

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยได้แบ่งสัดส่วนการเก็บตัวอย่างในแต่ละสาขาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่จำนวน 20 สาขา สาขาละ 20 ราย และในแต่ละสาขาแบ่งเป็น กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ากลุ่มที่ 1 ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการบำนาญ พนักงานรัฐวิสาหกิจหลังเกษียณ และนักเรียน นักศึกษา จำนวน 10 ราย และกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ากลุ่มที่ 2 ได้แก่ เจ้าของกิจการ กลุ่มวิชาชีพพิเศษ เช่น แพทย์ วิศวกร นักบิน ทนายความ สถาปนิก ผู้ตรวจสอบบัญชี และ พนักงานเอกชนที่มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 10 ราย ใช้วิธีการศึกษาโดยการออกแบบสอบถามและนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์และแปลผล ซึ่งผลการศึกษาที่ได้นำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าธนาคารกรุงไทย ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ รูปแบบสาขาที่ใช้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่องทางการใช้บริการ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร และเหตุผลที่ใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย

ส่วนที่ 3 แบ่งเป็น 2 ข้อ ได้แก่

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยแยกตามปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร

3.2 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อประสิทธิภาพในการเป็นธนาคารเสนอสะดวก
ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน
โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอในรูปแบบ
ของความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	195	48.8
หญิง	205	51.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิด
เป็นร้อยละ 51.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	13	3.3
21-30 ปี	93	23.3
31-40 ปี	150	37.5
41-50 ปี	63	15.8
51-60 ปี	55	13.8
61 ปี ขึ้นไป	26	6.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน
คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมามีอายุ 21-30 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 อายุ 41-50 ปี
จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 อายุ 51-60 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อายุ 61 ปีขึ้นไป

จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่เกิน 20 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.หรือเทียบเท่า	10	2.5
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	58	14.5
ปริญญาตรี	205	51.3
ปริญญาโท	120	30.0
ปริญญาเอก	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ลูกค้ายูตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมามีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	105	26.25
ข้าราชการบำนาญ	31	7.8
นักเรียน นักศึกษา	29	7.3
ลูกจ้างประจำ	36	9.0
พนักงานเอกชน	56	14.0
กิจการส่วนตัว	59	14.8
แพทย์/ทันตแพทย์	34	8.5
วิศวกร/สถาปนิก/มัณฑนากร	25	6.25
ทนายความ	18	4.5
ผู้ตรวจสอบบัญชี	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ลูกจ้างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 รองลงมามีอาชีพกิจการส่วนตัว จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 อาชีพลูกจ้างประจำ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 อาชีพแพทย์/ทันตแพทย์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อาชีพข้าราชการบำนาญ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 อาชีพนักเรียน นักศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 อาชีพวิศวกร/สถาปนิก/มัณฑนากร จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 อาชีพทนายความ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 อาชีพผู้ตรวจสอบบัญชี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	34	8.5
10,001-20,000 บาท	113	28.3
20,001-30,000 บาท	102	25.5
30,001-40,000 บาท	87	21.8
40,001-50,000 บาท	28	7.0
50,000 บาท ขึ้นไป	36	9.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ลูกค้าย่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 มีรายได้ต่อเดือน 50,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 40,001-50,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0



ส่วนที่ 2 ข้อมูลการให้บริการของลูกค้านาคาการกรุงไทย ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ รูปแบบสาขา
ที่ให้บริการ ประเภทของบริการที่ใช้ ช่องทางการให้บริการ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร
และเหตุผลที่ให้บริการจากธนาคารกรุงไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอใน
รูปของความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยต่อเดือน

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	3	0.8
2-5 ครั้ง	312	78.0
6-9 ครั้ง	47	11.8
10 ครั้งขึ้นไป	38	9.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 6 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 2-5 ครั้ง
ต่อเดือน จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0 รองลงมา 6-9 ครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8
10 ครั้งขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และมีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน
จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

รูปแบบสาขาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
สาขาบริการเต็มรูปแบบ	193	48.3
สาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า	207	51.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 7 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยผ่านสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า (เปิดให้บริการทุกวัน) จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยผ่านสาขาบริการเต็มรูปแบบ (เปิดให้บริการวันจันทร์-วันศุกร์) จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย

ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	2	0.5
ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 1 ปี	45	11.3
มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	90	22.5
มากกว่า 2 ปีขึ้นไป	263	65.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยมากกว่า 2 ปีขึ้นไป จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมา มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยมากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และมีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางการบริการที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้

ช่องทางการบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้	จำนวน	ร้อยละ
เคาน์เตอร์	381	95.3
อินเทอร์เน็ต	153	38.3
โทรศัพท์มือถือ	108	27.0
เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM)	328	82.0
เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ (ADM)	215	53.8
เครื่องปรับสมุด (PASSBOOK)	287	71.8
Call Center (1551)	175	43.8
รถโมบาย (MOBILE BANK)	28	7.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการของธนาคารกรุงไทยผ่านช่องทางเคาน์เตอร์มากเป็นลำดับที่ 1 ซึ่งมีจำนวนถึง 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3 ช่องทางการบริการที่ใช้มากลำดับที่ 2 ได้แก่ เครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 ช่องทางการบริการที่ใช้มากลำดับที่ 3 ได้แก่ เครื่องปรับสมุด (PASSBOOK) จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8 และช่องทางการบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการน้อยที่สุด คือ รถโมบาย (MOBILE BANK) มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทบริการที่ใช้ของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ด้านเงินฝาก (ฝาก/ถอน/โอน)	398	99.5
ด้านสินเชื่อ	225	56.3
ด้านการประกันชีวิต (KHUNGTHAI AXA)	183	45.8
ด้านบัตรเครดิต/บัตรเงินสด (KTC)	272	68.0
ด้านการลงทุน (KTAM)	84	21.0
ด้านบริการเช่าซื้อสินค้าอุปโภค (KTB LEASING)	60	15.0
ด้านการชำระค่าสาธารณูปโภค/ ค่าสินค้าและบริการ	197	49.3
ด้านต่างประเทศ/การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	79	19.8
ด้านบริการจัดการทางการเงิน (KTB ONLINE /POCKET BANKING/TELE BANKING)	168	42
ด้านอื่น ๆ	4	1.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: ประเภทบริการอื่นๆ ได้แก่ SPEED CACH (โอนเงินด่วนแบบไม่จำเป็นต้องมีบัญชีกับธนาคาร), TEEN CARD (บัตรเครดิต-เติมเงินโดยไม่ต้องเปิดบัญชีธนาคาร)

จากตารางที่ 10 พบว่า ประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ด้านเงินฝาก/ถอน/โอนเงิน จำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 99.5 ประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ ด้านบัตรเครดิต/บัตรเงินสด (KTC) มีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.0 ประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ ด้านสินเชื่อ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 และประเภทบริการที่มีลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านอื่น ๆ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ถูกค้าเลือกใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

เหตุผลที่ถูกค้าเลือกใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
มีเงินเดือนผ่านธนาคาร	213	53.3
สถานศึกษา/หน่วยงาน กำหนดให้ใช้เป็นธนาคารที่รับเงินโอน	155	38.8
มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	323	80.8
มีจุดให้บริการมาก เช่น สาขาของธนาคาร/ตู้เอทีเอ็ม	269	67.3
มีสาขาเปิดให้บริการนอกเวลา- วันหยุด	239	59.8
มีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย/ตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้	236	59.0
เป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง	323	80.8
อื่นๆ (มีเพื่อนแนะนำให้ใช้บริการ)	5	1.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 11 พบว่า เหตุผลที่ถูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย มากเป็นลำดับที่ 1 มี 2 เหตุผล ได้แก่ มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และเป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 เหตุผลที่ถูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยมากเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ มีจุดให้บริการมาก เช่น สาขาของธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม มีจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 เหตุผลที่ถูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยมากเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ มีสาขาเปิดให้บริการนอกเวลา-วันหยุด จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 และเหตุผลที่ถูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ อื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัจจัยที่สะท้อนภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) แบ่งเป็น 2 ข้อ ได้แก่

3.1 ความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) โดยแยกตามปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร โดยนำเสนอในรูปแบบของจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร

ปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร	3.91	เห็นด้วย	4
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.06	เห็นด้วย	2
ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	4.12	เห็นด้วย	1
ด้านบุคลากร	4.02	เห็นด้วย	3

จากตารางที่ 12 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น อยู่ในระดับที่เห็นด้วยต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ด้าน เรียงตามลำดับ คือ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านช่องทางการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 4.02 และด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ค่าเฉลี่ย 3.91 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้และมองเห็นภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)ต่อปัจจัยทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับที่ชัดเจน



ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็น
ธนาคารเสนอสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร

ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการธนาคาร	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับ ที่
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ปาน กลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์ และบริการทาง <u>ด้านเงินฝาก</u> ที่ หลากหลายไว้บริการ	0 (0.0)	2 (0.5)	48 (12.0)	326 (81.5)	24 (6.0)	3.93 (เห็น ด้วย)	3
ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์ และบริการทาง <u>ด้านสินเชื่อ</u> ที่ หลากหลายไว้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	86 (21.5)	279 (69.8)	35 (8.8)	3.87 (เห็น ด้วย)	4
ธนาคารกรุงไทยมี <u>เครื่องบริการ</u> ฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ , เครื่องปรับสมุดให้บริการอย่าง เพียงพอ	0 (0.0)	2 (0.5)	102 (25.5)	257 (64.3)	39 (9.8)	3.83 (เห็น ด้วย)	5
ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์ และบริการทาง <u>ด้านอื่น ๆ</u> ไว้ บริการ เช่น บัตรกรุงไทย การ ประกัน ฯ	0 (0.0)	0 (0.0)	76 (19.0)	246 (61.5)	78 (19.5)	4.01 (เห็น ด้วย)	1
ธนาคารกรุงไทยมีความ หลากหลายของผลิตภัณฑ์และ บริการที่ให้บริการผ่านเครื่อง ฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ	0 (0.0)	0 (0.0)	63 (15.8)	283 (70.8)	54 (13.5)	3.98 (เห็น ด้วย)	2
ธนาคารกรุงไทยมีการ ให้บริการคำแนะนำทางการ เงินหรือการลงทุนที่เหมาะสม ตรงกับความต้องการ	0 (0.0)	5 (1.3)	99 (24.8)	261 (65.3)	35 (8.8)	3.82 (เห็น ด้วย)	6

จากตารางที่ 13 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (ตารางที่ 12) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้าเห็นด้วยต่อการที่ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านอื่น ๆ ไว้บริการ เช่น บัตรกรุงไทย (KTC) กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อเพื่อการอุปโภค/บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย (KPI/ทิพยประกัน ภัย) การประกันชีวิต (AXA Insurance) มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมา คือ ธนาคารกรุงไทยมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค,ชำระภาษี,ชำระหนี้เงินกู้ กยศ.,เติมเงินมือถือ ฯ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านเงินฝากที่หลากหลายไว้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสินเชื่อที่หลากหลายไว้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ธนาคารกรุงไทยมีเครื่องบริการฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM , ADM) เครื่องปรับสมุด (Passbook) ให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และธนาคารกรุงไทยมีการให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้ และมองเห็นภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร อยู่ในระดับที่ชัดเจน

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ลำดับ ที่
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ปาน กลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารกรุงไทยมีสาขาหรือจุดให้บริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่ายและสะดวก	0 (0.0)	0 (0.0)	35 (8.8)	296 (74.0)	69 (17.3)	4.09 (เห็น ด้วย)	4
ธนาคารกรุงไทยมีสาขาหรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาทำการปกติ	0 (0.0)	0 (0.0)	72 (18.0)	273 (68.3)	55 (13.8)	3.96 (เห็น ด้วย)	5
ธนาคารกรุงไทยในแต่ละสาขามีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง	0 (0.0)	0 (0.0)	52 (13.0)	289 (72.3)	59 (14.8)	4.17 (เห็น ด้วย)	1
ธนาคารกรุงไทยมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝากถอนเงิน เครื่องปรับสมุด เพียงพอ	0 (0.0)	0 (0.0)	39 (9.8)	262 (65.5)	99 (24.8)	4.15 (เห็น ด้วย)	2
ธนาคารกรุงไทยมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง โมบายแบงก์กิ้ง ฯ	0 (0.0)	0 (0.0)	56 (14.0)	247 (61.8)	97 (24.3)	4.10 (เห็น ด้วย)	3
ธนาคารกรุงไทยมีการจัดพื้นที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ และมี รปภ. บริการดูแลความปลอดภัยที่เหมาะสม	0 (0.0)	0 (0.0)	104 (26.0)	237 (59.3)	59 (14.8)	3.89 (เห็น ด้วย)	6

จากตารางที่ 14 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 (ตารางที่ 12) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้าเห็นด้วยในหัวข้อธนาคารกรุงไทยในแต่ละสาขามีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือ ธนาคารกรุงไทยมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝากถอนเงิน เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ธนาคารกรุงไทยมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online) โทรศัพท์มือถือ (KTB on Mobile) เทเลแบงก์กิ้ง (1551) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ธนาคารกรุงไทยมีสาขาหรือจุดให้บริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่ายและสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ธนาคารกรุงไทยมีสาขาหรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาทำการปกติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และธนาคารกรุงไทยมีการจัดพื้นที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ และมี รปภ. บริการดูแลความปลอดภัยที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้ และมองเห็นภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ อยู่ในระดับชัดเจน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน

ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ปาน กลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารกรุงไทยมีขั้นตอน การให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว	0 (0.0)	2 (0.5)	50 (12.5)	246 (61.5)	102 (25.5)	4.12 (เห็น ด้วย)	3
ธนาคารกรุงไทยมีการ กำหนดขั้นตอนการให้บริการ ไว้อย่างชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	97 (24.3)	214 (53.5)	89 (22.3)	3.98 (เห็น ด้วย)	6
ธนาคารกรุงไทยมีการบริการ ที่รวดเร็วทันต่อความต้องการ ของลูกค้า	0 (0.0)	2 (0.5)	44 (11.0)	233 (58.3)	121 (30.3)	4.18 (เห็น ด้วย)	2
ธนาคารกรุงไทยมี กระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ	0 (0.0)	0 (0.0)	17 (4.3)	253 (63.3)	130 (32.5)	4.28 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	1
ธนาคารกรุงไทยมีอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย มาใช้ในการให้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	40 (10.0)	283 (70.8)	77 (19.3)	4.09 (เห็น ด้วย)	4
ธนาคารกรุงไทยมีการนำ เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการ ให้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	58 (14.5)	259 (64.8)	83 (20.8)	4.06 (เห็น ด้วย)	5

จากตารางที่ 15 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยต่อ
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการ
ปฏิบัติงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (ตารางที่ 12) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้าเห็นด้วย
อย่างยิ่งในหัวข้อธนาคารกรุงไทยมีกระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ โดยมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ส่วนหัวข้ออื่น ๆ ลูกค้ายูตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่เห็นด้วย
 เรียงตามลำดับ คือ ธนาคารกรุงไทยมีการบริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย
 เท่ากับ 4.18 ธนาคารกรุงไทยมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย
 เท่ากับ 4.12 ธนาคารกรุงไทยมีอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ มี
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ธนาคารกรุงไทยมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย
 เท่ากับ 4.06 และธนาคารกรุงไทยมีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ย
 เท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้ และ
 มองเห็น ภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้าน
 กระบวนการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับชัดเจน

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็น
ธนาคารเสนอสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ปาน กลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานธนาคารกรุงไทยมี ความกระตือรือร้น และมี ความใส่ใจในการให้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	92 (23.0)	251 (62.8)	57 (14.3)	3.91 (เห็น ด้วย)	6
พนักงานธนาคารกรุงไทยมี ความรอบรู้ในทุกประเภท ผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและ อธิบายบริการให้ทราบได้ อย่างเข้าใจ	0 (0.0)	0 (0.0)	106 (26.5)	252 (63.0)	42 (10.5)	3.84 (เห็น ด้วย)	7
พนักงานธนาคารกรุงไทย สามารถชี้แจง แนะนำ หรือ ให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้ ชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	92 (23.0)	239 (59.8)	69 (17.3)	3.94 (เห็น ด้วย)	5
พนักงานธนาคารกรุงไทย สามารถให้บริการด้วยความ รวดเร็ว ถูกต้อง และเชื่อถือ	0 (0.0)	0 (0.0)	41 (10.3)	256 (64.0)	103 (25.8)	4.16 (เห็น ด้วย)	2
พนักงานธนาคารกรุงไทย สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าได้อย่างถูกต้อง ฉับไว	0 (0.0)	0 (0.0)	68 (17.0)	245 (61.3)	87 (21.8)	4.05 (เห็น ด้วย)	3
พนักงานธนาคารกรุงไทยมี ความสุภาพ เป็นมิตร และให้ เกียรติลูกค้า	0 (0.0)	0 (0.0)	16 (4.0)	261 (65.3)	123 (30.8)	4.27 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	1

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของการเป็น
ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร (ต่อ)

ด้านบุคลากร	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ปาน กลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานธนาคารกรุงไทยมี รูปแบบที่ทันสมัย แสดง ถึงความคล่องแคล่วในการ บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	65 (16.3)	281 (70.3)	54 (13.5)	3.97 (เห็น ด้วย)	4
พนักงานธนาคารกรุงไทยมี การแต่งกายที่สะอาด สุภาพ และเรียบร้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	37 (9.3)	305 (76.3)	58 (14.5)	4.05 (เห็น ด้วย)	3

จากตารางที่ 16 พบว่า ลูกค้ายูตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยต่อ
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (ตารางที่ 12) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ายูเห็นด้วยอย่างยิ่งในหัวข้อ
พนักงานธนาคารกรุงไทยมีความสุภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27
ส่วนหัวข้ออื่น ๆ ลูกค้ายูตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับที่เห็นด้วย เรียงตามลำดับ คือ
พนักงานธนาคารกรุงไทยสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.16 พนักงานธนาคารกรุงไทยสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้อง ฉับไวและ
พนักงานธนาคารกรุงไทยมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.05
พนักงานธนาคารกรุงไทยมีรูปแบบที่ทันสมัย แสดงถึงความคล่องแคล่วในการบริการ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.97 พนักงานธนาคารกรุงไทยสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้ายูสอบถามได้
ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 พนักงานธนาคารกรุงไทยมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจใน
การให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และพนักงานธนาคารกรุงไทยมีความรอบรู้ในทุกประเภท
ผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้ และมองเห็นภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร อยู่ในระดับชัดเจน

3.2 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่สะท้อนภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกทั้ง 4 ด้าน ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยนำเสนอในรูปแบบของจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านบุคลากร ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร	4.44	สำคัญมากที่สุด	4
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.56	สำคัญมากที่สุด	1
ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	4.54	สำคัญมากที่สุด	2
ด้านบุคลากร	4.45	สำคัญมากที่สุด	3

จากตารางที่ 17 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกทั้ง 4 ด้าน มีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุดในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เรียงลำดับ คือ ด้านช่องทางการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.56 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ย 4.54 ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ย 4.45 และด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ค่าเฉลี่ย 4.44

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดในการช่วยสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	สำคัญน้อยที่สุด	สำคัญน้อย	สำคัญปานกลาง	สำคัญมาก	สำคัญมากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีผลิตภัณฑ์และบริการทาง <u>ด้านเงินฝาก</u> ที่หลากหลายไว้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	269 (67.3)	127 (31.8)	4.31 (สำคัญมากที่สุด)	4
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีผลิตภัณฑ์และบริการทาง <u>ด้านสินเชื่อ</u> ที่หลากหลายไว้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (3.5)	258 (64.5)	128 (32.0)	4.29 (สำคัญมากที่สุด)	5
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีเครื่องบริการฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ , เครื่องปรับสมุดให้บริการอย่างเพียงพอ	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	148 (37.0)	244 (61.0)	4.59 (สำคัญมากที่สุด)	1
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีผลิตภัณฑ์และบริการทาง <u>ด้านอื่น ๆ</u> ไว้บริการ เช่น บัตรกรุงไทย การประกัน ฯ	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (3.3)	151 (37.8)	236 (59.0)	4.56 (สำคัญมากที่สุด)	2

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้านี่มีต่อระดับความสำคัญของ
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ในการช่วยสะท้อนถึง
การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	สำคัญ น้อย ที่สุด	สำคัญ น้อย	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ มาก	สำคัญ มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารแสนสะดวก จะต้องมีความ หลากหลายของ ผลิตภัณฑ์และบริการที่ ให้บริการผ่านเครื่องฝาก- ถอนเงินอัตโนมัติ	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	173 (43.3)	225 (56.3)	4.56 (สำคัญมาก ที่สุด)	2
ธนาคารแสนสะดวก จะต้องมีการให้บริการ คำแนะนำทางการเงิน หรือการลงทุนที่ เหมาะสมตรงกับความ ต้องการ	0 (0.0)	0 (0.0)	17 (4.3)	228 (57.0)	155 (38.8)	4.35 (สำคัญมาก ที่สุด)	3

จากตารางที่ 18 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ในการเป็น
ธนาคารแสนสะดวกด้าน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร มีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุดในการ
สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (ตารางที่ 17) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อ
ความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด ในหัวข้อธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีเครื่องบริการฝาก –
ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM , ADM) เครื่องปรับสมุด (Passbook) ให้บริการอย่างเพียงพอสูงที่สุด โดย
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 รองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีผลิตภัณฑ์และ
บริการทางด้านอื่น ๆ ไว้บริการ เช่น บัตรกรุง ไทย (KTC) กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อ เพื่อการ

อุปโภค/บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย (KPI/ทิพยประกัน ภัย) การประกันชีวิต (AXA Insurance) เป็นต้น และธนาคารแสวงสวดจะต้องมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค, ชำระภาษี, ชำระหนี้เงินกู้ กยศ., เติมเงินมือถือ ฯ) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ธนาคารแสวงสวดจะต้องมีการให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ธนาคารแสวงสวดจะต้องมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านเงินฝากที่หลากหลายไว้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และธนาคารแสวงสวดจะต้องมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสินเชื่อที่หลากหลายไว้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสวงสวด ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร มีความ สำคัญมากที่สุด ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสวงสวดของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)



ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านช่องทางการให้บริการ ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	สำคัญ น้อย ที่สุด	สำคัญ น้อย	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ มาก	สำคัญ มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีสาขาหรือจุดให้บริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่ายและสะดวก	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	159 (39.8)	240 (60.0)	4.60 (สำคัญ มาก ที่สุด)	2
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีสาขาหรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาทำการปกติ	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (2.3)	160 (40.0)	231 (57.8)	4.56 (สำคัญ มาก ที่สุด)	4
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (2.3)	150 (37.5)	241 (60.3)	4.58 (สำคัญ มาก ที่สุด)	3
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝากถอนเงิน เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.3)	142 (35.5)	257 (64.3)	4.64 (สำคัญ มาก ที่สุด)	1
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (2.8)	162 (40.5)	227 (56.8)	4.54 (สำคัญ มาก ที่สุด)	5

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านช่องทางการให้บริการ ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	สำคัญ น้อย ที่สุด	สำคัญ น้อย	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ มาก	สำคัญ มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการจัดพื้นที่ให้บริการสถานที่จอดรถ และมี รปภ. บริการดูแลความปลอดภัยที่เหมาะสม	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	204 (51.0)	192 (48.0)	4.47 (สำคัญ มาก ที่สุด)	6

จากตารางที่ 19 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกด้าน ด้านช่องทางการให้บริการ มีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุดในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (ตารางที่ 17) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด ในหัวข้อธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก-ถอนเงิน เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมา คือธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีสาขาหรือจุดให้บริการที่ทั่วถึง สามารถให้บริการได้ง่ายและสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีสาขาหรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาทำการปกติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online) โทรศัพท์มือถือ (KTB on Mobile) เทเลแบงก์กิ้ง (1551) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการจัดพื้นที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ และมี รปภ. บริการดูแลความปลอดภัยที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านช่องทางการให้บริการ มีความ

สำคัญมากที่สุด ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	สำคัญน้อยที่สุด	สำคัญน้อย	สำคัญปานกลาง	สำคัญมาก	สำคัญมากที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	184 (46.0)	216 (54.0)	4.54 (สำคัญมากที่สุด)	4
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	192 (48.0)	206 (51.5)	4.51 (สำคัญมากที่สุด)	5
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการบริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	175 (43.8)	225 (56.3)	4.56 (สำคัญมากที่สุด)	2
ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีกระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (1.0)	138 (34.5)	258 (64.5)	4.64 (สำคัญมากที่สุด)	1

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของ
 ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็น
 ธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	สำคัญ น้อย ที่สุด	สำคัญ น้อย	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ มาก	สำคัญ มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ธนาคารแสนสะดวกจะต้อง มีอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการ ให้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (3.8)	152 (38.0)	233 (58.3)	4.55 (สำคัญ มาก ที่สุด)	3
ธนาคารแสนสะดวกจะต้อง มีการนำเทคโนโลยีที่ ทันสมัยมาใช้ในการ ให้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (2.0)	190 (47.5)	202 (50.5)	4.47 (สำคัญ มาก ที่สุด)	6

จากตารางที่ 20 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ในการเป็น
 ธนาคารแสนสะดวก ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน มีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุดในการ
 สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีค่าเฉลี่ย
 เท่ากับ 4.54 (ตารางที่ 17) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อความสำคัญใน
 ระดับสำคัญมากที่สุด ในหัวข้อธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีกระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน
 และน่าเชื่อถือ สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมา คือ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการ
 บริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมี
 อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ธนาคารแสน
 สะดวกจะต้องมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54
 ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51
 และธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย
 เท่ากับ 4.47 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน มีความสำคัญมากที่สุด ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านบุคลากร ในการช่วยสะท้อนถึง การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	สำคัญ น้อย ที่สุด	สำคัญ น้อย	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ มาก	สำคัญ มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.5)	156 (39.0)	242 (60.5)	4.60 (สำคัญ มาก ที่สุด)	1
พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีความรอบรู้ในทุกประเภทผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	169 (42.3)	231 (57.8)	4.58 (สำคัญ มาก ที่สุด)	3
พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.8)	186 (46.5)	211 (52.8)	4.52 (สำคัญ มาก ที่สุด)	5

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของ
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านบุคลากร ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสน
สะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	สำคัญ น้อย ที่สุด	สำคัญ น้อย	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ มาก	สำคัญ มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานของธนาคารแสน สะดวกจะต้องสามารถ ให้บริการด้วยความ รวดเร็ว ถูกต้อง และ เชื่อถือได้	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	163 (40.8)	237 (59.3)	4.59 (สำคัญ มาก ที่สุด)	2
พนักงานของธนาคารแสน สะดวกจะต้องสามารถ แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ อย่างถูกต้อง ฉับไว	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (2.3)	187 (46.8)	204 (51.0)	4.49 (สำคัญ มาก ที่สุด)	6
พนักงานของธนาคารแสน สะดวกจะต้องมีความ สุภาพ เป็นมิตร และให้ เกียรติลูกค้า	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	187 (46.8)	213 (53.3)	4.53 (สำคัญ มาก ที่สุด)	4
พนักงานของธนาคารแสน สะดวกจะต้องมี เครื่องแบบที่ทันสมัย แสดงถึงความคล่องแคล่ว ในการให้บริการ	0 (0.0)	0 (0.0)	25 (6.3)	270 (67.5)	105 (26.3)	4.20 (สำคัญ มาก)	7

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของ
ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านบุคลากร ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสน
สะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	สำคัญ น้อย ที่สุด	สำคัญ น้อย	สำคัญ ปาน กลาง	สำคัญ มาก	สำคัญ มาก ที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานของธนาคารแสน สะดวกจะต้องมีการแต่ง กายที่สะอาด สุภาพและ เรียบร้อย	0 (0.0)	0 (0.0)	40 (10.0)	277 (69.3)	83 (20.8)	4.11 (สำคัญ มาก)	8

จากตารางที่ 21 พบว่า ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นภาพลักษณ์ในการเป็น
ธนาคารแสนสะดวก ด้านบุคลากร มีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุดในการสะท้อนให้เห็นถึงการ
เป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (ตารางที่
17) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อความสำคัญในระดับสำคัญมากที่สุด
ในหัวข้อพนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการ
ให้บริการ สูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมา คือ พนักงานของธนาคารแสนสะดวก
จะต้องสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 พนักงาน
ของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีความรอบรู้ในทุกประเภทผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบาย
บริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมี
ความสุภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 พนักงานของธนาคารแสนสะดวก
จะต้องสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52
และพนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้อง ฉับไว
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ส่วนในหัวข้อพนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีระเบียบที่ทันสมัย
แสดงถึงความคล่องแคล่วในการให้บริการ และพนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการแต่ง

กายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อความสำคัญในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ 4.11 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านบุคลากร มีความสำคัญมากที่สุด ในการช่วยสะท้อนถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

**ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกของ
ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)**

**ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อ
ภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)**

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร		
ควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะด้านเงินฝาก ให้หลากหลาย มากขึ้น	17	17.35
รวม	17	17.35
ด้านช่องทางการให้บริการ		
ดูแล ตรวจสอบ เครื่อง ATM ADM และเครื่องปรับสมุดให้ใช้ ได้สม่ำเสมอ	16	16.33
เพิ่มจุดบริการตู้ ATM ให้มากขึ้น เช่น บริเวณมหาวิทยาลัย ตลาด	12	12.24
เพิ่มมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น พนักงานรักษา ความปลอดภัยให้มีมาตรฐานเหมือนกันในทุกสาขา	4	4.08
รวม	32	32.65
ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน		
ควรปรับปรุงระบบการทำงานให้รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะช่วงสิ้นเดือน	8	8.16
ควรลดขั้นตอนการกวดคิwtการหลาย ๆ ครั้ง	6	6.12
รวม	14	14.28
ด้านบุคลากร		
พนักงานควรทราบเกี่ยวกับรายละเอียด เงื่อนไขต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ธนาคารมีอยู่ และตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ทุกคน	5	5.10
ควรเพิ่มพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ให้มากขึ้นในช่วงเวลาที่ลูกค้า หนาแน่น เช่น ช่วงเที่ยงวัน หลังเลิกงาน	11	11.22
พนักงานควรดูแล และให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน	2	2.04
รวม	17	18.36

**ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อ
ภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)**

ด้านการประชาสัมพันธ์		
ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบอยู่เสมอ		
	11	11.22
ควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ให้มีมากยิ่งขึ้น		
	7	7.14
รวม	18	18.36
รวมทั้งสิ้น	98	100

จากตารางที่ 22 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ควรมีการปรับปรุงเพื่อภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จากลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ราย มีผู้ให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 98 ราย โดยสามารถจำแนกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร มีลูกค้าให้ข้อเสนอแนะจำนวน 17 ราย โดยลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 17 ราย มีข้อเสนอแนะว่า ธนาคารควรเพิ่มผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะด้านเงินฝาก ให้มีความหลากหลาย มากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.35

ด้านช่องทางการให้บริการ มีลูกค้าให้ข้อเสนอแนะจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.65 โดยลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะว่า ธนาคารควรดูแล ตรวจสอบ เครื่อง ATM ADM และเครื่องปรับสมุดให้ใช้ได้สม่ำเสมอ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.33 รองลงมา ควรเพิ่มจุดบริการตู้ ATM ให้มากขึ้น เช่น บริเวณมหาวิทยาลัย ตลาด จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.24 และควรเพิ่มมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัย เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัยให้มีมาตรฐานเหมือนกันในทุกสาขา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.08

ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน มีลูกค้าให้ข้อเสนอแนะจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.28 โดยลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะว่า ธนาคารปรับปรุงระบบการทำงานให้รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะช่วงสิ้นเดือน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.16 และ ธนาคารควรลดขั้นตอนการกดคิวทำรายการหลาย ๆ ครั้ง จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.12

ด้านบุคลากร มีลูกค้าให้ข้อเสนอแนะจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.36 โดยลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะว่า ธนาคารควรเพิ่มพนักงานหน้าเคาน์เตอร์ให้มากขึ้นในช่วงเวลาที่ลูกค้าหนาแน่น เช่น ช่วงเที่ยงวัน หลังเลิกงาน จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.22 รองลงมา

พนักงานควรทราบเกี่ยวกับรายละเอียด เงื่อนไขต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ธนาคารมีอยู่ และตอบข้อซักถามของลูกค้าได้ทุกคน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.10 และ พนักงานควรดูแล และให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.04

ด้านการประชาสัมพันธ์ มีลูกค้าให้ข้อเสนอแนะจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.36 โดยลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะว่า ธนาคารควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ให้ลูกค้าได้ทราบอยู่เสมอ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.22 และควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ให้มีมากยิ่งขึ้น จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.14