บทความวิจัย

ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

A CUSTOMER EFFECTING ON MIX OF THE SERVICES OF KASIKORN BANK SI YEAK RATCHAWONG BRANCH

ประพันธ์ แถวกระต่าย
นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาคารพญาไท
E-mail : thaeokratai_30@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่องความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ มีวัตถุประสงค์การศึกษา 1.เพื่อศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

โดยศึกษาจากปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ว่ามีผลต่อความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ หรือไม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 200 คน ซึ่งกำหนดโดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการศึกษา คือ

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 64.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็น ร้อยละ 33.0 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีรายได้ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 17.5

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่วนใหญ่ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารกสิกรไทย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท และพนักงานชุดแรกเริ่มเพียง 21 คน มีอาคารซึ่งเป็นสาขาสำนักถนนเสือป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรก การดำเนินงานของธนาคารประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพียง 6 เดือนหรือเพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุด ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2488 มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท มีสินทรัพย์ 15 ล้านบาท

จากจุดที่เริ่มต้นจนถึงวันนี้ ธนาคารกสิกรไทยเติบโตอย่างมั่นคง ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2556 มีทุนจดทะเบียน 30,486 ล้านบาท มีสินทรัพย์จำนวน 2,240,034 ล้านบาท เงินรับฝากจำนวน 1,552,217 ล้านบาท เงินให้สินเชื่อจำนวน 1,413,050 ล้านบาท มีสาขาและสำนักงานย่อยในประเทศ จำนวน 915 สาขา แบ่งเป็นเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 301 สาขา และส่วนภูมิภาคจำนวน 614 สาขา มีสาขาและสำนักงานตัวแทนต่างประเทศจำนวน 10 แห่ง ได้แก่ สาขาลอสแองเจลิส สาขาฮ่องกง สาขาหมู่เกาะเคย์แมน สาขาเซินเจิ้น สาขาเฉิงตู สำนักงานผู้แทนกรุงปักกิ่ง สำนักงานผู้แทนนครเซี่ยงไฮ้ สำนักงานผู้แทนเมืองคุนหมิง สำนักผู้แทนงานกรุงโตเกียว และสำนักงานผู้แทนกรุงย่างกุ้ง สาขาและสำนักงานผู้แทนในต่างประเทศเหล่านี้ ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่างๆ ด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้าทั่วโลก

ตลอดระยะเวลากว่า 68 ปีที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า ภายใต้คำขวัญของธนาคารที่ว่า “บริการทุกระดับประทับใจ” อาทิ (ข้อมูลจาก: รายงานประจำปี บมจ.ธนาคารกสิกรไทย, 2556)

จากภาวะการแข่งขันที่พัฒนาเศรษฐกิจของทุกๆประเทศทำให้ในปัจจุบันต้องมีการดูแลอย่างใกล้ชิดในทุกๆด้าน โดยเฉพาะการเสริมสร้างให้มีความมั่นคงแข็งแรง พยายามลดต้นทุนการดำเนินงานและสร้างรายได้ให้มากขึ้น พร้อมๆกับความควบคุมความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการให้บริการตามความต้องการเป็นสำคัญ การพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรืองนั้นจำเป็นต้องมีกลไกต่างๆเป็นตัวเกื้อหนุนและกลไกที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจ คือ สถาบันการเงิน โดยเฉพาะธนาคารกสิกรไทย ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ลงทุน ดังนั้นจึงนับได้ว่าธนาคารพาณิชย์มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จึงเป็นกิจการที่ถูกควบคุมจากทางการอย่างใกล้ชิด ทั้งในแง่เปิดให้มีธนาคารใหม่ การดำเนินกิจการและปิดกิจการ ความมุ่งหมาย

ของการควบคุมก็คือ เพื่อคุ้มครองประชาชนผู้ใช้บริการ (นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ, 2540, หน้า 181)

ธนาคารกสิกรไทยได้เล็งเห็นคุณค่าของพนักงานในทุกระดับขั้น มุ่งสร้างเสริมให้พนักงานได้ทำงานอย่างมีคุณค่า ปริมาณพนักงานที่ลดลงเมื่อเทียบกับจำนวนสาขาที่เพิ่มขึ้น แสดงถึงประสิทธิภาพ การทำงานที่สูงขึ้น จุดบริการเครื่องเอทีเอ็มที่หลากหลายและกระจายอยู่ในทุกจุดทั่วพื้นที่ก็ เพื่อมุ่งหวังที่จะให้ความสะดวกสูงสุดแก่ลูกค้า (ข้อมูลจาก: รายงานประจำปี บมจ. ธนาคารกสิกรไทย, 2556)

ปัจจุบันการบริการลูกค้า (Customer Service) ถือเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับทุกธุรกิจเพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขัน การบริการลูกค้าที่มีคุณภาพยังช่วยผูกใจลูกค้าไว้ได้ในระยะยาว และเพิ่มคุณค่าให้กับกิจการอีกด้วย การบริการลูกค้าอย่างไร้ทิศทางจากการขาดการวางแผนที่ดี ย่อมทำให้กิจการถดถอยลงไปเรื่อยๆและยากที่จะรักษาลูกค้าเอาไว้ได้ในยุคที่ลูกค้ามีทางเลือกมากมายแทบจะไม่จำกัด อย่างเช่นปัจจุบัน

การกำหนดกลยุทธ์ในการบริการลูกค้า กิจการจะต้องพยายามสร้างจุดขายในงานบริการที่โดดเด่นแตกต่าง และสามารถสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน ในบริการลูกค้าที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างอย่างมีคุณค่า จะฉุดรั้งลูกค้าไว้ได้อย่างถาวร ไม่เพียงแต่ลูกค้าเท่านั้น แต่พนักงานเองก็ต้องเข้าใจและซาบซึ้งกับความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งด้วย ซึ่งความเข้าใจของพนักงานดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก่อต่อเมื่อผู้บริหารจะต้องกำหนดวิสัยทัศน์ในงานบริการที่ชัดเจน ให้พนักงานเห็นทิศทางของงานบริการลูกค้าว่าแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร ที่สำคัญผู้บริหารจะยึดมั่นและลงมือปฏิบัติในกลยุทธ์ที่กำหนดอย่างเคร่งครัดด้วย

การบริการลูกค้าเป็นงานที่ไม่มีวันสิ้นสุด ตราบใดที่สภาพแวดล้อมและลูกค้าเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เมื่อนั้นก็ยังคงมีช่องว่างในงานบริการที่สามารถจะปรับปรุงให้ดีขึ้นได้เสมอ ผู้บริหารจึงไม่ควรจะพอใจกับคุณภาพงานบริการที่เป็นอยู่ แต่จะต้องคอยหาช่องทางปรับปรุงตลอดเวลา ต้องระลึกไว้ว่า ทุกครั้งที่ติดต่อกับลูกค้ามีโอกาสที่จะสร้างความพอใจที่เพิ่มขึ้นให้ลูกค้าได้อีกเสมอ ความรู้สึกนี้ต้องเกิดกับพนักงานทุกคนตั้งแต่ระดับบนสุดถึงล่างสุดเพื่อการบริการลูกค้าที่จะคงความเป็นเลิศไว้ได้ตลอดไป (ที่มา : นิตยสารเส้นทางเศรษฐี)

ส่วนนโยบายเกี่ยวกับการให้บริการลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย คือ เครือธนาคารกสิกรไทยยังคงมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ครบวงจรอย่างมีคุณภาพ โดยยึดถือความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer-Centric Strategy) ภายใต้ชื่อ “เครือธนาคารกสิกรไทย” ทั้งนี้ ธนาคารได้ศึกษาความต้องการของลูกค้าทั้ง 7 กลุ่ม (7 Segments)ได้แก่ กลุ่มลูกค้าสหบรรษัทธนกิจ กลุ่มลูกค้าบรรษัทธนกิจ กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการขนาดกลาง กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อม กลุ่มลูกค้าบุคคลพิเศษ กลุ่มลูกค้าบุคคลระดับกลาง และกลุ่มลูกค้าบุคคลทั่วไป โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการที่ดีที่สุดจากการ

เข้าใจปัญหาและความต้องการของลูกค้า ซึ่งช่วยให้เครือธนาคารกสิกรไทยสามารถนำเสนอวิธีการให้การสนับสนุนทางการเงินที่ดีที่สุดกับลูกค้าทุกกลุ่ม ผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาช่องทางให้บริการทางการเงินที่สะดวกสบาย การให้บริการและคำแนะนำที่ถูกต้องและครบถ้วน นอกเหนือจากการขยายจำนวนสาขาและศูนย์ให้บริการทางการเงินต่างๆ ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2552 แล้ว ธนาคารยังได้ปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของสาขาและศูนย์ให้บริการทางการเงินดังกล่าว ตลอดจนช่องทางให้บริการหลักอื่นๆ เพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับความสะดวกสูงสุดในทุกช่องทางการให้บริการของธนาคาร อีกทั้งส่งเสริมให้ธนาคารสามารถขยายผลิตภัณฑ์และบริการได้ครอบคลุมลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น(ข้อมูลจาก:รายงานประจำปี บมจ. ธนาคารกสิกรไทย, 2552)

ธนาคารกสิกรไทยจึงจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพด้านการบริการและระบบการทำงานให้มีคุณภาพทั้งในระดับประเทศและระบบสากล เพื่อให้เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอกประเทศ สนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพอใจสูงสุด โดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน พัฒนาคุณภาพให้กับบุคลากรซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญในองค์กร ในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การประเมินความพึงพอใจทำได้โดยใช้วิธีทางสถิติ เพื่อสร้างดัชนีความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาในเรื่องความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ พยายามให้บริการแก่ลูกค้าจนได้รับความพึงพอใจอย่างสูงสุด เพื่อที่จะรักษาลูกค้าให้ใช้บริการของธนาคารอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในส่วนของธนาคารก็มีการให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้า โดยธนาคารอาจจะมีการวัดความพึงพอใจโดยการสุ่มโทรศัพท์ไปสอบถามกับลูกค้าโดยตรง และจัดเก็บเป็นคะแนนวัดผลการปฏิบัติงานของสาขา เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินคุณภาพการปฏิบัติของธนาคาร และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

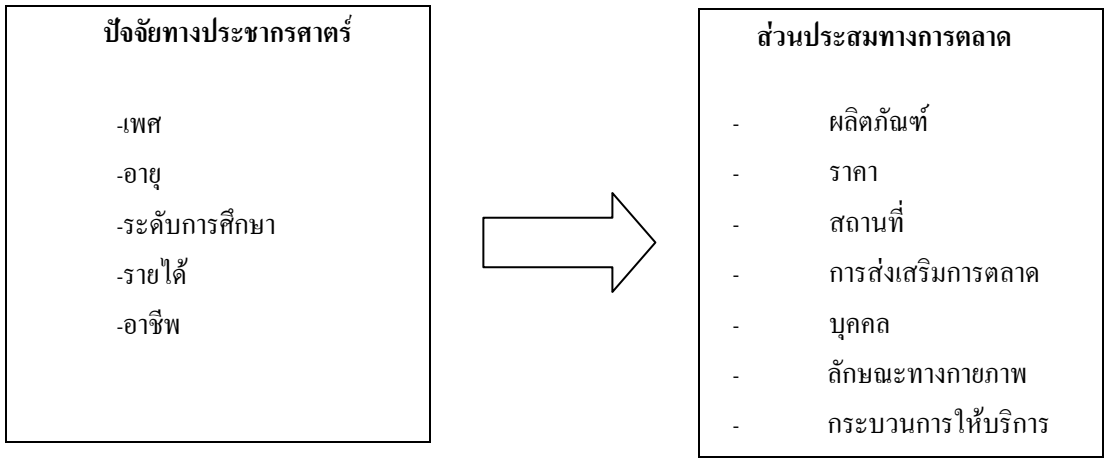
1. เพื่อศึกษาข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

กรอบแนวคิดในการศึกษา

กรอบทฤษฎีแนวคิดในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ **ตัวแปรตาม**



ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาได้ศึกษาจากกลุ่มประชากรผู้ที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ที่ลูกค้ามาใช้บริการ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตสัมพันธวงศ์ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กำหนดให้ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตสัมพันธวงศ์เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ดังนั้น ผู้วิจัยขอกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน

2. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ถึง เดือนเมษายน พ.ศ. 2557

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

- ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ กล่าวถึง การรับรู้การบริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

2. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้บริหารฯในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการให้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

3. เพื่อทำให้พนักงานภายในสาขาสำนักงานของธนาคารทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการกับธนาคาร และเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า
2. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
4. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการดำเนินการศึกษา

1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าของธนาคารที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยขอกำหนดจำนวน 200 คน

2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลขึ้นเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยพัฒนาจากกรอบแนวความคิด ทฤษฎี และการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเป็นคำถามเรื่องความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้ศึกษาได้จำแนกแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารพาณชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร บทความ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เอกสารวิชาการ วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พร้อมชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ตลอดจนลักษณะของแบบสอบถาม ให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถาม โดยจะให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อดำเนินการจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้สอบแบบสอบถามเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว ให้ตรงกับความรู้สึกของตนเอง มีเกณฑ์การให้คะแนนมาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert Scale) กำหนดมาตรวัดเป็น 5 ช่วง ตามลำดับดังนี้

ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยนในการอภิปรายผล ซึ่งผลจากการคำนวณ โดยใช้สูตรการคำนวฯความกว้างของอันตรภาคชั้น มีดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีมูลค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

ระดับความพึงพอใจ	**คะแนน**
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ผู้วิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบายคุณลักษณะหรือ รายละเอียดของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.3.ค่าเฉลี่ย (Mean)

1.4 ค่าความถี่ (Frequency)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษาจะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the Social Sciences หรือ SPSS ซึ่งเป็นโปรแกรมที่นิยมใช้แพร่หลายมากที่สุดสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยข้อมูลจะถูกนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อดำเนินการกับข้อมูลที่ได้รับมาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลงค่าข้อมูลจากค่าสถิติโดยการเปรียบเทียบกับเกณฑ์วัดระดับอิทธิพลที่ผู้ศึกษาใช้เป็นเกณฑ์สำหรับการแปลงค่าของข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ สรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาตร์

ในการศึกษามีจำนวนกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 200 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 128 คน (ร้อยละ 64.0) และเพศชาย จำนวน 72 คน (ร้อยละ 36.0)

เมื่อแยกตามกลุ่มอายุผู้ที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 66 คน (ร้อยละ 33.0) รองลงมา 31-40 ปี จำนวน 63 (ร้อยละ 31.0) อายุ 21-30 ปี จำนวน 55 คน (ร้อยละ 27.5) และ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คน (ร้อยละ 10.3)

โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 73 คน (ร้อยละ 36.5) รองลงมา ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 41 คน (ร้อยละ 20.5) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 36 คน (ร้อยละ 18.0) และระดับต่ำกว่า

มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน27 คน (ร้อยละ 13.5) ส่วนระดับสูงกว่าปริญญาตรี ที่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 23 คน (ร้อยละ 11.5)

ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 91 คน (ร้อยละ 42.5) รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 33 คน (ร้อยละ 16.5) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 31 คน (ร้อยละ 15.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็น(ร้อยละ 14)ส่วนระดับรายได้ของลูกค้าที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็น(ร้อยละ 8.5X

ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 115 คน คิดเป็น (ร้อยละ 57.5) รองลงมาเป็นอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 35 คน คิดเป็น (ร้อยละ 17.5)อาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 17 คน คิดเป็น (ร้อยละ 8.5)อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็น (ร้อยละ 6.0)อาชีพวิชาชีพเฉพาะ จำนวน 11 คน คิดเป็น (ร้อยละ 5.5X ส่วนผู้ใช้บริการที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 10 คนคิดเป็น (ร้อยละ 5.0)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยวัดจากคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้มาตรวัดวิธี Likert Scaleในการพิจารณาการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการของการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านราคา และ ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีผลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.64 4.62 4.61 4.48 4.47 และ4.22 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีความสัมพันธ์กับทฤษฎีความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์มากขึ้น ธนาคารจำเป็นจะต้องให้

ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านตามหลักทฤษฎีของ Kostler (Philip Kotler, 1997, p 467-485) สามารถอภิปรายผล ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.22 ซึ่งสอดคล้องกับ นงนภัส เทศธรรม (2552)ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) สาขาขอนแก่น-ถนนมิตรภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 345 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 แต่ไม่สอดคล้องกับ อาทิตย์ โลหะญาณจารี(2551) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยศึกษากลุ่มลูกค้าธุรกิจและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มละ100คนที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่า มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 ดังนั้นธนาคารแต่ละธนาคารจะต้องมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันมีเป็นจำนวนมาก และนำเสนอรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ดังนั้น ธนาคารจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย เป็นที่ต้องการของลูกค้าได้

ด้านราคา

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.47 ซึ่งสอดคล้องกับ อาทิตย์ โลหะญาณจารี(2551) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยศึกษากลุ่มลูกค้าธุรกิจและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มละ 100 คนที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่า มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28 ทั้งนี้ ด้วยราคาเป็นต้นทุน (Cost)ที่เกิดขึ้นเมื่อลูกค้าใช้บริการเมื่อมารับบริการจากธนาคาร ซึ่งได้แก่ ค่าธรรมเนียม ค่าบริการ และอัตราดอกเบี้ย โดยลูกค้าอาจมองจากความคุ้มค่าและคุณภาพจากการบริการเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ดังนั้น ธนาคารจำเป็นต้องกำหนดระดับราคาการให้บริการในระดับที่เหมาะสม

ด้านสถานที่

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.48 ไม่สอดคล้องกับอาทิตย์โลหะญาณจารี(2551)ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยศึกษากลุ่มลูกค้าธุรกิจและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มละ 100 คนที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่า มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัย

ด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.83 และดังนั้นสถานที่ตั้งของธนาคารควรตั้งอยู่ในย่านธุรกิจ สะดวกต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น มีที่จอดรถเพียงพอ เป็นต้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64 ไม่สอดคล้องกับ อาทิตย์ โลหะญาณจารี(2551) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยศึกษากลุ่มลูกค้าธุรกิจและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มละ 100 คนที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่า มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ดังนั้น ธนาคารควรนำเสนอรูปแบบการสนับสนุนเพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง เช่น จัดโปรโมชั่นบัตรเครดิตร่วมรายการกับห้างสรรพสินค้าหลากหลาย เช่น ผ่อนชำระค่าสินค้า 0% นาน 10 เดือน หรือโปรโมชั่นฟรีค่าธรรมเนียม เมื่อสมัครใช้บัตรเครดิตของธนาคาร การให้ของสมนาคุณเมื่อลูกค้าเปิดบัญชี หรือสมัคร เป็นต้น

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.62 ซึ่งมีความสอดคล้องกับอาทิตย์โลหะญาณจารี(2551) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยศึกษากลุ่มลูกค้าธุรกิจและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มละ 100 คนที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่า มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.58 โดยพนักงานจะต้องมีกิริยาสุภาพ เต็มใจให้บริการอย่างเป็นกันเองเพียงพอต่อการให้บริการ และให้บริการที่รวดเร็วและตรงกับความต้องการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.64ซึ่งมีความสอดคล้องกับ อาทิตย์ โลหะญาณจารี(2551) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยศึกษากลุ่มลูกค้าธุรกิจและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มละ 100 คนที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่า มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย4.75 ธนาคารควรมีการจัดตกแต่งภายในธนาคารมีความทันสมัย ดูมีเอกลักษณ์มีป้ายบอกจุดให้บริการที่ชัดเจนเป็นต้น

ด้านกระบวนการของการบริการ

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการของการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.61ซึ่งมีความสอดคล้องกับ อาทิตย์ โลหะญาณจารี(2551) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม โดยศึกษากลุ่มลูกค้าธุรกิจและกลุ่มลูกค้าผู้บริโภคกลุ่มละ 100 คนที่เข้ามาใช้บริการธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาหนองแขม พบว่า มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการของการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.80 ดังนั้น กระบวนการให้บริการของธนาคาร พนักงานจะต้องให้บริการอย่างเป็นขั้นตอนและรวดเร็ว รวมทั้งสามารถบริหารการจัดคิวที่ดี เป็นไปตามลำดับก่อนหลัง

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ซึ่งพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสถานที่ และด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ คือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอบริการทางการเงินพร้อมกับเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด ดังนั้นควรมีข้อปรับปรุงในการนำเสนอต่อผู้บริหารเพื่อรับทราบในการบริการทางการเงินพร้อมกับเสนอผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการเพื่อให้ลูกค้ามีการตัดสินใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ทางด้านการเงินและผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตได้รับผลประโยชน์และผลตอบแทนที่มากขึ้นในส่วนด้านการบริการแจ้งยอดรายการเดินบัญชีผ่านโทรศัพท์มือถือทุกระบบ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ในปัจจุบันการแจ้งเตือนยอดรายการเดินบัญชีเงินฝากผ่าน SMS สามารถบอกทุกยอดเงินเข้า-เงินออกที่เงินในบัญชีมีการเปลี่ยนแปลง ตั้งแต่ 1 บาท ตลอด 24 ชั่วโมง และสรุปยอดคงเหลือของเงินในบัญชีเมื่อยอดมีการเปลี่ยนแปลง ในชั่วโมงถัดไปตั้งแต่ 7.00-21.00น. ดังนั้น การบริการแจ้งยอดรายการเดินบัญชีผ่านโทรศัพท์มือถือทุกระบบ ตอบโจทย์ในยุคปัจจุบันที่ทันสมัย เพื่อความสะดวกของลูกค้าที่ใช้บริการ ทำให้เกิดความอุ่นใจ รู้ทุกความเคลื่อนไหวของเงินในบัญชี

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 24เดือน 3.5% ไม่เสียภาษี เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ลูกค้ามีความความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดอยู่ในอันดับน้อยที่สุด ดังนั้น

ธนาคารต้องให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งเงินทุนประเภทเงินฝากที่สำคัญต่อธนาคารอย่างมาก ดังนั้นควรจัดโปรโมชั่นของอัตราดอกเบี้ยฝากประจำ 24 เดือน ที่ไม่เสียภาษีที่มีอัตราดอกเบี้ยสูงขึ้น และมีเงื่อนไขที่ให้ลูกค้ารายย่อยซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น เพราะการฝากประจำ 24เดือน อัตราดอกเบี้ย 3.5%ไม่เสียภาษี มีเงื่อนไขการฝากต่อ คือ 1,000-9,999 บาท รับดอกเบี้ย 3.2%ต่อปี และ 10,000 -25,000 บาท รับดอกเบี้ย 3.5%ต่อปี การฝากขั้นต่ำ 1,000-25,000 บาท ต่อเดือน ติดต่อกัน 24 เดือน พร้อมสมัครบริการนำฝากเงินอัตโนมัติด้วยการหักบัญชีเงินฝากออมทรัพย์/กระแสรายวัน รับฝากเฉพาะบุคคลธรรมดา และสามารถเปิดบัญชีในนามตนเองเพื่อบุตรได้ ในส่วนค่าธรรมเนียมการโอนเงินไปต่างจังหวัดหมื่นละ 10 บาท ค่าคู่สาย 20 บาท ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง เพราะลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ พยายามจะไม่อยากเสียค่าธรรมเนียมในส่วนนี้ ดังนั้นธนาคารจึงมีค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 1,000 บาท ค่าคู่สายเท่าเดิม 20 บาท รวมเป็น 1,020 บาท จึงทำให้ธนาคารจัดโปรโมชั่น เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการการโอนเงินไปต่างจังหวัด ในกลุ่มลูกค้า SME ลด 50% ในส่วนของเงินโอน และ ถ้าลูกค้าทั่วไป จะแนะนำให้ใช้บริการตู้ฝากที่เรียกว่า ตู้ฝากอัตโนมัติ (CDM) จะลดค่าธรรมเนียม หมื่นละ 10บาท ค่าคู่สาย 20 บาท แต่มีส่วนลด 5 บาท จึงทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการมีความสนใจมากขึ้น

ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า ธนาคารมีที่จอดรถไม่เพียงพอ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุดเนื่องจาก พื้นที่ตั้งของธนาคารมีทำเลใกล้ย่านสำเพ็ง จึงทำให้พื้นที่จอดรถไม่ค่อยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้นทำให้สาขาบริการลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นลูกค้ารายประจำเป็นหลัก ในส่วนธนาคารตั้งอยู่ในย่านธุรกิจสะดวกต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุดเป็นปัจจัยที่ธนาคารมีความได้เปรียบ เนื่องจากสาขาอยู่ในย่านธุรกิจลูกค้ามีศักยภาพระดับสูง รวมทั้งการปรับเปลี่ยนระบบงานของสาขาอยู่ตลอดเวลา เช่น การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน จึงทำให้มีความสะดวกที่จะมาใช้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า การจัดโปรโมชั่นบัตรเครดิตร่วมรายการกับห้างสรรพสินค้าหลากหลาย เช่นผ่อนชำระค่าสินค้า 0% นาน 10 เดือน ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยจะเห็นได้จากการโฆษณาที่ออกมาตามสื่อต่างๆลูกค้าอาจยังได้รับสื่อไม่เพียงพอกับเงื่อนไขกับร้านค้ารับบัตร จึงทำให้ไม่เกิดความสนใจในการร่วมโปรโมชั่นบัตรเครดิตกับห้างสรรพสินค้า ดังนั้น ธนาคารควรมีการจัดการส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่องตลอดเวลาเพื่อที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

เช่น จัดการส่งเสริมการตลาดด้านบัตรเครดิต โดยหากลูกค้าสมัครบัตรเครดิต เป็นบัตรหลักใหม่ใบแรก ได้รับคะแนนสะสม 3 เท่า เมื่อมีการใช้บริการภายในรอบบัญชีแรก และจัดแคมเปญดอกเบี้ยฝากประจำสูงพุ่งพรวดเป็นต้น เพื่อเป็นการดึงลูกค้าให้มาใช้บริการทางการเงินกับธนาคารและเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ให้กับธนาคาร ในส่วนการเปิดบัญชีออมทรัพย์พร้อมสมัครบัตรเดบิต ได้รับของสมนาคุณ 1 รายการ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากในปัจจุบันลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีความสนใจในการสมัครบัตรเดบิตพร้อมบัญชีออมทรัพย์ทันที เพื่อความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ 24 ชั่วโมง และลดปัญหาการรอคิวนานในการบริการในสาขา

ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขามีจำนวนโดยเฉลี่ยประมาณ 700 คิว ขึ้น แต่ พนักงานที่ให้บริการมีจำนวน 10 คน จึงทำให้การบริการนั้นล่าช้า จึงส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลุกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้น สาขาจึงมีการจัดระบบในการบริหารคิวที่ลูกค้ามาใช้บริการ โดยทำการบริการที่รวดเร็วขึ้นและมีความถูกต้องอย่างแม่นยำ เพื่อลดปัญหาในส่วนนี้ได้ ในส่วนพนักงานให้บริการที่รวดเร็วและตรงกับความต้องการ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น พนักงานให้บริการควรให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เท่าเทียมกัน และปรับปรุงกระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการบริการ และเป็นการรักษาลูกค้าให้มาใช้บริการกับธนาคารตลอดไป

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาพบว่า มีป้ายบอกจุดให้บริการที่ชัดเจน ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากพื้นที่ตั้งของธนาคารมีทำเลใกล้ย่านสำเพ็ง ป้ายบอกจุดให้บริการที่ลูกค้ามาใช้บริการ จะเห็นเด่นชัด แต่สามารถจอดได้เพียง 1 คัน จึงส่งผลกระทบให้ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสาขาอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องด้วยป้ายบอกจุดให้บริการนั้น จะขึ้นตรงกับการบริหารของรัฐบาลด้วย จึงทำให้การปรับปรับอยู่ในระบบค่อนข้างยาก สาเหตุส่วนหนึ่งอาจขึ้นกับพื้นที่ตั้งอยู่ในย่านธุรกิจด้วย ในส่วนการจัดตกแต่งภายในธนาคารมีความทันสมัย ดูมีเอกลักษณ์ ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ภายนอกของธนาคาร ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นคุณภาพการบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่สามารถมองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของการบริการ เช่น ธนาคารมีการจัดตกแต่งรูปลักษณ์ภายในที่ดูทันสมัย รวมทั้งเครื่องแบบของพนักงานยังเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจมากขึ้นในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

จากการศึกษาพบว่า พนักงานสามารถบริหารการจัดคิวที่ดี เป็นไปตามลำดับก่อนหลัง ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจาก จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยเฉลี่ยประมาณ 700 คิว ต่อวัน จึงทำให้บริการนั้นล่าช้า แต่อย่างไรก็ตามธนาคารมีการบริหารการจัดคิวที่มีคุณภาพ ให้บริการอย่างเป็นขั้นตอน เป็นไปตามลำดับก่อนหลัง มีการลดขั้นตอนของการปฏิบัติงาน การนำระบบคิวมาใช้ ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระดับมากขึ้น และธนาคารควรมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาระดับความพึงพอใจนี้ไว้ และเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ในส่วนพนักงานต้อนรับให้บริการอย่างเป็นขั้นตอนและรวดเร็ว ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจาก การมีพนักงานต้อนรับนั้นทำให้การบริหารคิวที่ดีขึ้น ลดความตึงเครียดให้กับลูกค้าที่รอในการทำธุรกรรมทางการเงิน และสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นก่อนที่จะได้รับบริการ นอกจากนี้ธนาคารให้ความสำคัญและมีการจัดทำ แบบสอบถามสั้นๆ ระหว่างลูกค้ารอคิวบริการ เพื่อเป็นการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานและการให้บริการโดยพนักงานต้อนรับจะเป็นผู้สุ่มให้ลูกค้าที่ทำบริการและรอคิวบริการ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสาขาต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการวิจัยความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารทุกประเภทของไทย ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของธนาคาร

2. ควรมีการศึกษาและประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการให้บริการของธนาคาร รวมทั้งธุรกิจอื่น ๆ ที่มีการดำเนินการคล้ายคลึงกับธนาคาร เช่น ธุรกิจประกันชีวิต เป็นต้น

3. ควรทำการศึกษาวิจัยในกลุ่มเป้าหมายที่มุ่งเฉพาะการใช้บริการจากธนาคารใดธนาคารหนึ่งเท่านั้น ทั้งนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แตกต่างและสามารถเปรียบเทียบกันได้ อันจะเป็นประโยชน์ให้แก่องค์กร

4. ควรมีการประเมินผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ไทย ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทยต่อไป