯ

จากผลการศึกษาทำให้ทราบประเด็นข้อแตกต่างกันระหว่างลูกค้าธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยกับลูกค้าของธนาคารอื่น โดยพบว่าลูกค้าของ ธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อยจะมีความพึงพอใจมากกับการตกแต่งภายในธนาคารฯสวยงาม น่าเชื่อถือ ในขณะที่ลูกค้าธนาคาร

ออมสินสาขาซอยเต่า (ธนาคารชุมชน) จังหวัดเชียงใหม่ และลูกค้าของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพะเยา และลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ มีความพึงพอใจกับมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เป็นสถาบันที่มีความมั่นคง และความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อ ระยะเวลารอคอยในการรับบริการมีความเหมาะสม และสถานที่ภายในธนาคารสะอาด เรียบร้อย เมื่อพิจารณาระดับความสำคัญพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ บริการ เช่น น้ำดื่ม แก้ว น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ TV ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย สามารถให้บริการที่ตอบสนองในสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญได้ดีย่อมส่งผลต่อการใช้บริการของลูกค้า มากยิ่งขึ้นต่อไป

ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคาร กสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย ข้อค้นพบจากการ ศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาอ้อมน้อย ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน โดยพบว่าระยะเวลาที่ใช้บริการกับธนาคารจะอยู่ในช่วงตั้งแต่ 6 เดือน ถึง 5 ปี และการใช้บริการโดยเฉลี่ย 2-3 ครั้ง/ เดือน
2. ลูกค้าส่วนใหญ่วันที่มาใช้บริการกับธนาคารไม่แน่นอน โดยช่วงเวลาที่มาใช้ บริการมากที่สุดคือ 10.01-11.30 น.
3. เหตุผลที่ลูกค้าเลือกฝากเงินกับธนาคารกสิกรไทย คือชื่อเสียง ความมั่นคงของทาง ธนาคารฯ รongลงมา สะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน
4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยย่อยเช่นกัน เมื่อจำแนกตามระยะเวลาใช้บริการพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการ 2-5 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดปัจจัยย่อยในเรื่อง บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ และบริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และลูกค้าที่ใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่อง มีบริการเงินฝากหลากหลายประเภท และการให้คำแนะนำ หรือข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของเงินฝากแต่ละประเภท แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก
5. ปัจจัยด้านราคา จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น และค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเพศชายให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก แต่มี

ความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในด้านนี้ในระดับปานกลาง ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญในเรื่อง ค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามระยะเวลาใช้บริการพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการ 1 ปี และลูกค้าที่ใช้บริการ 2-5 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

6. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยย่อยเช่นกัน เมื่อจำแนกตามเพศพบว่าเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ และมีเคาน์เตอร์บริการรับฝากเงินเพียงพอ แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามระยะเวลาใช้บริการพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ จุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน และมีเคาน์เตอร์บริการรับฝากเงินเพียงพอ แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง การประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ ของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลผ่านวิทยุชุมชน และมีการโฆษณาในท้องถิ่นเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น เมื่อจำแนกตามเพศพบว่าเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง การประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และในเรื่อง มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ ของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี และมีการโฆษณาในท้องถิ่นเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ ทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น เมื่อจำแนกตามระยะเวลาใช้บริการพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการ 1 ปี ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น และลูกค้าที่ใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากในเรื่อง ของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ แต่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

8. ปัจจัย ด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องพนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย แต่มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น และพบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกตามระยะเวลาใช้บริการพบว่าลูกค้าที่ใช้บริการ 2-5 ปี ให้ความสำคัญใน

ระดับมากที่สุดในเรื่อง พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย จำนวน พนักงานเพียงพอในการให้บริการ และผู้จัดการสาขาให้การเอาใจใส่ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า แต่มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น

9. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยย่อยเช่นกัน เมื่อจำแนกตามระยะเวลาใช้บริการ พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการ 2-5 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่นบริการ ผาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น และ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี แต่มีความพึงพอใจในระดับมากเท่านั้น และลูกค้าที่ใช้บริการ 5 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่อง ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการเช่น บริการ ผาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก

9. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยย่อยเช่นกัน เมื่อจำแนกตามเพศ และระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่าให้ความสำคัญในระดับมากและมีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคาร กสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย ผู้ศึกษา มีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยสร้างความพึงพอใจให้อยู่ในระดับมากที่สุดดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมากและมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแล้วพบว่ามีความพึงพอใจน้อยกว่าการให้ระดับความสำคัญ ดังนั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าธนาคารฯ ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการ โดยเฉพาะ การให้คำแนะนำหรือข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของเงินฝากแต่ละประเภท ให้แก่ลูกค้าอย่างชัดเจน และควรให้คำแนะนำหรืออธิบายขั้นตอนวิธีการใช้บริการ ตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงิน ด้วยตนเอง ทางอินเทอร์เน็ต ให้แก่ลูกค้า

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเดบิต และ ค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็ค เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่างๆ เป็นนโยบายจาก

ส่วนกลาง ดังนั้น ธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย ควรให้พนักงานชี้แจงทำความเข้าใจให้แก่ลูกค้าทราบถึงอัตราค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเดบิตและค่าธรรมเนียมการรับฝากเช็คและอัตราดอกเบี้ยของธนาคารทุกครั้งที่ลูกค้ามาใช้บริการเพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่ลูกค้า และชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึงค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2,000 บาท ว่าลูกค้าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเสียเดือนละ 50 บาทสำหรับการรักษาบัญชี

ด้านช่องทางการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมากและมีความพึงพอใจทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจแล้วพบว่ามีความพึงพอใจน้อยกว่าการให้ระดับความสำคัญ โดยเฉพาะในเรื่องของ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ และจุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน ดังนั้นธนาคารควรจัดหาสถานที่จอดรถให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการในแต่ละวัน โดยอาจพิจารณาเช่าสถานที่ใกล้เคียงกับธนาคารเป็นสถานที่จอดรถให้แก่ลูกค้า หรือให้พนักงานรักษาความปลอดภัยหมั่นตรวจสอบดูแลบริเวณที่จอดรถลูกค้า และจัดระเบียบในการจอดรถให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ควรเพิ่มจำนวนจุดให้บริการตู้ ATM ของธนาคารให้ทั่วถึงและเหมาะสม โดยติดตั้งป้ายแสดงการให้บริการตู้ ATM ของธนาคารอย่างชัดเจน ให้ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล บริเวณจุดติดตั้งตู้ ATM ต้องมีความปลอดภัย

นอกจากนั้นเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้ลูกค้า สามารถ ติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ได้สะดวก ธนาคารควรมีการติดตั้งเบอร์โทร ศัพท์ของสาขา ไว้ที่สมุดบัญชีลูกค้าด้วย และเน้นย้ำให้พนักงานให้ความสำคัญกับการรับโทรศัพท์ โดยไม่ให้ลูกค้าคอยนาน โดยอาจจัดเจ้าหน้าที่คอยให้บริการรับโทรศัพท์ผลัดเปลี่ยนกันทำหน้าที่วันละ 1 คน หรือทำการมอบหมายหน้าที่ให้แก่พนักงานทดลองงานหรือพนักงานฝึกงาน เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยในเรื่อง การประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวของธนาคาร เช่น ประกาศอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ ของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลผ่านวิทยุชุมชน และ มีการโฆษณาในท้องถิ่นเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ ดังนั้น ธนาคารควรติดประกาศแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวในเรื่องของอัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม ให้ลูกค้าทราบภายในธนาคาร ควรมีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าเมื่อลูกค้าเปิดบัญชีหรือในช่วงเทศกาล โดยของชำร่วยต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี นอกจากนี้ควรมีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ข่าวสารของธนาคาร โดยผ่านวิทยุชุมชนหรือการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่นถึงกิจกรรมที่ธนาคารจัดในช่วงเทศกาลหรือในโอกาสต่างของธนาคารให้ลูกค้าได้

ทราบข้อมูล และในเรื่องของที่ระลึกที่นำมาแจกให้แก่ลูกค้าในช่วงเวลาต่าง ๆ นั้นทางธนาคารฯ ควรให้ความสนใจในด้านอรรถประโยชน์ที่แท้จริงและคำนึงถึงการใช้งาน เช่น ถูฝุ่น ทางธนาคาร อาจแจกเสื้อกันฝนที่มีลวดลายเป็นโลโก้ธนาคาร หรือ ร่ม รวมถึงของชำร่วยที่ทางสาขาหาซื้อ มาแจกให้แก่ลูกค้าที่มียอดเงินฝากสูง ควรคำนึงถึงคุณภาพ และคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากของที่ระลึก ด้วย

นอกจากนั้นทางธนาคารกสิกรไทย สาขาอ้อมน้อย ควรให้ความสำคัญกับชุมชนใน ท้องที่เพิ่มมากขึ้น โดยเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ เพื่อสร้างสัมพันธภาพและ ภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาของลูกค้า หรือทำการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนขึ้นโดยให้พนักงาน ธนาคารทุกคนเข้าไปมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมที่นำเสนอ และควรจัดเวร แก่พนักงานทุกคนใน สาขา ในการออกเยี่ยมลูกค้าตามตลาด โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือสถานที่ราชการต่างๆ เพื่อชี้แจง ให้ข้อมูลและคำแนะนำนอกสถานที่ ในเรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทต่างๆ รวมถึงเปิดให้บริการ รับฝากเงินนอกสถานที่ เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการอีกช่องทางหนึ่ง

ด้านบุคลากร ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้พนักงาน ให้บริการลูกค้าด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และพนักงานมีความพร้อม ในการให้คำแนะนำปรึกษาแก่ ลูกค้า จึงมีพัฒนาบุคลากรโดยจัดฝึกอบรมทุก 6 เดือน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในการปฏิบัติงาน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคที่พบในการปฏิบัติงานของสาขา เพื่อจะได้ทราบถึงสาเหตุของปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในด้าน บริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและให้สาขามีการประชุมพนักงานทุกสัปดาห์เพื่อทำการ ติดตามผล การให้บริการของพนักงานด้วยความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งเป็นจุดแข็งของ การให้บริการ และสอดคล้องกับลักษณะธุรกิจของธนาคาร ที่เป็นงานด้านบริการ นอกจากนี้ควร จัดพนักงานสินเชื่่อออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้านอกเวลาทำการอย่างสม่ำเสมอ

ด้านกระบวนการให้บริการ ธนาคารควร พิจารณาลดขั้นตอน ที่ซับซ้อนและยืดหยุ่น ขึ้นตอนที่หลากหลาย ในการให้บริการเพื่อลดระยะเวลาที่รอรับบริการให้มีความรวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะขั้นตอนการให้บริการฝาก-ถอน โอนเงิน และการบันทึกข้อมูลลงในสมุดบัญชีที่รวดเร็ว หากมีลูกค้าร้องขอการเปิดบัญชี ควรให้ Service Planner ตรวจสอบเอกสารการเปิดบัญชี และ สอบถามความต้องการของลูกค้าในเบื้องต้นก่อน เพื่อลดระยะเวลาในการเปิดบัญชีใหม่

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ธนาคารควรเตรียมใบฝากเงิน-ถอนเงินให้เพียงพอ และ สถานที่ทั้งภายในและภายนอกของธนาคารต้องสะอาด เรียบร้อย และปลอดภัยในการให้บริการ ควรมีป้ายหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า บริเวณสถานที่จอดรถของลูกค้าต้องมีความ ปลอดภัย นอกจากนี้ควรจัดทำกิจกรรม 5 ส อย่างสม่ำเสมอ และกำชับพนักงานให้บริการแก่

ลูกค้าโดยอخصยัไมตรีที่ดี มีความยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นกันเองให้มากกว่าเดิม รวมทั้งคอยสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้ที่นั่ง ให้เพียงพอ เนื่องจากทางธนาคารฯ ได้มีปริมาณที่นั่งเพียงพออยู่แล้ว แต่ไม่ได้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม สำหรับนั่งรอการให้บริการ ดังนั้นทางธนาคารฯ ควรทำการจัดที่นั่งใหม่ โดยทำป้ายประกาศไว้ว่า เป็นพื้นที่นั่งคอยสำหรับลูกค้ารอรับบริการ และควรให้พนักงาน Service Planner เป็นผู้บริหารจัดการให้ลูกค้าที่ยืนรอต่อคิวเป็นระยะเวลานานให้นั่งคอยก่อน เพื่อป้องกันการยืนรอคอยที่นานเกินไป ทั้งนี้ทางธนาคารฯ อาจทำการสำรวจ เก้าอี้เสริมไว้สำหรับรองรับบริการในกรณีลูกค้ามีจำนวนมากจริงๆ นอกจากนี้ควรให้พนักงานทำความสะอาดคอยตรวจสอบความสะอาดของห้องน้ำให้สะอาดอยู่เสมอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved