

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็นกลุ่มลูกค้าธุรกิจ 100 ราย และลูกค้าผู้บริโภครวม 100 ราย โดยในบทนี้ผู้ศึกษาจะกล่าวสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้จำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจ และลูกค้าผู้บริโภครวม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ลูกค้าธุรกิจ

ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 30 - 39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000 – 19,999 บาท มีสถานภาพสมรสแล้ว ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งนี้จากการศึกษาเพิ่มเติมพบว่าลูกค้าธุรกิจส่วนใหญ่มีตำแหน่งในองค์กรตำแหน่งอื่น ๆ (เจ้าหน้าที่ลูกจ้างที่ไม่ใช่พนักงานประจำขององค์กร) โดยทำงานในประเภทธุรกิจบริษัทหรือองค์กรพาณิชย์ ซึ่งเป็นองค์กรขนาดกลางและเล็ก

1.2 ลูกค้าผู้บริโภครวม

ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าผู้บริโภครวมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 30 - 39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ส่วนบุคคลอยู่ในช่วง 10,000 – 19,999 บาท มีสถานภาพโสด และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้จำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจ และลูกค้าผู้บริโภครวม โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ลูกค้าธุรกิจ

ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าธุรกิจส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการธนาคารทุกวัน มีช่วงเวลามาใช้บริการ 08.30 – 11.00 น. มาใช้บริการในวันจันทร์ โดยมาติดต่อใช้บริการธุรกรรมประจำวัน

2.2 ลูกค้าผู้บริโภคร

ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าผู้บริโภครส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการธนาคารเดือนละ 1 ครั้ง มีช่วงเวลามาใช้บริการ 08.30 – 11.00 น. มาใช้บริการในวันจันทร์ โดยมาติดต่อใช้บริการธุรกรรมประจำวัน

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาได้จำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ลูกค้าธุรกิจ และลูกค้าผู้บริโภคร โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ลูกค้าธุรกิจ

ผลการศึกษาในภาพรวม พบว่า ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) อย่างไรก็ตามมีปัจจัยที่ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{x} = 3.45$) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.20$) โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติม ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ระบบการดูแลเงินฝากและสินทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.20$) รองลงมา ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ($\bar{x} = 4.19$) รองลงมา ระบบการให้บริการธุรกรรมหน้าเคาน์เตอร์ ($\bar{x} = 3.95$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น จุดบริการน้ำดื่ม จุดบริการหนังสือพิมพ์ วารสาร ห้องน้ำ ฯลฯ ($\bar{x} = 3.44$)

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.45$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการให้บริการมีความเหมาะสม

กับการให้บริการ ($\bar{x} = 3.47$) รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความพอใจต่อการกู้ยืมเงิน ($\bar{x} = 3.45$)
รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีความพอใจต่อการฝากเงิน ($\bar{x} = 3.44$)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$) สำหรับ
ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สามารถไปใช้บริการผ่าน
ธนาคารกรุงเทพสาขาอื่นได้ ($\bar{x} = 4.07$) รองลงมา การเดินทางไปธนาคารมีความสะดวก ($\bar{x} = 4.00$)
รองลงมา เครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติมีเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 3.92$)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.20$)
สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อ เช่น
โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ($\bar{x} = 3.68$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ใน
ระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานให้คำแนะนำขณะเดินเข้ามาใช้บริการภายในธนาคาร ($\bar{x} = 3.35$)
รองลงมา มีพนักงานออกไปให้คำแนะนำบริการของธนาคารที่บ้านหรือที่ทำงาน ($\bar{x} = 3.27$)
รองลงมา มีการแจ้งข่าวสารบริการใหม่ ๆ ของธนาคารผ่านทางจดหมายหรือโทรศัพท์ ($\bar{x} = 3.09$)

ปัจจัยด้านบุคคล

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้า
มีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย ($\bar{x} = 4.23$)
รองลงมา พนักงานมีอัธยาศัยดีและพูดจาสุภาพ ($\bar{x} = 4.11$) รองลงมา พนักงานมีความกระตือรือร้น
ในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.98$)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการให้บริการของ
ธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก
($\bar{x} = 3.86$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ธนาคารตั้งอยู่
ในจุดที่สังเกตเห็นและค้นหาได้ง่าย ($\bar{x} = 4.05$) รองลงมา การจัดสภาพแวดล้อมภายในธนาคารมีความ
สะอาดสวยงามเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.89$) รองลงมา อุปกรณ์การให้บริการมีความทันสมัย ($\bar{x} = 3.85$)

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ มีมาตรฐาน และขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวก ไม่ซับซ้อน ($\bar{x} = 4.00$) รองลงมา มีช่องทางการทำธุรกรรมที่หลากหลาย เช่น ตู้ฝากและถอนเงินอัตโนมัติ ตู้บันทึกรายการสมุดคู่ฝาก ฯลฯ อยู่ในบริเวณธนาคาร ($\bar{x} = 3.97$) รองลงมา การจัดลำดับคิวเพื่อเข้ารับบริการมีความสะดวกเหมาะสม ($\bar{x} = 3.80$)

3.2 ลูกค้าผู้บริโภค

ผลการศึกษาในภาพรวม พบว่า ลูกค้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.70$) อย่างไรก็ตามมีปัจจัยที่ลูกค้าธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยราคา ($\bar{x} = 3.28$) และปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.05$) โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติม ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของธนาคาร ($\bar{x} = 4.18$) รองลงมา ระบบการดูแลเงินฝากและสินทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.17$) รองลงมา การให้บริการมีความหลากหลายครอบคลุมกับความต้องการ ($\bar{x} = 3.98$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น จุดบริการน้ำดื่ม จุดบริการหนังสือพิมพ์ วารสาร ห้องน้ำ ฯลฯ ($\bar{x} = 3.35$)

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการให้บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ ($\bar{x} = 3.34$) รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความจูงใจต่อการกู้ยืมเงิน ($\bar{x} = 3.28$) รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีความจูงใจต่อการฝากเงิน ($\bar{x} = 3.23$)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$)

สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สามารถไปใช้บริการผ่านธนาคารกรุงเทพสาขาอื่นได้ ($\bar{x} = 4.14$) รองลงมา เครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติมีเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 3.93$) รองลงมา การเดินทางไปธนาคารมีความสะดวก ($\bar{x} = 3.89$)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภครที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ($\bar{x} = 3.71$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานให้คำแนะนำขณะเดินเข้ามาใช้บริการภายในธนาคาร ($\bar{x} = 3.14$) รองลงมา มีพนักงานออกไปให้คำแนะนำบริการของธนาคารที่บ้านหรือที่ทำงาน ($\bar{x} = 3.12$) รองลงมา มีการแจ้งข่าวสารบริการใหม่ ๆ ของธนาคารผ่านทางจดหมายหรือโทรศัพท์ ($\bar{x} = 2.96$)

ปัจจัยด้านบุคคล

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภครที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย ($\bar{x} = 4.23$) รองลงมา พนักงานมีอัธยาศัยดีและพูดจาสุภาพ ($\bar{x} = 4.06$) รองลงมา พนักงานมีความรู้และความชำนาญในงานที่ให้บริการ ($\bar{x} = 4.05$)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภครที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ธนาคารตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตและค้นหาได้ง่าย ($\bar{x} = 3.97$) รองลงมา ลักษณะอาคารของธนาคารมีความปลอดภัย เช่น มีช่องทางหนีไฟหรือทางออกฉุกเฉิน ไม่มีร่องรอยการแตกร้าว ฯลฯ ($\bar{x} = 3.84$) รองลงมา การจัดสภาพแวดล้อมภายในธนาคารมีความสะอาดสวยงามเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.76$)

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภครที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.80$) สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการมีความถูกต้องแม่นยำ มีมาตรฐาน ($\bar{x} = 3.99$) รองลงมา ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวก ไม่ซับซ้อน ($\bar{x} = 3.92$)

รองลงมา มีช่องทางการทำธุรกรรมที่หลากหลาย เช่น ตู้ฝากและถอนเงินอัตโนมัติ ตู้บันทึกรายการสมุดคู่ฝาก ฯลฯ อยู่ในบริเวณธนาคาร ($\bar{x} = 3.89$)

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้ศึกษาได้สรุปการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารกับความแตกต่างของความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารของลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภค ดังนี้

ตารางที่ 59 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	ลูกค้าธุรกิจ	ลูกค้าผู้บริโภค
1. เพศ	×	×
2. อายุ	×	×
3. ระดับการศึกษา	×	×
4. รายได้	×	×
5. สถานภาพสมรส	✓	×
6. อาชีพ	×	×
7. ตำแหน่งหน้าที่	×	×
8. ประเภทธุรกิจขององค์กร	×	×
9. ขนาดขององค์กร	×	×
10. ความถี่ในการใช้บริการ	×	×
11. ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	×	×
12. วันที่มาใช้บริการ	×	×
13. ประเภทของบริการที่มาใช้บริการ	×	×

✓ เป็นไปตามสมมติฐาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

× ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผล

ผู้ศึกษาได้อภิปรายผลซึ่งได้มาจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีตัวแปรสถานภาพสมรสของลูกค้าธุรกิจเพียงตัวแปรเดียวที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร ซึ่งผู้ศึกษาจะได้แบ่งการอภิปรายผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งตัวแปรที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร ส่วนที่สองตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร และส่วนที่สามระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด

1. ตัวแปรที่ส่งต่อผลระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร สถานภาพสมรสของลูกค้าธุรกิจ

ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าธุรกิจที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยลูกค้าธุรกิจที่มีสถานภาพสมรสโสดมีระดับความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าธุรกิจที่มีสถานภาพสมรสและอื่น ๆ โดยเฉลี่ย 0.2219 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการกับธนาคารซึ่งมีปริมาณมากในวันจันทร์ จึงส่งผลให้บริการของธนาคารประสบกับความล่าช้าไม่สามารถตอบสนองได้ทันกับความต้องการของลูกค้าได้ทุกคน ทั้งนี้ลูกค้าธุรกิจที่มีสถานภาพสมรสจะมีภาระทางด้านการครอบครัวมากกว่าลูกค้าธุรกิจที่มีสถานภาพโสด จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การให้บริการที่ต้องใช้ระยะเวลามากในวันจันทร์จะส่งผลให้ลูกค้าธุรกิจที่มีสถานภาพสมรสแล้วมีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าลูกค้าธุรกิจที่มีสถานภาพโสด ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอเนก สุภธนาเศรษฐ์ (2548) ที่ได้ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้านครหลวงไทยจำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการฝาก - ถอนเงินธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ที่มีเพศ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจการใช้บริการฝาก - ถอนเงินไม่แตกต่างกัน

2. ตัวแปรที่ไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคาร

ผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร ทั้งนี้ผู้ศึกษาเห็นว่า การที่ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของธนาคารไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร อาจเนื่องมาจากการให้บริการของธนาคารมีคุณภาพและมีมาตรฐานที่ดี ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างบุคคล ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นลูกค้าธุรกิจหรือลูกค้าผู้บริโภค ทั้งนี้ธนาคารควรหาแนวทางเพื่อส่งเสริมและรักษามาตรฐานการให้บริการที่ดีไว้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยเฉพาะพนักงานผู้ให้บริการซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการให้บริการแก่ลูกค้า อีกทั้งยังเป็นตัวแปรสำคัญในการ

ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ จากผลการศึกษาดังกล่าวไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของโสภาวรณทองเอม (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อฝ่ายพิธีการสินเชื่อนานาชาติกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ซึ่งผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายพิธีการสินเชื่อของผู้ใช้บริการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่าผู้บริการที่มีอายุ อาชีพ และรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกัน

3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลเป็นปัจจัยที่ลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อการให้บริการของธนาคารไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของอนเนก สุภธนาเศรษฐ์ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการฝาก-ถอนเงินของลูกค้าธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นปัจจัยด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านการสำรับและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการซึ่งลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภาวรณทองเอม (2549) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อฝ่ายพิธีการสินเชื่อนานาชาติกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 355 คน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ และด้านขั้นตอนในการให้บริการอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน สำหรับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งลูกค้าทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสา กิตยากุล (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ฝ่ายสินเชื่อบุคคลทั่วไป ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อมีความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของธนาคารและการให้บริการสินเชื่อของธนาคารอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ข้อค้นพบ

ผู้ศึกษาได้ข้อค้นพบจากผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยแยกข้อค้นพบออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่หนึ่งข้อค้นพบจากพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร และประเด็นที่สองข้อค้นพบจากความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร

1. ข้อค้นพบจากพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร

1.1 ลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมุ่งมีความถี่ในการใช้บริการธนาคารเท่ากันในช่วงเวลาทุกวันและเดือนละ 1 ครั้ง และมีการใช้บริการธุรกรรมประจำวันหน้าเคาน์เตอร์มากที่สุด ทั้งนี้เมื่อศึกษาเพิ่มเติม พบว่า ตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์กัน โดยมีเพียงธุรกรรมประจำวันที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการของลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภค

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคารทุกวันจะมีการติดต่อทำธุรกรรมหน้าเคาน์เตอร์กับธนาคาร ทั้งนี้ธนาคารจึงควรให้ความสำคัญกับวิธีการหรือกลไกหน้าเคาน์เตอร์ในการให้บริการที่ตรงตามความต้องการหรือเหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า อีกทั้งหาวิธีการหรือกลไกที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภครวมทั้งมาใช้บริการธนาคารทุกวัน เพื่อสร้างความภักดีและการกล่าวถึงในทางที่ดีต่อธนาคาร

1.2 ลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมุ่งพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารเหมือนกัน 2 ประเด็น ได้แก่ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการธนาคาร พบว่า อยู่ในช่วงเวลา 08.30 - 11.00 น. และวันที่มาใช้บริการธนาคารส่วนใหญ่ พบว่า เป็นวันจันทร์

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าธนาคารมีภาระงานที่ต้องให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารเป็นจำนวนมากในวันจันทร์ ช่วงเวลา 08.30 - 11.00 น. ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอตั้งข้อสังเกตว่าเนื่องจากวันและช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงเริ่มต้นสัปดาห์ ซึ่งลูกค้าไม่ได้ดำเนินธุรกรรมในวันหยุด จึงทำให้ปริมาณการให้บริการธนาคารของลูกค้าในช่วงวันและเวลาดังกล่าวมีจำนวนมากกว่าวันปกติ ทั้งนี้ธนาคารควรให้ความสำคัญกับกระบวนการการให้บริการในช่วงวันและเวลาดังกล่าวมากเป็นพิเศษ โดยอาจกำหนดกระบวนการพิเศษเฉพาะวันและเวลาดังกล่าวเพื่อช่วยลดความไม่พึงพอใจของลูกค้าที่ต้องใช้ระยะเวลาเพื่อมาใช้บริการมากกว่าช่วงเวลาอื่นตามปกติ

2. ข้อค้นพบจากความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร

ลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยรายด้านที่ลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปาน

กลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะได้นำเสนอข้อค้นพบ
จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม อยู่ในระดับมาก
สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระบบการดูแลเงินฝาก
และสินทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ รองลงมา ความมีชื่อเสียงของธนาคาร รองลงมา ระบบการ
ให้บริการธุรกรรมหน้าเคาน์เตอร์ สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปาน
กลาง ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอต่อความต้องการ เช่น จุดบริการน้ำดื่ม จุดบริการ
หนังสือพิมพ์ วารสาร ห้องน้ำ ฯลฯ

ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับมาก
สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของ
ธนาคาร รองลงมา ระบบการดูแลเงินฝากและสินทรัพย์มีความน่าเชื่อถือ รองลงมา การให้บริการ
มีความหลากหลายครอบคลุมกับความต้องการ

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจ
เหมือนกันในด้านความมีชื่อเสียงและระบบการดูแลเงินฝากที่น่าเชื่อถืออาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วย
ให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการจากธนาคาร จากข้อได้เปรียบของธนาคารกรุงเทพที่ก่อตั้งมานาน ทำให้
มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้า ธนาคารจึงควรหากลไกหรือแนวทางเพื่อรักษาชื่อเสียง
และระบบการดูแลรักษาเงินฝากที่น่าเชื่อถือให้คงอยู่อย่างยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอตั้งข้อสังเกต
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในธนาคาร ซึ่งลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ทั้งนี้ผู้ศึกษาเห็นว่าธนาคารควรให้ความสำคัญกับการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อช่วยผ่อนคลาย
ในขณะที่ลูกค้ามาใช้บริการ เพราะลูกค้าแต่ละคนที่เข้ามาทำธุรกรรมกับธนาคารจะใช้ระยะเวลา ใน
การรอคิวเป็นเวลานาน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความตึงเครียด ดังนั้นการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกจึง
เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นที่ธนาคารควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

ปัจจัยด้านราคา

ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับ
ปานกลาง สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่
ค่าธรรมเนียมการให้บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ รองลงมาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความ
จูงใจต่อการกู้ยืมเงิน รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีความจูงใจต่อการฝากเงิน

ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับ
ปานกลาง สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่

ค่าธรรมเนียมการให้บริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการ รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีความ
 จูงใจต่อการกู้ยืมเงิน รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีความจูงใจต่อการฝากเงิน

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจ
 เหมือนกันในด้านค่าธรรมเนียมการให้บริการ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ทั้งนี้
 อาจเป็นเพราะลูกค้ามีการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการที่ได้รับ (Service Value) กับ
 ค่าธรรมเนียมหรือดอกเบี้ย (Price) ที่ธนาคารเรียกเก็บหรือให้แก่ลูกค้า มีความไม่สมดุลกัน โดยอาจ
 เป็นได้ว่ามุมมองของลูกค้าที่มีต่อค่าธรรมเนียมหรือดอกเบี้ยไม่เหมาะสมกับบริการที่ได้รับจาก
 ธนาคาร ทั้งนี้ผู้ศึกษาเห็นว่า การกำหนดค่าธรรมเนียมหรือดอกเบี้ยถือเป็นนโยบายและเป็นมาตรฐาน
 ที่มาจากธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ การเปลี่ยนแปลงอัตราค่าธรรมเนียมหรือดอกเบี้ยดังกล่าว
 จึงเป็นสิ่งที่กระทำได้ลำบาก แต่ทั้งนี้ธนาคารอาจหาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าของบริการที่มีการ
 เรียกเก็บค่าธรรมเนียม เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเกิดความรู้สึกคุ้มค่าระหว่างค่าธรรมเนียมกับ
 บริการที่ได้รับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับมาก
 สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถไปใช้บริการ
 ผ่านธนาคารกรุงเทพสาขาอื่นได้ รองลงมา การเดินทางไปธนาคารมีความสะดวก รองลงมา เครื่อง
 ถอนเงินสดอัตโนมัติมีเพียงพอต่อการให้บริการ

ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับ
 มาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถไปใช้
 บริการผ่านธนาคารกรุงเทพสาขาอื่นได้ รองลงมา เครื่องถอนเงินสดอัตโนมัติ มีเพียงพอต่อการ
 ให้บริการ รองลงมา การเดินทางไปธนาคารมีความสะดวก

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจ
 เหมือนกันในด้านการใช้บริการผ่านธนาคารกรุงเทพสาขาอื่นได้ เป็นการช่วยอำนวยความสะดวก
 ให้แก่ลูกค้าในการทำธุรกรรม ซึ่งเป็นผลมาจากการวางระบบเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพของธนาคาร
 รวมถึงการเลือกทำเลที่ตั้งของธนาคารที่อยู่ในจุดสังเกตและค้นหาได้ง่าย สองสิ่งนี้ถือเป็นอีกปัจจัย
 ที่อาจช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจมาใช้บริการของธนาคาร ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอตั้งข้อสังเกต เรื่อง เครื่องฝากเงินสด
 เครื่องปรับยอดบัญชีเงินฝากที่ยังมีความพึงพอใจไม่สูงมากนัก ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าเครื่องดังกล่าวมี
 จำนวนไม่เพียงพอกับความต้องการ ดังนั้นถ้าธนาคารสามารถจัดหาเครื่องดังกล่าวได้เพียงพอและ
 เหมาะสมต่อการให้บริการก็จะสามารถช่วยลดการติดขัดของลูกค้ากับหน้าเคาน์เตอร์ให้บริการได้
 ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการให้บริการของธนาคารที่จะมีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางสำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานให้คำแนะนำขณะเดินเข้ามาใช้บริการภายในธนาคาร รองลงมา มีพนักงานออกไปให้คำแนะนำบริการของธนาคารที่บ้านหรือที่ทำงาน รองลงมา มีการแจ้งข่าวสารบริการใหม่ ๆ ของธนาคารผ่านทางจดหมายหรือโทรศัพท์

ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจของที่มีต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานให้คำแนะนำขณะเดินเข้ามาใช้บริการภายในธนาคาร รองลงมา มีพนักงานออกไปให้คำแนะนำบริการของธนาคารที่บ้านหรือที่ทำงาน รองลงมา มีการแจ้งข่าวสารบริการใหม่ ๆ ของธนาคารผ่านทางจดหมายหรือโทรศัพท์

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจเหมือนกันในด้านมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่ในระดับมากเพียงด้านเดียว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธนาคารยังไม่ให้ความสำคัญกับกลไกการส่งเสริมการตลาดเท่าที่ควร ทั้งที่กลไกดังกล่าวเป็นการสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าและบริการที่ทางธนาคารมีให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ผู้ศึกษาเห็นว่าถึงแม้ธนาคารจะมีชื่อเสียงและมีระบบรับฝากเงินที่น่าเชื่อถือ แต่ธนาคารจะไม่สามารถขยายธุรกิจที่ธนาคารมีอยู่อย่างมากมายได้ เพราะ การขาดกลไกหรือกระบวนการการสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้า จึงอาจทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคารอื่นได้ต่อไปในอนาคต

ปัจจัยด้านบุคคล

ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย รองลงมา พนักงานมีอัธยาศัยดีและพูดจาสุภาพ รองลงมา พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ

ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย รองลงมา พนักงานมีอัธยาศัยดีและพูดจาสุภาพ รองลงมา พนักงานมีความรู้และความชำนาญในงานที่ให้บริการ

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจเหมือนกันในด้านพนักงานแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย และพนักงานมีอัธยาศัยดีและพูดจาสุภาพ แสดงให้เห็นว่าธนาคารให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกระบวนการสรรหา การฝึกอบรม และการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งนี้การที่ธนาคารกำหนดแบบฟอร์มการแต่งกายของพนักงานให้มีรูปแบบเดียวกันได้ช่วยสร้างความ เป็นระเบียบเรียบร้อยและความพร้อมในการให้บริการ นอกจากนี้ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานยังได้ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและบรรยากาศที่ดีในการให้บริการเพิ่มมากขึ้น

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ธนาคารตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตและค้นหาได้ง่าย รองลงมา การจัดสภาพแวดล้อมภายในธนาคารมีความสะอาดสวยงามเป็นระเบียบ รองลงมา อุปกรณ์การให้บริการมีความทันสมัย

ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ธนาคารตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตและค้นหาได้ง่าย รองลงมา ลักษณะอาคารของธนาคารมีความปลอดภัย เช่น มีช่องทางหนีไฟหรือทางออกฉุกเฉิน ไม่มีร่องรอยการแตกร้าว ฯลฯ รองลงมา การจัดสภาพแวดล้อมภายในธนาคารมีความสะอาดสวยงามเป็นระเบียบ

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจเหมือนกันในด้านธนาคารตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตและค้นหาได้ง่าย ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่สำคัญ นอกจากนี้การจัดสภาพแวดล้อมที่เป็นระเบียบ รวมถึงการจัดพื้นที่การให้บริการที่เพียงพอต่อความต้องการก็ถือเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารและการให้บริการได้อย่างชัดเจน

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ลูกค้าธุรกิจมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ มีมาตรฐาน และขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกไม่ซับซ้อน รองลงมา มีช่องทางการทำธุรกรรมที่หลากหลาย เช่น ตู้ฝากและถอนเงินอัตโนมัติ ตู้บันทึกรายการสมุดคู่ฝาก ฯลฯ อยู่ในบริเวณธนาคาร รองลงมา การจัดลำดับคิวเพื่อเข้ารับบริการมีความสะดวกเหมาะสม

ลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการ

มีความถูกต้อง แม่นยำ มีมาตรฐาน รองลงมา ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกไม่ซับซ้อน รองลงมา มีช่องทางการทำธุรกรรมที่หลากหลาย เช่น ตู้ฝากและถอนเงินอัตโนมัติ ตู้บันทึก รายการสมุดคู่ฝาก ฯลฯ อยู่ในบริเวณธนาคาร

จากข้อค้นพบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมีความพึงพอใจ เหมือนกันในด้านขั้นตอนการให้บริการมีความถูกต้อง แม่นยำ มีมาตรฐาน การให้บริการมีความ สะดวก ไม่ซับซ้อน และช่องทางการทำธุรกรรมที่หลากหลาย เช่น ตู้ฝากและถอนเงินอัตโนมัติ ตู้บันทึก รายการสมุดคู่ฝาก ฯลฯ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธนาคารมีการทำงานที่เป็นระบบ สอดคล้องไป ในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะระบบหรือขั้นตอนการทำธุรกรรมหน้าเคาน์เตอร์ ซึ่งเป็นบริการหลัก ของธนาคาร จึงช่วยให้ธนาคารมีการให้บริการที่รวดเร็วและสามารถตอบสนองต่อความต้องการ ของลูกค้าได้ในระดับหนึ่ง ทั้งนี้ผู้ศึกษาขอตั้งข้อสังเกต เรื่อง วิธีการรับฟังความคิดเห็นและ ข้อร้องเรียนของผู้รับบริการ โดยผ่านการซักถามต่อหน้า การซักถามทางโทรศัพท์ ก่อให้เกิดรับฟัง ความคิดเห็นและข้อร้องเรียน เป็นต้น ซึ่งลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับไม่สูงมากนัก จากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าธนาคารยังขาดกลไกการเรียนรู้และปรับปรุงกระบวนการ ทำงาน โดยเฉพาะการนำข้อมูลป้อนกลับจากลูกค้ามาใช้ในการวางแผนการปรับปรุงการดำเนินงาน ของธนาคาร ทั้งนี้การขาดกระบวนการดังกล่าวอาจทำให้การปรับปรุงและพัฒนาของธนาคารไม่ สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ในการให้ข้อเสนอแนะ ผู้ศึกษาได้แบ่งการให้ข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์

ผู้ศึกษาขอให้ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ โดยแบ่งข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่หนึ่งข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์จากพฤติกรรมที่มาใช้บริการธนาคาร และประเด็นที่สองข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์จากความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์จากพฤติกรรมที่มาใช้บริการธนาคาร

จากผลการศึกษาพฤติกรรมที่มาใช้บริการธนาคารของลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภค พบว่า มีประเด็นพฤติกรรมที่มาใช้บริการธนาคารเหมือนกัน 2 ประเด็น ได้แก่ ช่วงเวลาส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการธนาคาร พบว่า อยู่ในช่วงเวลา 08.30 - 11.00 น. และวันที่มาใช้บริการธนาคารส่วนใหญ่ พบว่า เป็นวันจันทร์

ทั้งนี้ธนาคารควรเพิ่มช่องทางการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ครบทุกช่องทางการให้บริการในช่วงวันและเวลาดังกล่าว อีกทั้งเพิ่มพนักงานผู้ให้บริการที่มีประสบการณ์ เช่น พนักงานระดับอาวุโสมาให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ เนื่องจากพนักงานระดับอาวุโสจะมีความสามารถและความชำนาญในการให้บริการและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้รวดเร็วกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์น้อย ซึ่งจะเป็นการลดระยะเวลาการให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์จากจากความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร

จากผลการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม เนื่องจากลูกค้าธุรกิจและลูกค้าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจใกล้เคียงกัน ดังนั้นผู้ศึกษาจะได้ให้ข้อเสนอแนะโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ธนาคารควรจัดบริการอื่นเพื่อช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่ต้องใช้ระยะเวลาในการรอคิวเพื่อทำธุรกรรมกับธนาคาร เพิ่มความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น การเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น จุดบริการหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ที่ควรมีกระจายหลายจุดแทนการมีจุดเดียว หรือการเพิ่มจุดบริการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น นอกจากนี้ธนาคารควรมีการจัดเตรียมธนบัตรที่มีความใหม่ ไม่ขาดง่าย มาให้บริการแก่ลูกค้า

ปัจจัยด้านราคา

ถึงแม้การกำหนดค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ยจะเป็นระเบียบที่ถูกกำหนดโดยธนาคารกรุงเทพ สาขาใหญ่ แต่ธนาคารควรวางแนวทางในการเพิ่มมูลค่าการให้บริการที่มีความเหมาะสมกับค่าธรรมเนียมที่เรียกเก็บจากลูกค้า โดยธนาคารอาจมอบคูปองส่วนลดร้านค้าที่มีความสัมพันธ์กับธนาคารในกรณีที่การให้บริการมีค่าธรรมเนียมสูง เช่น ค่าธรรมเนียมในการขอบัญชีย้อนหลัง หรือธนาคารอาจจัดให้มีคูปองชิงโชครางวัลสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการที่มีค่าธรรมเนียม ซึ่งแนวทางดังกล่าวข้างต้นถือเป็นอีกหนึ่งวิธีในการเพิ่มมูลค่าให้แก่การให้บริการ โดยที่ธนาคารไม่ต้องปรับเปลี่ยนค่าธรรมเนียมให้มีมูลค่าลดลง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ธนาคารควรเพิ่มปริมาณเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ เครื่องปรับยอดบัญชีเงินฝาก เนื่องจากในปัจจุบันจำนวนเครื่องฝากเงินสดอัตโนมัติ เครื่องปรับยอดบัญชีเงินฝากมีไม่เพียงพอต่อการให้บริการของลูกค้า ทั้งนี้การเพิ่มเครื่องดังกล่าวจะช่วยให้ธนาคารสามารถลดปริมาณการติดต่อเคาน์เตอร์ของลูกค้าลงได้ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการให้บริการของธนาคารมีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ธนาคารควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์บริการของธนาคารให้มากขึ้นกว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ เนื่องจากในพื้นที่ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม เป็นแหล่งธุรกิจที่มีบริษัทและห้างร้านอยู่เป็นจำนวนมาก ดังนั้นถ้าธนาคารไม่ให้ความสำคัญกับกลไกการประชาสัมพันธ์ ก็อาจส่งผลให้ธนาคารสูญเสียโอกาสการได้ลูกค้าเพิ่มเติมหรือแม้แต่กระทั่งเสียลูกค้าให้แก่คู่แข่ง ทั้งนี้ในการประชาสัมพันธ์อาจทำได้โดยการส่งพนักงานเข้าไปนำเสนอบริการทางธุรกิจให้แก่บริษัท ห้างร้าน ถึงที่สำนักงาน หรืออาจส่งแผ่น โฆษณาไปยังบ้าน บริษัท และห้างร้าน เพื่อสร้างการรับรู้บริการของธนาคาร

ปัจจัยด้านบุคคล

ธนาคารควรมีการปรับปรุงกลไกการฝึกอบรมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคารให้แก่พนักงาน โดยมีการวัดผลความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคารเป็นประจำทุกเดือน ทั้งนี้ควรเชื่อมโยงกลไกการวัดผลความรู้ดังกล่าวกับการประเมินพนักงานเพื่อเป็นการกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้น ใฝ่หาความรู้ ทั้งนี้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคารถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับพนักงาน เนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าเมื่อมาใช้บริการกับธนาคาร

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ธนาคารควรมีการบำรุงรักษาอาคาร พื้นที และสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกธนาคารให้คงความสวยงามและเป็นระเบียบเรียบร้อยอย่างเช่นในปัจจุบัน เนื่องด้วยลักษณะอาคารพื้นที่ และสภาพแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่สะท้อนภาพลักษณ์การให้บริการที่ดี ทั้งนี้ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเกิดอาชญากรรมขึ้นในธนาคาร เช่น การซ่อมหนีเพลิงไหม้ หรือการซ่อมเมื่อเกิดเหตุโจรปล้นธนาคาร

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ธนาคารควรใช้ระบบบัตรคิวอัตโนมัติแทนการยืนรอตีวอย่างเช่นในปัจจุบัน โดยธนาคารอาจไปศึกษาดูงานของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เช่น การไฟฟ้านครหลวง องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย โดยธนาคารควรมีการปรับพื้นที่การให้บริการโดยอาจเพิ่มพื้นที่นั่งรอของลูกค้ามากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจำแนกตามการให้บริการของแต่ละแผนกธนาคาร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าของธนาคารกรุงเทพที่ต่างสาขากัน เพื่อนำผลการศึกษาดังกล่าวมาใช้เรียนรู้ร่วมกันระหว่างธนาคารกรุงเทพที่ต่างสาขา

2.3 ควรมีการศึกษาความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของธนาคาร เพื่อให้ธนาคารรับทราบข้อมูลที่สามารถนำไปใช้วางแผนการให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

2.4 ควรเพิ่มตัวแปรเรื่องแหล่งข้อมูลการได้รับข่าวสารการให้บริการของธนาคารของลูกค้า

2.5 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าให้ครอบคลุม 6W + 1H เพื่อสามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางมากขึ้น