

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคาร ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำความพึงพอใจที่ได้จากการศึกษา มาปรับปรุงบริการอินเทอร์เน็ตให้ดีขึ้น โดยเครื่องมือที่ใช้วัดในแบบวิจัยเป็นสอบถาม จำนวน 240 ชุด ประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคล คิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต และปัญหาที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

สรุปผลการศึกษา

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ให้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำนวน 240 ชุด แจกให้กับพนักงานธนาคารและลูกค้าทั่วไป ได้แบบสอบถาม 240 ชุด คิดเป็น 100 %

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 240 คน เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาส่วนใหญ่ จบปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ต่อเดือน มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท เป็นพนักงานธนาคาร ระยะเวลาที่เริ่มใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ระหว่าง 1 – 2 ปี การใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน)ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยจำนวนครั้ง/เดือน จำนวน 2 ครั้ง/เดือน บริการที่ใช้ผ่านอินเทอร์เน็ต สอบถามยอดคงเหลือ ใช้บริการอินเทอร์เน็ตเครื่องคอมพิวเตอร์ที่บ้าน การใช้บริการอินเทอร์เน็ตบริษัท LOXIFO สาเหตุการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อความสะดวก ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่พอใจ

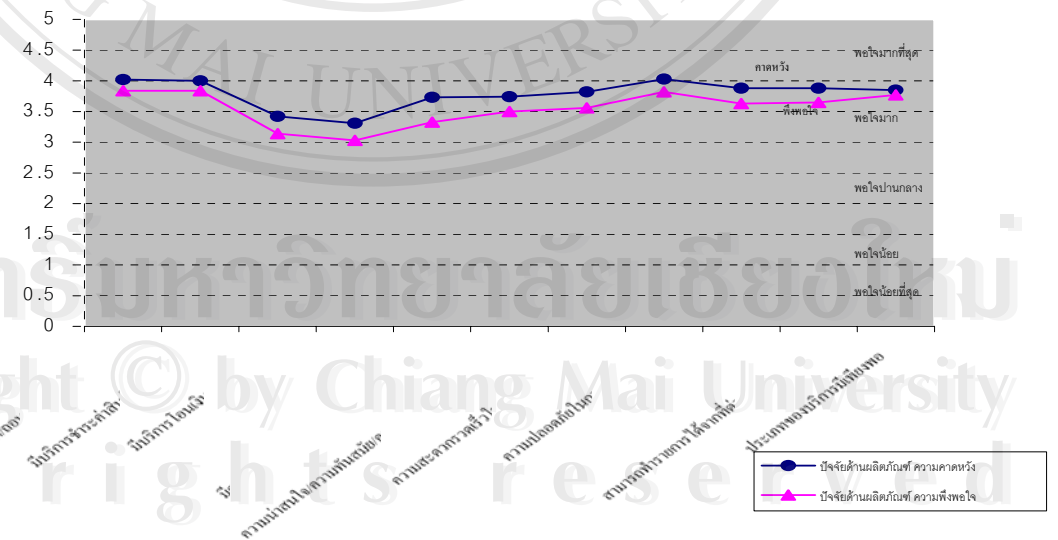
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณา ความคาดหวัง และความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 11 หัวข้อ เรียงตามลำดับ
 - 1.1 มีบริการธนาคาร เช่น ฝาก/ถอน อายัดเช็ค โอนเงิน ด้านความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่าสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.02 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่าสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 ระดับสำคัญมาก
 - 1.2 มีบริการชำระค่าสินค้าและบริการ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.00 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 ระดับสำคัญมาก
 - 1.3 มีบริการโอนเงินต่างประเทศ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.42 ระดับสำคัญปานกลาง ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.14 ระดับสำคัญปานกลาง
 - 1.4 มีบริการซื้อขายกองทุนเปิด ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.31 ระดับสำคัญปานกลาง ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญ ค่าเฉลี่ย 3.03 ระดับสำคัญปานกลาง
 - 1.5 มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.73 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.33 ระดับสำคัญปานกลาง
 - 1.6 มีความน่าสนใจ/ความทันสมัย/ความสวยงามของเว็บไซต์ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.74 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50 ระดับสำคัญปานกลาง
 - 1.7 ความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.82 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากและสำคัญปาน ค่าเฉลี่ย 3.56 ระดับสำคัญมาก

- 1.8 ความปลอดภัยในการทำรายการ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.03 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.82 ระดับสำคัญมาก
 - 1.9 มีความง่ายในการใช้งาน ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.88 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.63 ระดับมาก
 - 1.10 สามารถทำรายการได้จากที่ต่างๆทั่วประเทศ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.88 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.65 ระดับสำคัญมาก
 - 1.11 ประเภทบริการมีเพียงพอ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.85 ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.77 ระดับสำคัญมาก
- สรุปการวัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความคาดหวัง ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.79 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.55 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก

ภาพที่ 5.1 กราฟแสดงความคาดหวังและความพึงพอใจของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

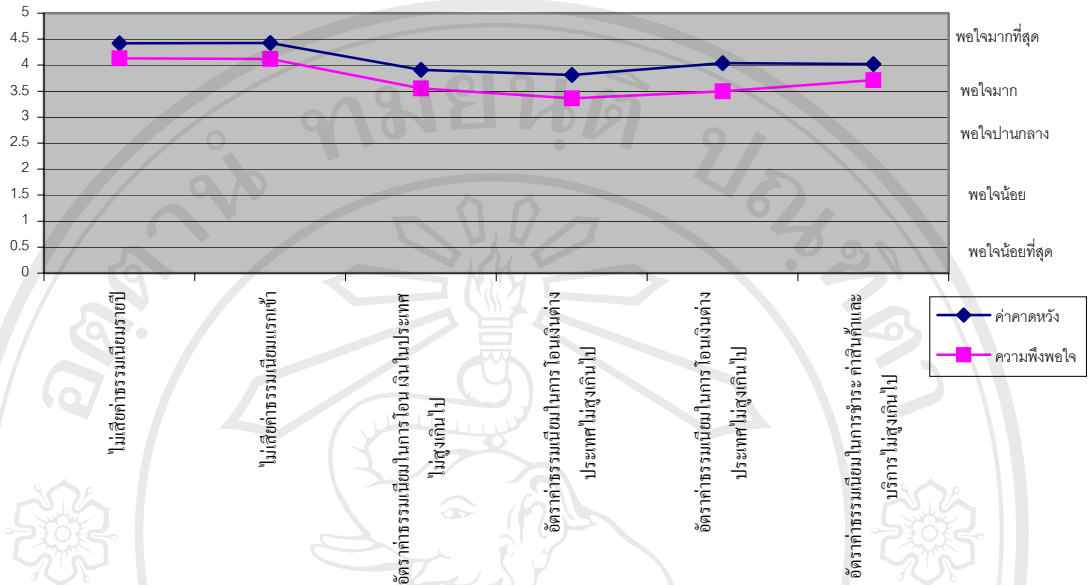


หมายเหตุ : จากตารางที่ 15 และตารางที่ 16

2. ปัจจัยด้านราคา โดยพิจารณา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ แยกออกเป็น 6 หัวข้อ สรุปได้ดังนี้
 - 2.1 ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.42 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.13 ระดับสำคัญมากที่สุด
 - 2.2 ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.43 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.12 ระดับสำคัญมาก
 - 2.3 อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินในประเทศไม่สูงเกินไป ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.91 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 ระดับสำคัญมาก
 - 2.4 อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.81 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.36 ระดับสำคัญปานกลาง
 - 2.5 อัตราค่าธรรมเนียมโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองไม่สูงเกินไป ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.04 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50 ระดับสำคัญปานกลาง
 - 2.6 อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการไม่สูงเกินไป ความคาดหวัง ใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.02 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.71 ระดับสำคัญมาก

สรุป การวัดความคาดหวัง และความพึงพอใจ ปัจจัยด้านราคาของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยด้านราคามีความคาดหวัง เฉลี่ยโดยรวม 4.11 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า ความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.73 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ไม่ต้องการเสียค่าธรรมเนียมรายปี

ภาพที่ 5.2 กราฟแสดงค่าคาดหวังและความพึงพอใจปัจจัยด้านราคา



หมายเหตุ : จากตารางที่ 17 และตารางที่ 18

3. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการโดยพิจารณา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ แยกออกเป็น 7 หัวข้อ สรุปได้ดังนี้
 - 3.1 มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.01 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.66 ระดับสำคัญมาก
 - 3.2 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.93 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.53 ระดับสำคัญมาก
 - 3.3 สามารถทำรายการตลอด 24 ชั่วโมง ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญ ค่าเฉลี่ย 4.13 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.01 ระดับสำคัญมาก
 - 3.4 สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.92 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 ระดับสำคัญมาก

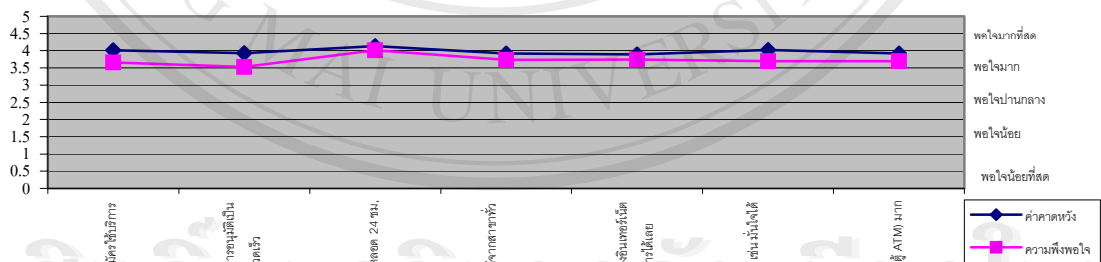
3.5 สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต จาก Website ของธนาคารได้เลย ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 ระดับสำคัญมาก

3.6 ความปลอดภัยของระบบ เช่น มั่นใจเวลาโอน ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.02 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ระดับสำคัญมาก

3.7 มีสถานที่ให้บริการ(สาขา/ตู้ ATM มาก) ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.92 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 ระดับสำคัญมาก

สรุป ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ความคาดหวัง เฉลี่ยโดยรวม 3.97 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ ต้องการสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.72 แสดงว่า อยู่ในระดับสำคัญมาก ต้องการสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ภาพที่ 5.3 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยค่าคาดหวังและความพึงพอใจปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

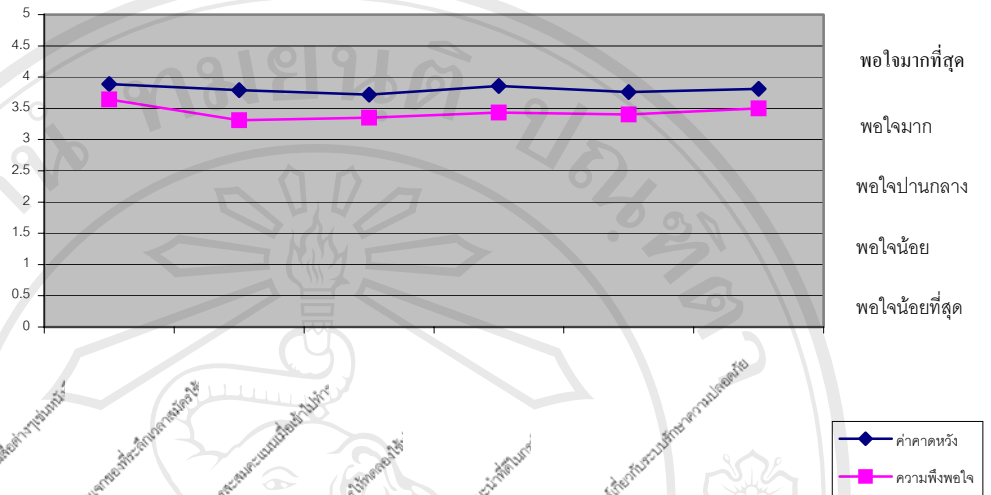


หมายเหตุ : จากตารางที่ 19 และตารางที่ 20

4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยพิจารณา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ แยกออกเป็น 6 หัวข้อ สรุปได้ดังนี้
 - 4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยู การให้ข่าวฯ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 ระดับ สำคัญมาก
 - 4.2 การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้บริการ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.79 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่าสำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.31 ระดับสำคัญปานกลาง
 - 4.3 การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.35 ระดับสำคัญปานกลาง
 - 4.4 การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.86 ระดับความสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 ระดับความสำคัญปานกลาง
 - 4.5 เจ้าหน้าที่แนะให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.76 ระดับความสำคัญมาก ความพึงพอใจส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 ระดับความสำคัญปานกลาง
 - 4.6 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 ระดับความสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50 ระดับความสำคัญปานกลาง

สรุป ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ความคาดหวัง เฉลี่ยโดยรวม 3.81 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ ต้องการการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ ความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.44 แสดงว่า อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ต้องการการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ

ภาพที่ 5.4 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการส่งเสริมตลาด



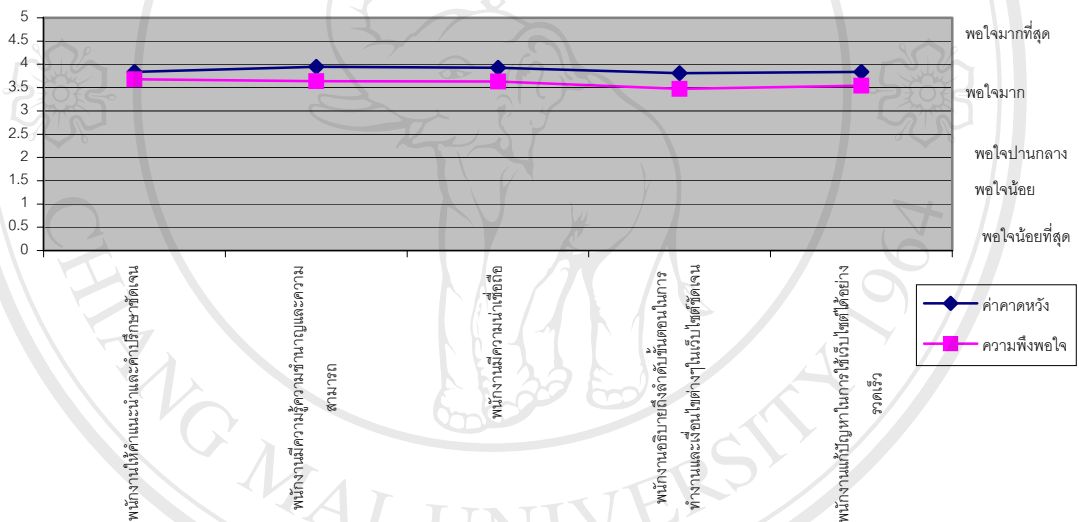
หมายเหตุ : จากตารางที่ 21 และตารางที่ 22

5. ปัจจัยด้านบุคลากร โดยพิจารณา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ แยกออกเป็น 5 หัวข้อ สรุปได้ดังนี้
 - 5.1 พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาชัดเจน ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.84 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 ระดับสำคัญมาก
 - 5.2 พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.95 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.64 ระดับสำคัญมาก
 - 5.3 พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.93 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.63 ระดับสำคัญมาก
 - 5.4 พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่าง ๆ ในเว็บไซต์ชัดเจน ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.47 ระดับสำคัญปานกลาง

5.5 พนักงานแก้ปัญหาในการใช้เว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่าสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.54 ระดับสำคัญมาก

สรุป ปัจจัยด้านบุคลากร ความคาดหวัง เฉลี่ยโดยรวม 3.87 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ ต้องการพนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ ความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.59 แสดงว่า อยู่ในระดับสำคัญมาก ต้องการพนักงานให้คำแนะนำและบริการที่ชัดเจน

ภาพที่ 5.5 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยค่าคาดหวังและความพึงพอใจปัจจัยด้านบุคลากร



หมายเหตุ : จากตารางที่ 23 และตารางที่ 24

6. ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพโดยพิจารณา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ แยกออกเป็น 3 หัวข้อ สรุปได้ดังนี้

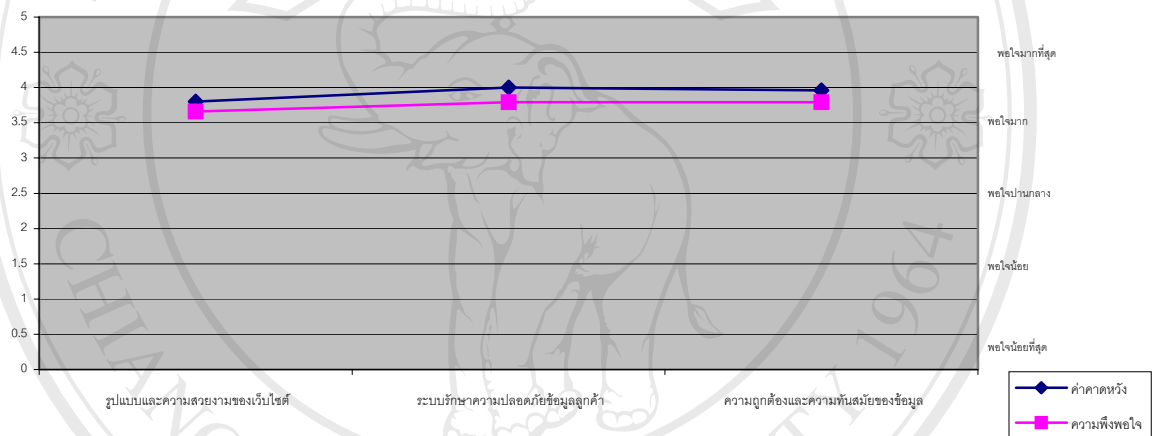
6.1 รูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่าสำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.66 ระดับสำคัญมาก

6.2 ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้า ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.00 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.39 ระดับสำคัญมาก

6.3 ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล ความคาดหวัง ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.96 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ระดับสำคัญมาก

สรุป ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ความคาดหวัง เฉลี่ยโดยรวม 3.92 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ ต้องการระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้า ความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.75 แสดงว่า อยู่ในระดับสำคัญมาก ต้องการ ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้าและความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล

ภาพที่ 5.6 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยค่าคาดหวังและความพึงพอใจปัจจัยการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ



หมายเหตุ : จากตารางที่ 25 และตารางที่ 26

7. ปัจจัยด้านกระบวนการต่าง ๆ โดยพิจารณา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ แยกออกเป็น 3 หัวข้อ สรุปได้ดังนี้

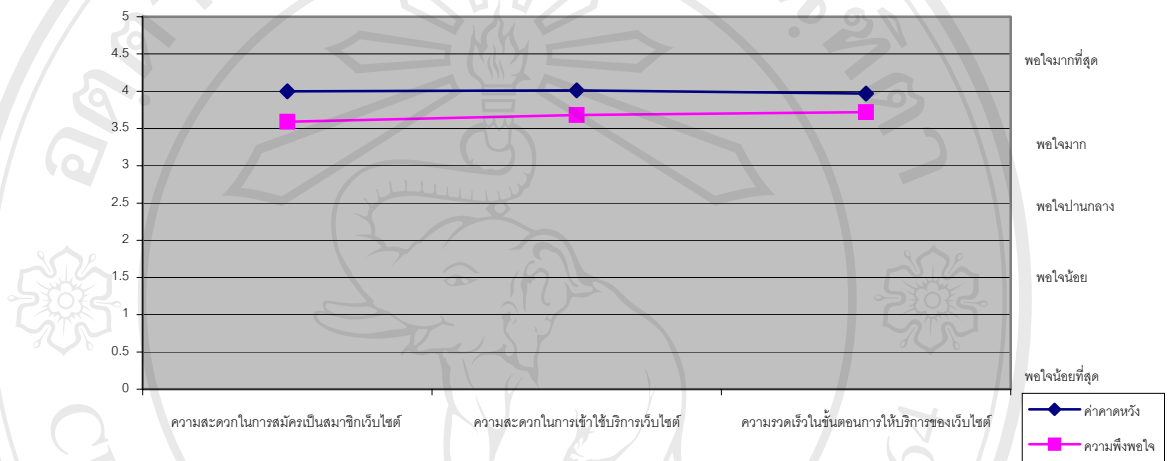
7.1 ความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.00 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.59 ระดับสำคัญมาก

7.2 ความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.01 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 ระดับสำคัญมาก

7.3 ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการของเว็บไซต์ ความคาดหวังส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.97 ระดับสำคัญมาก ความพึงพอใจ ส่วนใหญ่ตอบว่า สำคัญมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 ระดับสำคัญมาก

สรุป ปัจจัยด้านกระบวนการต่าง ๆ ความคาดหวัง เฉลี่ยโดยรวม 3.99 แสดงว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยส่วนใหญ่ ต้องการความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ ความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ยโดยรวม 3.66 แสดงว่า อยู่ในระดับสำคัญมาก ต้องการความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการของเว็บไซต์

ภาพที่ 5.7 กราฟแสดงค่าเฉลี่ยค่าคาดหวังและความพึงพอใจปัจจัยกระบวนการต่างๆ



หมายเหตุ : จากตารางที่ 27 และตารางที่ 28

โดยสรุปในด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ความคิดเห็นด้านค่าความคาดหวังและความพึงพอใจอยู่ในระดับสำคัญมากทุกด้าน ยกเว้นความคิดเห็นความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ตอบว่า ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ รองลงมาคือปัญหาในด้านความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการของท่าน ขั้นตอนการสมัครใช้บริการและอนุมัติเป็นไปด้วยความล่าช้า เข้าไปใช้งานได้ยากและไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ ไม่เคยได้รับการโฆษณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ความไม่ปลอดภัยในการทำรายการ ไม่มีการสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น สำหรับด้านอื่น ๆ เช่น ไม่สามารถใช้บริการต่างธนาคารได้ ตามลำดับ

โดยสรุป ปัญหาที่ผู้ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ต้องการให้แก้ไข คือ ความไม่เข้าใจ ในการเข้าไปใช้บริการ เป็นอันดับแรก และรองลงมา ปัญหาในด้านความไม่สะดวกและรวดเร็ว ในการเข้าถึงข้อมูล

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของ ธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จากผลที่ได้จากการวิเคราะห์ห้มาอภิปรายในแต่ละด้านของปัจจัย ส่วนประสมการตลาด ตามที่ได้กำหนดในการศึกษาครั้งนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อยของความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากความปลอดภัยในการทำรายการ ส่วน ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนย่อยของความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมาก มีบริการ ธนาคาร เช่น ผัก/ถอน อายัดเช็ค โอนเงิน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ(2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตและปัญหาของ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยความปลอดภัยในการทำ รายการ มีค่าเฉลี่ยมาก

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนย่อยที่ค่าเฉลี่ยมาก ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า ส่วนความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับ มาก โดยปัจจัยส่วนย่อยของความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยมาก ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ไม่สอดคล้อง กับการศึกษาของ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ(2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มี ผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตและปัญหาของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านด้านราคา ปัจจัยย่อยไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้ามีค่าเฉลี่ยมาก

ด้านช่องทางให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก สามารถทำการรายการ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่วนความ พึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยปัจจัยส่วนย่อยที่ค่าเฉลี่ยมาก สามารถทำการรายการ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ(2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตและปัญหาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ปัจจัยย่อยมีความสะดวกในการสมัครใช้บริการที่ค่าเฉลี่ยมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมี ค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยปัจจัยส่วนย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นหนังสือพิมพ์

นิตยสาร โพสต์เตอร์ โฆษณา ทวี วิทย์ การให้ช่าง ฯลฯ ส่วนความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยปัจจัยส่วนย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โพสต์เตอร์ โฆษณา ทวี วิทย์ การให้ช่าง ฯลฯ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ(2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตและปัญหาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยการตลาดที่ใช้ฟรีสมาชิกใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยมาก

ด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยปัจจัยส่วนย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก พนักงานมีความรู้ความชำนาญความสามารถ ส่วนความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก โดยปัจจัยส่วนย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก พนักงานให้คำแนะนำปรึกษาชัดเจน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์ (2546) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ฝาก-ถอนเงินของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในปัจจัยด้านบุคลากร พนักงานมีความสุภาพและอัธยาศัยดีที่มีค่าเฉลี่ยมาก

ปัจจัยด้านการสร้างและเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยมาก ปัจจัยส่วนย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า ส่วนความพึงพอใจมีเฉลี่ยมาก ปัจจัยส่วนย่อย ระบบรักษาความปลอดภัยของลูกค้า และความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูลชัดเจน ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์ (2546) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ฝาก-ถอนเงินของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในปัจจัยด้านการสร้างและเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยย่อยความสะดวกในรอใช้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคาดหวังค่าเฉลี่ยมาก ปัจจัยส่วนย่อยความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ ส่วนความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยมาก ปัจจัยส่วนย่อยความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการเว็บไซต์ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีลักษณ์ อุณหสุทธยานนท์ (2546) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ฝาก-ถอนเงินของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยปานกลาง ปัจจัยส่วนย่อยระยะเวลาการรอคิวค่าเฉลี่ยปานกลาง

ข้อค้นพบ

ปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท อาชีพเป็นพนักงานธนาคาร ระยะเวลาการให้บริการ 1-2 ปี ธนาคารที่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน) การใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน 2 ครั้ง/เดือน บริการที่ใช้ การสอบถามยอดคงเหลือ การใช้

บริการผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้ที่บ้าน อินเทอร์เน็ตบริษัทที่เลือกใช้ LOXINFO สาเหตุการใช้บริการอินเทอร์เน็ตเพราะความสะดวก ความพึงพอใจจากการใช้บริการพอใจ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามความคาดหวังด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ความปลอดภัยในการทำรายการ ค่าเฉลี่ยสำคัญอันดับสุดท้าย มีการซื้อขายกองทุนเปิด ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก มีบริการธนาคาร เช่น ฝาก/ถอน อายัด โอนเงิน ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย มีบริการซื้อขายกองทุนเปิด

ปัจจัยด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามความคาดหวังด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรกไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป

ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความคาดหวังด้านช่องทางให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก สามารถทำการรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตจาก Website ของธนาคารได้เลย ส่วนความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก สามารถทำการรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามความคาดหวังด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทิว วิทยุ การให้ข่าว ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำการรายการ ส่วนความพึงพอใจ ที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทิว วิทยุ การให้ข่าว ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้บริการ

ปัจจัยด้านบุคลากร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความคาดหวังด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก พนักงานมีความรู้ความชำนาญความสามารถ ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่าง ๆ ในเว็บไซต์ชัดเจน ส่วนความพึงพอใจด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาชัดเจน ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่าง ๆ ในเว็บไซต์ชัดเจน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความคาดหวังด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยอันดับแรก ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย รูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ ส่วนความพึงพอใจด้านการสร้างและเสนอทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยอันดับแรก ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้าและ ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย รูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์

ปัจจัยด้านกระบวนการต่าง ๆ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ความคาดหวังด้านกระบวนการต่าง ๆ ค่าเฉลี่ยอันดับแรก ความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ของบริการเว็บไซต์ ส่วนความพึงพอใจด้านกระบวนการต่าง ๆ ค่าเฉลี่ยอันดับแรก ความรวดเร็วในการให้บริการของเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย ความสะดวกในการสมัครสมาชิกเว็บไซต์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาดังกล่าว ข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทั้งความคาดหวังและความพึงพอใจ ให้ความสำคัญ ความปลอดภัยในการทำรายการ เป็นอันดับแรก การที่ธนาคารจะให้ลูกค้าใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ก่อนอื่นธนาคารต้องแจ้งถึงความปลอดภัยให้กับลูกค้า ว่าธนาคารมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่างไร โดยมีเอกสารประกอบการอธิบายให้ทราบ และธนาคารควรจ้างบริษัทที่ทำโปรแกรมการรักษาความปลอดภัยที่มีชื่อเสียง ในการรักษาข้อมูลลูกค้า

ด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปี เป็นอันดับแรก ปัญหาที่ผู้ใช้บริการคำนึงคือค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี หากธนาคารพาณิชย์มีการยกเว้นค่าธรรมเนียมดังกล่าว เป็นการจูงใจให้ผู้ใช้บริการหันมาใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ซึ่งเป็นการลดค่าใช้จ่ายให้ธนาคาร และให้พนักงานธนาคารชี้ข้อดีของบริการว่าสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางหรือค่าโทรศัพท์ให้กับลูกค้าอย่างไร

ด้านช่องทางให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นอันดับแรก ธนาคารพัฒนาระบบให้ใช้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยจัดเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำตลอดเวลา จัดกะการทำงานเพราะหากมีปัญหาสามารถแก้ไขให้ผู้ใช้บริการได้ทันท่วงที

ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณาทีวี วิทู การให้ข่าว เป็นอันดับแรก ธนาคารพาณิชย์ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อผู้ใช้บริการจะได้รับรู้ข่าวสารบริการผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้

ด้านบุคลากร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ และพนักงานให้คำแนะนำและปรึกษาชัดเจน การที่ธนาคารพาณิชย์ในการออก

ผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ต ควรมีการอบรมพนักงานในการแนะนำการใช้บริการในอินเทอร์เน็ตให้มีความรอบรู้เป็นอย่างดี และมีเอกสารประกอบวิธีการใช้ หมายเลขโทรศัพท์พนักงานที่ตอบปัญหาก่อนที่จะนำผลิตภัณฑ์ลงในระบบอินเทอร์เน็ต

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า และความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล เป็นอันดับแรก เนื่องข้อมูลเป็นข้อมูลทางการเงิน ผู้ใช้บริการจึงต้องรักษาเก็บเป็นอย่างดี ธนาคารพาณิชย์ควรตระหนักเรื่องนี้เป็นเรื่องที่สำคัญที่ธนาคารนำมาปรับปรุงระบบ หากระบบการรักษาความปลอดภัยไม่ดีลูกค้าเสียหายได้

ด้านกระบวนการต่าง ๆ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการ เว็บไซต์ และความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการเว็บไซต์ เป็นอันดับแรก และปัญหาที่พบเป็นอันดับแรก คือความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ ซึ่งก็จะสอดคล้องความสะดวกในการเข้าใช้บริการ หากผู้ใช้บริการไม่ได้รับความสะดวกใช้ยาก ผู้ใช้บริการจะไม่ต้องการที่ให้บริการต่อไป ธนาคารพาณิชย์ควรจัดทำเอกสารถึงขั้นตอนการให้บริการให้ชัดเจน ใช้งาน ภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์ เป็นภาษาที่ผู้ใช้บริการทุกระดับสามารถอ่านแล้วเข้าใจง่าย