

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนของธนาคาร: กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการฝาก-ถอนของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 374 ราย ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สรุปผลการศึกษากาการใช้บริการฝาก-ถอน กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง

ส่วนที่ 3 สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนที่ 4 สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง เหตุผลที่มาใช้บริการ คือ ธนาคารอยู่ใกล้ สะดวก ระยะเวลาที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ คือ เกิน 4 ปีขึ้นไป บริการที่ใช้บ่อยที่สุด คือบริการด้านฝาก-ถอน

ส่วนที่ 2 สรุปผลการศึกษาการใช้บริการฝาก-ถอน กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง

ผลการศึกษาพบว่า วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการมากที่สุด คือวันจันทร์ รองลงมา คือ วันศุกร์และวันพุธ ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการบ่อยที่สุด คือ 10.01-11.30 น. รองลงมาคือ ช่วงเวลา 11.31-13.30 น. และช่วงเวลา 8.30-10.00 น. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่พนักงานใช้ใน

การให้บริการด้านฝาก-ถอนเงินมากที่สุด คือ 3-5 นาที รองลงมา คือ 6-10 นาที และน้อยกว่า 3 นาที ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่พนักงานใช้ในการให้บริการเปิดบัญชีใหม่ มากที่สุด คือ 6-10 นาที รองลงมา คือ 11-15 นาที และ 16-20 นาที

### ส่วนที่ 3 สรุปผลการศึกษาคำพึงพอใจของตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.82) โดยมีปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านช่องทางการให้บริการ (4.20) ด้านกระบวนการในการให้บริการ (4.02) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (3.94) ด้านผลิตภัณฑ์ (3.84) ด้านการส่งเสริมการตลาด (3.76) และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (3.67) ส่วนด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง (3.35)

โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

#### 1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาคำพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีผู้เคยใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุด รองลงมา คือ บริการอื่นๆ ได้แก่ บริการรับชำระค่าสาธารณูปโภค และบัตรเครดิตเอ็ม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการมีระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เงินฝากออมทรัพย์ บัตรเอทีเอ็ม เงินฝากกระแสรายวัน เงินโอน บัตรเครดิต เงินฝากประจำ และเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ เงินกู้ทั่วไป และเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากกระแสรายวัน

ระดับมัธยมศึกษา มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย บัตรเอทีเอ็ม

ระดับอนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากออมทรัพย์

ระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากออมทรัพย์

ระดับปริญญาโทขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ทุกอาชีพมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

อาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากออมทรัพย์

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากออมทรัพย์

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากออมทรัพย์ บัตรเอทีเอ็ม เงินโอน และชำระค่าสาธารณูปโภค

อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย บัตรเอทีเอ็ม

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินกู้ทั่วไป

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ พบว่า ทุกระยะเวลาที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ระยะเวลาที่มาใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากออมทรัพย์

ระยะเวลาที่มาใช้บริการ 1-2 ปี มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากออมทรัพย์

ระยะเวลาที่มาใช้บริการ 3-4 ปี มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากออมทรัพย์

ระยะเวลาที่มาใช้บริการมากกว่า 4 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย เงินฝากออมทรัพย์ และบัตรเอทีเอ็ม

## 2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา (Price)

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในด้านราคาพบว่า ผู้เคยใช้บริการมีความพึงพอใจต่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝากมากที่สุด รองลงมา คือ ค่าธรรมเนียมการใช้บริการบัตรเอทีเอ็ม และค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจในด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ อัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการบัตรเอทีเอ็ม ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลางเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอน อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับประถมศึกษา มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคา ต่อบัณฑิตน้อย อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอน

ระดับมัธยมศึกษา มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคา แต่มีความพึงพอใจระดับมากต่อบัณฑิตน้อย อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอน

ระดับอนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจระดับมากด้านราคา ต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเอทีเอ็ม

ระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคาต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเอทีเอ็ม

ระดับปริญญาโทขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคา แต่มีความพึงพอใจมากต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเอทีเอ็ม

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพนักธุรกิจ/ค้าขาย มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคา แต่มีความพึงพอใจมากต่อบัณฑิตน้อย อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคา แต่มีความพึงพอใจมากต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเอทีเอ็ม

อาชีพเกษตรกร มีความพึงพอใจระดับน้อยด้านราคา แต่มีความพึงพอใจระดับปานกลางต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอน

อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคาต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอน

อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความพึงพอใจระดับมากด้านราคา ต่อบัณฑิตน้อย อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ พบว่าระยะเวลาที่มาใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคา แต่มีความพึงพอใจมากต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน

ระยะเวลาที่มาใช้บริการ 1-2 ปี มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคาต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเอทีเอ็ม

ระยะเวลาที่มาใช้บริการ 3-4 ปี มีความพึงพอใจระดับมากด้านราคาต่อบัณฑิตน้อย ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเอทีเอ็ม

ระยะเวลาที่มาใช้บริการเกิน 4 ปี ขึ้นไป มีความพึงพอใจระดับปานกลางด้านราคาต่อบัณฑิตน้อย อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

### 3. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ทำเลที่ตั้งของธนาคารหาง่ายและสะดวกในการติดต่อการจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วนเป็นระเบียบเรียบร้อยสะดวกในการติดต่อ ทางเข้าออกของธนาคารสะดวกที่จะเข้ามาใช้บริการ ความเพียงพอของแบบฟอร์มการฝาก-ถอนและอุปกรณ์ที่เคาน์เตอร์ และเวลาเปิด-ปิดทำการของธนาคาร (8.30-15.30 น.)

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าทุกระดับการศึกษา มีระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยย่อย ทำเลที่ตั้งของธนาคารหาง่ายและสะดวกในการติดต่อ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าทุกอาชีพ มีระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยมีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ทำเลที่ตั้งของธนาคารหาง่ายและสะดวกในการติดต่อ

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ พบว่าทุกระยะเวลาที่มาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดย มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ทำเลที่ตั้งของธนาคารหาง่ายและสะดวกในการติดต่อ

### 4. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (3.76) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความชัดเจนของป้ายประกาศ ป้ายแนะนำบริการ ความเข้าใจในเอกสารเผยแพร่ข้อมูลบริการของธนาคาร และการโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการของธนาคาร

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยระดับประถมศึกษา มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย การโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการของธนาคาร ระดับมัธยมศึกษา ระดับอนุปริญญา/ปวส. และระดับปริญญาตรี มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความชัดเจนของป้ายประกาศ ป้ายแนะนำบริการ ระดับปริญญาโท มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความเข้าใจในเอกสารเผยแพร่ข้อมูลบริการของธนาคาร

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าเกือบทุกอาชีพ มีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ยกเว้นอาชีพเกษตรกร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยอาชีพค้าขาย/นักธุรกิจ อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความชัดเจนของป้ายประกาศ ป้ายแนะนำบริการ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพเกษตรกร ความเข้าใจในเอกสารเผยแพร่ข้อมูลบริการของธนาคาร อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความชัดเจนของป้ายประกาศ ป้ายแนะนำบริการ

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ พบว่ามีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากทุกระยะเวลาที่มาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความชัดเจนของป้ายประกาศ ป้ายแนะนำบริการ

##### 5. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย ความถูกต้องในการให้บริการ ความกระตือรือร้นและความเอาใจใส่ในการให้บริการ ความสามารถในการให้คำแนะนำปรึกษาและแก้ไขปัญหา พนักงานมีกิริยา วาจาอ่อนน้อม สุภาพ เรียบร้อย และการยิ้มแย้ม การต้อนรับและการกล่าวคำอำลา

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย การแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย

เมื่อจำแนกตามอาชีพ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย การแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ พบว่ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย การแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย

## 6. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยของธนาคาร ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ ระบบเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวกจรรยาบรรณบริการ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการในเวลาปกติ ส่วนความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการในเวลาพักกลางวัน (11.30-13.30) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง และความเพียงพอของที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจน้อย

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ยกเว้นระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความสะอาดเรียบร้อยของธนาคาร

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อย ความสะอาดเรียบร้อยของธนาคาร

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อย ความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ ระบบเทคโนโลยี

## 7. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (4.02) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ เช่น การเปิดบัญชี การฝาก-ถอนเงิน ขั้นตอนการให้บริการของธนาคาร และความเร็วในการให้บริการ

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่ามีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยส่วนใหญ่

ระดับความพึงพอใจมากที่สุดไปยังน้อย ความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการ เช่นการเปิดบัญชี การฝาก-ถอนเงิน และการจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ

เมื่อจำแนกตามทุกอาชีพ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการ ในด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดไปยังน้อย การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมต่อบริการส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดไปยังน้อย การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ

#### ส่วนที่ 4 สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แสดงความคิดเห็น แบ่งเป็น ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการในการให้บริการ สรุปได้ดังนี้

##### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคาร มีความเหมาะสมกับความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 95.5

##### 2. ด้านราคา

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคาร เมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 83.7 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 71.9 ค่าธรรมเนียมบริการ ด้านบัตรเอทีเอ็ม มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 80.2 และค่าธรรมเนียมการให้บริการฝาก-ถอน โอนเงิน ชำระค่าใช้จ่ายต่างๆ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 85.3

##### 3. ด้านช่องทางการให้บริการ

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า จำนวนช่องที่ให้บริการฝาก-ถอน โอน มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 72.7 และอุณหภูมิและแสงสว่างภายในธนาคาร มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 94.7

##### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า การให้ข้อมูลข่าวสารของธนาคาร มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 78.1



### 5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า จำนวนพนักงานที่ให้บริการในด้านต่าง ๆ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 78.1 พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการให้บริการ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 91.7

### 6. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นว่า ความเพียงพอของเครื่องมืออุปกรณ์ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 93.0 จำนวนที่นั่งรอคอยเมื่อมาใช้บริการมีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 83.2

### 7. ด้านกระบวนการในการให้บริการ

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการของธนาคาร มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 94.4 และระยะเวลาที่รอคอยรับบริการ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 79.4

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนของธนาคาร: กรณีศึกษาราชการกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยแม่กลอง โดยใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า ของอดุลย์ จาตุรงค์กุล ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวังอันเกิดจากการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับความคาดหวัง ดังนั้นการที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ธนาคารจะต้องจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าเมื่อมารับบริการ พนักงานที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงาน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยแม่กลอง สิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาก ได้แก่ ท่าทีที่ตั้งของสาขา พนักงานที่ให้บริการมีกิริยา วาจาอ่อนน้อม สุภาพ อ่อนโยน และสามารถให้บริการด้วยความถูกต้อง

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ ของอดุลย์ จาตุรงค์กุล ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคลหรือพนักงานผู้ให้บริการ (People) ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จากการศึกษ

พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้าในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัย ดังนี้

### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ เงินฝากออมทรัพย์ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด คือ เงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิจิตร จิตรวสินกุล (2545) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เงินฝากออมทรัพย์

### 2. ด้านราคา (Price)

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าธรรมเนียมการใช้บริการบัตรเอทีเอ็ม และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิจิตร จิตรวสินกุล (2545) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

### 3. ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)

จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารหาง่ายและสะดวกในการติดต่อ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เวลาเปิด-ปิดทำการของธนาคาร (8.30-15.30 น.)

### 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความชัดเจนของป้ายประกาศและป้ายแนะนำบริการ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการของธนาคาร

## 6. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีความพึงพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การยิ้มแย้ม การต้อนรับ และการกล่าวคำอ้อลา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีสุตา ญาณะนิสสร (2540) ซึ่งได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขา สำนักพหลโยธิน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแต่งกายของพนักงาน และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีต่อลูกค้า

## 6. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)

จากการศึกษาพบ ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีความพึงพอใจมาก โดย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ ระบบเทคโนโลยี และความ สะอาดเรียบร้อยของธนาคาร ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเพียงพอของที่จอดรถ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อรทัย เจริญธรรม (2545) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพ การบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ด้านความ พึงพอใจผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากในด้านรูปลักษณ์ของธนาคาร

## 7. ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการในการให้บริการ มีความพึงพอใจมาก โดยปัจจัยย่อยที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการใน แต่ละปัจจัยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีปัจจัยด้านราคาเพียงปัจจัยเดียวที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีรายละเอียดในแต่ละปัจจัย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาที่มาใช้บริการ แล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก แต่มีปัจจัยย่อยด้านสินเชื่อ ได้แก่ เงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย และเงินกู้ทั่วไป ในระดับพึงพอใจปานกลาง

2. ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าระดับอนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยบางปัจจัยในระดับพึงพอใจมาก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ค่าธรรมเนียมการใช้บัตรเอทีเอ็ม ค่าธรรมเนียมการให้บริการเงินโอน

3. ด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากทุกปัจจัย และมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยทุกปัจจัยในระดับมากและมากที่สุด

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าทุกอาชีพมีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับพึงพอใจมาก มีเพียงอาชีพเกษตรกรอาชีพเดียวที่มีความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการของธนาคาร และความเข้าใจในเอกสารเผยแพร่ข้อมูลของธนาคาร

5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก แต่มีปัจจัยย่อยการยิ้มแย้ม การต้อนรับและการกล่าวคำอำลา และกิริยาวางอ้อนน้อม สุภาพ อ่อนโยน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากอาชีพอื่นๆ ที่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับมากทุกปัจจัย

6. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการแตกต่างจากระดับการศึกษาอื่น ๆ คือ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการในเวลาพักกลางวัน (11.30-13.30 น) ในระดับพึงพอใจมาก แต่ในระดับการศึกษาอื่น ๆ มีความพึงพอใจปานกลาง นอกจากนี้ความเพียงพอของที่จอดรถก็เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ

7. ด้านกระบวนการในการให้บริการ ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยในระดับพึงพอใจมากทุกปัจจัย โดยเฉพาะปัจจัยย่อย การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามจะไม่ตอบ “ปานกลาง” ซึ่งโดยปกติแล้วในการตอบแบบสอบถามที่พบส่วนใหญ่จะตอบเป็นกลางหรือระดับความพึงพอใจปานกลาง แต่ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามจะตอบในข้อพึงพอใจมากเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้อาจเกิดจากการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดการเปรียบเทียบการให้บริการของ

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ระหว่างก่อนที่ธนาคารจะทำการปรับเปลี่ยนระบบงานกับหลังจากที่ธนาคารได้ปรับเปลี่ยนระบบงานแล้ว ซึ่งธนาคารได้ทำการปรับเปลี่ยนระบบงานเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2545 โดยมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสาขา มีการจัดแผนผังภายในสาขาที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงานมีการแยกพื้นที่ส่วนบริการลูกค้าที่ชัดเจน ปรับปรุงวิธีการทำงานหรือขั้นตอนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ มีการปรับปรุงระบบเทคโนโลยีให้ทันสมัย ดังนั้นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับหลังจากมีการเปลี่ยนแปลงแล้วเป็นสิ่งที่เหนือความคาดหว้งจึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความพึงพอใจในระดับมาก

#### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านช่องทางให้บริการ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ส่วนด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการศึกษาคั้งนี้ คือ

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารต้องให้ความสนใจในการที่จะเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของลูกค้าเพื่อที่จะทำให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ธนาคารตลอดไป และในด้านของสาขา มีปัจจัยย่อยบางปัจจัยที่สาขาควรให้ความสนใจคือ บริการด้านสินเชื่อ ที่พบว่ายังมีลูกค้ายังไม่พอใจในบริการ ซึ่งอาจเกิดจากการที่เป็นสาขาย่อยพนักงานมีจำนวนจำกัด และไม่มีพนักงานที่รับผิดชอบดูแลด้านสินเชื่อโดยตรง ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับความสะดวกเมื่อมาใช้บริการ ดังนั้นสาขาควรจะต้องจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ความชำนาญด้านสินเชื่อมารับผิดชอบดูแลลูกค้าในกลุ่มนี้ เพื่อเป็นการสนองความต้องการและเพิ่มระดับความพึงพอใจแก่ลูกค้า

2. ปัจจัยด้านราคา เป็นสิ่งที่มีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าโดยตรง แต่เป็นปัจจัยที่เป็นไปตามกลไกตลาด และกำหนดโดยสำนักงานใหญ่ ดังนั้นสาขาจะต้องให้บริการที่ดีในด้านอื่น ๆ เพื่อมาทดแทนหรือลบล้างปัจจัยด้านราคาของลูกค้าไม่พึงพอใจ

3. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ เป็นปัจจัยที่ธนาคารมีความได้เปรียบ เนื่องจากมีสาขาเป็นจำนวนมาก รวมทั้งการปรับเปลี่ยนระบบงานของสาขา เช่นการจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วนสะดวกในการติดต่อ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่ธนาคารให้ความสำคัญ โดยจะเห็นได้จากโฆษณาที่ออกมาตามสื่อต่าง ๆ แต่ในส่วนของสาขา จากข้อค้นพบ อาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ซึ่งอาจเกิดจากการที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือสาขาไม่ได้จัดให้มีพนักงานที่คอยให้คำแนะนำ ทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้ไม่เข้าใจระบบการให้บริการ ดังนั้นสาขาควรให้ความสำคัญและคอยดูแลลูกค้ากลุ่มนี้ โดยการคอยสอบถามความต้องการ และให้คำแนะนำเมื่อลูกค้ากลุ่มนี้มาใช้บริการ

5. ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ จากข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถาม พบว่าพนักงานของสาขาไม่ค่อยยิ้มแย้มหรือทักทายลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าพนักงานไม่เต็มใจที่จะให้บริการ และเกิดความไม่พึงพอใจ ฉะนั้นพนักงานควรจะยิ้มแย้มและทักทายกับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

6. ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ปัจจัยที่เป็นปัญหาสำหรับสาขาคือ ไม่มีที่จอดรถ เนื่องจากที่ทำการสาขาเป็นอาคารพาณิชย์ ลูกค้าที่มาใช้บริการหาที่จอดรถได้ยาก สาขาควรต้องให้บริการที่รวดเร็ว หรือจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ มาทดแทน

7. ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในระดับมากแก่ลูกค้า ซึ่งเกิดจากการปรับเปลี่ยนระบบงานของธนาคาร มีการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน การนำระบบคิวมาใช้ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาก แต่ธนาคารก็ต้องคอยปรับปรุงและพัฒนากระบวนการในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจนี้ไว้

นอกจากนี้สิ่งที่สาขาต้องให้ความสำคัญและจัดทำ คือ การจัดทำแบบสอบถามสั้นๆ มีคำถามประมาณ 3-4 ข้อ สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานและการให้บริการ โดยจัดวางไว้ให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็น และให้ผู้บริหารสาขาสามารถทราบความพึงพอใจของลูกค้าได้โดยตรง เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสาขาต่อไป