

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งหมด 312 ราย พบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 40-49 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า เป็นเจ้าของกิจการ มีลักษณะธุรกิจเป็นการค้าส่ง มีระยะเวลาดำเนินกิจการ มากกว่า 10 ปี ลักษณะการจดทะเบียนเป็นบุคคลธรรมดา เมื่อสอบถามถึงสินทรัพย์ของกิจการ พบว่ามูลค่าสินทรัพย์ถาวรส่วนใหญ่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ล้านบาท จำนวนแรงงานในกิจการ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15 คน มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10 ล้านบาท โดยที่ตั้งของกิจการตั้งอยู่ในอำเภอที่ติดกับอำเภอเมือง ระยะเวลาการใช้บริการสินเชื่อ 5 ปีขึ้นไป

##### ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตร ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

**ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์** ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ รองลงมาคือชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และมีบริการทางการเงินอื่นๆ มีรูปแบบชำระเงินหลากหลาย

**ปัจจัยทางด้านราคา** ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ อัตราดอกเบี้ยของวงเงินสินเชื่อมีความเหมาะสม ค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้มีความเหมาะสม และ ค่าธรรมเนียมของบริการทางการเงินอื่นๆในการจัดการเงินกู้มีความเหมาะสม

**ปัจจัยทางการจัดจำหน่าย** ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน การจัดจำหน่าย ตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ จำนวนสาขาที่ให้บริการของธนาคารมีมาก ที่ตั้งอยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการคมนาคม และมีช่องทางให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต

**ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด** ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สินเชื่อและบริการทางการเงินผ่านสื่อเช่น วิทยุ โทรทัศน์ วารสาร แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต มีสิทธิพิเศษเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการทางการเงินอื่นๆ เช่น ได้รับการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการ และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อและบริการทางการเงิน ผ่านสื่อ

**ปัจจัยทางด้านบุคลากร** ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ให้บริการได้อย่างถูกต้อง พนักงานให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาบริการทางการเงินอื่นๆ และพนักงานมีการแนะนำและเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อและบริการอื่นๆ ที่ตรงกับความต้องการ

**ปัจจัยทางด้านกระบวนการให้บริการ** ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ ตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ขั้นตอนที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมีความสะดวก มีความยืดหยุ่นด้านขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ และระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อไม่นานเกินไป แต่มีปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ สินเชื่อมีการกำหนดเงื่อนไขการเบิกจ่ายที่เหมาะสม

**ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ที่ตั้งของสำนักงานบริการสินเชื่อและสาขาที่ใช้บริการมีความสะดวก สำนักงานบริการสินเชื่อสาขาที่ท่านใช้บริการมีสถานที่จอดรถเพียงพอ และป้าย สัญลักษณ์ และเครื่องแบบพนักงานสามารถสื่อสารให้ลูกค้าประทับใจและเข้าใจถึงความแตกต่างของบริการสินเชื่อและบริการทางการเงินอื่นๆ

**ส่วนที่ 3 ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตร ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่**

**ปัจจัยสิ่งแวดล้อม** ระดับความสำคัญของ ปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อม ตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ ภาวะเศรษฐกิจใน

ปัจจุบันที่ดีขึ้น ทำให้มีความต้องการในการลงทุนในธุรกิจ และ สถานการณ์การเมืองภายในประเทศ นโยบายจากภาครัฐซึ่งส่งเสริมให้ธนาคาร ปล่อยสินเชื่อเพื่อการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตร

**ปัจจัยภายในองค์กร** ระดับความสำคัญของปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านปัจจัยภายในองค์กร ตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยภายในองค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ กิจการมีแนวโน้มทางธุรกิจดีขึ้น มีโครงสร้างการบริหารงานภายในธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และ ธุรกิจมีวัตถุประสงค์และนโยบายในการ บริหาร/ดำเนินงานที่มีทิศทางชัดเจน

**ปัจจัยระหว่างบุคคล** ความสำคัญของปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านปัจจัยระหว่างบุคคล ตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยระหว่างบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ผู้มีอำนาจในการพิจารณาตัดสินใจของกิจการของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับธนาคารทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อจากธนาคาร การประสานงานระหว่างพนักงานแต่ละแผนกของธนาคารทำงานเป็นทีม

**ปัจจัย เฉพาะบุคคล** ความสำคัญของปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ด้านปัจจัยเฉพาะบุคคล ตามค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยเฉพาะบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก คือ พนักงานผู้ให้บริการของธนาคารมีความเชี่ยวชาญ ลักษณะเฉพาะบุคคลของพนักงานผู้ให้บริการของธนาคารมีความเหมาะสม เช่น วิทยุฒิ เพศ ระดับการศึกษา

## 5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรของลูกค้านักค้ากรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ โดยใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

### 1. ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากเรื่องวงเงินสินเชื่ออนุมัติตรงกับความต้องการ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้านักค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ ซึ่งให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านวงเงินสินเชื่ออนุมัติตรงกับความต้องการของลูกค้านักค้าเช่นกัน

## 2. ปัจจัยทางด้านราคา

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมากที่สุด เรื่อง อัตราดอกเบี้ยของวงเงินสินเชื่อมีความเหมาะสม โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์ (2545) ซึ่งให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยของวงเงินสินเชื่อมาก

## 3. ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก เรื่อง จำนวนธนาคารที่ให้บริการ ตั้งอยู่ในแหล่งที่สะดวกต่อการคมนาคม โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ เอนก กุลชุติน (2550) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดย่อมธนาคารกสิกรไทยของผู้ประกอบการขนาดย่อมในอำเภอเมือง สมุทรสาคร ซึ่งให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้สะดวกในการติดต่อเช่นกัน

## 4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก เรื่องมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์สินเชื่อและบริการทางการเงินผ่านสื่อเช่น วิทยุ โทรทัศน์ วารสาร แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เอนก กุลชุติน (2550) ที่ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากและให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

## 5. ปัจจัยด้านบุคลากร

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน การส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก เรื่อง พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ให้บริการได้อย่างถูกต้อง โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตสุขเสนาะ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากร ซึ่งประกอบด้วย พนักงานมีความรู้ความสามารถ ในการให้บริการ ให้คำปรึกษาและแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี

## 6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้าน กระบวนการให้บริการ ในระดับมาก เรื่องขั้นตอนที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมีความสะดวก โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ สหรรษา สถิตสุขเสนาะ (2546) ซึ่งให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ประกอบด้วยขั้นตอนที่ใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมีความสะดวก ให้บริการสินเชื่อด้วยความรวดเร็ว

## 7. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในระดับมาก เรื่องที่ตั้งของสำนักงานบริการสินเชื่อและสาขาที่ใช้บริการมีความสะดวก โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ เอนก กุลสุทธิสิน (2550) ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากและให้ความสำคัญต่อย่อยอันดับแรกคือ ที่ตั้งของสำนักงานบริการสินเชื่อให้ความสะดวกในการติดต่อของลูกค้า

### 5.3 ข้อค้นพบ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการในการขอสินเชื่อ และผลิตภัณฑ์สินเชื่อน้อยกว่าเรื่องอื่นๆ ซึ่งเรื่องดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกันมากในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ทั้งในเรื่องการจัดเตรียมเอกสารประกอบการกู้ ขึ้นตอนในการพิจารณาอนุมัติ และรวมถึงขั้นตอนจดจำนองหลักประกันต่างๆ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการธนาคารในรูปแบบเดิมที่ต้องทำรายการด้วยตนเองผ่านทางสาขา โดยมีบางส่วนเท่านั้นที่สามารถใช้ประโยชน์จากบริการทางอินเทอร์เน็ต และ Call center
3. ลูกค้าใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นน้อยมาก ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้บริการในด้านเงินวงเงินสินเชื่อเพียงอย่างเดียว
4. บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มากที่สุดก็คือเงินเบิกเกินบัญชี และนำไปเพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในธุรกิจ
5. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรกคือ เรื่องของอัตราดอกเบี้ย การส่งเสริมการตลาด และพนักงานของธนาคาร ตามลำดับ
6. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องของที่ตั้งของธนาคารมีความสะดวก และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามชอบใช้บริการ โดยตรงจากสาขาของธนาคาร
7. ผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการมีสัมพันธ์อันดีกับธนาคาร คือการให้ความคุ้นเคย เป็นกันเอง เป็นเสมือนเพื่อนคนหนึ่ง

### 5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้



1. จากการศึกษาพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นธนาคารควรมีการปรับลดอัตราดอกเบี้ยของวงเงินสินเชื่อในช่วงแรกเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ เช่น มีการลดอัตราดอกเบี้ยใน 3-6 เดือนแรก เป็น 0% หลังจากนั้นจึงคิดอัตราดอกเบี้ยลอยตัว และประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร เพื่อเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ และสำหรับลูกค้าเดิม หากมีประวัติในการผ่อนชำระที่ดี ธนาคารก็ปรับลดอัตราดอกเบี้ย เพื่อสิ่งจูงใจให้ลูกค้าคงอยู่กับทางธนาคาร

2. เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมทางการตลาดในอันดับรองลงมา เห็นว่า ธนาคารควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เป็นที่จดจำของลูกค้า รวมไปถึงการเพิ่มสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าเดิมของธนาคาร อาทิเช่น การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ผ่านระบบ SMS การลดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการด้านอื่น สำหรับลูกค้าสินเชื่อ

3. ด้านพนักงานลูกค้าให้ความสำคัญในลำดับถัดมา ในเรื่องของความเชี่ยวชาญของพนักงาน รวมไปถึงการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ดังนั้นธนาคารควรมีการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถและความชำนาญทั้งในงาน การให้บริการ สามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้ชัดเจน อาทิเช่น มีการจัดอบรมในด้านผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการดำเนินงาน การตอบปัญหาและข้อสงสัย และมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง มีการทดสอบความรู้ ความสามารถของพนักงาน เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด

4. ในลำดับถัดมาเรื่องของค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ ลูกค้าให้ความสำคัญด้วยเช่นกัน ดังนั้นธนาคารจึงควรเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางด้านนี้ด้วย อาทิเช่น การมีส่วนลดค่าประเมินราคาหลักทรัพย์ สำหรับลูกค้ารายใหม่ที่มีศักยภาพ การออกค่าธรรมเนียมการจดจำนองให้กึ่งหนึ่ง สำหรับลูกค้ารีไฟแนนซ์จากแบงก์อื่น

5. เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการช่องทางสาขาอยู่จำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันช่องทางการให้บริการมีเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ธนาคารจึงควรมีการให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับช่องทางการให้บริการของธนาคารผ่านระบบ Internet โทรศัพท์มือถือ และ Call center โดยธนาคารจะมีการจัดบุชให้พนักงานประชาสัมพันธ์ มีการอธิบายประโยชน์ และขั้นตอนการใช้งาน รวมไปถึงการแจกคู่มือในการใช้งานผ่านช่องทางดังกล่าว ให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้บริการ

6. เนื่องจากลูกค้าใช้บริการสินเชื่อแต่เพียงอย่างเดียวในทุกๆ วัตถุประสงค์ในการใช้งานซึ่งบางครั้งอาจไม่ตรงกับวัตถุประสงค์จริง จึงควรแนะนำผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นให้แก่ลูกค้าเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการใช้งานของลูกค้ามากที่สุด เช่น เมื่อลูกค้าต้องการกู้เงินไปใช้ทำเซ็คเพื่อ

คำประกันงานต่างๆ ควรแนะนำให้ลูกค้าใช้บริการหนังสือคำประกันจะตรงกับความต้องการจริงมากกว่า อีกทั้งยังลดในเรื่องของอัตราดอกเบี้ยอีกด้วย

7 . ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของความพึงพอใจในการใช้บริการกับธนาคารเพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญ และหาจุดบกพร่องเพื่อนำไปแก้ไขและพัฒนาการให้บริการเพื่อให้เกิดความความพึงพอใจสูงสุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved