

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เพื่อนำผลของการศึกษาที่ได้ไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาและพัฒนาแผนกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในครั้งต่อไป และจะสามารถปรับใช้กับองค์กร หรือสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จากสาขาภายในเขตอาคารเอ็ม บี เค ทาวเวอร์ จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยที่ให้กลุ่มตัวอย่างทำการกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self – Administered Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ผลการศึกษา ทำการวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows Version 11.5 ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษาลูกค้าจำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 และเพศชาย จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 โดยลูกค้าที่ตอบแบบสอบถามนั้นมีช่วงอายุ 20 – 30 ปี มากที่สุด คือ มีจำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ตามด้วยช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ซึ่งลูกค้าทั้ง 400 คนนั้นมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด อยู่ที่จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี ที่มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และน้อยที่สุด คือ การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีที่มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และใน

กลุ่มอาชีพที่ลูกค้าตอบมากที่สุด คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ที่มีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา คือ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามด้วยอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และน้อยที่สุด คือ อาชีพอื่น ๆ ซึ่งลูกค้าได้อธิบายเพิ่มเติม คือ ว่างาน พ่อบ้าน - แม่บ้าน ที่มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ในด้านของรายได้ ลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 20,000 บาท มากที่สุด คือมีจำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และน้อยที่สุดอยู่ที่ รายได้ต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

โดยระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารนั้น ช่วงระยะเวลาการเป็นลูกค้าที่ 2 - 3 ปี มากที่สุด คือ มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา คือ ช่วงระยะที่ต่ำกว่า 1 ปี หรือ 1 ปี มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และช่วงระยะเวลาที่น้อยที่สุด คือ ช่วง 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ด้านการได้รับทราบข้อมูลของธนาคารนั้น การได้รับข้อมูลธนาคารจากเจ้าหน้าที่ของธนาคาร มีจำนวนมากที่สุด อยู่ที่ 190 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.4 รองลงมา คือ จากบุคคลใกล้ชิด มีจำนวน 174 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 26.9 จากสื่อวิทยุ จำนวน 136 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.1 จากหนังสือพิมพ์ จำนวน 60 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.3 จากสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 56 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 8.7 และจากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 30 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.6 และทางด้านรับรู้สัญลักษณ์ประจำธนาคารมีการรับรู้ว่าเป็นอักษร “ธ” มากที่สุด คือ มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมา คือ รับรู้ว่าเป็นอักษรตัว “T” มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 เขียนเป็นตัวอักษรแต่ไม่ทราบความหมายที่เขียน มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ไม่ทราบสัญลักษณ์ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 ทราบว่าเป็นตุ๊กตา ม้านี่ไอ มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และทราบว่าเป็นสัญลักษณ์ไปไม่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และการรับรู้เรื่องสีประจำธนาคารนั้น การรับรู้ที่ถูกต้อง คือ การรับรู้ว่าเป็นสีส้ม ซึ่งเป็นการรับรู้ที่มากที่สุดด้วยนั้น มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 และรับรู้เชิงใกล้เคียง คือ รับรู้ว่าเป็นสีส้ม - ดำ มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ไม่ระบุการรับรู้สี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 รับรู้ว่าเป็นสีส้ม - เทา จำนวน 12 คน การรับรู้ว่าเป็นสีส้ม - ขาว มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือการรับรู้ว่าเป็นสีแดง - ขาว มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน)

ความคิดเห็นด้านองค์กร

ลูกค้ำผู้มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในด้านองค์กร ลูกค้ำมีความคิดเห็นอยู่ระดับเห็นด้วย โดยที่ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ด้าน โดยความคิดเห็นที่เห็นด้วยสูงสุด คือ 1.สถานที่มีการตกแต่งสวยงาม สะอาด ทันสมัย 2. ความซื่อสัตย์ของธนาคาร 3. ความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ 4. ธนาคารมีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ 5. ชื่อเสียงในด้านดี และ 6. ระบบการบริหารงานของธนาคารที่ดี ส่วนความคิดเห็นที่อยู่ในระดับพอใช้ มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1. มีเทคโนโลยีการธนาคารที่ทันสมัย 2. ธนาคารเป็นที่รู้จักและยอมรับของคนทั่วไป 3. บริการทางการเงินให้เลือกใช้บริการมากมาย และ 4. ธนาคารมีสาขามากเพียงพอ

ด้านคิดเห็นต่อด้านการบริการ

ลูกค้ำมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในด้านการบริการ ลูกค้ำมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ซึ่งความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยนี้มีจำนวน 6 ด้าน ด้านที่เห็นด้วยสูงสุด คือ 1. มีภาพลักษณ์ของความทันสมัยแบบคนรุ่นใหม่ 2. เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานสวยงาม เหมาะสม สื่อความเป็นธนาชาติได้ชัดเจน 3. มารยาทของพนักงานต่อลูกค้ำมีความเหมาะสม 4. พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง 5. การให้บริการที่อบอุ่นเป็นกันเอง และ 6. พนักงานแนะนำและให้ความช่วยเหลือลูกค้ำในทุกๆ ปัญหา เช่น การชี้แจงอัตราดอกเบี้ย ในส่วนความคิดเห็นของลูกค้ำที่อยู่ในระดับพอใช้นั้น มีจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ 1. บริการทางการเงินตอบสนองความต้องการได้ดี และ 2. การให้บริการที่รวดเร็ว

โดยภาพรวมของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารทั้งด้านองค์กร และด้านการบริการนั้น ลูกค้ำมีความคิดเห็นอยู่ทีระดับเห็นด้วยต่อภาพลักษณ์ธนาคาร

ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน)

ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งสามารถแจกแจงระดับความพึงพอใจของลูกค้ำในด้าน ต่าง ๆ ได้ ดังนี้ คือ ลูกค้ำมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำนวน 9 ด้าน โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ 1. เงื่อนไขด้านดอกเบี้ยเงินฝาก 2. ภาพลักษณ์ของธนาคาร 3. ความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ 4. มี 2 ด้านที่เท่ากัน คือ (4.1) ชื่อเสียงของธนาคาร และ (4.2) การแนะนำและคอยให้

ความช่วยเหลือของพนักงาน 5. ความเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป 6. มี 2 ด้านที่เท่ากัน คือ (6.1) ความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ และ (6.2) สถานที่ 7. ความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน

ความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ 1. ระบบการบริหารงานของธนาคาร 2. บริการทางการเงิน 3. ระบบคอมพิวเตอร์การธนาคาร 4. การจัดรายการโปรโมชั่นของธนาคาร เช่น โครงการร้อยวัน ร้อยรางวัล เป็นต้น 5. ด้านจำนวนสาขา และ 6. เครื่อง ATM ที่เปิดให้บริการ

ความพึงพอใจในระดับน้อย มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1. บริการเสริม เช่น การรับชำระค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ 2. บริการการโอนเงินระหว่างธนาคาร 3. การบริการรับแลกเปลี่ยนเงิน (Exchange) 4. การให้บริการสินเชื่อต่าง ๆ

ส่วนระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านการบริการการโอนเงินระหว่างประเทศ

ข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน)

ลูกค้ามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 60 คนจากลูกค้า 400 คน โดยลูกค้ามีความคิดเห็นว่า ธนาคารควรมีการให้บริการทางการเงินที่ครบวงจรทุกรูปแบบ ควรนำเทคโนโลยีการให้บริการที่ทันสมัยมาให้บริการ และควรมีการจัดการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างครอบคลุม มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ควรมีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลในการใช้บริการอย่างครอบคลุม ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการให้บริการทางการเงินและด้านอื่น ๆ ให้มากที่สุด ควรมีสาขาให้บริการให้ครอบคลุม รวมทั้งเพิ่มสาขาในห้างสรรพสินค้าหรือในพื้นที่ชุมชน และมารยาทและอภัยาศัยของพนักงานที่ให้บริการควรปรับปรุงให้ดีขึ้น รวมไปถึงขั้นตอนการให้บริการด้านสินเชื่อควรมีความรวดเร็ว และควรมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก เอกสารไม่ซับซ้อน

อภิปรายผลการศึกษา

ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยในส่วนของด้านองค์กรนั้นมีความคิดเห็นที่ลูกค้าเห็นด้วยสูงสุด

คือ สถานที่ที่มีการตกแต่งสวยงาม สะอาด ทันสมัย รองลงมาความซื่อสัตย์ของธนาคาร และในส่วนของความคิดเห็นที่เห็นด้วยในด้านการบริการที่ลูกค้าเห็นด้วยสูงสุด คือ มีภาพลักษณ์ของความทันสมัยแบบคนรุ่นใหม่ รองลงมา เครื่องแบบการแต่งกายของพนักงานสวยงาม เหมาะสม และภาพรวมของความคิดเห็นจากด้านองค์กรและด้านการบริการนั้น พบว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในระดับเห็นด้วย โดยผลการศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของ Fester ได้ ที่กล่าวว่า ความคิดเห็นของบุคคลเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของบุคคล โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารที่มีระดับแตกต่างกันนั้น มาจากประสบการณ์ของลูกค้าแต่ละคนที่เข้าไปใช้บริการในสาขาของธนาคาร ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ของลูกค้าแต่ละบุคคลที่จะพบเจอจากสถานที่ (สาขาแต่ละสาขา) และเหตุการณ์ที่แตกต่างกัน รวมไปถึงสอดคล้องกับแนวคิดของ อัญชลี แจ่มเจริญ ที่กล่าวว่า ความคิดเห็น คือ การแสดงออกซึ่งวิจรรย์ญาณที่มีต่อเรื่องหนึ่ง เป็นการอธิบายเหตุผลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความคิดเห็นมีลักษณะที่แคบกว่าทัศนคติ ในขณะที่ทัศนคติเป็นสิ่งที่แสดงภาพความรู้สึกทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็นจะอธิบายเหตุผลเฉพาะ ซึ่งจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ธนาคารในระดับหนึ่ง แต่เมื่อตอบในเรื่องของความพึงพอใจนั้น ลูกค้าอาจมีความพึงพอใจสอดคล้องกับความคิดเห็น หรืออาจขัดแย้งกับความคิดเห็นก็ได้ เพราะความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของความรู้สึกที่มีเฉพาะเรื่องนั้น ๆ โดยที่ยังไม่เข้าไปสัมผัสสิ่งซึ่งพอที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจได้ ดังนั้นความคิดเห็นจึงเป็นภาพที่ลูกค้าแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความคิดเห็นหรือความรู้สึกเช่นไร เพื่อจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าต่อไป

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน)

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง โดยความพึงพอใจสูงสุด คือ เงื่อนไขด้านดอกเบี้ยเงินฝาก รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ของธนาคาร ความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ และความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านบริการโอนเงินระหว่างประเทศ ซึ่งผลการศึกษา ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ที่กล่าวว่า เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งจากผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของธนาคารแตกต่างกันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังของ

ลูกค้าแต่ละบุคคลที่มีต่อธนาคารนั้นเอง หรือสอดคล้องกับแนวคิดของ Millet ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ หรือความสามารถในการพิจารณาว่าบริการสาธารณะนั้นจะเป็นที่พอใจหรือไม่นั้น จะพิจารณาจากความสามารถในการบริการอย่างยุติธรรมที่ต้องเสมอภาคกัน การจัดบริการที่รวดเร็วทันต่อเวลาตามลักษณะความจำเป็นและความต้องการของประชาชน ความสามารถในการจัดบริการอย่างเพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งนี้การที่ธนาคารทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างในภาพลักษณ์และการบริการของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ที่เปิดให้บริการอย่างหลากหลาย เป็นการรักษาระดับมาตรฐานของการให้บริการและพัฒนาให้เหนือกว่าคู่แข่งอื่น อันจะก่อให้เกิดการตัดสินใจของผู้บริโภคที่ต่างกัน โดยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในระดับเห็นด้วยนั้น หรือผลของความพึงพอใจของลูกค้าในที่มีต่อธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลางนั้นเป็นสิ่งที่ธนาคารต้องทำการพัฒนา เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าในการที่จะใช้บริการ ซึ่งจะหมายถึงการดำเนินธุรกิจของธนาคารที่มั่นคงสืบไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1. จากการศึกษ พบว่า ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ด้านการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการมากขึ้น ธนาคารควรให้ความสำคัญกระบวนการให้บริการของพนักงานโดยการพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เช่น มีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพของพนักงานเป็นระยะ ซึ่งเมื่อพนักงานมีประสิทธิภาพในการบริการที่ครบทุกความต้องการของลูกค้าแล้ว ก็จะส่งผลในเรื่องของภาพลักษณ์องค์กรที่ดีด้วย เพราะพนักงานเปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ เปรียบเสมือนตราขององค์กรด้วย เมื่อพนักงานมีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ ภาพลักษณ์ของธนาคารก็จะเกิดขึ้นในทางบวกตามมา

2. ธนาคารควรพัฒนาระบบเทคโนโลยีการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ซึ่งหากธนาคารมีระบบเทคโนโลยีการปฏิบัติงานที่ดีแล้ว

ลูกค้าก็จะเกิดความเชื่อมั่นในระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับพนักงานที่มีประสิทธิภาพด้วย นอกจากนี้ธนาคารควรพัฒนาในด้านสื่อที่จะให้ข้อมูลแก่ลูกค้าที่เข้ามาติดต่อสาขา เช่น แผ่นพับรายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคารและผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธนาคาร ฯลฯ เพราะเมื่อพนักงานปฏิบัติงานอาจให้ข้อมูลได้ไม่ครบถ้วนตามความต้องการ การเพิ่มสื่อเหล่านี้จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการหาข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. ธนาคารควรให้ความสำคัญกับดำเนินการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด โดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร ซึ่งควรมีการจัดการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมการตลาดผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างครอบคลุม ให้ข้อมูลข่าวสารของธนาคารที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจของธนาคารที่หลากหลาย ในขณะเดียวกัน ยังถือเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารในการสนับสนุนทางการเงินแก่ลูกค้าในทุก ๆ ด้านอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่นเพิ่มเติม เช่น พื้นที่ในเขตภูมิภาคต่าง ๆ หรือศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) จำแนกตามสาขาของธนาคาร เพื่อผลการศึกษาจะทำให้ทราบความคิดเห็นและความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่หรือแต่ละภูมิภาคที่มีสภาพแวดล้อมทางต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการหรือพึงพอใจในภาพลักษณ์องค์กร ต่างกันในลักษณะใด อย่างไร

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ศึกษาทัศนคติ ปัจจัยทางการตลาด หรือ แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมหรือการใช้บริการธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) เนื่องจากผลในด้านต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดและการสร้างภาพลักษณ์ธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) และเพื่อที่ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารและผู้สนใจมากขึ้น