

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ครั้งนี้ ประชากรของการศึกษา ได้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 4 สาขา ในช่วงเวลาพิเศษ คือ วันจันทร์-วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 15.30 – 16.30 น. และโดยทำการเก็บข้อมูลตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดจำนวน 275 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจากการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก และสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างและความสัมพันธ์ กรณีข้อมูลอยู่ในรูปความถี่ χ^2 (ไคร้สแควร์) ที่เป็นค่าที่บอกว่าปัจจัยใดบางที่มีอิทธิพลต่อระดับการมาใช้บริการของลูกค้าในช่วงเวลาพิเศษอย่างมีนัยสำคัญ โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาโครงสร้างธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เปิดให้บริการช่วงเวลาพิเศษ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาโครงสร้างและลักษณะทั่วไปของลูกค้า ที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษาประเภทและลักษณะการใช้บริการของลูกค้า ในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 4) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- 5) เพื่อจัดอันดับและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการ ในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 โครงสร้างธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ที่เปิดให้บริการช่วงเวลาพิเศษ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ธุรกิจธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งมีการแข่งขันกันสูง โดยต่างเน้นการให้ความสำคัญด้านธุรกิจลูกค้า และมีการปรับปรุงพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การให้บริการทางด้านเครือข่าย การให้บริการและพนักงาน เพื่อให้มีความครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้า โดยการให้บริการเพื่อช่วยให้ลูกค้าเกิดความสะดวกรวดสบาย ง่ายต่อการใช้บริการ และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าเป็นหลัก ทำให้ธนาคารกสิกรไทยมีพัฒนาการให้บริการ โดยการเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 15.30 – 16.30 น. โดยแบ่งตามขนาดของสาขาที่มีขนาดใหญ่ โดยวัดจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ จำนวนพนักงานที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และสาขาที่อยู่ในเขตเมืองซึ่งลูกค้าสามารถเข้าถึงสาขาได้อย่างสะดวก ซึ่งมี 4 สาขา ในเขตเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ สาขานันทาแพ เชียงใหม่ มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 18 คน ตั้งอยู่ในแหล่งที่ตั้งลูกค้าธุรกิจกลางเมืองเชียงใหม่ สาขานนเจริญเมือง เชียงใหม่ มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 9 คน ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจเกิดใหม่ สาขาช้างเผือก เชียงใหม่ มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 14 คน มีปริมาณลูกค้ามาก ตั้งอยู่ใกล้สถาบันการศึกษา สาขานนมูลเมือง เชียงใหม่ มีจำนวนพนักงานทั้งหมด 10 คน ตั้งอยู่ในย่านนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยทั้งสี่สาขา มีสัดส่วนจำนวนรายการทำธุรกรรม ในช่วงวันที่ 20 ตุลาคม 2551 – 31 ธันวาคม 2551 ช่วงเวลา 15.30 – 16.30 น. เทียบกับลูกค้าทั้งหมดที่ใช้บริการ ร้อยละ 8.5, ร้อยละ 12.4, ร้อยละ 8.8 และร้อยละ 11.0 ตามลำดับ และแต่ละสาขาที่มีความสำคัญคือ ทำเลที่ตั้งอยู่กลางเมืองเชียงใหม่ และเป็นสาขาที่เปิดให้บริการมานาน จึงทำให้มีฐานลูกค้ามาก ทำให้มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงพิเศษเป็นจำนวนมากในระดับหนึ่ง

5.1.2 ข้อมูลทั่วไป และลักษณะทั่วไปของลูกค้า ที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการกับธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ และวัตถุประสงค์ในการใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย

จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์และเสนอข้อมูลในรูปแบบของอัตราส่วนร้อยละ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และโดยส่วนมากมีช่วงอายุระหว่าง คือ อายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท และพบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท ซึ่งไม่สามารถมาทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารได้ในเวลาเปิดทำการปกติ (08.30-15.30น.) จึงมาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ

5.1.3 ประเภทและลักษณะการใช้บริการของลูกค้า ในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดยทำการศึกษาเกี่ยวประเภท ประกอบด้วย บริการฝาก-ถอนเงิน โอนเงิน ชำระเงินกู้ ชำระค่าสินค้าและบริการ บริการด้านสินเชื่อ บริการเช็ค ตัวแลกเงิน การรับแลกเปลี่ยนแลกเปลี่ยนเงินตรา และเช็คต่างประเทศ การเปิดบัญชี และทำบัตรเอทีเอ็ม ส่วนลักษณะการใช้บริการของลูกค้า ประกอบไปด้วย ความถี่ของการใช้บริการในหนึ่งเดือน จำนวนรายการที่มาใช้บริการในแต่ละครั้ง และ ระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคาร ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

ผู้ใช้บริการ จำนวน 275 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้มาใช้บริการทางด้านฝาก-ถอนเงินสด รองลงมาคือมาใช้บริการทางด้านชำระค่าสินค้า/สาธารณูปโภค และส่วนใหญ่มาใช้บริการในวันจันทร์ รองลงมาคือวันศุกร์ และพบว่าจำนวนครั้งในการใช้บริการเฉลี่ย ภายใน 1 เดือนโดยส่วนมาก ลูกค้าที่มาใช้บริการจะใช้บริการ 1-3 ครั้ง รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง และในแต่ละครั้งที่มาใช้บริการจะมีจำนวนราย 1-3 รายการ รองลงมา จำนวน 4-6 รายการ และระยะเวลาในการรอรระหว่างพนักงานให้บริการเฉลี่ยในแต่ละครั้งเท่ากับ 1-10 นาที รองลงมา 11-20 นาที

5.1.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการระดับน้อย ในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จะเห็นได้ว่าสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการในระดับน้อย มีความเห็นว่าปัจจัยด้านบุคลากร มีความสำคัญมาเป็นอันดับแรก โดยเน้นทางด้านพนักงานมีวิธีการแนะนำในการใช้บริการ ส่วนปัจจัย

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ, ปัจจัยด้านสถานที่ สัญลักษณ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์, ปัจจัยด้านราคาซึ่งแต่ละปัจจัยถูกค่าให้ความสำคัญในระดับมาก และสุดท้าย ปัจจัยด้านการตลาด ถูกค่าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการระดับปานกลาง ในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สำหรับลูกค้าที่ใช้บริการในระดับปานกลาง ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมาเป็นอันดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมีการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย อหยาศัยดี และมีบุคลิกภาพที่ดี ส่วนปัจจัยที่ลูกค้าที่ใช้บริการในระดับปานกลางเห็นว่ามีค่าสำคัญรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ซึ่งมีความใกล้เคียงกับปัจจัยด้านสถานที่ สัญลักษณ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ส่วนปัจจัยต่อมาได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านด้านราคา ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการระดับมาก ในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในระดับมาก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากร ในด้านของพนักงานมีวิธีการแนะนำในการให้บริการ ในระดับมากที่สุด รองลงมา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งมีค่าไม่แตกต่างการมากนัก ปัจจัยที่3 ที่ลูกค้าที่มีการใช้บริการระดับมากเห็นว่ามีค่าสำคัญได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ สัญลักษณ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ต่อมา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งลูกค้าที่ใช้บริการในระดับมากนี้ เห็นว่าการให้บริการทางการเงินที่ครบถ้วน ในด้านจำนวนช่องบริการฝากและถอนเงินนั้น มีความสำคัญอยู่ในระดับที่มากที่สุด และปัจจัยต่อไป ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้ ในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

โดยภาพรวมแล้ว จะเห็นได้ว่า ลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ ไม่ว่าจะให้บริการในระดับใดก็ตาม จะให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรมากมาเป็นอันดับแรก โดยให้ความสำคัญในด้านของพนักงานมีวิธีการแนะนำในการให้บริการ และพนักงานการแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย และมีบุคลิกภาพที่ดี ปัจจัยรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ สัญลักษณ์ เครื่องมือ อุปกรณ์, ปัจจัยด้านราคา, ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านการตลาด ตามลำดับ

5.1.5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการ ในช่วงเวลาพิเศษของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ แบ่งออกเป็น 6 ปัจจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ ประกอบไปด้วย 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนที่ 1 การให้บริการทางการเงินที่ครบถ้วน ซึ่งปัจจัยนี้ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ ส่วนที่ 2 จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ได้แก่ ระยะเวลาและขั้นตอนการเปิดบัญชีและทำบัตรเอทีเอ็ม มีความสัมพันธ์กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ

ปัจจัยด้านราคา ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านราคากับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ พบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้/บัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมการชำระค่าสินค้าและสาธารณูปโภค และ ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการด้านเช็ค มีความสัมพันธ์กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ แต่ในด้านของอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ

ปัจจัยด้านสถานที่ สัญลักษณ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านสถานที่ สัญลักษณ์ เครื่องมือ และ อุปกรณ์ กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ พบว่า ท่าเลที่ตั้ง ใกล้ที่พักร ที่ทำงาน สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ, สถานที่สะอาด บรรยากาศ และการตกแต่งเป็นระเบียบ, การจัดที่นั่งรอให้บริการที่เพียงพอ และการมีบริการอื่นๆ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ปัจจัยเหล่านี้ ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ แต่ในส่วนของสถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ

ปัจจัยด้านการตลาด ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการตลาด กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ พบว่า ส่วนด้านเอกสาร และข่าวสารของธนาคาร มีความสัมพันธ์กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ แต่การโฆษณา ประชาสัมพันธ์, การแจกของขวัญ ของแจก ของชำร่วย, ป้าย แผ่นพับ โบปปลิว สื่อ โฆษณา หนังสือพิมพ์, คำบอกเล่า แนะนำจากเพื่อน ญาติพี่น้อง และ ส่วนลดคอกเบี้ยเงินกู้ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ

ปัจจัยด้านบุคลากร ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านบุคลากร กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ พบว่า ในด้านของพนักงานกล่าวต้อนรับ และขอบคุณ, จำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ, พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น, พนักงานให้บริการที่รวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ สามารถสร้างความมั่นใจให้ห้ลูกค้า, พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ แต่ในด้านของพนักงานมีความสุขและอึดยาศัยดี และมีบุคลิกภาพดี และพนักงานมีวิธีแนะนำการให้บริการ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการกับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ พบว่า แบบฟอร์มต่างๆ เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก มีความสัมพันธ์กับระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ แต่กระบวนการที่ถูกต้อง แม่นยำ น่าเชื่อถือไม่มีอิทธิพลต่อระดับการให้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ

5.2 อภิปรายผล

จากการผลการศึกษา นำมาสู่การอภิปราย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

1) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้เปิดให้บริการในช่วงเวลาพิเศษ วันจันทร์ – ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 15.30 – 16.30 น. โดยในจังหวัดเชียงใหม่เปิดให้บริการจำนวน 4 สาขา ได้แก่ สาขาถนนท่าแพ เชียงใหม่ สาขาถนนเจริญเมือง เชียงใหม่ สาขาช่างเผือก เชียงใหม่ และ สาขาถนนมูล

เมือง เชียงใหม่ ซึ่งจากการเปิดให้บริการทั้ง 4 สาขานี้ เพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้า และก่อให้เกิดประโยชน์อันสูงสุดของลูกค้าที่ไม่สามารถมาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษได้

2) จากการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการในช่วงเวลาพิเศษเป็นเพศหญิงและเพศชาย ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีสถานภาพโสด และอยู่ในช่วงวัยเริ่มต้นทำงาน และมีรายได้ไม่มากนัก โดยประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ซึ่งไม่ค่อยมีเวลาในช่วงที่ธนาคารเปิดทำการปกติ จึงหันมาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษนี้เอง

3) ประเภทการให้บริการของลูกค้าในช่วงเวลาพิเศษ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จะมาใช้บริการฝาก – ถอนเงินสด ซึ่งอาจจะไม่ใช้บัญชีของตนเอง เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้า พนักงานบริษัท / ห้างร้าน ซึ่งอาจจะนำเงินมาเข้าบริษัท ก็เป็นได้ ซึ่งรองลงมาลูกค้าจะใช้บริการด้านการชำระค่าสินค้าแล้วบริการ โดยส่วนใหญ่จะมาใช้บริการในวันจันทร์และวันศุกร์ และใน 1 เดือนจะใช้บริการ 1-3 ครั้งเท่านั้น โดยแต่ละครั้งจะมีจำนวนรายการ 1-3 รายการ โดยใช้เวลารอ 1-10 นาที

4) ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จะเห็นได้ว่าลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรมาเป็นอันดับแรก มากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการ ความรู้ความสามารถในตัวพนักงาน นอกจากปัจจัยด้านบุคลากรแล้ว ลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ ให้ความสำคัญกับปัจจัยกระบวนการ การให้บริการ คือ แบบฟอร์มต่างๆที่เข้าใจง่าย ซึ่งลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้ พอๆกับปัจจัยด้านสถานที่ สัญลักษณ์ เครื่องมือ และอุปกรณ์ คือลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษเห็นความสำคัญกับทำเลที่ตั้งใกล้ที่พัก ที่ทำงาน เพื่อความสะดวกสบายของการมาถึงที่สาขา การจัดที่นั่งรอให้บริการที่เพียงพอ

ปัจจัยราคา ในส่วนของปัจจัยย่อยได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้/บัตรเครดิต ค่าธรรมเนียม การชำระสินค้า ค่าธรรมเนียมบริการด้านเช็ค เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บริการพิเศษอยู่ในช่วงวัยเริ่มต้นทำงาน มีรายได้น้อย จึงมองเห็นความสำคัญของปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของการบริการทางการเงินที่ครบถ้วน ปัจจัยนี้ไม่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษ แต่จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ได้แก่ ระยะเวลาและขั้นตอนการเปิดบัญชี และทำบัตรเอทีเอ็มนั้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการมาใช้บริการของลูกค้าในช่วงเวลาพิเศษ และปัจจัยสุดท้าย ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ เอกสารและด้านข่าวสารของทางธนาคาร

5.3 ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่ใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ควรทราบถึงความต้องการของลูกค้า ว่าลูกค้าต้องการการบริการที่ดี มีคุณภาพ เพื่อให้มีการบริการ การจัดการที่ดียิ่งขึ้น เนื่องจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการให้บริการ ดังนั้น ทางธนาคารควรหันมาสนใจในตัวพนักงานมากยิ่งขึ้น โดยการเพิ่มความรู้ให้กับพนักงานในเรื่องความรู้ และทักษะต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน และมีการฝึกอบรมด้านการให้บริการให้มากยิ่งขึ้นด้วย

2) ทางธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง และหน่วยงานต่างๆ ของทางภาครัฐ ควรให้ความสำคัญกับเวลาที่เปิดทำงานของทางธนาคารอื่นๆ เพื่อสามารถนำประโยชน์มาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศได้

3) หากทางธนาคารอื่นๆ ที่มีแผนในการเปิดในช่วงเวลาทำการพิเศษนี้ ควรมีการวางแผนล่วงหน้า โดยกำหนดกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้า หันมาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษมากยิ่งขึ้น ในเรื่องของพนักงาน สถานที่ ทำเลที่ตั้ง สื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมไปถึงที่จอดรถ เพื่อก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด

4) นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป จากการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าที่มาใช้บริการในช่วงเวลาพิเศษของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งไม่ได้ศึกษาถึงทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทยในช่วงเวลาพิเศษ หากนักเรียน นักศึกษา ตลอดจนประชาชนท่านใดที่สนใจ ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องทัศนคติที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารกสิกรไทย ในช่วงเวลาพิเศษ เพื่อที่ทางธนาคารจะทราบถึงทัศนคติของลูกค้าที่ใช้บริการกับทางธนาคารและสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้กำหนดนโยบายในการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น อีกทั้งในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการประเมินระดับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาปรับปรุงการบริหารและการจัดการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งมีผลทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระดับสูงอย่างต่อเนื่องต่อไป และควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ สวอท (swot analysis) ของธุรกิจเพื่อศึกษา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจสถาบันการเงินทั้งในปัจจุบันและอนาคต