

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) สาขาตาก มีแนวคิดและทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎี

1) แนวคิดความพึงพอใจ

Maynard W.Shelly (1975) (อ้างถึงใน สายพินิจ เจริญสุขพัฒนา, 2546) ได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางลบอื่น ๆ อาจกล่าวได้ว่า ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกในทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ จะเห็นได้ว่าแนวความคิดต่อความพึงพอใจมีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่บรรลุดูมุ่งหมายในระดับหนึ่ง และจะลดลงเมื่อ จุดมุ่งหมายนั้นได้รับการตอบสนอง

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) คำว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกเป็น 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือหรือผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) ของผู้ให้บริการดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการ ตามแนวคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็น 2 นัยคือ

ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบในงานวิจัยการตลาดที่เน้นแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์

ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” หรืออีกนัยหนึ่งคือ “ความพึงพอใจ” หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาองค์การ ความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของงานเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการเป็นประจำ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าตลอดจนผู้ปฏิบัติงานถือเป็นเรื่องสำคัญ เพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด เพื่อความก้าวหน้าและการเติบโตของธุรกิจบริการอย่างไม่หยุดยั้ง และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

2) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) อธิบายว่า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ จะใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service) เพื่อให้บริการที่ทรงคุณภาพ จึงต้องมีการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย และต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วย การปรับแต่งบริการเพื่อสร้างคุณค่าให้ลูกค้า จะยังมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นในตลาดระหว่างประเทศหรือตลาดหลายวัฒนธรรม เนื่องจากความแตกต่างของภาษา ศาสนา สังคม และวัฒนธรรม

2. การตั้งราคาบริการ (Price) เนื่องจากบริการมองไม่เห็นการตั้งราคาบางส่วนต้องให้ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ เข้าใจว่ามีอะไรบ้างรวมอยู่ในสิ่งที่เขากำลังซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาในการตั้งราคา การตั้งราคามีอิทธิพลต่อการที่ผู้ซื้อจะรับรู้บริการ ราคาจึงมักจะมีบทบาทสำคัญในการชี้คุณภาพ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) กลยุทธ์การจัดจำหน่าย สำหรับบริการเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการ และสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่า โดยปกติการตลาดจะจัดการให้มีการมารับบริการได้สะดวก ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งหนึ่งที่ทำทางการสื่อสารการตลาด ก็คือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจ และให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ความไม่มีตัวตนของบริการมักทำให้เป็นไปได้ ที่จะมีการรับรู้ก่อนที่จะทำการซื้อ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาด จำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไร และคุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร

5. บุคคลหรือพนักงาน (People) บุคลากรถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นจึงต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Guidance and Presentation) ธุรกิจบริการจำเป็นต้องพยายามแสดง ให้ผู้รับบริการเห็นถึงคุณภาพ โดยผ่านการให้หลักฐานที่มองเห็นได้ นั่นคือลักษณะทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือประโยชน์อื่นๆ

7. กระบวนการให้บริการ (Process) ผู้ให้บริการอาจต้องให้กระบวนการบางอย่างเพื่อส่งมอบบริการของตนให้กับลูกค้า ด้วยความรวดเร็วและประทับใจลูกค้า

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เรวดี หวังแสงทอง (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สาขานนทรงพล(นครปฐม) จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีอาชีพเป็นพนักงาน ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท เหตุผลที่มาใช้ บริการ คือ ธนาคารอยู่ใกล้สะดวก วันที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ ไม่มีวันที่แน่นอน มาใช้บริการ ในช่วงเวลา 10.31- 11.30 น. และบริการที่ใช้บ่อยที่สุด คือ บริการด้านเงินฝาก ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านราคามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน ความเอาใจใส่ในการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ การกล่าวคำทักทายและขอบคุณ และความชัดเจนในการตอบปัญหา

ด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านความสะอาดเป็นระเบียบ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมทั่วไป เทคโนโลยี อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน และจำนวนเก้าอี้พักคอย

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านบริการบัตรเครดิตเอ็ม บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ บริการโอนเงิน บัญชีเดินสะพัด เงินกู้เพื่อการเคหะ เงินกู้เบิกเกินบัญชี เงินกู้ทั่วไป และบริการบัตรเครดิต

ด้านช่องทางให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของสาขา และความชัดเจนของเจ้าหน้าที่ให้บริการ

ด้านขั้นตอนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านความรวดเร็วในการให้บริการ การจัดระบบบัตรคิว ขั้นตอนการให้บริการของธนาคาร และการมีพนักงานแนะนำบริการ

ด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีความพึงพอใจมากต่อปัจจัยย่อยด้านการให้บริการข้อมูลของธนาคาร การให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และเอกสาร แผ่นพับประชาสัมพันธ์

ส่วนด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมการโอนเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ทั่วไป อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เบิกเกินบัญชี อัตราดอกเบี้ยเงินฝากกระยะยาว อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการเคหะ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ และค่าธรรมเนียมบัตรเครดิตในระดับพึงพอใจปานกลางทุกปัจจัย

สุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานนโชตนา เชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีสถานภาพเป็นโสด มีอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงาน มีรายได้ 5,000-10,000 บาท บริการที่เคยมาใช้ มากที่สุดคือ เงินฝาก ส่วนใหญ่ความถี่ในการมาใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน และวันที่มาใช้บริการในแต่ละสัปดาห์คือ วันจันทร์ มากที่สุด

ผลการศึกษาความคาดหวังก่อนรับบริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา(มหาชน) สาขานน โชนนา เชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอันดับแรกคือ ด้านเงินฝาก ได้แก่ ให้บริการตามลำดับก่อนหลังตามบัตรคิว ด้านการโอนเงิน ได้แก่ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย และเหมาะสม ด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วและ ถูกต้อง ด้านบัตรเอ.ที.เอ็ม./บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ คือ ที่ตั้งของเครื่อง เอ.ที.เอ็ม สะดวก และปลอดภัยในการใช้บริการ บริการด้านสินเชื่อ ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ สุจริต น่าเชื่อถือ พนักงานมีบุคลิกที่ดี แต่งกายสะอาด เรียบร้อยและเหมาะสม ด้านบริการด้านอื่นๆ ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคาร

สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในอันดับแรก พบว่าด้านเงินฝาก ได้แก่ มีระบบบัตรคิวไว้ให้บริการแก่ลูกค้า บริการด้านการโอนเงิน ได้แก่ พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อยและเหมาะสม ด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ ได้แก่ การใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเครื่อง เอ.ที.เอ็ม. สามารถทำรายการได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ด้านบัตรเอ.ที.เอ็ม./บัตรวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ได้แก่ มีรูปแบบบัตรที่หลากหลายให้เลือกใช้บริการ ด้านสินเชื่อ ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์ สุจริต น่าเชื่อถือ ด้านบริการด้านอื่นๆ ได้แก่ ความมั่นคงและชื่อเสียงของธนาคาร

สำหรับปัญหาจากการใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา ที่พบมากที่สุดคือ จำนวนช่องให้บริการที่เคาน์เตอร์ไม่เพียงพอ รองลงมาคือพนักงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ที่จอดรถไม่สะดวกและมีไม่เพียงพอ และไม่ได้รับแจ้งข้อมูลข่าวสารจากธนาคาร

ปรีดา ชื่นจิตต์ศิริ (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบรรษัทธนาคารกสิกร ไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41-50 ปี การศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ลักษณะของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ประเภทของธุรกิจ เป็นธุรกิจการเกษตร โดยยอดขายต่อปีของกิจการ 101-400 ล้านบาท และประเภทสินเชื่อที่ใช้บริการคือ กู้เบิกเงินบัญชี มากที่สุด โดยจำนวนวงเงินสินเชื่อรวมของกิจการ มากกว่า 15 ล้านบาท

โดยเปรียบเทียบระหว่างระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบรรษัท ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ สามารถเปรียบเทียบแต่ละปัจจัยย่อยได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมากและมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ประเภทของสินเชื่อทั้ง

ระยะสั้นและระยะยาวมีให้เลือกใช้บริการหลากหลาย และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก เหมือนกัน

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับปานกลางและมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง อัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับปานกลางเหมือนกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง สามารถติดต่อใช้บริการได้ทางโทรศัพท์ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากเหมือนกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ข้อมูลข่าวสารด้านสินเชื่อครบถ้วนและทันสมัย และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง การส่งเสริมการขายโดยแนะนำสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ เช่น วงเงิน MBANK SMEs

ด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง พนักงานสินเชื่อมีบุคลิกภาพดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดีและแต่งกายเหมาะสม และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง พนักงานสินเชื่อมีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ธนาคารมีเครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานที่ทันสมัย และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ภายในธนาคารมีระดับอุณหภูมิที่เหมาะสม

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังสูงสุดในระดับมาก และมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ระบบการทำงานถูกต้องแม่นยำเชื่อถือได้ และมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเหมือนกัน

ยุทธนา ศิริธร (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการเข้ามาใช้บริการกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาซอยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 252 ราย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลในรูปการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษาพอสรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 252 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพ เป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง มีรายได้ต่อ

เดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน ใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. เหตุผลในการเลือกใช้บริการเพราะสามารถใช้บริการได้ในวันหยุด ส่วนใหญ่มีวันที่ใช้บริการไม่แน่นอนโดยให้ความสนใจของชำระ่วยที่เป็นกระเป๋าและส่วนใหญ่ใช้บริการด้านการฝาก/ถอนเงินมากกว่าด้านอื่น

สำหรับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยเซ็นทรัลแอร์พอร์ต เชียงใหม่ ส่วนใหญ่โดยรวมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยมากตามลำดับ ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการในการใช้บริการ ด้านสถานที่ ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยปานกลาง

สำหรับปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรกในด้านลักษณะทางกายภาพได้แก่เรื่องธนาคารได้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ได้แก่ การฝากถอนเงิน ด้านบุคลากร ได้แก่ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการให้บริการ ด้านกระบวนการในการใช้บริการ ได้แก่ ความถูกต้องในการให้บริการ ด้านสถานที่ ได้แก่ เวลาเปิด-ปิด ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีของแถมเมื่อเปิดบัญชีและด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการแลกเงินสดย่อย สำหรับปัญหาที่พบจากการใช้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องระบบออนไลน์เสียบ่อยเป็นปัญหาลำดับแรก