

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อบริการกรุงศรีไดรว-ทรู แแบงค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการกรุงศรีไดรว-ทรู แแบงค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้ความเข้าใจของลูกค้าต่อบริการกรุงศรีไดรว-ทรู แแบงค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่ามียบริการกรุงศรีไดรว – ทรู แแบงค์กิ้ง และทราบการให้บริการจากสื่อประเภท แผ่นพับ โทรทัศน์ website หนังสือพิมพ์ และวิทยุ ผู้ตอบแบบสอบถามทราบสาขา ตลอดจนการรับทราบการเปิดบริการกรุงศรีไดรว – ทรู แแบงค์กิ้ง แก่ลูกค้าทั่วไป และรับทราบการให้บริการในการฝากถอนเงินสด ชำระค่าสินค้าและบริการ การโอนเงิน การฝากเช็ค การให้บริการ ATM และรับทราบเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมในการใช้บริการกรุงศรีไดรว – ทรู แแบงค์กิ้งในอัตราที่ไม่แตกต่างไปจากการไปใช้บริการที่ธนาคาร แต่ทราบช่วงเวลาให้บริการเพียงร้อยละ 49.7

### ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษา ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดยรวมเห็นด้วย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคลหรือพนักงานให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางให้บริการ และด้านราคาตามลำดับ

#### ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ค่าเฉลี่ยเห็นด้วย โดยมีปัจจัยเรื่องการให้บริการมีประเภทยุทธศาสตร์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการ การให้บริการมีความน่าสนใจ ความทันสมัย และธนาคารควรมีภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือในการบริการไครว-ทรูแบงค์กิ้ง

#### ด้านราคา

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีความคิดเห็นด้านราคามีค่าเฉลี่ยค่อนข้างเห็นด้วย ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเป็นอัตราตามประกาศทั่วไปของธนาคาร ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการเป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร ค่าธรรมเนียมในการบริการไครว – ทรู แบงค์กิ้ง ควรสูงกว่าการบริการแบบปกติของธนาคาร ไม่เห็นด้วย

#### ด้านช่องทางให้บริการ

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านช่องทางให้บริการ ค่าเฉลี่ยค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีปัจจัยเรื่องสามารถทำรายการได้ทุกวันในเวลาทำการ 9.30น.-20.00 น มีช่องบริการเพียงพอกับลูกค้า ที่ตั้งจุดบริการไครว-ทรูแบงค์กิ้ง ควรเข้า-ออกสะดวกและเห็นชัดเจน การให้บริการไครว-ทรูแบงค์กิ้ง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มขึ้น ความกว้างของแต่ละช่องมีความสะดวกในการใช้บริการ

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเห็นด้วย โดยมีปัจจัยเรื่องการจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับย้อนหลังให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงค์กิ้ง การแจกของกำนัล ของที่ระลึกของชำระ่วย ในช่วงแรก

ของการเริ่มให้บริการ ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารบริการ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้งอย่างต่อเนื่อง

#### **ด้านพนักงานให้บริการ**

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อด้านพนักงานให้บริการ ค่าเฉลี่ยเห็นด้วย โดยมีปัจจัยเรื่องพนักงานควรมีทัศนคติดี น่าเชื่อถือ พนักงานควรมีความรู้ความชำนาญ พนักงานควรมีความเอาใจใส่ และกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานควรให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน พนักงานควรบริการรวดเร็วและถูกต้อง และพนักงานควรมีความสามารถในการแก้ปัญหา

#### **ด้านลักษณะทางกายภาพ**

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยเห็นด้วย โดยมีปัจจัยเรื่องความเพียงพอของอุปกรณ์ให้บริการ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้ง ความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ทันสมัย ของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้ง มีอุปกรณ์และแบบฟอร์มพร้อมในการให้บริการเพียงพอ ความปลอดภัยของอาคารสำนักงาน ครอบคลุมทั้งบริเวณ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้ง การตกแต่งบริเวณให้บริการ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้งและ แสงสว่างในจุดบริการเพียงพอ

#### **ด้านกระบวนการ**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยเห็นด้วย ในปัจจัยเรื่องการบริการ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้ง ควรมีระบบการทำงานถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ การบริการ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้ง ควรมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการขั้นตอนไม่ยุ่งยาก การบริการ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้ง ควรมีความง่ายในการใช้งาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นค่อนข้างเห็นด้วยในเรื่อง การบริการ ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้ง ควรมีวิธีแนะนำการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อบริการกรุงศรี ไดรว์-ทรู แเบงค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคลหรือพนักงานให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางให้บริการ และด้านราคา โดยจำแนกตาม เพศ, อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์ของวิทยานิพนธ์นี้  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 78 สรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เพศ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านพนักงานให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
ชาย	การให้บริการมีประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเป็นอัตราตามประกาศทั่วไปของธนาคาร	สามารถทำรายการได้ทุกวัน ในเวลาทำการ 9.30 น.- 20.00 น.	การแจกของกำนัลของที่ระลึกของชำร่วยในช่วงแรกของการเริ่มให้บริการ	พนักงานควรสุภาพมีอัธยาศัยดี น่าเชื่อถือ	ความเพียงพอของอุปกรณ์ให้บริการ ไดรฟ์-ทูลู แบงก์กิ้ง	การบริการ ไดรฟ์-ทูลู แบงก์กิ้ง ควรมีระบบการทำงาน ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้
หญิง	การให้บริการมีประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการ	อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเป็นอัตราตามประกาศทั่วไปของธนาคาร	สามารถทำรายการได้ทุกวัน ในเวลาทำการ 9.30 น.- 20.00 น.	การจัดส่งสื่อโฆษณา และ แผ่นพับ ให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรี ไดรฟ์-ทูลู แบงก์กิ้ง	พนักงานควรสุภาพมีอัธยาศัยดี น่าเชื่อถือ	มีอุปกรณ์และแบบฟอร์มพร้อมในการให้บริการ เพียงพอ	การบริการ ไดรฟ์-ทูลู แบงก์กิ้ง ควรมีระบบการทำงาน ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้

ตารางที่ 78 สรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

อายุ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านพนักงานให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
ต่ำกว่า 20 ปี	การบริการไดรว-ทुरुแบงก์กึ่ง มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ตรงกับความ ต้องการของท่าน	ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการเป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	มีช่องบริการเพียงพอกับลูกค้า	การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรีไดรว-ทुरुแบงก์กึ่ง	พนักงานมีความรอบรู้ความชำนาญ	ความสะดวกเป็นระเบียบเรียบร้อยทันสมัยของอุปกรณ์ที่ให้บริการไดรว-ทुरुแบงก์กึ่ง	การบริการไดรว-ทुरुแบงก์กึ่งมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการขั้นตอนไม่ยุ่งยาก
20-30 ปี	การบริการไดรว-ทुरुแบงก์กึ่ง มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ตรงกับความ ต้องการของท่าน	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคารและค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการเป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	มีช่องบริการเพียงพอกับลูกค้า	การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรีไดรว-ทुरुแบงก์กึ่ง	พนักงานมีความสุภาพมีอัธยาศัยดี น่าเชื่อถือ	ความสะดวกเป็นระเบียบเรียบร้อยทันสมัยของอุปกรณ์ที่ให้บริการไดรว-ทुरुแบงก์กึ่ง	การบริการไดรว-ทुरुแบงก์กึ่งมีความมีประสิทธิภาพ ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้

ตารางที่ 78 สรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

อายุ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่ หรือ ช่องทาง ให้บริการ	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้าน พนักงาน ให้บริการ	ด้านลักษณะ ทางกายภาพ	ด้าน กระบวนการ
31-40 ปี	การบริการ ไครว-ทูลู แบงค้กึ่ง มี ประเภทของ ผลิตภัณฑ์ และบริการ ที่ หลากหลาย ตรงกับ ความ ต้องการของ ท่าน	อัตรา ดอกเบี้ยเงิน ฝาก เป็น อัตราตาม ประกาศ ทั่ว ๆ ไป ของธนาคาร	มีช่อง บริการ เพียงพอกับ ลูกค้า	การจัดส่ง สื่อโฆษณา และแผ่นพับ ให้ลูกค้า ทราบถึง บริการกรุง ศรีไครว-ทูลู แบงค้กึ่ง	พนักงาน ควรวบริการ ด้วยความ รวดเร็วและ ถูกต้อง	ความ สะอาดเป็น ระเบียบ เรียบร้อย ทันสมัย ของอุปกรณ์ ที่ให้บริการ ไครว-ทูลู แบงค้กึ่ง	การบริการ ไครว-ทูลู แบงค้กึ่ง ควรมีความ สะดวก รวดเร็วใน การ ให้บริการ ขั้นตอนไม่ ยุ่งยาก
41-50 ปี	การบริการ ไครว-ทูลู แบงค้กึ่ง มี ประเภทของ ผลิตภัณฑ์ และบริการ ที่ หลากหลาย ตรงกับ ความ ต้องการของ ท่าน	ค่าธรรมเนียมในการ โอนเงินและ ชำระค่า สินค้าและ บริการเป็น อัตราตาม ประกาศ ทั่ว ๆ ไป ของธนาคาร	มีช่อง บริการ เพียงพอกับ ลูกค้า	การจัดส่ง สื่อโฆษณา และแผ่นพับ ให้ลูกค้า ทราบถึง บริการกรุง ศรีไครว-ทูลู แบงค้กึ่ง	พนักงาน ควรวสุภาพมี อัธยาศัยดี น่าเชื่อถือ	ความ สะอาดเป็น ระเบียบ เรียบร้อย ทันสมัย ของอุปกรณ์ ที่ให้บริการ ไครว-ทูลู แบงค้กึ่ง	การบริการ ไครว-ทูลู แบงค้กึ่ง ควรมีระบบ การทำงาน ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้

ตารางที่ 78 สรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

อายุ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านพนักงานให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
51 ปีขึ้นไป	การบริการไดรว-ทูลูแบงคั้ง มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของท่าน	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	การบริการไดรว-ทูลูแบงคั้ง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มขึ้น	การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรีไดรว-ทูลูแบงคั้ง	พนักงานควรให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	ความสะดวกเป็นระเบียบเรียบร้อยทันสมัยของอุปกรณ์ที่ให้บริการไดรว-ทูลูแบงคั้ง	การบริการไดรว-ทูลูแบงคั้งควรมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการขั้นตอนไม่ยุ่งยากและการบริการไดรว-ทูลูแบงคั้งควรมีระบบการทำงานถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้

ตารางที่ 78 สรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านพนักงานให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
ต่ำกว่า 10,000บาท	การบริการไดรว-ทวูแบงค้ก้มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของท่าน	ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการเป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	สามารถทำรายการได้ทุกวัน ในเวลาทำการ 9.30 น.- 20.00 น.	การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับ ให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรี ไดรว-ทวูแบงค้ก้	พนักงานควรสุภาพ มีอธยาศัยดี นำเชือถือ	ความสะดวกสบายเรียบร้อยทันสมัยของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ไดรว-ทวูแบงค้ก้	การบริการไดรว-ทวูแบงค้ก้ควรมีระบบการทำงาน ถูกต้องแม่นยำ เชือถือได้
10,000-20,000บาท	การบริการไดรว-ทวูแบงค้ก้มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของท่าน	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	มีช่องทางบริการเพียงพอกับลูกค้า	การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับ ให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรี ไดรว-ทวูแบงค้ก้	พนักงานควรสุภาพ มีอธยาศัยดี นำเชือถือ	ความสะดวกสบายของอุปกรณ์ให้บริการ ไดรว-ทวูแบงค้ก้และความปลอดภัยของอาคารสำนักงานครอบคลุมทั้งบริเวณ ไดรว-ทวูแบงค้ก้	การบริการไดรว-ทวูแบงค้ก้ควรมีระบบการทำงาน ถูกต้องแม่นยำ เชือถือได้



ตารางที่ 78 สรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านพนักงานให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
20,001-30,000บาท	การบริการไควว-ทวูแบงค้ก้ มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของท่านและการบริการไควว-ทวูแบงค้ก้ควรมีความน่าสนใจความทันสมัย	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการเป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับ ให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรีไควว-ทวูแบงค้ก้	พนักงานควรมีอชยาศัยดีนำเชือถือ	ความสะดวกเป็นระเบียบเรียบร้อยทันสมัยของอุปกรณ์ที่ให้บริการไควว-ทวูแบงค้ก้	การบริการไควว-ทวูแบงค้ก้ควรมีระบบการทำงานถูกต้องแม่นยำ เชือถือได้

ตารางที่ 78 สรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านพนักงานให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
30,001-40,000บาท	การบริการไควว-ทुरुแบบคั้ง มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของท่าน	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	สามารถทำรายการได้ทุกวัน ในเวลาทำการ 9.30 น.- 20.00 น.	การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับ ให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรี ไควว-ทुरुแบบคั้ง	พนักงานควรสุภาพ มีอธยาศัยดี น่าเชื่อถือ	ความเพียงพอของอุปกรณ์ให้บริการไควว-ทुरुแบบคั้ง และความปลอดภัยของอาคารสำนักงานครอบคลุมทั้งบริเวณไควว-ทुरुแบบคั้ง	การบริการไควว-ทुरुแบบคั้งควรมีระบบการทำงาน ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้

ตารางที่ 78 สรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านสถานที่หรือช่องทางให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านพนักงานให้บริการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
มากกว่า 40,000บาท	การบริการไควว-ทวูแบงค้ก้ มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของท่าน	อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของธนาคาร	การบริการไควว-ทวูแบงค้ก้ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มขึ้น	การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับ ให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรี ไควว-ทวูแบงค้ก้	พนักงานคารสุภาพ มีอชยาศัยดี นำเชือถือ	มีอุปกรณ์และแบบฟอร์มพร้อมในการให้บริการเพียงพอ	การบริการไควว-ทวูแบงค้ก้ ควรมีระบบการทำงาน ถูกต้อง แม่นยำ เชือถือได้

**ส่วนที่ 4 พฤติกรรมของการเลือกใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบนค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)**

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบนค์กิ้ง เป็นระยะเวลา เกินกว่า 3-6 เดือน ส่วนใหญ่ ใช้บริการ ATM โดยใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่ใช้บริการในวันศุกร์ ใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบนค์กิ้ง ในเวลา 12.01-14.00 น. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบนค์กิ้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบนค์กิ้ง และส่วนใหญ่ชอบการใช้บริการด้านธนาคารโดยไม่ต้องลงรถ

**ตารางที่ 79 สรุปค่าร้อยละสูงสุดด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบนค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)**

ปัจจัยส่วนบุคคล	การเลือกใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบนค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)						
	ประเภทของการใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	ความถี่ในการใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	วันที่ใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	การแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	การให้บริการโดยไม่ต้องลงจากรถทั้งหมด 300 คน	ในด้านการให้บริการในอนาคของผู้ไม่เคยใช้
เพศ							
ชาย	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่ใช้
หญิง	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่แน่ใจ
อายุ							
ต่ำกว่า 20 ปี	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	18.01-20.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่ใช้
20-30 ปี	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	18.01-20.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่ใช้
31-40 ปี	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่ใช้
41-50 ปี	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่ใช้

หมายเหตุ: เก็บข้อมูลจากผู้เคยใช้บริการจำนวน 150 คน ในประเด็นประเภทของการใช้บริการ, ความถี่ในการใช้บริการ, วันที่ใช้บริการ, ช่วงเวลาที่ใช้บริการและการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ  
เก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 300 คน ในประเด็นการให้บริการโดยไม่ต้องลงจากรถ  
เก็บข้อมูลจากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 150 คน ในประเด็นในด้านการให้บริการในอนาคต

ตารางที่ 79 สรุปค่าร้อยละสูงสุดด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการพฤติกรรมการเลือกใช้บริการกรุงศรีโครว-ทรวงู แบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	การเลือกใช้บริการกรุงศรีโครว-ทรวงู แบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)						
	ประเภทของการใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	ความถี่ในการใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	วันที่ใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	ช่วงเวลาที่ใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	การแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ	การใช้บริการโดยไม่ต้องลงจากรถทั้งหมด 300 คน	ในด้านการใช้บริการในอนาคดของผู้ไม่เคยใช้บริการ
51 ปีขึ้นไป	ชำระค่าสินค้าและบริการ	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์และวันพุธ	12.01-14.00 น.	เคย	ชอบ	ไม่แน่ใจ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000บาท	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่ใช้
10,000-20,000บาท	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่แน่ใจ
20,001-30,000บาท	ชำระค่าสินค้าและบริการ	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่แน่ใจ
30,001-40,000บาท	ATM	1-2 ครั้งต่อเดือน	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่แน่ใจ
มากกว่า 40,000บาท	ATM	1 ครั้ง/สัปดาห์	วันศุกร์	12.01-14.00 น.	ไม่เคย	ชอบ	ไม่แน่ใจ

หมายเหตุ: เก็บข้อมูลจากผู้เคยใช้บริการจำนวน 150 คน ในประเด็นประเภทของการใช้บริการ, ความถี่ในการใช้บริการ, วันที่ใช้บริการ, ช่วงเวลาที่ใช้บริการและการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของผู้ที่เคยใช้บริการ  
เก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 300 คน ในประเด็นการใช้บริการโดยไม่ต้องลงจากรถ  
เก็บข้อมูลจากผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 150 คน ในประเด็นในด้านการใช้บริการในอนาคต

## อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงก์กิ้ง สามารถอภิปรายผลตามแนวความคิดในเรื่องความคิดเห็นและองค์ประกอบของความคิดเห็น ในเรื่องของการสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น พฤติกรรม ในแง่การตลาดดังนี้

### 1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับให้บริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ต้องลงจากรถ มีการรับทราบการให้บริการจากแผ่นพับมากที่สุด รับทราบการให้บริการกรุงศรีไครว – ทรู แบงก์กิ้งในการฝาก-ถอนเงินสด รับทราบการให้บริการกรุงศรีไครว – ทรู แบงก์กิ้งในการโอนเงิน รับทราบการให้บริการกรุงศรีไครว – ทรู แบงก์กิ้งในการให้บริการฝากเช็ค รับทราบการให้บริการกรุงศรีไครว – ทรู แบงก์กิ้งในการชำระค่าสินค้าและบริการ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการให้บริการโดยใช้คอมพิวเตอร์เข้ามาเกี่ยวข้องทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ประเสริฐ ตั้งพิจฐานสกุล (2542) ซึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการจะให้ความสนใจในการนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาบริการ

### 2. องค์ประกอบด้านความคิดเห็น

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สามารถวัดได้จากแนวคิดปัจจัยส่วนประสมการตลาดการบริการ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2542: 312-314) มีองค์ประกอบเมื่อนำมาใช้ในงานบริการได้ขยายเป็น 7P's โดยสนองความพึงพอใจกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความคิดเห็นของลูกค้าที่ใช้บริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่าในความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดโดยรวมในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านบุคลากรหรือพนักงานให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางให้บริการ และด้านราคา โดยสรุปแต่ละด้านได้ดังนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีปัจจัยเรื่องการให้บริการมีประเภทผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการ การให้บริการควรมีความน่าสนใจ ความทันสมัย และธนาคารควรมีภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือในการบริการ ไดรฟ์-ทรูแบบคั้ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรกันต์ คำบุญเรือง (2546) ได้ศึกษาทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อธุรกรรมทางการอินเทอร์เน็ต-แบงก์คั้ง พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ

### ด้านพนักงานให้บริการ

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อด้านพนักงานให้บริการ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีปัจจัยเรื่องพนักงานควรมีอริยาบถดี น่าเชื่อถือ พนักงานควรมีความรู้ความชำนาญ พนักงานควรมีความเอาใจใส่ และกระตือรือร้นในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานควรให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน พนักงานควรรวดเร็วและถูกต้อง และพนักงานควรมีความสามารถในการแก้ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรกันต์ คำบุญเรือง (2546) ได้ศึกษาทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อธุรกรรมทางการอินเทอร์เน็ต-แบงก์คั้ง พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านบุคลากรมีความพึงพอใจมากที่สุดเรื่องมีมนุษยสัมพันธ์ดี

### ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีปัจจัยเรื่องความเพียงพอของอุปกรณ์ให้บริการ ไดรฟ์-ทรู แบงก์คั้ง ความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ทันสมัย ของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ไดรฟ์-ทรูแบบคั้ง มีอุปกรณ์และแบบฟอร์มพร้อมในการให้บริการเพียงพอ ความปลอดภัยของอาคารสำนักงานครอบคลุมทั้งบริเวณ ไดรฟ์-ทรู แบงก์คั้ง การตกแต่งบริเวณให้บริการ ไดรฟ์-ทรู แบงก์คั้ง และ แสงสว่างในจุดบริการเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับ รุ่งนภา จันทวิสูตร (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรูปแบบธนาคารในศูนย์การค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังในระดับมากต่อปัจจัยด้านรูปลักษณ์และการดูแลเอาใจใส่

### ด้านกระบวนการ

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมาก ในปัจจัยเรื่องการบริการ ไดรฟ์-ทรู แบงก์คั้ง ควรมีระบบการทำงานถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้

การบริการไควว-ทฐู แเบงค้กั๊ง ควรมีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการขั้นตอนไม่ยุ่งยาก การบริการไควว-ทฐู แเบงค้กั๊ง ควรมีความง่ายในการใช้งาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลางในเรื่อง การบริการไควว-ทฐู แเบงค้กั๊ง ควรมีวิธีแนะนำการให้บริการซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรกานต์ คำบุญเรือง (2546) ได้ศึกษาทัศนคติของลูกค้านาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อธุรกรรมทางการอินเทอร์เน็ต-เบงค้กั๊ง พบว่า ในด้านกระบวนการ ผู้ใช้บริการมีปัญหาเรื่องการไม่เข้าใจขั้นตอนการให้บริการอินเทอร์เน็ต-เบงค้กั๊ง ที่ค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมาก โดยมีปัจจัยเรื่องการจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับย้อนหลังให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรีไควว-ทฐู แเบงค้กั๊ง การแจกของกำนันล ของที่ระลึกของชำร่วย ในช่วงแรกของการเริ่มให้บริการ ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารบริการไควว-ทฐู แเบงค้กั๊งอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ รุ่งนภา จันทวิสูตร (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการรูปแบบธนาคารในศูนย์การค้าของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามด้านความคาดหวังพบว่ามีคามคาดหวังต่อบริการรูปแบบธนาคารในศูนย์การค้าของธนาคารที่ยอดเยี่ยมและมีความคาดหวังในระดับมากต่อปัจจัยด้านรูปลักษณ์และการดูแลเอาใจใส่

#### ด้านช่องทางให้บริการ

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อด้านช่องทางให้บริการ ค่าเฉลี่ยค่อนข้างเห็นด้วย โดยมีปัจจัยเรื่องสามารถทำรายการได้ทุกวันในเวลาทำการ 9.30น.-20.00 น มีช่องบริการเพียงพอกับลูกค้า ที่ตั้งจุดบริการไควว-ทฐูเบงค้กั๊ง ควรเข้า-ออกสะดวกและเห็นชัดเจน การให้บริการไควว-ทฐูเบงค้กั๊ง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มขึ้น ความกว้างของแต่ละช่องมีความสะดวกในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านช่องทางการให้บริการ คือความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ขั้นตอนการสมัครสมาชิกเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว สามารถทำรายได้ได้ 24 ชั่วโมง

#### ด้านราคา

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมมีความคิดเห็นด้านราคามีค่าเฉลี่ยค่อนข้างเห็นด้วย ในเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเป็นอัตราตามประกาศทั่วไปของธนาคาร ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการเป็นอัตราตามประกาศทั่ว ๆ ไปของ



ธนาคาร ค่าธรรมเนียมในการบริการไควว – ทู แบงก์กิ้ง ควรสูงกว่าการบริการแบบปกติของธนาคาร ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิรกานต์ คำบุญเรือง (2546) ได้ศึกษาทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อธุรกรรมทางการเงินอินเทอร์เน็ต-แบงก์กิ้ง พบว่าในด้านราคาผู้ใช้บริการมีปัญหาเรื่องค่าธรรมเนียมในการทำรายการสูง

### 3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมในแง่การตลาด

จากองค์ประกอบสองด้านที่กล่าวมาแล้ว จะส่งผลให้แสดงออกทางพฤติกรรมในการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการใช้บริการกรุงศรีไควว-ทู แบงก์กิ้ง เป็นระยะเวลา เกินกว่า 3-6 เดือนมากที่สุด ใช้บริการ ATM โดยใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด ส่วนใหญ่ ใช้บริการในวันศุกร์ ใช้บริการกรุงศรีไควว-ทู แบงก์กิ้ง ในเวลา 12.01-14.00 น. มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการกรุงศรีไควว-ทู แบงก์กิ้ง และชอบการใช้บริการด้านธนาคารโดยไม่ต้องลงรณมากที่สุด

#### ข้อค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อบริการกรุงศรีไควว-ทู แบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีดังนี้

#### 1. ด้านความรู้ความเข้าใจ

ผู้ตอบแบบสอบถามทราบค่าธรรมเนียมในการใช้บริการกรุงศรีไควว – ทู แบงก์กิ้ง ที่ไม่แตกต่างไปจากการใช้บริการที่ธนาคาร

ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบช่วงเวลาที่ใช้บริการกรุงศรีไควว – ทู แบงก์กิ้ง

#### 2. ด้านความคิดเห็น

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ สัมพันธ์กับ เพศ, อายุ, รายได้เฉลี่ยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 ประเด็น ยกเว้นราคา (Price) ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ช่องทางให้บริการ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงานให้บริการ (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) รวมกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ในเรื่องต่อไปนี้

## 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่

- การบริการ ไครว-ทรู แเบงคิง มีประเภทของผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้า

## 2. ด้านพนักงานให้บริการ (People) ได้แก่

- พนักงานควรสุภาพมีอัธยาศัยดี น่าเชื่อถือ
- พนักงานควรมีความรู้ความชำนาญ

## 3. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ได้แก่

- ความเพียงพอของอุปกรณ์ให้บริการ ไครว-ทรู แเบงคิง
- ความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ทันสมัย ของอุปกรณ์ที่ให้บริการ ไครว-ทรู

แบงคิง

## 4. ด้านกระบวนการ (Process) ได้แก่

- การบริการ ไครว-ทรู แเบงคิง ควรมีระบบการทำงานถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้

## 5. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่

- การจัดส่งสื่อโฆษณา และแผ่นพับ ให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรี ไครว-ทรู

แบงคิง

นอกจากนั้นยังพบว่าปัจจัยในด้านช่องทางให้บริการ (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นค่อนข้างเห็นด้วยในเรื่องช่องบริการเพียงพอกับลูกค้า และความกว้างขวางของแต่ละช่องมีความสะดวกในการใช้บริการ

ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาของส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน 4 ลำดับแรก คือ ลำดับที่ 1 ด้านบุคคล (People) ลำดับที่ 2 ด้านช่องทางให้บริการ (Place) ลำดับที่ 3 ด้านกระบวนการ (Process) ลำดับที่ 4 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งมีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

## 1. ด้านบุคคล (People)

- พนักงานไม่สามารถแก้ไขปัญหาให้ได้
- พนักงานขาดความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงานในการให้บริการ

## 2. ด้านช่องทางให้บริการ (Place)

- จำนวนช่องบริการไม่เพียงพอ
- ความไม่สะดวกในการเข้าใช้บริการของอาคาร

## 3. ด้านกระบวนการ (Process)

- ความล่าช้าในการให้บริการ

- ปัญหามาตรฐาน และคุณภาพการให้บริการ

#### 4. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

- ประเภทของบริการไม่หลากหลาย

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการ ยกเว้นด้านราคา (Price) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 5 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านพนักงานให้บริการ (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ยกเว้นปัจจัยด้านด้านช่องทางให้บริการ (Place) มีความคิดเห็นในระดับค่อนข้างเห็นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความสำคัญของปัญหาตามที่กล่าวไว้ในข้อค้นพบข้างต้น จึงขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

##### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อันได้แก่

- การบริการไครว-ทรู แบงก์กิ้ง ควรมีประเภทของผลิตภัณฑ์ และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า

- ควรมีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะของพนักงานด้านความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงานในการให้บริการและในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการให้บริการ

##### 2. ด้านพนักงานให้บริการ (People) อันได้แก่

- การปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนคติของพนักงานในการให้บริการให้เป็นผู้ให้บริการที่ดี ควบคู่ภาพมีอัธยาศัยดี

- ควรมีการฝึกอบรมและมีการศึกษาดูงานเพื่อเพิ่มทักษะของพนักงานให้พนักงานมีความรอบรู้ความชำนาญ

##### 3. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ได้แก่

- อุปกรณ์ให้บริการไครว-ทรู แบงก์กิ้งควรมีอย่างเพียงพอ

- อุปกรณ์ที่ให้บริการไครว-ทรู แบงก์กิ้งควรความสะดวกและเป็นระเบียบเรียบร้อย

ทันสมัย

##### 4. ด้านกระบวนการ (Process) ได้แก่

- การบริการไครว-ทรู แบงก์กิ้ง ควรมีระบบการทำงานถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้

- ควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว

- ควรมีการรับรองมาตรฐาน และคุณภาพการให้บริการ

##### 5. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่

- การจัดส่งสื่อโฆษณาและแผ่นพับ ให้ลูกค้าทราบถึงบริการกรุงศรีไครว-ทรู แบงก์กิ้ง

##### 6. ด้านช่องทางให้บริการ (Place)

- ควรเพิ่มจำนวนช่องบริการให้เพียงพอ
- การเข้าใช้บริการของอาคารควรมีความสะดวก

### 3. ด้านพฤติกรรม

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ ATM ของธนาคารของบริการกรุงศรีไครว – ทู  
แบงก์กิ้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความชอบในการใช้บริการทางธนาคารโดยไม่ต้องลง  
จากรถ

วันที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการกรุงศรีไครว – ทู แบงก์กิ้งมากที่สุดคือวันศุกร์

#### ข้อเสนอแนะ

จากความคิดเห็นของลูกค้าต่อบริการกรุงศรีไครว-ทู แบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรี  
อยุธยา จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยมีองค์ประกอบ  
แต่ละด้านดังนี้

#### 1. ด้านความรู้ความเข้าใจ

จากการศึกษาเห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบค่าธรรมเนียมในการใช้บริการกรุงศรี  
ไครว – ทู แบงก์กิ้ง ที่ไม่แตกต่างไปจากการใช้บริการที่ธนาคาร ประเด็นนี้ทำให้มองว่า หากมี  
การทำความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปทราบถึงค่าบริการของบริการกรุงศรีไครว –  
ทู แบงก์กิ้งไม่แตกต่างไปจากการใช้บริการที่ธนาคาร จะทำให้ธนาคารได้ลูกค้ารายใหม่และรักษา  
ลูกค้ารายเดิมไว้ได้ แต่ในบางประเด็นที่ควรทำความเข้าใจกับลูกค้า คือ ช่วงเวลาที่ให้บริการกรุงศรี  
ไครว – ทู แบงก์กิ้ง ผู้จัดการสาขาผู้ให้บริการกรุงศรีไครว – ทู แบงก์กิ้ง ควรทำความเข้าใจและ  
ประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปทราบถึงค่าบริการของบริการกรุงศรีไครว – ทู แบงก์กิ้งไม่แตกต่าง  
ไปจากการใช้บริการที่ธนาคาร ในการเปิดให้บริการในสาขาอื่น ๆ ก็เช่นกัน ควรมีการ  
ประชาสัมพันธ์ให้เกิดความเข้าใจในประเด็นเหล่านี้ให้แก่ลูกค้าได้รับทราบ

#### 2. ด้านความคิดเห็น

จากการศึกษาเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในเรื่องการให้บริการกรุงศรี  
ไครว – ทู แบงก์กิ้งที่มีประเภทหลากหลายตรงกับความต้องการ ประเด็นนี้ทำให้มองว่าบริการ  
กรุงศรีไครว – ทู แบงก์กิ้งควรมีการเพิ่มการให้บริการที่หลากหลาย อาทิเช่น การให้บริการเบิก-  
จ่ายเช็ค เป็นต้น ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากในเรื่องพนักงานควรมีความสุภาพมีอัธยาศัยดี

น่าเชื่อถือ ประเด็นนี้ทำให้มองว่า การบริการ ไดร-ทรู แบงก์กึ่งนั้นพนักงานจะต้องมีความสุภาพ เรียบร้อย มีอัธยาศัยดีน่าเชื่อถือ ธนาคารผู้ให้บริการกรุงศรี ไดร-ทรู แบงก์กึ่ง จึงควรให้ความรู้และ ฝึกอบรมแก่พนักงานผู้ให้บริการกรุงศรี ไดร-ทรู แบงก์กึ่ง ให้พนักงานมีความสุภาพ และมีอัธยาศัย ดีต่อลูกค้า เพื่อเป็นการรักษาลูกค้ารายเดิมและได้ลูกค้ารายใหม่ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยน้อยหากมีการคิดค่าธรรมเนียมในการบริการกรุงศรี ไดร- ทรู แบงก์กึ่งสูงกว่าการบริการ แบบปกติของธนาคาร ในประเด็นนี้ธนาคารผู้ให้บริการจึงควรกำหนดค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน หรือชำระค่าสินค้าบริการ หรืออื่นๆผ่านช่องบริการ ไดร-ทรู แบงก์กึ่ง ในอัตราเดียวกันหรือไม่สูง กว่าอัตราปกติ อีกทั้งสำนักงานใหญ่และสาขาผู้ให้บริการควรมีการประชาสัมพันธ์ให้แก่กลุ่มลูกค้า ให้ทราบถึงอัตราค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บในอัตราปกติด้วย

### 3. ด้านพฤติกรรม

จากการศึกษาเห็นว่าส่วนใหญ่ลูกค้ามีความชอบในการใช้บริการทางธนาคารโดยไม่ ต้องลงจากรถ ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่า ธนาคารผู้ให้บริการ(สำนักงานใหญ่) ควรมีนโยบายการเพิ่ม สาขาการให้บริการกรุงศรี ไดร-ทรู แบงก์กึ่ง ให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ผู้ใช้บริการ ได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะทำเลที่ตั้งอยู่ในปั้มน้ำมันปตท.ขนาดใหญ่ และเป็นถนนสาย หลักที่มีปริมาณรถยนต์สัญจรผ่านเป็นจำนวนมาก เนื่องจาก ในปัจจุบันบริการกรุงศรี ไดร-ทรู แบงก์กึ่ง ที่ปั้มน้ำมัน ปตท. ถนนวิภาวดีรังสิต ค่อนข้างประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงควรขยายสาขา การให้บริการกรุงศรี ไดร-ทรู แบงก์กึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการให้ มากยิ่งขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการ ATM ของบริการกรุงศรี ไดร- ทรู แบงก์กึ่งมากที่สุด ดังนั้น ผู้จัดการสาขาผู้ให้บริการกรุงศรี ไดร- ทรู แบงก์กึ่ง ควรมีนโยบายการให้บริการ ATM ที่ดี เช่น การเตรียมความพร้อมของตู้ ATM ในการให้บริการ มีเงินสดในตู้ ATM เพียงพอต่อการเบิก และเติมเงินในตู้ ATM ให้พร้อม ตอบสนองต่อการเบิกเงินสดของลูกค้า วันที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้บริการกรุงศรี ไดร- ทรู แบงก์กึ่งมากที่สุดคือวันศุกร์ ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่า ควรมีการเตรียม ความพร้อมในการให้บริการอยู่ตลอดเวลาและมีการเตรียมความพร้อมเป็นพิเศษในการให้บริการ กรุงศรี ไดร-ทรู แบงก์กึ่ง ในวันที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก เช่น วันศุกร์ เพื่อตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าอันเป็นการรักษาลูกค้ารายเดิมและเพิ่มลูกค้ารายใหม่

### ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง “ทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อบริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบงค์กิ้ง ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)” ซึ่งไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบงค์กิ้ง ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบงค์กิ้ง เพื่อที่ธนาคารจะทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการของลูกค้ำและสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายในการให้บริการกรุงศรีไดรว-ทรู แบงค์กิ้ง ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ำมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในด้านความรู้ความเข้าใจของลูกค้ำต่อบริการกรุงศรีไดรว – ทรู แบงค์กิ้ง ควรมีการวัดให้ละเอียดมากกว่าเดิม ในประเด็นการทราบและไม่ทราบควรเป็นการวัดที่เจาะลึกในรายละเอียดของแต่ละข้อคำถาม ตลอดจนศึกษาถึงแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของลูกค้ำต่อบริการกรุงศรีไดรว – ทรู แบงค์กิ้ง และสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางกลยุทธ์และปรับนโยบายในการให้บริการในอนาคต

### ข้อจำกัดในการศึกษา

ระดับการวัดในการศึกษาครั้งนี้เป็นระดับการวัดที่ไม่สมดุล (Unbalance Scale) เนื่องจากบริการกรุงศรีไดรว – ทรู แบงค์กิ้ง ได้เปิดให้บริการตั้งแต่ปลายปี 2547 จนถึงปัจจุบัน เป็นระยะเวลาประมาณ 10 เดือน ซึ่งปรากฏผลการตอบรับในเชิงบวก โดยพิจารณาจากจำนวนครั้งในการใช้บริการ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นมาเป็นลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ให้บริการมีความคิดเห็นในเชิงบวก (เห็นด้วย) ฉะนั้นเพื่อให้ระดับการวัดในส่วนที่เห็นด้วยมีความละเอียดมากขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดระดับการวัดเป็นระดับการวัดที่ไม่สมดุลในเชิงบวก (Positive Unbalance Scale) อนึ่งในการอ่านค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในการวิจัยครั้งนี้ ค่ากึ่งกลางของค่าเฉลี่ยที่ได้ ไม่ได้หมายความว่ามีการมีทัศนคติที่เป็นกลางต่อการใช้บริการ ดังนั้นหากต้องใช้ผลวิจัยในการเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น หรือใช้อ้างอิงควรต้องระวังในการแปลความหมายด้วย