

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา ศรีนครพิงค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากลูกค้าธนาคารฯ โดยกระจายการเก็บข้อมูล ตามสัดส่วนจำนวนลูกค้าตามปริมาณเงินฝากซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มในจำนวนเท่าๆกัน ได้แก่ ลูกค้ากลุ่ม Easy กลุ่ม Easy Plus และกลุ่ม Priority, Priority Plus & Private พร้อมทั้งศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ จากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ โดยข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.67 มีอายุ 25- 31ปี คิดเป็นร้อยละ 25.83 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50.83 การศึกษาสูงสุด คือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.67 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 38.33 รายได้ต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.33 เป็นลูกค้าธนาคารฯ มากกว่า 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.33 ใช้บริการโดยเฉลี่ย เดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.25 มาใช้บริการด้านเงินฝากในช่วงวันที่ ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 49.58 และใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 08.00 – 10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 42.50 ส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากประเภท ออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 45.42 แบ่งเป็นประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (ธรรมดา) คิดเป็นร้อยละ 71.56 ประเภทบัญชีเงินฝากประจำ 3 เดือน, 6 เดือน, 12 เดือน, 24 เดือน และ 36 เดือน คิดเป็นร้อยละ 94.23 ประเภทเงินฝากระยะยาว โบนัส 24 เดือนและ โบนัส 36 เดือน คิดเป็นร้อยละ 91.30 โดยมีบัญชีเงินฝาก มากกว่า 1 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 28.33 เหตุผลที่เลือกฝากเงินกับธนาคาร ฯ คือ สะดวก ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 82.92

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ระดับความสำคัญและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาศรีนครพิงค์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ มีบริการเงินฝากหลากหลายประเภท รองลงมาคือ ความมีชื่อเสียงของธนาคารฯ และมีบริการบัตรเดบิต (Debit)

ความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง บริการตรวจสอบยอดเงินหรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของธนาคารฯ (ค่าเฉลี่ย 4.17) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ บริการตรวจสอบยอดเงินหรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ (ค่าเฉลี่ย 3.30)

ปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น รองลงมาคือ การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัดและค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ (ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท)

ความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก และในระดับปานกลางเท่ากัน ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.89) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด (ค่าเฉลี่ย 3.18)

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องสถานที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ในทำเลที่มีความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ รองลงมาคือ มีเคาท์เตอร์บริการรับฝากเงินเพียงพอ และสถานที่ตั้งธนาคารฯเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก

ความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวกมีค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ สถานที่ตั้งธนาคารฯเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.22) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดได้แก่ การติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.48)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องมีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลผ่านวิทยุชุมชน และการออกเยี่ยมลูกค้าชุมชนต่างๆเพื่อชี้แจงให้ข้อมูลแก่ชุมชนและคำแนะนำนอกสถานที่มีค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญในระดับปานกลางโดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า รองลงมาคือ มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้าสำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ และข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครบถ้วนและเข้าใจง่าย

ความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องข่าวสารที่ได้รับจากธนาคารเกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครบถ้วนและเข้าใจง่าย ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า และมีการโฆษณาทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย ระดับความพึงพอใจในระดับมาก

ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอ สำหรับลูกค้า(ค่าเฉลี่ย 3.78) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การมีส่วนร่วมใน กิจกรรมชุมชน (ค่าเฉลี่ย 2.79)

ปัจจัยด้านบุคลากร

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อย ด้านบุคลากร ทั้งหมดในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ พนักงานรักษาความปลอดภัย ให้การดูแลเอาใจใส่ ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี รองลงมา คือ พนักงานเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ และพนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อน น้อม ยิ้มแย้มทักทาย

ความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยด้านบุคลากรส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานรักษาความปลอดภัย ให้การดูแลเอาใจใส่ ในเรื่อง ความปลอดภัยเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.38) และ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัย ให้การดูแลเอาใจใส่ ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 2.75)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ ให้บริการในระดับมากที่สุดและในระดับมากจำนวนเท่ากัน โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกที่ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการต่อ 1 รายการ เช่นบริการ ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น รองลงมาคือ ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการ และ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ ส่วนปัจจัยย่อยในระดับมาก คือ ความถูกต้องของการบันทึก ข้อมูลลงในสมุดบัญชีรองลงมาคือ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่และการให้บริการเป็น มาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน

ความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการทั้งหมดในระดับมาก ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี (ค่าเฉลี่ย 4.44) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ระดับความสำคัญ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อทุกปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่องความปลอดภัยในธนาคารฯ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด และปัจจัยย่อยในเรื่องการบริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำการธนาคารฯ มีค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญในระดับปานกลาง โดยพบว่าปัจจัยย่อย 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุด คือ ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอดรถ รองลงมามีสติปฝาก - ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก และใบฝากเงิน-ถอนเงินมีความเพียงพอ

ความพึงพอใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพส่วนใหญ่ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านบริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำการธนาคารฯ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ซึ่งปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ สถานที่ภายในธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.37) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ บริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำการธนาคารฯ (ค่าเฉลี่ย 2.48)

ตารางที่ 46 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดในแต่ละด้าน โดยสรุป

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ด้านผลิตภัณฑ์	มีบริการบัตรเครดิต (Debit)
ด้านราคา	อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานที่ตั้งธนาคารฯเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า
ด้านบุคลากร	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน
ด้านกระบวนการให้บริการ	ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	สถานที่ภายในธนาคารฯสะอาดเรียบร้อย

จากตารางที่ 46 เป็นการแสดงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด โดยมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีบริการบัตรเครดิต (Debit) ปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าธนาคารอื่น ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ตั้งธนาคารฯเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจง่ายอธิบายได้ชัดเจน ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี และ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่ภายในธนาคารฯสะอาดเรียบร้อย

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis: IPA) สามารถทำ

ได้โดยนำค่าระดับความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrants ใดๆจะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrants A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อลูกค้าและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ (คะแนนความสำคัญสูง แต่ คะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrants B (Keep up the good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมาก (คะแนนความสำคัญและคะแนนความพึงพอใจสูง)

Quadrants C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อลูกค้า ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน (คะแนนความสำคัญและคะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrants D (Possible Over skill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า (คะแนนความสำคัญต่ำและคะแนนความพึงพอใจสูง)

โดยพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของหนึ่งฤทัย รักเที่ยง (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) การศึกษาของณฤทธิ์ เลิศศิ่วท (2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านเงินฝากของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสมุทรสาคร และการศึกษาของ นฤมล ไชยแก้วเมธี (2554) ที่ศึกษาความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาประตูช้างเผือก จังหวัดเชียงใหม่ดังนี้

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1	ความรวดเร็วในการให้บริการ ต่อ 1 รายการ เช่นบริการ ฝาก-ถอน โอนเงิน เป็นต้น	4.70 (มากที่สุด)	กระบวนการให้บริการ	4.12 (มาก)	B
2	ระยะเวลารอคิวจนได้รับบริการ	4.62 (มากที่สุด)	กระบวนการให้บริการ	3.85 (มาก)	B
3	ความปลอดภัยในธนาคารฯ	4.52 (มากที่สุด)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.31 (มาก)	B
4	สถานที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ในทำเลที่มีความปลอดภัย	4.50 (มากที่สุด)	ช่องทางการให้บริการ	4.18 (มาก)	B
5	การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ	4.50 (มากที่สุด)	กระบวนการให้บริการ	4.05 (มาก)	B
6	ความถูกต้องของการบันทึกข้อมูล ลงในสมุดบัญชี	4.49 (มาก)	กระบวนการให้บริการ	4.44 (มาก)	B
7	บริการเงินฝากหลากหลายประเภท	4.48 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	B
8	พนักงานรักษาความปลอดภัย ให้การดูแลเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี	4.45 (มาก)	บุคลากร	2.75 (ปานกลาง)	A
9	มีสถานที่สำหรับจอดรถเพียงพอ	4.43 (มาก)	ช่องทางการให้บริการ	3.87 (มาก)	B
10	ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่	4.42 (มาก)	กระบวนการให้บริการ	3.72 (มาก)	B
11	มีเคาท์เตอร์บริการรับฝากเงินเพียงพอ	4.41 (มาก)	ช่องทางการให้บริการ	3.84 (มาก)	B
12	การให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันกับลูกค้าทุกคน	4.40 (มาก)	กระบวนการให้บริการ	4.12 (มาก)	B

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
13	สถานที่ตั้งธนาคารเหมาะสม เดินทางมาใช้บริการได้สะดวก	4.38 (มาก)	ช่องทางการ ให้บริการ	4.22 (มาก)	B
14	พนักงานเอาใจใส่และ กระตือรือร้นในการให้บริการ	4.34 (มาก)	บุคลากร	3.64 (มาก)	B
15	พนักงานต้อนรับด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม ยิ้มแย้มทักทาย	4.31 (มาก)	บุคลากร	4.03 (มาก)	B
16	ของชำร่วย หรือของที่ระลึกมี จำนวนเพียงพอสำหรับลูกค้า	4.28 (มาก)	การส่งเสริม การตลาด	3.78 (มาก)	B
17	ผู้จัดการสาขาให้การเอาใจใส่ ลูกค้าและรับฟังความคิดเห็นของ ลูกค้า	4.28 (มาก)	บุคลากร	3.65 (มาก)	B
18	ความมีชื่อเสียงของธนาคาร	4.27 (มาก)	สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	4.17 (มาก)	B
19	พนักงานมีความรู้ความชำนาญใน การให้บริการ	4.25 (มาก)	บุคลากร	3.82 (มาก)	B
20	ความปลอดภัยบริเวณสถานที่จอด รถ	4.23 (มาก)	สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	3.99 (มาก)	B
21	จำนวนพนักงานเพียงพอในการ ให้บริการ	4.20 (มาก)	บุคลากร	3.91 (มาก)	B
22	พนักงานมีความน่าเชื่อถือและ ไว้วางใจได้	4.19 (มาก)	บุคลากร	4.13 (มาก)	B
23	พนักงานใช้คำพูดสื่อสารเข้าใจ ง่ายอธิบายได้ชัดเจน	4.18 (มาก)	บุคลากร	4.38 (มาก)	B
24	พนักงานบริการลูกค้าอย่างเท่า เทียมกัน	4.17 (มาก)	บุคลากร	3.75 (มาก)	B
25	มีบริการบัตรเครดิต (Debit)	4.15 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	4.13 (มาก)	B

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
26	มีสลิปฝาก-ถอนครบถ้วนและจัดวางสะดวก	4.15 (มาก)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.03 (มาก)	B
27	จุดติดตั้งตู้ ATM มีความปลอดภัย	4.13 (มาก)	ช่องทางการให้บริการ	4.05 (มาก)	B
28	มีของชำร่วยมอบให้ลูกค้า สำหรับการเปิดบัญชีใหม่ หรือ ในช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ	4.12 (มาก)	การส่งเสริมการตลาด	3.47 (ปานกลาง)	B
29	ใบฝากเงิน-ถอนเงินมีความเพียงพอ	4.11 (มาก)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.11 (มาก)	B
30	อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าธนาคารอื่น	4.10 (มาก)	ราคา	3.89 (มาก)	B
31	สถานที่ภายในธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย	4.10 (มาก)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.37 (มาก)	B
32	พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.08 (มาก)	บุคลากร	4.35 (มาก)	B
33	มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ATM Update passbook	4.07 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	4.01 (มาก)	B
34	จำนวนตู้ ATM มีเพียงพอต่อการให้บริการ	4.07 (มาก)	ช่องทางการให้บริการ	4.07 (มาก)	B
35	การติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก	4.07 (มาก)	ช่องทางการให้บริการ	3.48 (ปานกลาง)	B
36	มีบริการตรวจสอบยอดเงินหรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์	4.05 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	3.30 (ปานกลาง)	B
37	พนักงานกล่าวคำสวัสดิ และขอบคุณทุกครั้งเมื่อคุณมาใช้บริการ	4.05 (มาก)	บุคลากร	3.98 (มาก)	B

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์

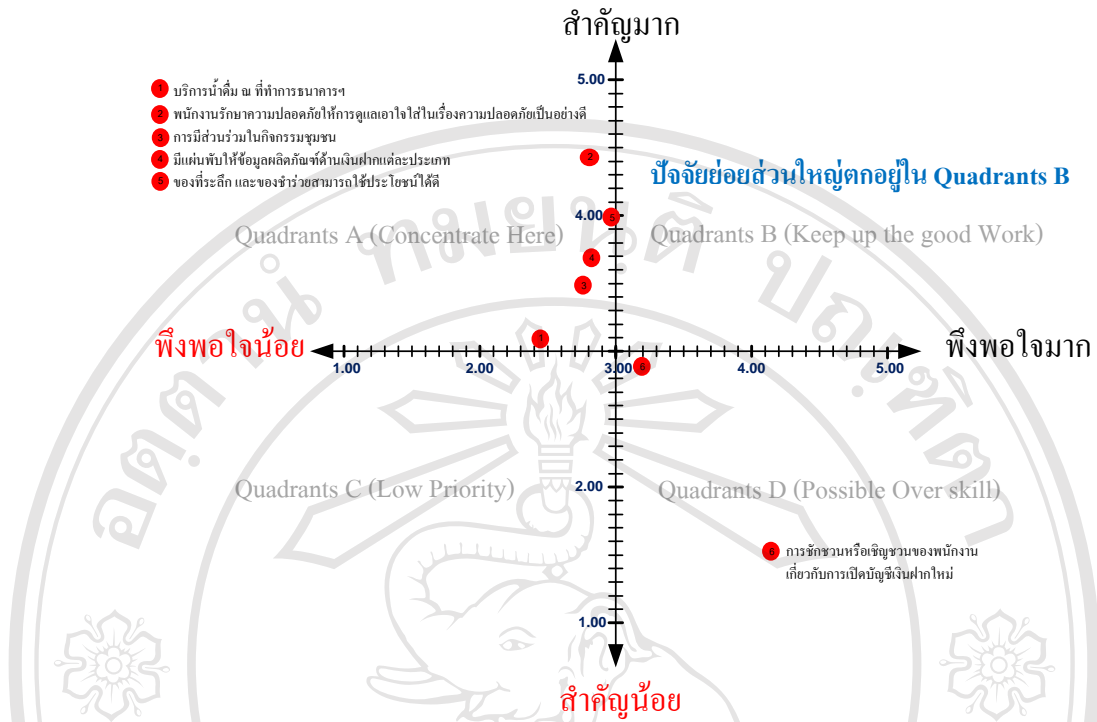
อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
38	ข่าวสารที่ได้รับจากธนาคาร เกี่ยวกับบริการด้านเงินฝาก ครบถ้วนและเข้าใจง่าย	4.04 (มาก)	การส่งเสริม การตลาด	3.61 (มาก)	B
39	การตกแต่งภายนอกธนาคารฯ สวยงาม น่าเชื่อถือ	4.00 (มาก)	สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	3.87 (มาก)	B
40	สถานที่ภายนอกธนาคารฯ สะอาดเรียบร้อย	3.99 (มาก)	สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	4.09 (มาก)	B
41	ป้ายแสดงประเภทการ ให้บริการชัดเจนมองเห็นได้ ง่าย เช่นฝากเงิน เปิดบัญชี เป็น ต้น	3.97 (มาก)	ช่องทาง ให้บริการ	3.90 (มาก)	B
42	ของที่ระลึก และของชำร่วย สามารถใช้ประโยชน์ได้ดี	3.97 (มาก)	การส่งเสริม การตลาด	2.97 (ปานกลาง)	A
43	การมีป้าย หรือ เอกสารแสดง อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็น เด่นชัด	3.96 (มาก)	ราคา	3.18 (มาก)	B
44	แบบฟอร์มการให้บริการมี ความชัดเจนและกรอกง่าย	3.94 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)	B
45	ป้าย หรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลเพียงพอ	3.93 (มาก)	การส่งเสริม การตลาด	3.84 (มาก)	B
46	เงื่อนไขของบัญชีเงินฝาก	3.91 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	3.86 (มาก)	B
47	การตกแต่งภายในธนาคารฯ สวยงาม น่าเชื่อถือ	3.91 (มาก)	สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	4.22 (มาก)	B
48	มีที่นั่งสำหรับรอรับบริการ เพียงพอ	3.90 (มาก)	สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	3.66 (มาก)	B

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
49	บอร์ดประกาศ ณ ที่ทำการธนาคารฯ สำหรับการแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวต่างๆ เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม	3.85 (มาก)	ราคา	3.45 (ปานกลาง)	B
50	มีการโฆษณาโครงการเงินฝากต่างๆผ่านทางสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์	3.84 (มาก)	การส่งเสริมการตลาด	3.53 (มาก)	B
51	ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ	3.80 (มาก)	ราคา	3.19 (ปานกลาง)	B
52	มีสิ่งอำนวยความสะดวกขณะรอรับบริการ เช่น น้ำดื่ม เก้าอี้ หนังสือพิมพ์ TV	3.77 (มาก)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.67 (มาก)	B
53	จุดให้บริการตู้ ATM มีความเหมาะสมมีป้ายแสดงอย่างชัดเจน	3.75 (มาก)	ช่องทางการให้บริการ	3.94 (มาก)	B
54	มีแผ่นพับให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากแต่ละประเภท	3.70 (มาก)	การส่งเสริมการตลาด	2.80 (ปานกลาง)	A
55	บริการตรวจสอบยอดเงิน หรือยอดโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต	3.63 (มาก)	ผลิตภัณฑ์	4.10 (มาก)	B
56	ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่นำมาให้บริการ	3.61 (มาก)	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	4.08 (มาก)	B
57	การออกเยี่ยมลูกค้าตามชุมชนต่างๆเพื่อชี้แจง ให้ข้อมูลและคำแนะนำนอกสถานที่	3.57 (มาก)	การส่งเสริมการตลาด	3.08 (ปานกลาง)	B

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์

อันดับ	ปัจจัยย่อย	ระดับ ความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ระดับความ พึงพอใจ	IPA Quadrants
		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)		ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
58	ค่าธรรมเนียมในการทำบัตร เดบิตพลัส บัตรเงิน 599 บาท - บัตรทอง 1,499 บาท	3.51 (มาก)	ราคา	3.54 (มาก)	B
59	การมีส่วนร่วมในกิจกรรม ชุมชน	3.46 (ปานกลาง)	การส่งเสริม การตลาด	2.79 (ปานกลาง)	A
60	บริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำการ ธนาคารฯ	3.07 (ปานกลาง)	สิ่งนำเสนอ ทางกายภาพ	2.48 (น้อย)	A
61	การชักชวน หรือเชิญชวนของ พนักงานเกี่ยวกับการเปิดบัญชี เงินฝากใหม่	2.93 (ปานกลาง)	การส่งเสริม การตลาด	3.20 (ปานกลาง)	D



ภาพที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความสำคัญและการประเมินความพึงพอใจ ของผลิตภัณฑ์และบริการของทางธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาศรีนครพิงค์

จากภาพที่ 2 ทำให้ทราบว่าปัจจัยย่อยทางการตลาดส่วนใหญ่เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ใน Quadrants B ซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากแต่มีบางปัจจัยย่อยอยู่ใน Quadrants A ซึ่งเป็น Quadrants ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ส่วนอีก 1 ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D นั้นผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของลูกค้า นั่นคือ ปัจจัยย่อยด้าน การชักชวน หรือเชิญชวนของพนักงานเกี่ยวกับการเปิดบัญชีเงินฝากให้ ทั้งนี้ในปัจจัยของการศึกษาครั้งนี้ไม่ปรากฏอยู่ใน Quadrant C

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่างๆ สามารถอภิปรายผล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องบริการตรวจสอบยอดเงินหรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของหนึ่งฤทัย รักเที่ยง (2552) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยย่อยด้านบริการสอบถามยอดเงินทางระบบโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีระดับความพึงพอใจที่ต่ำ ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะทำให้ไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านราคาในเรื่องการมีป้ายหรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของ นฤมล ไชยแก้วเมธ (2554) ที่ศึกษาความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาประตูช้างเผือก จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยย่อยด้านการมีป้าย หรือ เอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เช่นกัน เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีระดับความพึงพอใจที่ต่ำ ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะทำให้ไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

พร้อมทั้งปัจจัยย่อยในเรื่องค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ (ไม่เคลื่อนไหวเกิน 1 ปี โดยมีเงินในบัญชีต่ำกว่า 2,000 บาท เสียเดือนละ 50 บาท) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของหนึ่งฤทัย รักเที่ยง (2552) พบว่าปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชี มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่

จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีระดับความพึงพอใจที่ต่ำ ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะทำให้ไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ได้สะดวก อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของ ณฤทธิ เลิศวิเวท (2547) พบว่าปัจจัยย่อยด้านสามารถติดต่อธนาคารทางโทรศัพท์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีระดับความพึงพอใจที่ต่ำ ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะทำให้ไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง มีแผ่นพับให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากแต่ละประเภท และของที่ระลึก ของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของนฤมล ไชยแก้วเมธ (2554) พบว่าปัจจัยย่อยด้านของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี และการมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมากเช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว อยู่ใน Quadrants A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ส่วนปัจจัยย่อยด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านดังกล่าวในระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวอยู่ใน Quadrants A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่าง

เพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา ศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เช่นกัน

ปัจจัยด้านบุคลากร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านบุคลากรในเรื่องพนักงานรักษาความปลอดภัยให้การดูแลเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก แต่เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลางซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวอยู่ใน Quadrants A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ อยู่ในระดับมาก ในขณะที่ผลการศึกษาของนฤมล ไชยแก้ว เมร์ (2554) พบว่าปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญในระดับมาก เช่นกัน ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีระดับความพึงพอใจที่ต่ำ ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะทำให้ไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพในเรื่องบริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำการธนาคารฯ อยู่ในระดับปานกลาง แต่เนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับน้อย ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วพบว่า ปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวอยู่ใน Quadrants A เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อลูกค้าแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน

สำหรับในปัจจัยย่อยด้านมีที่นั่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านดังกล่าวในระดับมาก และมีระดับความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน แต่เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA แล้วถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B แต่มีโอกาสที่จะตกลงมาอยู่ใน Quadrants A ได้เนื่องจากปัจจัยย่อยด้านดังกล่าว มีระดับความพึงพอใจที่ต่ำ ซึ่งถ้าหากทางธนาคารฯ ไม่เร่งแก้ไขก็อาจจะทำให้ปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอซึ่งก็จะทำไปสู่การไม่พึงพอใจในอนาคตขึ้นได้ ดังนั้นทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ต้องให้ความสนใจและควรทำการปรับปรุงแก้ไข

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา ศรีนครพิงค์ ทำให้เห็นประเด็นสำคัญจึงเสนอเป็นข้อค้นพบได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ
2. ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านกระบวนการให้บริการ เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการให้บริการ ตามลำดับ
3. ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำที่สุด 5 อันดับ

ตารางที่ 48 แสดงปัจจัย 5 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่ำสุด

พึงพอใจต่ำสุด 5 อันดับแรก	ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
บริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำการธนาคารฯ	สิ่งนำเสนอทางกายภาพ	2.48 (น้อย)
พนักงานรักษาความปลอดภัยให้การดูแลเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี	บุคลากร	2.75 (ปานกลาง)
มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลผ่านวิทยุชุมชน	การส่งเสริมการตลาด	2.79 (ปานกลาง)
มีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ	การส่งเสริมการตลาด	2.80 (ปานกลาง)
ของที่ระลึกและของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี	การส่งเสริมการตลาด	2.97 (ปานกลาง)

4. ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุดในแต่ละปัจจัยได้แก่

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ บริการตรวจสอบยอดเงินหรือยอดโอนเงินทางโทรศัพท์ พึงพอใจระดับปานกลาง

4.2 ด้านราคา ได้แก่ การมีป้ายหรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด และค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชี พึงพอใจระดับปานกลาง

4.3 ด้านช่องทางการให้บริการ ได้แก่ การติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ได้สะดวก พึงพอใจระดับปานกลาง

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน และมีแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการพึงพอใจระดับปานกลาง

4.5 ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานรักษาความปลอดภัยให้การดูแลเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี พึงพอใจระดับปานกลาง

4.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ พึงพอใจระดับมาก

4.7 ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ บริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำงานธนาคารฯ พึงพอใจระดับน้อย

5. กลุ่มลูกค้า Easy และ Easy Plus ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านมีบริการเงินฝากหลากหลายประเภท อยู่ในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มลูกค้า Priority, Priority Plus & Private ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมาก

6. กลุ่มลูกค้า Easy Plus ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีกรณีไม่มีการติดต่อ หรือ ไม่มีความเคลื่อนไหวเกิน 1 ปี รวมถึง ค่าธรรมเนียมในการทำบัตรเดบิตพลัส อยู่ในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มลูกค้าอื่นๆ ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน

7. กลุ่มลูกค้า Easy ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าขนาดใหญ่ที่สุด พึงพอใจในปัจจัยด้านความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ลูกค้ากลุ่มอื่นๆ พึงพอใจในระดับมาก

8. กลุ่มลูกค้า Easy Plus ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในเรื่องความถูกต้องของการบันทึกข้อมูลลงสมุดบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจในระดับมาก ในขณะที่ลูกค้ากลุ่มอื่นๆ ให้ความสำคัญและมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

9. กลุ่มลูกค้า Easy Plus และกลุ่ม Priority, Priority Plus & Private ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในเรื่องสถานที่ตั้งธนาคารฯ อยู่ในทำเลที่มีความปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในขณะที่กลุ่มลูกค้า Easy ให้ความสำคัญและความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

10. กลุ่มลูกค้า Easy Plus และกลุ่ม Priority, Priority Plus & Private ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในเรื่องบอร์ดประชาสัมพันธ์ ณ ที่ทำการธนาคารฯ สำหรับการแจ้งข่าวความเคลื่อนไหวต่างๆ เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่างๆ อยู่ในระดับมากแต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มลูกค้า Easy ให้ความสำคัญและความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

11. ปัจจัยย่อยที่ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วนเนื่องจากอยู่ใน Quadrants A ของการวิเคราะห์ความสำคัญกับผลที่ได้ (Importance-Performance Analysis: IPA) คือ

- 11.1 บริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำการธนาคารฯ
- 11.2 พนักงานรักษาความปลอดภัยให้การดูแลเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี
- 11.3 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน
- 11.4 มีแผ่นพับให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ด้านเงินฝากแต่ละประเภท
- 11.5 ของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถให้ประโยชน์ได้ดี

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าเงินฝากต่อส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา ศรีนครพิงค์ ผู้ศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการให้ระดับความสำคัญในแต่ละปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเน้นการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก และพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำอยู่ ในแต่ละปัจจัยทางการตลาดดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านบุคลากร

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่าปัจจัยย่อยด้านพนักงานรักษาความปลอดภัยให้การดูแลเอาใจใส่ในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างดี พึงพอใจระดับปานกลางซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ควรแก้ไขอย่างเร่งด่วน ดังนั้นทางธนาคารฯ ควรออกกฎระเบียบให้พนักงานรักษาความปลอดภัยให้มีหน้าที่การปฏิบัติงานที่มากขึ้น ใส่ใจดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งภายในและภายนอกธนาคารฯ เพิ่มขึ้นโดยทำการออกกฎระเบียบ การเดินตรวจพื้นที่ธนาคารฯ ให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด อาทิเช่น ทุก 1 ชั่วโมง รปภ.จะต้องเดินตรวจความเรียบร้อย ณ บริเวณลานจอดรถ ด้านหน้า-หลัง ธนาคารฯ เป็นต้น และควรมีที่นั่งอยู่ด้านในธนาคารฯซึ่งอยู่บริเวณประตูทางเข้า-ออก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่าปัจจัยย่อยด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมชุมชน มีแผนพับประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลบริการ ของที่ระลึก และของชำร่วยสามารถใช้ประโยชน์ได้ดี และการออกเยี่ยมลูกค้าชุมชนต่างๆเพื่อชี้แจงให้ข้อมูลแก่ชุมชนและคำแนะนำนอกสถานที่ ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจระดับปานกลางและเป็นปัจจัยที่ควรทำการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ดังนั้นทางธนาคารฯ ควรทำการแก้ไขปรับปรุงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- 1) ทางธนาคารไทยพาณิชย์สาขาศรีนครพิงค์ ควรให้ความสำคัญกับชุมชนในท้องถิ่นที่เพิ่มมากขึ้นโดยเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพและภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในสายตาของลูกค้า หรือทำการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนขึ้น โดยให้พนักงานธนาคารทุกคนเข้าไปมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมที่นำเสนอ เช่น โครงการ “ปฏิบัติการเชิงใหม่เอี่ยม” ที่ผ่านมาแล้ว
- 2) ทางธนาคารฯควรจัดทำแผนพับประชาสัมพันธ์บริการต่างๆ ที่ทางธนาคารมีให้ลูกค้าได้รับทราบ อาทิเช่น บริการสอบถามข้อมูลทางระบบโทรศัพท์ผ่าน 02-777-7777 การใช้บริการออนไลน์ ผ่าน SCB Easy Net วิธีสมัคร SMS Alert เป็นต้น รวมถึงการทำเอกสารแผนพับ

แนะนำผลิตภัณฑ์เงินฝาก และอัตราดอกเบี้ยพิเศษต่างๆ ในจำนวนและปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการ

3) ในเรื่องของที่ระลึกที่นำมาแจกให้แก่ลูกค้าในช่วงเวลาต่างๆนั้นทางธนาคารฯ ควรให้ความสนใจในด้านอรรถประโยชน์ที่แท้จริงและคำนึงถึงการใช้งาน เช่น ถูฝุ่น ทางธนาคารอาจแจกเสื้อกันฝนที่มีลวดลายเป็นโลโก้ธนาคาร หรือ ร่ม รวมถึงของชำร่วยที่ทางสาขาหาซื้อมาแจกให้แก่ลูกค้าที่มียอดเงินฝากสูง ควรคำนึงถึงคุณภาพ และคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากของที่ระลึกด้วย

4) ทางธนาคารฯ ควรจัดเวร แก่พนักงานทุกคนในสาขา ในการออกเยี่ยมลูกค้าตามตลาด โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือสถานที่ราชการต่างๆ เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลและคำแนะนำนอกสถานที่ ในเรื่องผลิตภัณฑ์เงินฝากประเภทต่างๆ รวมถึงเปิดให้บริการรับฝากเงินนอกสถานที่ เพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการอีกช่องทางหนึ่ง

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ถึงแม้ว่าปัจจัยย่อยด้านการบริการน้ำดื่ม ณ ที่ทำงานธนาคารฯ ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความพึงพอใจระดับน้อย ก็ตามแต่เนื่องจากปัจจัยด้านดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ธนาคารฯ ก็ควรที่จะให้การดูแลเอาใจใส่ด้วยเช่นกัน แต่ทั้งนี้สิ่งที่ธนาคารฯ ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษนั้นคือปัจจัยย่อยด้าน มิที่นึ่งสำหรับรอรับบริการเพียงพอซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูง และความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำกว่าปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ เนื่องจากทางธนาคารฯ ได้มีปริมาณที่นึ่งเพียงพออยู่แล้ว แต่ไม่ได้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม สำหรับนั่งรอการให้บริการ ดังนั้นทางธนาคารฯ ควรทำการจัดที่นึ่งใหม่ โดยทำป้ายประกาศไว้ว่า เป็นพื้นที่นึ่งคอยสำหรับลูกค้ารอรับบริการ และควรให้พนักงาน Service Planner เป็นผู้บริหารจัดการให้ลูกค้าที่ยืนรอต่อคิวเป็นระยะเวลาอันให้นั่งคอยก่อน เพื่อป้องกันการยืนรอคอยที่นานเกินไป ทั้งนี้ทางธนาคารฯ อาจทำการสำรวจ แก้อัปเดตเสริมไว้สำหรับรองรับบริการในกรณีลูกค้ามีจำนวนมากจริงๆ

ปัจจัยด้านราคา

ในปัจจัยย่อยด้านการมีป้ายหรือเอกสารแสดงอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเห็นเด่นชัด ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจระดับปานกลาง ดังนั้นทางธนาคารฯควรจัดบอร์ด ป้ายไฟ หน้าจอแสดงผล (โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์) หรือจัดพื้นที่สำหรับตรวจสอบดอกเบี้ยผลิตภัณฑ์เงินฝากในแต่ละประเภทของธนาคารฯ ทั้งในส่วนที่เป็นดอกเบี้ยแบบปกติ และดอกเบี้ยพิเศษในแต่ละช่วงให้อยู่ในบริเวณที่เห็นชัดเจน โดยมีป้ายชี้ให้เห็นว่า อยู่ ณ ตำแหน่งใด

ส่วนในเรื่องของค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชี ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจระดับปานกลางเช่นกัน แต่เนื่องจากปัจจัยนี้ทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ไม่

สามารถที่จะปรับลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ เนื่องจากเป็นนโยบายจากสำนักงานใหญ่ แต่สิ่งที่ทางสาขาฯ ควรที่จะทำคือ การแจ้งให้ลูกค้าธนาคารที่บัญชีไม่มีการเคลื่อนไหว ได้ทราบก่อนล่วงหน้าที่จะโดนหักค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชี หรือการแนะนำให้ลูกค้าให้ทำการจ่ายค่าสาธารณูปโภคผ่านบัญชี เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวตลอด โดยทางธนาคารฯ อาจจัดทำสติ๊กเกอร์ไว้แปะด้านหลังสมุดบัญชีของลูกค้า ตอนเปิดบัญชีใหม่หรือตอนลูกค้ามาทำรายการที่สาขา เพื่อแจ้งให้ทราบ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบริการตรวจสอบยอดเงินหรือการโอนเงินทางโทรศัพท์ เป็นปัจจัยที่ควรแก้ไข ดังนั้นทางธนาคารฯ ควรแนะนำวิธีการตรวจสอบยอดเงินโอนได้ 3 ช่องทางดังต่อไปนี้

- 1) Call Center 02-777-7777 ตลอด 24 ชั่วโมง
- 2) SMS Alert ซึ่งเป็นบริการแจ้งข้อมูลผ่านข้อความโทรศัพท์ ในกรณีที่มีการโอนเงินเข้าบัญชี ตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไปโดยสมัครผ่าน 3 ช่องทาง คือ ณ ที่สาขาธนาคารฯ ดำเนินการผ่านตู้ ATM และผ่าน Call Center
- 3) SCB Easy Net โดยสมัครผ่านเว็บไซต์ www.scbeasy.com

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการติดต่อกับทางธนาคารทางโทรศัพท์ที่ได้สะดวก อยู่ในระดับปานกลางซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่มีความเสี่ยงต่อการไม่พึงพอใจในอนาคต เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ แต่เนื่องจากทางสาขาศรีนครพิงค์ มีเบอร์โทรศัพท์พื้นฐาน 2 เบอร์ และมีเบอร์โทรศัพท์มือถือของผู้จัดการสาขาอีก 1 เบอร์ แต่ปัญหาการติดต่อนี้ยังเกิดขึ้นอยู่ สาเหตุหนึ่งอาจเกิดจากการไม่ทราบเบอร์โทรศัพท์ดังกล่าว หรือเมื่อทำการโทรไปแล้วไม่มีคนรับสาย ดังนั้นทางธนาคารฯ ควรมีการติดสติ๊กเกอร์เบอร์โทรศัพท์ของสาขา ไว้ที่สมุดบัญชีลูกค้าด้วย และเน้นย้ำให้พนักงานให้ความสำคัญกับการรับโทรศัพท์ให้ทันโดยอาจมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการรับโทรศัพท์ผลัดเปลี่ยนกันทำหน้าที่วันละ 1 คน หรือทำการมอบหมายหน้าที่ให้แก่พนักงานทดลองงานหรือพนักงานฝึกงาน เป็นต้น พร้อมทั้งทางธนาคารฯ อาจเพิ่มช่องทางบริการ(Express Way) สำหรับลูกค้าที่เข้ามาชำระเงินต่างๆ อาทิเช่น บัตรเครดิต เงินกู้ และอื่นๆ เป็นต้น เพื่อความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญและความพึงพอใจพบว่า ปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการเปิดบัญชีใหม่ พึงพอใจระดับมาก แต่เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงต่อการไม่พึงพอใจในอนาคต เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดในปัจจัยด้าน

กระบวนการให้บริการ ซึ่งทั้งนี้ทางธนาคารฯ ได้มีช่องให้บริการเปิดบัญชีอยู่ 2 ช่องแล้ว ดังนั้นทางธนาคารฯควรเน้นไปที่กระบวนการให้บริการในความรวดเร็วหรือรวมถึงในระหว่างลูกค้านั่งรอการเปิดบัญชี ควรให้ Service Planner ตรวจสอบเอกสารการเปิดบัญชี และสอบถามความต้องการของลูกค้าในเบื้องต้นก่อน เพื่อลดระยะเวลาในการเปิดบัญชีใหม่

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม

1. ทางธนาคารฯ ควรพิจารณานำเสนอโปรแกรมเงินฝากที่หลากหลายให้แก่กลุ่มลูกค้า Easy และ Easy Plus เพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาโปรแกรมเงินฝากต่างๆ ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มดังกล่าว พร้อมทั้งควรให้พนักงานทำการอธิบายประเภทเงินฝากต่างๆ ที่ทางธนาคารฯ มีให้ลูกค้าได้ทราบอีกด้วย

2. ทางธนาคารฯ ควรเน้นการนำเสนอข้อมูลแก่ลูกค้ากลุ่ม Easy Plus มากขึ้นในเรื่องค่าธรรมเนียมการทำบัตรเดบิตพลัส และ ค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีในกรณีไม่มีการติดต่อธนาคารฯ เป็นระยะเวลา 1 ปี โดยพนักงานควรเน้นการอธิบายรายละเอียดบัตรเดบิตพลัส ในแต่ละประเภทให้แก่ลูกค้าได้รับรู้ ว่าบัตรเดบิตพลัส สามารถใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง และพยายามสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นโดยทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในค่าธรรมเนียมที่ทางธนาคารฯ เรียกเก็บกับผลที่ได้รับ ส่วนในเรื่องของค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชีนั้นเนื่องจากปัจจัยนี้ทางธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ ไม่สามารถที่จะปรับลดอัตราค่าธรรมเนียมได้ เนื่องจากเป็นนโยบายจากสำนักงานใหญ่ แต่สิ่งที่ทางสาขาฯ ควรที่จะทำคือ การแจ้งให้ลูกค้าธนาคารที่บัญชีไม่มีการเคลื่อนไหว ได้ทราบก่อนล่วงหน้าที่จะโดนหักค่าธรรมเนียมการรักษาบัญชี หรือการแนะนำให้ลูกค้าให้ทำการจ่ายค่าสาธารณูปโภคผ่านบัญชี เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวตลอด

3. สำหรับลูกค้ากลุ่ม Easy Plus นอกจากจะเพิ่มความรอบคอบในการบันทึกข้อมูลลงสมุดบัญชีของลูกค้าแล้วในขั้นตอนการคืนสมุดบัญชี พนักงานควรเปิดสมุดบัญชีให้ลูกค้าได้เห็น และทำการตรวจสอบร่วมกันก่อนที่ลูกค้าจะออกจากธนาคารฯ เพื่อสร้างความมั่นใจมากยิ่งขึ้น

4. ทางธนาคารฯ ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารการให้ข้อมูลข่าวสารพิเศษสำหรับกลุ่มลูกค้า Easy Plus และกลุ่ม Priority, Priority Plus & Private ในเรื่องอัตราดอกเบี้ย โครงการเงินฝากพิเศษ ค่าธรรมเนียมต่างๆ โดยส่ง เป็น SMS หรือ Email ให้ลูกค้าอยู่เสมอ

5. ทางธนาคารฯ ควรรักษามาตรฐานในปัจจุบันที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้อยู่ในระดับดีอยู่แล้ว ให้คงอยู่ตลอดไป รวมถึงพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เพื่อใช้เป็นจุดแข็งในการสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ในอนาคต