

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาคความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคความพึงพอใจและศึกษาปัญหาที่พบของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ประชากรที่ศึกษาแบ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางที่มียอดขายต่อปีของกิจการตั้งแต่ 50 - 400 ล้านบาท จำนวน 50 ราย และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่มียอดขายต่อปีของกิจการต่ำกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 39 ราย รวมจำนวน 89 ราย สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 89 ราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.2 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี มากที่สุด ร้อยละ 46.1 ส่วนใหญ่การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 73.0 ลักษณะการก่อตั้งธุรกิจแบบบริษัทจำกัด ร้อยละ 73.0 ประกอบธุรกิจขายส่ง ขายปลีก มากที่สุด ร้อยละ 38.2 ยอดขายต่อปีของกิจการต่ำกว่า 50 ล้านบาท มากที่สุด ร้อยละ 43.0 ระยะเวลาที่ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 76.4 จำนวนครั้งที่ทำรายการประมาณ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด ร้อยละ 30.3

บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ คือ บริการสอบถามข้อมูลบัญชีระหว่างวัน ร้อยละ 94.4 สถานที่ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ที่ทำงาน ร้อยละ 78.7 สาเหตุส่วนใหญ่ที่ใช้บริการ คือ ความสะดวก ร้อยละ 81.0

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.90)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer) (ค่าเฉลี่ย 4.56)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ บริการสอบถามข้อมูลบัญชีระหว่างวัน และรายงานข้อมูลทางด้านบัญชี (Statement Report) (ค่าเฉลี่ย 4.42 เท่ากัน) รายงานด้านชำระเงิน (Payment Report) (ค่าเฉลี่ย 4.38) บริการสอบถามข้อมูลบัญชีย้อนหลัง (ค่าเฉลี่ย 4.37) บริการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม (Third Party Funds Transfer) (ค่าเฉลี่ย 4.25) ความทันสมัยของบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.99) ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.98) รายงานการรับชำระเงิน (Collection Report) (ค่าเฉลี่ย 3.97) ความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.96) บริการสอบถามข้อมูลบัญชีเงินฝากประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.90) บริการเข้าบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Credit) (ค่าเฉลี่ย 3.63) และประเภทบริการมีครอบคลุมความต้องการในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.80)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.67)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.39) ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก (ค่าเฉลี่ย 4.38) ค่าธรรมเนียมเข้าบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (ค่าเฉลี่ย 3.66) และค่าธรรมเนียมการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม (ค่าเฉลี่ย 3.64)

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริการด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 4.12)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต) (ค่าเฉลี่ย 4.21) ความสะดวกในการใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความปลอดภัยของระบบ เช่น มั่นใจได้เวลาโอน (ค่าเฉลี่ย 4.08) และสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.28)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าธรรมเนียมรายการ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ด้านบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.49)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ พนักงานให้คำปรึกษาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.55) พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.28)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.49)

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน
จังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย
จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ อายุ ยอดขายต่อปีของกิจการ และระยะเวลาที่ใช้บริการบริหาร
การเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 62 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริการ
บริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ได้แก่ บริการโอนเงิน
ระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer) บริการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม (Third Party
Funds Transfer) บริการสอบถามข้อมูลบัญชีระหว่างวัน บริการสอบถามข้อมูลบัญชีย้อนหลัง
บริการสอบถามข้อมูลบัญชีย้อนหลัง รายงานด้านชำระเงิน (Payment Report) รายงานด้านข้อมูล
ทางบัญชี (Statement Report) และชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร โดยสรุปได้ดังตาราง ดังนี้

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความ พึงพอใจ
เพศ		
เพศชาย	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มากที่สุด
เพศหญิง	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มากที่สุด
อายุ		
อายุต่ำกว่า 30 ปี	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มากที่สุด
อายุ 30 - 40 ปี	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มากที่สุด
อายุ 41 - 50 ปี	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มากที่สุด
อายุมากกว่า 50 ปี	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มาก
	-บริการ โอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม (Third Party Funds Transfer)	มาก
	-บริการสอบถามข้อมูลบัญชีระหว่างวัน	มาก
	-รายงานด้านชำระเงิน (Payment Report)	มาก
	-ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร	มาก
ยอดขายต่อปีของกิจการ		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มาก
	-รายงานด้านข้อมูลทางบัญชี (Statement Report)	มาก
ตั้งแต่ 50 - 400 ล้านบาท	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มากที่สุด

ตารางที่ 62 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของบริการ
บริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความ พึงพอใจ
ระยะเวลาที่ใช้บริการ บริหารการเงินผ่าน ระบบอิเล็กทรอนิกส์		
น้อยกว่า 1 ปี	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มากที่สุด
1 ปีขึ้นไป	-บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer)	มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านราคาของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ได้แก่ ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท โดยสรุปได้ดังตาราง ดังนี้

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความพึงพอใจ
เพศ		
เพศชาย	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
เพศหญิง	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
อายุ		
อายุต่ำกว่า 30 ปี	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
อายุ 30 - 40 ปี	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
อายุ 41 - 50 ปี	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
อายุมากกว่า 50 ปี	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
	-ค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท	มาก
ยอดขายต่อปีของกิจการ		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
ตั้งแต่ 50 - 400 ล้านบาท	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
ระยะเวลาที่ใช้บริการ บริหารการเงินผ่าน ระบบอิเล็กทรอนิกส์		
น้อยกว่า 1 ปี	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด
1 ปีขึ้นไป	-ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มาก

ตารางที่ 64 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ได้แก่ สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต) ความปลอดภัยของระบบ เช่น มั่นใจได้เวลาโอน สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง และความสะดวกในการใช้บริการ โดยสรุปได้ดังตาราง ดังนี้

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความพึงพอใจ
เพศ		
เพศชาย	-สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต)	มาก
เพศหญิง	-สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต)	มาก
อายุ		
อายุต่ำกว่า 30 ปี	-สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต)	มาก
อายุ 30 - 40 ปี	-สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต)	มาก
	-ความปลอดภัยของระบบ เช่น มั่นใจได้เวลาโอน	มาก
อายุ 41 - 50 ปี	-สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต)	มาก
	-ความสะดวกในการใช้บริการ	มาก
อายุมากกว่า 50 ปี	-สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต)	มาก
	-ความสะดวกในการใช้บริการ	มาก
ยอดขายต่อปีของกิจการ		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	-สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต)	มาก
ตั้งแต่ 50 - 400 ล้านบาท	-ความสะดวกในการใช้บริการ	มาก
ระยะเวลาที่ใช้บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์		
น้อยกว่า 1 ปี	-สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต)	มาก
1 ปีขึ้นไป	-ความปลอดภัยของระบบ เช่น มั่นใจได้เวลาโอน	มาก

ตารางที่ 65 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
ของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ได้แก่ การจัดโปรโมชั่น
เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ
โดยสรุปได้ดังตาราง ดังนี้

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความ พึงพอใจ
เพศ		
เพศชาย	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก
เพศหญิง	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก
อายุ		
อายุต่ำกว่า 30 ปี	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก
อายุ 30 - 40 ปี	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก
อายุ 41 - 50 ปี	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก
อายุมากกว่า 50 ปี	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก
ยอดขายต่อปีของกิจการ		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก
ตั้งแต่ 50 - 400 ล้านบาท	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก

ตารางที่ 65 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
ของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความ พึงพอใจ
<u>ระยะเวลาที่ใช้บริการ บริหารการเงินผ่าน ระบบอิเล็กทรอนิกส์</u>		
น้อยกว่า 1 ปี	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก
1 ปีขึ้นไป	-การจัดโปรโมชั่น เช่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้น ค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าเครื่องอนุมัติรายการ	มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 66 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคลของบริการ
บริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้
คำปรึกษาที่ชัดเจน พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ โดยสรุปได้ดัง
ตาราง ดังนี้

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านบุคคลที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความ พึงพอใจ
เพศ		
เพศชาย	-พนักงานให้คำปรึกษาที่ชัดเจน	มาก
เพศหญิง	-พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	ปานกลาง
อายุ		
อายุต่ำกว่า 30 ปี	-พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	มาก
อายุ 30 - 40 ปี	-พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	มาก
อายุ 41 - 50 ปี	-พนักงานให้คำปรึกษาที่ชัดเจน	มาก
อายุมากกว่า 50 ปี	-พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	ปานกลาง
ยอดขายต่อปีของกิจการ		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	-พนักงานมีความรู้ความชำนาญ	มาก
ตั้งแต่ 50 - 400 ล้านบาท	-พนักงานให้คำปรึกษาที่ชัดเจน	มาก
ระยะเวลาที่ใช้บริการ บริหารการเงินผ่าน ระบบอิเล็กทรอนิกส์		
น้อยกว่า 1 ปี	-พนักงานให้คำปรึกษาที่ชัดเจน	มาก
	-พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	มาก
1 ปีขึ้นไป	-พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	ปานกลาง

ตารางที่ 67 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
ของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ได้แก่ ขั้นตอนการ
สอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว โดยสรุปได้ดังตาราง ดังนี้

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความ พึงพอใจ
เพศ		
เพศชาย	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	มาก
เพศหญิง	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	มาก
อายุ		
อายุต่ำกว่า 30 ปี	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	ปานกลาง
อายุ 30 - 40 ปี	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	ปานกลาง
อายุ 41 - 50 ปี	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	มาก
อายุมากกว่า 50 ปี	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	ปานกลาง
ยอดขายต่อปีของกิจการ		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	ปานกลาง
ตั้งแต่ 50 - 400 ล้านบาท	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	มาก

ตารางที่ 67 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ
ของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความ พึงพอใจ
ระยะเวลาที่ใช้บริการ บริหารการเงินผ่าน ระบบอิเล็กทรอนิกส์		
น้อยกว่า 1 ปี	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	มาก
1 ปีขึ้นไป	-ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและ รวดเร็ว	มาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 68 สรุปปัจจัยย่อยลำดับแรก และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก ได้แก่ ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล และรูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ โดยสรุปได้ดังตาราง ดังนี้

จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	ปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏที่มีความพึงพอใจลำดับแรก	ระดับความพึงพอใจ
เพศ		
เพศชาย	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
เพศหญิง	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
อายุ		
อายุต่ำกว่า 30 ปี	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
อายุ 30-40 ปี	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
อายุ 41-50 ปี	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
อายุมากกว่า 50 ปี	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
	-รูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์	มาก
ยอดขายต่อปีของกิจการ		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
ตั้งแต่ 50-400 ล้านบาท	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
ระยะเวลาที่ใช้บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์		
น้อยกว่า 1 ปี	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก
1 ปีขึ้นไป	-ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาพบว่าปัญหาที่พบต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในระดับปานกลางปรากฏผลดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ บริการใช้งานยาก เช่น เงื่อนไขการทำรายการโอนเงินแต่ละบริการ การอนุมัติรายการโอนเงินด้วยเครื่องอนุมัติรายการ (Secure Pass) (ค่าเฉลี่ย 2.89) ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การประชาสัมพันธ์ระบบรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.36) และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับโทรทัศน์ วิทยุ ไม่ทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 2.62) และด้านกระบวนการ คือ ขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไปด้วยความล่าช้า เช่น การติดต่อสมัครใช้บริการจนถึงการแจ้งเปิดระบบให้ใช้งานได้ (ค่าเฉลี่ย 3.02)

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) อภิปรายผลตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ และเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยเรื่องความง่ายในการใช้งานมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ขณะเดียวกันก็พบปัญหาในระดับปานกลางจึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจในการแก้ไขปรับปรุง

จากการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (2547) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตและปัญหาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลในระดับมาก จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ต่อบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ครั้งนี้พบว่า ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลในระดับมาก จากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า สามารถให้บริการด้านความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลได้ดีจึงเป็นที่พอใจของลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บรรีรักษ์

ทุงแจ้ (2548) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลอยู่ในระดับมาก

จากการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (2547) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องความง่ายในการใช้งานในระดับมาก จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องความง่ายในการใช้งานในระดับปานกลาง จากการศึกษาครั้งนี้แสดงว่า บริษัท ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงในเรื่องความง่ายในการใช้งานของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บรรีรักษ์ ทุงแจ้ (2548) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเรื่องความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมาก

2. ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

จากการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (2547) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าในระดับมาก จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าในระดับมากที่สุด จากการศึกษาครั้งนี้แสดงว่า การไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมแรกเข้าจากลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นลักษณะการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการลูกค้าแล้ว นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บรรีรักษ์ ทุงแจ้ (2548) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเรื่องไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้าอยู่ในระดับมาก

3. ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก

จากการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (2547) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงในระดับมาก จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่อง สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงในระดับมาก จากการศึกษาครั้งนี้แสดงว่า บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงซึ่งเหมาะสมแล้ว นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บรรีรักษ์ ทุงแจ้ (2548) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเรื่องสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงอยู่ในระดับมาก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยเรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์

เว็บไซต์ของธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุ และปัจจัยย่อยเรื่องการประชาสัมพันธ์ระบบรักษาความปลอดภัย มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ขณะเดียวกันก็พบปัญหาอยู่ในระดับปานกลางจึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจในการแก้ไขปรับปรุง

จากการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (2547) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ในระดับมาก จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้ายู่อประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุในระดับปานกลาง จากการศึกษาครั้งนี้แสดงว่า บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุให้ทั่วถึงมากขึ้น เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญระดับมาก นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บริรักษ์ พุ่งแจ้ง (2548) ที่พบว่า ลูกค้ายู่อประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุอยู่ในระดับมาก

5. ด้านบุคคล จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานอธิบายลำดับขั้นตอนการทำงานและเงื่อนไขต่างๆในเว็บไซต์อย่างชัดเจนจึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจในการแก้ไขปรับปรุง

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้ายู่อประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานให้คำปรึกษาที่ชัดเจนในระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บริรักษ์ พุ่งแจ้ง (2548) ที่พบว่า ลูกค้ายู่อประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความรู้ความชำนาญอยู่ในระดับมาก

6. ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง และปัญหาที่พบอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยเรื่องขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็วมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ขณะเดียวกันก็พบปัญหาในระดับปานกลางจึงเป็นประเด็นที่ควรให้ความสนใจในการแก้ไขปรับปรุง

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้ายู่อประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องขั้นตอนการสอบถามข้อมูลรายงานเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็วในระดับมาก แต่พบว่าความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไปด้วยความง่าย

และรวดเร็วได้ผลระดับปานกลาง นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บริษัท ทุ่งแจ้ง (2548) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเรื่องความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิก เว็บไซต์อยู่ในระดับมาก จากการศึกษาครั้งนี้แสดงว่า บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงด้านกระบวนการให้บริการเรื่องขั้นตอนสมัครใช้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้น

7. ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูลได้ผลในระดับมาก นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บริษัท ทุ่งแจ้ง (2548) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเรื่องความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูลในระดับมาก และจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเรื่องรูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ในระดับปานกลาง นอกจากนี้จากการศึกษาครั้งนี้ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกับ บริษัท ทุ่งแจ้ง (2548) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจเรื่องรูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก จากการศึกษาครั้งนี้แสดงว่า บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงเรื่องรูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ให้ดีขึ้น

ตารางที่ 69 สรุปการอภิปรายผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างผลที่ได้จากการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับ ความ พึงพอใจ	การเปรียบเทียบกับผลการศึกษาจาก วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
		ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (ระดับความสำคัญ)	บริษัท ทุ่งแจ้ง (ระดับความพึงพอใจ)
ด้านผลิตภัณฑ์			
ความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	มาก	มาก	มาก
ความง่ายในการใช้งาน	ปานกลาง	มาก	มาก
ด้านราคา			
ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	มากที่สุด	มาก	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย			
สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	มาก	มาก	มาก

ตารางที่ 69 สรุปการอภิปรายผลการศึกษเปรียบเทียบระหว่างผลที่ได้จากการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ	ระดับความพึงพอใจ	การเปรียบเทียบกับผลการศึกษจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
		ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (ระดับความสำคัญ)	บริษัท พุ่งแจ้ง (ระดับความพึงพอใจ)
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุ	ปานกลาง	มาก	มาก
การประชาสัมพันธ์บริการบริหารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นที่รู้จัก	ปานกลาง	-	-
ด้านบุคคล			
- พนักงานมีความน่าเชื่อถือ และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ	มาก	-	มาก
- พนักงานอธิบายลำดับขั้นตอนการทำงานและเงื่อนไขต่างๆ ในเว็บไซต์อย่างชัดเจน	ปานกลาง	-	ปานกลาง
ด้านกระบวนการ			
ขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	ปานกลาง	-	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ			
ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	มาก	-	มาก
รูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์	ปานกลาง	-	มาก

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ คือ บริการสอบถามข้อมูลบัญชีระหว่างวัน และบริการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer) และสาเหตุที่ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ ความสะดวก

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ใช้บริการพบปัญหาการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ บริการใช้งานยาก เช่น เงื่อนไขในการทำรายการ โอนเงินแต่ละบริการ การอนุมัติรายการ โอนเงินด้วยเครื่องอนุมัติ

รายการ (Secure Pass) ซึ่งความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

2. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจระดับมากในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

3. บริการชำระเงินส่วนใหญ่พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อบริการโอนเงินไปยังบัญชีปลายทางธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer) บริการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม (Third Party Funds Transfer) และบริการเข้าบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Credit) มากกว่าอัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินไปยังบัญชีต่างธนาคาร ได้แก่ บริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบเร่งด่วน (BAHTNET) และบริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบอัตโนมัติ (SMART Credit)

4. ในกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี พบว่า บริการชำระเงินประเภทที่มีเงื่อนไขในการทำรายการที่ซับซ้อน ได้แก่ บริการเข้าบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Credit) บริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบเร่งด่วน (BAHTNET) และบริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบอัตโนมัติ (SMART Credit) รวมถึงการเรียกดูรายงานการชำระเงิน การเข้าถึงข้อมูลและการใช้บริการที่มีเงื่อนไขซับซ้อนมีความยุ่งยากเกินไปสำหรับผู้ใช้งานกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นเพราะส่วนใหญ่กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 50 ปี เป็นระดับผู้บริหาร ที่มีพนักงานเตรียมข้อมูลเอกสาร เตรียมเช็คส่งจ่ายให้ทั้งหมด

ด้านราคา

1. ความพึงพอใจต่ออัตราค่าธรรมเนียมที่เป็นบริการโอนเงินไปยังบัญชีปลายทางธนาคารกสิกรไทย ได้แก่ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (Inter-account Funds Transfer) บริการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม (Third Party Funds Transfer) และบริการเข้าบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Credit) มากกว่าการโอนเงินไปยังบัญชีต่างธนาคาร ได้แก่ บริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบเร่งด่วน (BAHTNET) และบริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบอัตโนมัติ (SMART Credit)

2. อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า และอัตราค่าธรรมเนียมรายปีเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หากมีการต้องจ่ายอัตราค่าธรรมเนียมในปีถัดไปอาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในระดับที่ลดลงได้

ด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยรวมเป็นลำดับแรก เกิดจากความสะดวกที่เป็นสาเหตุส่วนใหญ่ในการเลือกใช้บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพราะสามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ (ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต) ไม่ต้องเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขา

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. การจัดโปรโมชั่น เรื่อง ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้า ยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในปีแรก ยกเว้นค่าธรรมเนียมธุรกรรมรายการ (Secure Pass) ผลที่ได้มีความสอดคล้องกับปัจจัยในด้านราคา โดยเฉพาะลูกค้าในกลุ่มที่ใช้บริการในช่วงปีแรกจะพึงพอใจเป็นอย่างมากเมื่อไม่เสียค่าใช้จ่าย
2. การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ของธนาคารยังไม่เพียงพอ และไม่ทั่วถึงแก่ลูกค้า ซึ่งพบว่า การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุ ความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยเฉพาะเพศชายที่มีความพึงพอใจในระดับน้อย และยังเป็นปัญหาที่พบอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

ด้านบุคคล

1. เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในเรื่องต่อปัจจัยพนักงานในระดับที่แตกต่างกัน ในประเด็นเรื่องพนักงานให้คำปรึกษาที่ชัดเจน และพนักงานมีความรู้ความชำนาญ โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง
2. กลุ่มที่ยอดขายต่อปีของกิจการต่ำกว่า 50 ล้านบาท และระยะเวลาในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับมากเมื่อมีพนักงานที่คอยให้คำปรึกษาทางการเงินให้คำอธิบายขั้นตอนการทำงานต่างๆ อย่างชัดเจน
3. กลุ่มที่อายุมากกว่า 50 ปี มีความคุ้นเคยกับการติดต่อกับระดับผู้จัดการสาขา หรือระดับผู้จัดการเขตซึ่งสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามานาน ให้คำปรึกษาและคอยแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ามีความคาดหวังว่าจะได้รับการนำเสนอบริการจากระดับผู้จัดการสาขาขึ้นไป
4. ปัจจัยที่ทำให้ความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเป็นผลจากพนักงานอธิบายลำดับขั้นตอนการทำงานและเงื่อนไขต่างๆ ในเว็บไซต์ ยังมีความบกพร่อง

ด้านกระบวนการให้บริการ

1. ด้านกระบวนการให้บริการพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความพึงพอใจอยู่ในลำดับสุดท้าย และปัญหาที่พบอยู่ในลำดับแรก แสดงให้เห็นความบกพร่องด้านกระบวนการของธนาคารและเป็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ต้องเร่งแก้ไขเป็นอันดับแรก

2. ขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไปด้วยความล่าช้า เช่น การติดต่อสมัครใช้บริการ จนถึงการแจ้งเปิดระบบให้ใช้งานได้ เป็นปัญหาหลักของกระบวนการให้บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องเร่งแก้ไข

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

ความพึงพอใจในเรื่องการจัดกลุ่มการเลือกใช้เมนูเข้าใจง่าย เช่น เมนูชำระเงิน เมนูข้อมูลทางด้านบัญชี เมนูรายงานเป็นปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพปัจจัยเดียวที่มีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าปัจจัยอื่นๆ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อการใช้บริการได้

ตารางที่ 70 สรุปปัจจัยย่อยในการศึกษาคำนี้เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย	ปัจจัยย่อย (แปลผล)	ปัจจัยที่มีความสำคัญ 10 ลำดับแรกของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (แปลผล)	ปัญหาที่พบ (แปลผล)
1. ด้านผลิตภัณฑ์	<ul style="list-style-type: none"> - ความง่ายในการใช้งาน (ปานกลาง) - ความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล (มาก) 	<ul style="list-style-type: none"> - ความง่ายในการใช้งาน (มาก) - ความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล (มาก) - บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ (มาก) - ความปลอดภัยในการทำรายการ (มาก) 	<ul style="list-style-type: none"> - บริการใช้งานยาก เช่น เงื่อนไขการทำรายการโอนเงิน แต่ละบริการ การอนุมัติรายการโอนเงินด้วยเครื่องอนุมัติรายการ (ปานกลาง)
2. ด้านราคา	<ul style="list-style-type: none"> - ค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างบัญชีบริษัท (มาก) - ค่าธรรมเนียมการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม (มาก) - ค่าธรรมเนียมเข้าบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (มาก) - ค่าธรรมเนียมโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบเร่งด่วน (ปานกลาง) - ค่าธรรมเนียม โอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารอัตโนมัติ (ปานกลาง) 	<ul style="list-style-type: none"> - อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละบริการ (มาก) 	

ตารางที่ 70 สรุปปัจจัยย่อยในการศึกษาคั้งนี้เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัย	ปัจจัยย่อย (แปลผล)	ปัจจัยที่มีความสำคัญ 10 ลำดับ แรกของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (แปลผล)	ปัญหาที่พบ (แปลผล)
2. ด้าน ราคา (ต่อ)		- อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า (มาก) - อัตราค่าธรรมเนียมรายปี (มาก) - อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้ บริการ เช่น ชำระค่าสินค้าและ การขอบัญชีย้อนหลัง ฯลฯ (มาก)	-
3. ด้าน การจัด จำหน่าย	-	-	-
4. ด้าน การ ส่งเสริม การตลาด	- การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของ ธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุ (ปานกลาง) - การประชาสัมพันธ์ระบบรักษา ความปลอดภัยมีเพียงพอ (ปานกลาง)	- การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับ สมาชิกใหม่ (มาก)	- การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ ของธนาคาร นิตยสาร แผ่น พับโทรทัศน์ วิทยุ ไม่ทั่วถึง (ปานกลาง) - การประชาสัมพันธ์ระบบ รักษาความปลอดภัยไม่ เพียงพอ (ปานกลาง)
5. ด้าน บุคคล	- พนักงานอธิบายลำดับขั้นตอน การทำงานและเงื่อนไขต่างๆ ใน เว็บไซต์อย่างชัดเจน (ปานกลาง)	-	-
6. ด้าน กระบวนการ ให้บริการ	- ขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไป ด้วยความง่ายและรวดเร็ว (ปานกลาง)	- มีความสะดวกในการสมัครใช้ บริการ (มาก)	- ขั้นตอนสมัครใช้บริการ เป็นไปด้วยความล่าช้า เช่น การติดต่อสมัครใช้บริการ จนถึงการแจ้งเปิดระบบให้ใช้ งานได้ (ปานกลาง)

ตารางที่ 70 สรุปปัจจัยย่อยในการศึกษาคั้งนี้เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัย	ปัจจัยย่อย (แปลผล)	ปัจจัยที่มีความสำคัญ 10 ลำดับ แรกของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (แปลผล)	ปัญหาที่พบ (แปลผล)
7. ด้าน ลักษณะ ทาง กายภาพที่ ปรากฏ	- การจัดกลุ่มการเลือกใช้เมนู เข้าใจง่าย เช่น เมนูชำระเงิน เมนู ข้อมูลทางด้านบัญชี เมนูรายงาน (ปานกลาง)		

ข้อเสนอแนะ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับปานกลางต่อปัจจัยย่อยเรื่อง บริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบเร่งด่วน (BAHTNET) บริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารอัตโนมัติ (SMART Credit) และความง่ายในการใช้งาน และปัญหาที่พบในระดับปานกลาง คือ บริการใช้งานยาก เช่น เงื่อนไขการทำรายการ โอนเงินแต่ละบริการ การอนุมัติรายการด้วยเครื่องอนุมัติรายการ (Secure Pass) จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เนื่องจากบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แต่เดิมออกแบบมาเพื่อตอบสนองลูกค้ากลุ่มบริษัทธุรกิจที่มีลักษณะการใช้งานที่ซับซ้อน ดังนั้น ธนาคารควรพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสมกับลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอาจจัดระดับความยากของบริการเป็นขั้นๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการในการใช้งานของลูกค้า และลดบริการที่ไม่มีความจำเป็นที่ทำให้การใช้งานยากออกไป

2. เนื่องจากบริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบเร่งด่วน (BAHTNET) และบริการโอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารอัตโนมัติ (SMART Credit) อยู่ภายใต้ระบบการดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งธนาคารพาณิชย์ไม่มีอำนาจในการดำเนินการเปลี่ยนแปลงบริการ หรือเงื่อนไขต่างๆ ดังนั้น ธนาคารจึงควรชี้แจงให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของการใช้บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ความสะดวก ความรวดเร็วของระบบ ประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขา ความปลอดภัยในการใช้บริการ ฯลฯ

3. ธนาคารควรพัฒนาในเรื่องบริการให้ใช้งานง่ายขึ้น ดังนี้

3.1 ธนาคารควรพัฒนาการอนุมัติรายการด้วยเครื่องอนุมัติรายการ (Secure Pass) ให้มีขั้นตอนที่ง่าย ปรับขั้นตอนบางอย่างให้เหมาะสม เช่น เมื่อเปิดเครื่องแล้วควรถูกให้ใส่รหัสผ่าน (Pin Code) ก่อนกดปุ่มอื่นๆ

3.2 ภาษาที่ใช้ในบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารควรแปลความหมายเมนูการใช้งานต่างๆ ในเมนูภาษาไทยให้ผู้ใช้งานเข้าใจง่ายขึ้น เช่น บริการเข้าบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ (Direct Credit)

3.3 ธนาคารควรพัฒนาเอกสารคู่มือการใช้งานในรูปแบบเอกสาร และคู่มือรูปแบบซีดี (CD) ให้ผู้ใช้งานสามารถอ่านเข้าใจง่าย และสามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง

2. ด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ค่าธรรมเนียมบริการ โอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารแบบเร่งด่วน (BAHTNET) บริการ โอนเงินเข้าบัญชีต่างธนาคารอัตโนมัติ (SMART Credit) จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

เนื่องจากทั้งสองบริการนี้อยู่ภายใต้ระบบการดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยที่ธนาคารพาณิชย์ไม่มีอำนาจในการดำเนินการปรับอัตราค่าธรรมเนียม ดังนั้น ธนาคารควรชี้แจงให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการช่วยลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ประหยัดค่าน้ำมัน และประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นต้น

3. ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก แต่ธนาคารก็ควรให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

ธนาคารควรปรับปรุงช่องทางการให้บริการในเรื่องช่วงเวลาในการทำรายการของเมนูการชำระเงินแต่ละบริการ โดยขยายระยะเวลาเพิ่มขึ้น เพื่อยืดช่วงเวลาที่ลูกค้าสามารถทำรายการธุรกรรมได้ยาวนานขึ้น ควรพัฒนาช่วงเวลาในการทำรายการบริการชำระเงิน เช่น เงื่อนไขระยะเวลาในการทำรายการประเภทการ โอนเงิน ไปยังบัญชีปลายทางที่เป็นบัญชีของธนาคารกสิกรไทยให้สามารถทำรายการได้จนถึง 20.00 น. ให้ระบบสามารถทำรายการได้เหมือนกับบางสาขาของธนาคารที่เปิดให้บริการจนถึง 20.00 น.

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ของธนาคาร นิตยสาร แผ่นพับ โทรทัศน์ วิทยุ การประชาสัมพันธ์บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (K-Cash Connect) ให้เป็นที่รู้จัก

และการประชาสัมพันธ์ระบบรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอ ขณะเดียวกันก็พบปัญหาระดับปานกลางเช่นกัน จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

4.1 การทำการตลาดภายนอก (External Marketing) เพื่อมุ่งสู่ลูกค้า ดังนี้

4.1.1 ธนาคารควรให้ความสำคัญในการทำโฆษณาบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านสื่อประเภทต่างๆ เฉพาะกลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจ นิตยสารที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าผู้ประกอบการ นอกจากนี้ควรทำการตลาดโดยการจัดเหตุการณ์พิเศษ (Event Marketing) ตามงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าผู้ประกอบการ เช่น งานมหกรรมบริการสินเชื่อของธนาคาร ฯลฯ เพื่อเป็นการสื่อสารบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

4.1.2 การประชาสัมพันธ์เรื่องระบบรักษาความปลอดภัยของบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และประโยชน์ของความปลอดภัยในการใช้เครื่องอนุมัติรายการ (Secure Pass) ให้ลูกค้าได้ทราบทุกครั้งเมื่อมีการนำเสนอบริการแก่ลูกค้า

4.1.3 ธนาคารควรทำการประชาสัมพันธ์บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์จากธนาคาร ไปยังลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักบริการมากยิ่งขึ้น

4.1.4 การจัดโปรแกรมการส่งเสริมการขายระหว่างธนาคารกับลูกค้า เช่น การแจกของที่ระลึกเมื่อสมัครบริการ ส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าเมื่อมีลูกค้าแนะนำสมาชิกใหม่ (Member get Member)

4.2 การทำการตลาดภายใน (Internal Marketing) โดยทำการส่งเสริมการตลาดสร้างเครือข่ายผ่านพนักงานที่เกี่ยวข้องที่ต้องพบปะลูกค้า ดังนี้

4.2.1 ประชาสัมพันธ์บริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้พนักงานของสาขา พนักงานด้านให้บริการสินเชื่อเพื่อให้รู้จักบริการมากขึ้น

4.2.2 การส่งเสริมการตลาดให้แก่พนักงานที่เป็นผู้ติดต่อนำเสนอบริการแก่ลูกค้า เช่น โดยให้คะแนนการขาย เพื่อจูงใจพนักงาน ทั้งนี้ต้องมีการสื่อสารภายในไปยังหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจนเกี่ยวกับวิธีการวัดผลงาน

5. ด้านบุคคล

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบมีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ พนักงานอธิบายลำดับขั้นตอนการทำงานและเงื่อนไขต่างๆ ในเว็บไซต์อย่างชัดเจน จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

ธนาคารควรทำการตลาดสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายและลูกค้า (Interactive Marketing) การส่งมอบคุณภาพและบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือแก่ลูกค้า ดังนี้

5.1 พนักงานควรให้ความสำคัญในเรื่องการอธิบายเงื่อนไขการใช้งานต่างๆของเว็บไซต์ และเงื่อนไขการใช้งานแต่ละบริการให้ชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้และเข้าใจระบบการทำงานของบริการบริหารการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างในเรื่องวิธีการใช้งานกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตรูปแบบอื่นๆ

5.2 ธนาคารควรมีนโยบายเพิ่มอัตราพนักงานสนับสนุนที่มีใช้พนักงานขายซึ่งมีหน้าที่ให้การอบรม แนะนำวิธีการใช้งานบริการ โดยเฉพาะ เพื่อให้ลูกค้ามีความเข้าใจการใช้งานของระบบได้มากขึ้นจนสามารถใช้งานได้

5.3 ธนาคารควรพัฒนาพนักงานบริการลูกค้า (Customer Service) ให้มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับบริการบริหารการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อคอยช่วยเหลือ และตอบข้อซักถามลูกค้าได้อย่างชัดเจน

5.4 ธนาคารควรพัฒนาการจัดอบรมพนักงานให้มีทักษะความรู้ ความสามารถ เพื่อเติมเต็มระดับความต้องการของลูกค้าให้สมบูรณ์ทั้งการเป็นที่ปรึกษาทางการเงิน (Financial Solution) ด้วยบริการต่างๆ ของเครือธนาคารกสิกรไทย นอกจากนั้นอาจช่วยจัดหาสิ่งสนับสนุนที่มีใช้ทางการเงิน (Non-Financial Supports) โดยการเป็นที่ปรึกษาด้านการให้ความรู้ทางธุรกิจแก่ลูกค้า ซึ่งส่งผลทำให้การเป็นธนาคารหลัก (Main Operating Bank) ต่อไปในอนาคต

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบมีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว ขั้นตอนการชำระเงินเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลทางด้านบัญชีเป็นไปด้วยความสะดวกและรวดเร็ว และศูนย์บริการลูกค้า (Customer Service) ที่คอยช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า และพบปัญหาเรื่อง ขั้นตอนสมัครใช้บริการเป็นไปด้วยความล่าช้า เช่น การติดต่อสมัครใช้บริการจนถึงการแจ้งเปิดระบบให้ใช้งานได้ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

6.1 ขั้นตอนการสมัครใช้บริการ ควรพัฒนาดังนี้

6.1.1 เอกสารการสมัครใช้บริการ ควรลดขั้นตอนและเอกสารที่ไม่จำเป็น มีเอกสารอธิบายขั้นตอนการสมัครที่เข้าใจง่าย มีใบสมัครบริการในเว็บไซต์ของธนาคารปรับปรุง

6.1.2 ควรลดกระบวนการภายในของธนาคารที่ไม่จำเป็น เพื่อไม่ให้เกิดงานค้างคั่งในแต่ละจุดซึ่งส่งผลให้การเปิดระบบบริการที่ล่าช้า และเพิ่มอัตราพนักงานภายในที่เกี่ยวข้องกับการเปิดระบบให้มากขึ้น เพื่อช่วยในการปรับปรุงกระบวนการให้บริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น

6.2 ธนาคารควรพัฒนาขั้นตอนการชำระเงินให้มีความสะดวกและรวดเร็ว เช่น ธนาคารควรแจ้งเงื่อนไขการทำรายการชำระเงินบนหน้าจอในเว็บไซต์ของแต่ละบริการเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจว่าแต่ละบริการนั้นมีเงื่อนไขของเวลาในการทำรายการที่แตกต่างกัน เป็นต้น

6.3 ขั้นตอนการสอบถามข้อมูลบัญชี ธนาคารควรปรับปรุงบางขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไป เช่น เมื่อต้องการเรียกดูข้อมูลบัญชีระหว่างวันแบบทันที (Real Time) ระบบควรเรียกสรุปข้อมูลบัญชีอัตโนมัติทุกครั้งเมื่อผู้ใช้งานได้เข้าสู่ระบบ (Log in) แทนการที่ลูกค้าต้องทำการสรุปรายการข้อมูลบัญชี (Retrieve Account Summary) ด้วยตนเอง

6.4 ธนาคารควรพัฒนาพนักงานศูนย์บริการลูกค้า (Customer Service) ให้มีความรู้ความชำนาญในทักษะด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสามารถแก้ไขปัญหาปัญหาให้ลูกค้าแล้วเสร็จภายในจุดเดียว (One-stop Service)

7. ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบมีความพึงพอใจระดับปานกลาง คือ รูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ และการจัดกลุ่มการเลือกใช้เมนูเข้าใจง่าย เช่น เมนูชำระเงิน เมนูข้อมูลทางด้านบัญชี เมนูรายงาน แม้ว่าจะไม่พบในปัญหาแต่ก็ควรพัฒนาบริการให้ดียิ่งขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

7.1 ปรับปรุงหน้าจอบริษัทให้มีความสวยงาม และทันสมัยมากขึ้น โดยเมื่อใช้งานในเว็บไซต์ หน้าจอ ขนาดของข้อความต่างๆ ควรมีขนาดใหญ่เพียงพอต่อการมองเห็น

7.2 การจัดกลุ่มการเลือกใช้เมนูให้เข้าใจง่าย โดยไม่ให้แต่ละเมนูมีความซ้ำซ้อนกัน อาทิเช่น การเรียกดูรายงานการเดินบัญชีในเมนูข้อมูลทางด้านบัญชี หรือ เมนูรายงาน ควรจัดกลุ่มให้อยู่ในเมนูใดเมนูหนึ่ง เพื่อป้องกันความสับสนของลูกค้าเมื่อใช้บริการ