

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ความคิดเห็นของลูกค้ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีการสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้ายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) และแบ่งสัดส่วนการเก็บตัวอย่างแต่ละสาขาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 20 สาขา สาขาละ 20 ราย รวมทั้งสิ้น 400 ราย แบ่งเป็น กลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ากลุ่มที่ 1 ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการบำนาญ พนักงานรัฐวิสาหกิจหลังเกษียณ และนักเรียน นักศึกษา จำนวน 201 ราย และกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้ากลุ่มที่ 2 ได้แก่ เจ้าของกิจการ ลูกเศรษฐี และกลุ่มวิชาชีพพิเศษ เช่น แพทย์ วิศวกร นักบิน ทนายความ สถาปนิก ผู้ตรวจสอบบัญชี พนักงานบริษัทเอกชน ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,000 บาทขึ้นไป จำนวน 199 ราย ในช่วงระหว่างวันที่ 23 สิงหาคม - 16 กันยายน 2554

ผลการศึกษาพบว่า

1. ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการกับธนาคารต่อเดือน รูปแบบสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด ระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร ช่องทางการบริการที่เลือกใช้ ประเภทบริการของธนาคารที่ใช้ปัจจุบัน และเหตุผลที่เลือกใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย

จำแนกตามเพศ พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8

จำแนกตามอายุ พบว่า มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคืออายุ 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

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า มีระดับการศึกษาปริญญาตรี 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

จำแนกตามอาชีพ พบว่า มีอาชีพข้าราชการ/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

จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 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

จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการกับธนาคารต่อเดือน พบว่า มีความถี่ในการใช้บริการ 2-5 ครั้งต่อเดือน 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

จำแนกตามรูปแบบสาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด พบว่า ลูกค้าใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย ผ่านสาขาย่อยในห้างสรรพสินค้า (เปิดให้บริการทุกวัน) จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยผ่านสาขาบริการเต็มรูปแบบ (เปิดให้บริการวันจันทร์-วันศุกร์) จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ตามลำดับ

จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคาร พบว่า มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยมากกว่า 2 ปีขึ้นไป จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมามีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยมากกว่า 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

จำแนกตามช่องทางการบริการที่เลือกใช้ พบว่า ลูกค้าใช้บริการของธนาคารกรุงไทยผ่านช่องทางเคาน์เตอร์มากเป็นลำดับที่ 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

จำแนกตามประเภทบริการของธนาคารที่ใช้ปัจจุบัน พบว่า ประเภทบริการที่ใช้มากเป็นลำดับที่ 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

จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้บริการจากธนาคารกรุงไทย พบว่า เหตุผลที่ใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยมากเป็นลำดับที่ 1 มี 2 เหตุผล ได้แก่ มีสาขาใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และเป็นธนาคารที่มีความมั่นคง/มีชื่อเสียง จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 เหตุผลที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยมากเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ มีจุดให้บริการมาก เช่น สาขาของธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม มีจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 เหตุผลที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยมากเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ มีสาขาเปิดให้บริการนอกเวลา-วันหยุด จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 และเหตุผลที่ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการจากธนาคารกรุงไทยมากเป็นลำดับสุดท้าย ได้แก่ อื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

2. ภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยแยกตามปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายชื่อ อยู่ในระดับเห็นด้วย เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านอื่น ๆ ไว้บริการ เช่น บัตรกรุงไทย (KTC) กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อเพื่อการอุปโภค/บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย (KPI/ทิพย์ประกัน ภัย) การประกันชีวิต (AXA Insurance) ธนาคารกรุงไทยมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค, ชำระภาษี, ชำระหนี้เงินกู้ กยศ., เดิมเงินมือถือ เป็นต้น) ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านเงินฝากที่หลากหลายไว้บริการ ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสินเชื่อที่หลากหลายไว้บริการ ธนาคารกรุงไทยมีเครื่องบริการฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM , ADM) เครื่องปรับสมุด (Passbook) ให้บริการอย่างเพียงพอ และธนาคารกรุงไทยมีการให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ ตามลำดับ

2.2 ด้านช่องทางการให้บริการ

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายชื่อ อยู่ในระดับเห็นด้วย เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

ธนาคารกรุงไทยในแต่ละสาขามีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง ธนาคารกรุงไทยมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก-ถอนเงิน เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ ธนาคารกรุงไทยมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online) โทรศัพท์มือถือ (KTB on Mobile) เทเลแบงก์กิ้ง (1551) ธนาคารกรุงไทยมีสาขาหรือจุดให้บริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่าย และสะดวก ธนาคารกรุงไทยมีสาขา หรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาทำการปกติ และธนาคารกรุงไทยมีการจัดพื้นที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ และมี รปภ. บริการดูแลความปลอดภัยที่เหมาะสม ตามลำดับ

2.3 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายชื่อ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในหัวข้อ ธนาคารกรุงไทยมีกระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ สำหรับหัวข้ออื่น ๆ ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น อยู่ในระดับที่เห็นด้วย เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

ธนาคารกรุงไทยมีการบริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า ธนาคารกรุงไทยมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว ธนาคารกรุงไทยมีอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ธนาคารกรุงไทยมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้ในการให้บริการ และธนาคารกรุงไทยมีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน ตามลำดับ

2.4 ด้านบุคลากร

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายชื่อ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ในหัวข้อ พนักงานธนาคารกรุงไทยมีความสุภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติลูกค้า สำหรับหัวข้ออื่น ๆ ลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น อยู่ในระดับที่เห็นด้วย เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

พนักงานธนาคารกรุงไทยสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และเชื่อถือได้ พนักงานธนาคารกรุงไทยสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้อง ฉับไว พนักงานธนาคารกรุงไทยมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย พนักงานธนาคารกรุงไทยมีรูปแบบที่ทันสมัย แสดงถึงความคล่องแคล่วในการบริการ พนักงานธนาคารกรุงไทยสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้ชัดเจน พนักงานธนาคารกรุงไทยมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ และพนักงานธนาคารกรุงไทยมีความรอบรู้ในทุกประเภทผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ ตามลำดับ



3. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกทั้ง 4 ด้าน ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกด้าน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายชื่อว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีเครื่องบริการฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM , ADM) เครื่องปรับสมุด (Passbook) ให้บริการอย่างเพียงพอ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านอื่น ๆ ไว้บริการ เช่น บัตรกรุง ไทย (KTC) กองทุนรวม (KTAM) สินเชื่อ เพื่อการอุปโภค/บริโภค (KTB Leasing) การประกันภัย (KPI/ทิพยประกัน ภัย) การประกันชีวิต (AXA Insurance) เป็นต้น ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (เช่น การชำระค่าสาธารณูปโภค, ชำระภาษี, ชำระหนี้เงินกู้ กยศ., เติมน้ำมันมือถือ ฯ) ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านเงินฝากที่หลากหลายไว้บริการ และธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านสินเชื่อที่หลากหลายไว้บริการ ตามลำดับ

3.2 ด้านช่องทางการให้บริการ

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกด้าน ด้านช่องทางการให้บริการ ว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายชื่อว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก-ถอนเงิน เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีสาขาหรือจุดให้บริการที่ทั่วถึงสามารถใช้บริการได้ง่ายและสะดวก ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีสาขาหรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาทำการปกติ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

(KTB Online) โทรศัพท์มือถือ (KTB on Mobile) เทเลเบงก์กิ้ง (1551) และธนาคารแสนสะดวก จะต้องมีการจัดพื้นที่ให้บริการ สถานที่จอดรถ และมี รปภ. บริการดูแลความปลอดภัยที่เหมาะสมตามลำดับ

3.3 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกด้าน ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายชื่อว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีกระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการบริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน และธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ ตามลำดับ

3.4 ด้านบุคลากร

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกด้านบุคลากร ว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบรายชื่อว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้

พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และเชื่อถือได้ พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีความรอบรู้ในทุกประเภทผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีความสุภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติลูกค้า พนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องสามารถชี้แจงแนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน และพนักงานของธนาคารแสนสะดวกจะต้องสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้อง ฉับไว

สำหรับหัวข้อ พนักงานของธนาคารแสวงสะดวกจะต้องมีรูปแบบที่ทันสมัย แสดงถึงความคล่องแคล่วในการให้บริการ และพนักงานของธนาคารแสวงสะดวกจะต้องมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพและเรียบร้อย ลูกค้าน่ามีความคิดเห็นว่ามีค่าสำคัญ อยู่ในระดับมาก ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสวงสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

5.2 การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสวงสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)” มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลจากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสวงสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยแยกตามปัจจัยภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสวงสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสวงสะดวก ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยลูกค้าเห็นด้วยต่อการที่ธนาคารกรุงไทยมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านอื่นๆ ไว้บริการและมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ มีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านเงินฝาก ทางด้านสินเชื่อที่หลากหลาย หลายไว้บริการ มีเครื่องบริการฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM , ADM) เครื่องปรับสมุด (PASSBOOK) ให้บริการอย่างเพียงพอ รวมถึงธนาคารกรุงไทยมีการให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ ซึ่งตรงกับแนวคิดการเป็นธนาคารแสวงสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร (Product) ที่ว่า ธนาคารต้องเป็นศูนย์รวมของผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลาย มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าธนาคารและของบุคคลอื่น ๆ ทั้งนี้ จากการที่ธนาคารได้มีความมุ่งมั่นที่จะนำเสนอสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าทุกกลุ่มของธนาคาร รวมถึงกลุ่มลูกค้ารายใหม่ อีกทั้งพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและครบวงจรมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้าในการทำธุรกรรมทุกรูปแบบ ตามแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อก้าวไปสู่การเป็นธนาคารแสวงสะดวก (The Convenience Bank) ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าได้รับความสะดวกจากการใช้บริการมากขึ้นและสามารถใช้บริการจากธนาคารได้ตามต้องการส่งผลให้ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้ และมองเห็นภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสวงสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคารอยู่ในระดับชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงจันทร์ งามมีลาภ ที่พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็น

อยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการมีผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อและด้านอื่น ๆ ที่หลากหลายไว้บริการรวมถึงมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการผ่านเครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง/เทเลแบงก์กิ้ง

1.2 ด้านช่องทางการให้บริการ

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยลูกค้าเห็นด้วยต่อการที่ธนาคารกรุงไทยในแต่ละสาขามีทำเลที่ตั้งที่สะดวกในการเดินทาง มีอุปกรณ์และระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online) โทรศัพท์มือถือ (KTB on Mobile) เทเลแบงก์กิ้ง (1551) มีสาขาหรือจุดให้บริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่ายและมีสาขาหรือจุดบริการที่เปิดให้บริการนอกเวลาทำการปกติ รวมถึงธนาคารกรุงไทยมีการจัดพื้นที่ให้บริการสถานที่จอดรถ และมี รปภ. บริการดูแลความปลอดภัยที่เหมาะสม ตรงกับแนวคิดการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ที่ว่าธนาคารจะต้องมีสถานที่ตั้งของจุดให้บริการต้องอยู่ในทำเลที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถรองรับและสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย และลูกค้าสามารถเลือกใช้ได้เมื่อต้องการ ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารกรุงไทยภายใต้โครงการ “ธนาคารแสนสะดวก” ที่มุ่งตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า และเน้นถึงความสะดวกสบายในการเข้าถึงทุกบริการของธนาคาร จึงได้มีการขยายสาขาและจุดให้บริการลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และขยายเวลาให้บริการทุกวัน ไม่เว้นวันหยุด รวมถึงการเพิ่มช่องทางการบริการอื่น ๆ เช่น KTB on the Move , Convenience Counter เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้าสามารถใช้บริการได้ในทุกที่ ทุกเวลา ส่งผลให้ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้ และมองเห็นภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านช่องทางการให้บริการอยู่ในระดับชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงจันทร์ งามมีลาภ ที่พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยต่อการมีสาขาหรือจุดบริการที่ทั่วถึง สามารถใช้บริการได้ง่ายและมีสาขาหรือจุดบริการเปิดให้บริการนอกเวลาปกติรวม ทั้งการมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ การมี Call Center ในการให้บริการ การมีการจัดตกแต่งสถานที่ให้ดูทันสมัย และเป็นสัดส่วนในการให้บริการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2546: ออนไลน์) ที่กล่าวถึง ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์สำหรับองค์กรธุรกิจ ด้านช่องทางการกระจายสินค้ามักจะมุ่งในประเด็นเรื่อง สถานที่จำหน่าย และระยะเวลาที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก



1.3 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยลูกค้าเห็นด้วยอย่างยิ่งในหัวข้อธนาคารกรุงไทยมีกระบวนการ บริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ และมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับที่เห็นด้วยต่อการที่ธนาคารกรุงไทยมีการบริการที่รวดเร็วทันต่อความต้องการของลูกค้า มีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ และมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ รวมถึงมีการกำหนดขั้นตอนการให้บริการไว้อย่างชัดเจน ตรงกับแนวคิดการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Process) ที่ว่าธนาคารจะต้องมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง โปร่งใส โดยคำนึงถึงความสะดวกในการซื้อหรือใช้บริการ การชำระค่าใช้จ่ายที่ง่าย สร้างความสะดวกสบายและไม่ทำให้เสียเวลาแก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องจาก ในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ หัวใจสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามเป้าหมายได้อย่างราบรื่น ส่วนสำคัญที่จะขาดไม่ได้คือกระบวนการปฏิบัติงานที่มีระเบียบแบบแผนชัดเจน โปร่งใส รวดเร็ว ถูกต้องและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งธนาคารกรุงไทยได้เล็งเห็น ถึงความสำคัญในด้านการกระบวนการปฏิบัติงานในการที่จะช่วยเป็นแรงผลักดันให้ในทุกกระบวนการทำงาน ให้สามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างราบรื่น จึงมีการพัฒนาในส่วนของระบบงานภายใน ระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเรื่องของเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น เครื่องคิวอัจฉริยะ (KTB Intelligence Queue) เครื่องเปิดบัญชีอัตโนมัติ (KTB Smart Open Account) ที่จะช่วยเพิ่มความเร็วและตรวจสอบความถูกต้องในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีทีมเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในการดูแล และพัฒนาระบบการใช้งาน Profile on Web ที่เป็นโปรแกรมในการช่วยรองรับการให้บริการจากพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการลูกค้าหน้าเคาน์เตอร์ให้แม่นยำ และรวดเร็วมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงสิ้นเดือนที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้ และมองเห็นภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงจันทร์ งามมีลาภ ที่พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อกระบวนการบริการที่ได้รับว่ามีความถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ และมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับที่ดีต่อ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการให้บริการ การมีบริการที่รวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า และการมีขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยาก สะดวกและรวดเร็ว

1.4 ด้านบุคลากร

ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวก ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยลูกค้าเห็นด้วยอย่างยิ่งในหัวข้อ พนักงานธนาคารกรุงไทยมีความสุภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติลูกค้า และมีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับที่เห็นด้วยต่อการที่พนักงานธนาคารกรุงไทยสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างถูกต้อง ฉับไว สามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้ชัดเจน มีความกระตือรือร้น และมีความใส่ใจในการให้บริการ อีกทั้งมีความรอบรู้ในทุกประเภทผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ รวมถึงพนักงานกรุงไทยมีการแต่งกายที่สะอาด สุภาพ เรียบร้อย และมีระเบียบที่ทันสมัย แสดงถึงความคล่องแคล่วในการบริการ ตรงกับแนวคิดการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร (People) ที่พนักงานผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี เป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจบริการ และมีความรอบรู้ในทุกสินค้าและบริการของธนาคาร สามารถให้คำปรึกษาและขอแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ทั้งนี้ จากการที่ธนาคารกรุงไทยมีวิสัยทัศน์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวก ธนาคารได้มีการปรับตัวในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถก้าวสู่เป้าหมายตามที่มุ่งหวัง สำหรับพนักงานผู้ให้บริการถือเป็นอีกส่วนสำคัญที่ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของธนาคารได้ดี ถือเป็นตัวแทนขององค์กรในการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงและสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหรือประทับใจจากการได้รับบริการทันที ส่งผลให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ธนาคารกรุงไทยจึงได้มีการจัดโครงการเพื่อพัฒนาและวัดคุณภาพการให้บริการของพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีจิตสำนึกในการเป็น Convenience People อย่างสมบูรณ์แบบ เช่น โครงการ WOW! KTB GREAT โครงการการประกันคุณภาพการบริการตามระยะเวลา (Service Level Agreement) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้ ทักษะในด้านของผลิตภัณฑ์และบริการจากธนาคาร เพื่อให้พนักงานสามารถแนะนำและให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีการรับรู้ และมองเห็นภาพลักษณ์ของการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ด้านบุคลากร อยู่ในระดับชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงจันทร์ จามมีลาภ ที่พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วย ต่อการที่พนักงานมีการแต่งกายที่ทันสมัย แสดงให้เห็นถึงความคล่องแคล่วในการให้บริการ การแต่งกายสะอาด สุภาพและเรียบร้อย สามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง เชื่อถือได้ มีความกระตือรือร้นและมีความใส่ใจในการให้บริการ อีกทั้งสามารถชี้แจง แนะนำ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าสอบถามได้อย่างชัดเจน และมีความรอบรู้ในทุกผลิตภัณฑ์ สามารถชี้แจงและอธิบายบริการให้ทราบได้อย่างเข้าใจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2546: ออนไลน์) ที่

กล่าวถึง ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์สำหรับองค์กรธุรกิจ ด้านการบริการว่าประสิทธิภาพของการบริการเกิดขึ้นจากองค์ ประกอบสองส่วนคือ พนักงานบริการ และระบบบริการ ธุรกิจจึงต้องพัฒนา ทั้งระบบการบริการเพื่อให้ภาพของความทันสมัย ก้าวหน้า รวดเร็ว และถูกต้องแม่นยำ พร้อมๆ กับ พนักงานบริการที่มีความเชี่ยวชาญ คล่องแคล่ว สุภาพ มีบุคลิกภาพและอัธยาศัยไมตรีอันดี เพื่อให้ บรรลุเป้าหมายของการสร้างภาพลักษณ์ด้านบริการได้เต็มที่

2. ผลจากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อระดับความสำคัญของภาพลักษณ์การเป็น ธนาคารแสนสะดวกทั้ง 4 ด้าน ในการสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีความคิดเห็นต่อ ภาพลักษณ์ในการเป็นธนาคารแสนสะดวกว่ามีความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดย เรียงลำดับตามการให้ระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Process) ด้านบุคลากร (People) และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ธนาคาร (Product) ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดวงจันทร์ งามมีลาภ (2551) ที่ ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของลูกค้าต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในการเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้ เนื่องจาก ปัจจุบันภาวะการแข่งขันในระบบธนาคารพาณิชย์ที่มีความรุนแรงมากขึ้น ธนาคารพาณิชย์แต่ละ แห่งต่างมองหาโอกาส และช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าให้ได้หลากหลาย และครอบคลุมมากที่สุด เพื่อเสนอเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าได้เข้ามาสัมผัสและใช้บริการ ซึ่งทำให้แต่ละธนาคารต่างเร่งเพิ่ม และขยายช่องทางการให้บริการลูกค้าให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา ส่งผลให้ลูกค้ารับรู้ สัมผัส และทำให้มองเห็นถึงความ สำคัญในด้านช่องทางการให้บริการมากที่สุด

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ คือ

1. ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไป มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี-ปริญญาโท มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ตั้งแต่ 10,001 บาทขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความรู้และมีศักยภาพในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร
2. ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความถี่ในการเข้ามาใช้บริการกับธนาคาร 2-5 ครั้ง และรูปแบบสาขาที่ลูกค้าใช้บริการบ่อยที่สุด คือ สาขาในห้างสรรพสินค้า อีกทั้งลูกค้าส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นลูกค้าของธนาคารมากกว่า 2 ปี ขึ้นไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าของธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าเดิมที่ใช้บริการกับธนาคารมาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน อีกทั้งเข้ามาใช้บริการกับธนาคารอย่างสม่ำเสมอ แต่ทั้งนี้ได้มีพฤติกรรมในการใช้บริการของธนาคารผ่านสาขาที่เปิดทำการในห้างสรรพสินค้า หรือสาขาที่เปิดทำการนอกเวลาทำการปกติบ่อยครั้งกว่าสาขาเต็มรูปแบบที่เปิดทำการเฉพาะในวันและเวลาราชการ
3. ภาพลักษณ์ด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดจากภาพลักษณ์ในการธนาคารแสนสะดวก 4 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร โดยเฉพาะในองค์ประกอบรายชื่อธนาคารกรุงไทยมีการให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ ลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ให้คะแนนค่าเฉลี่ยต่ำสุดจากองค์ประกอบรายชื่อทั้งหมดของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย แสดงให้เห็นว่าลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีการรับรู้ให้เรื่องของการให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนจากธนาคารกรุงไทยอยู่ในระดับที่ยังไม่แพร่หลาย หรืออาจทราบในเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น อีกทั้งอาจเกิดจากตัวพนักงานผู้ให้บริการที่ไม่สามารถตอบข้อซักถามได้ตรงใจลูกค้าหรือชัดเจนเท่าที่ควร
4. ภาพลักษณ์ด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยสูงที่สุดจากภาพลักษณ์ในการธนาคารแสนสะดวก 4 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะในองค์ประกอบรายชื่อธนาคารกรุงไทยมีกระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ ลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ให้คะแนนค่าเฉลี่ยสูงที่สุดจากองค์ประกอบรายชื่อทั้งหมดของภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย แสดงให้เห็นว่าลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความเชื่อมั่นต่อกระบวนการการทำงาน ระบบงานของธนาคารกรุงไทยว่ามีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือได้
5. ภาพลักษณ์ด้านที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดจากภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการให้บริการ โดยเฉพาะในองค์ประกอบรายชื่อ ธนาคารแสนสะดวกจะต้องมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝากถอนเงิน เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ ลูกค้าในอำเภอเมือง

เชียงใหม่ให้คะแนนค่าเฉลี่ยสูงสุดจากองค์ประกอบรายชื่อทั้งหมด 4 ด้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ องค์ประกอบรายชื่อธนาคารเสนอสมควรจะต้องมีกระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และ น่าเชื่อถือ ในด้านกระบวนการปฏิบัติงาน แสดงให้เห็นว่าลูกค้าในอำเภอเมืองมีความคิดเห็น ว่า ธนาคารกรุงไทยจะก้าวสู่การเป็นธนาคารเสนอสมควรได้นั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญในด้านช่อง การให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการมีอุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ ได้แก่ เครื่องฝาก ถอนเงิน เครื่องปรับสมุดอัตโนมัติ ให้บริการได้อย่างครอบคลุม และเพียงพอในการให้บริการ อีกทั้งในด้านกระบวนการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องยึดถือ ทุกครั้ง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และไว้วางใจให้กับลูกค้าด้วย

5.4 ข้อเสนอแนะ

การที่ธนาคารกรุงไทยจะสามารถก้าวไปสู่การเป็นธนาคารเสนอสมควรตามความมุ่งหวังได้ นั้น จำเป็นที่จะต้องได้รับความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจ จากทุกคน ทุกฝ่าย อีกทั้งจำเป็นต้องอาศัย กลยุทธ์ในการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ และมีผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการ ของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัย “ความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียง ใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารเสนอสมควรของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)” พบว่า การ ให้บริการจากธนาคารที่ผ่านมา ธนาคารสามารถเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อให้สอดคล้องกับการเป็น ธนาคารเสนอสมควร และทำให้ลูกค้ารับรู้ รู้สึกถึงการเปลี่ยนแปลงจากแนวทางสำคัญทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร (Product) ด้านช่องทางการให้บริการ (Place) ด้านกระ บวนการปฏิบัติงาน (Process) และด้านบุคลากร (People) แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อการเติบโตอย่าง ยั่งยืนขององค์กร และบรรลุตามพันธะสัญญาที่มีต่อลูกค้า หรือ Our Brand Promise คือ บริการ สะดวก ชีวิตรอบคอบ ได้นั้น ธนาคารจำเป็นต้องพัฒนาการให้บริการที่มีคุณภาพในทุกด้านที่เป็น แนวทางในการผลักดันธนาคารสู่การเป็นธนาคารเสนอสมควรอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อเป็นการดูแล ลูกค้าแต่ละกลุ่มอย่างเข้าใจความต้องการที่แท้จริง และรักษารฐานลูกค้าเก่ารวมถึงขยายฐานลูกค้า ใหม่ที่มีศักยภาพ จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการช่วยผลักดันการก้าวสู่การเป็นธนาคารเสนอสมควร ตามวิสัยทัศน์ของธนาคารกรุงไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ถึงแม้ ว่าลูกค้าในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่มีความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยเช่นเดียวกับด้านอื่น ๆ แต่ ระดับค่าเฉลี่ยที่ได้ มีค่าต่ำที่สุด แสดงให้เห็นว่าลูกค้ายังรับรู้ และสัมผัสถึงการบริการด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ อยู่ในระดับที่ไม่ชัดเจนเท่าที่ควร โดยเฉพาะในองค์ประกอบรายชื่อธนาคารกรุงไทยมี การให้บริการคำแนะนำทางการเงินหรือการลงทุนที่เหมาะสมตรงกับความต้องการ การ ซึ่งอาจเกิดจาก

ความผิดพลาดในการสื่อสารทางการตลาด หรือการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อ มูลไปสู่ลูกค้ามีน้อยเกินไป ทั้งนี้ยังอาจรวมไปถึงการให้ข้อมูลหรือการแนะนำจากพนักงานของธนาคารที่ไม่มีความชัดเจนตรงตามที่ลูกค้าต้องการ

ดังนั้นธนาคารควรเร่งดำเนินการปรับปรุงการเผยแพร่ข้อมูล การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ของธนาคาร ให้มีความชัดเจนของทั้งเนื้อหา และมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ธนาคารอาจจำเป็นต้องทำการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าก่อนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ว่าลูกค้ามีความสนใจ มีความต้องการมากน้อยอย่างไร ผลิตภัณฑ์และบริการที่ออกมาตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือไม่ เช่น จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในวัยกลางคน มีการศึกษาอยู่ในระดับสูง มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งรับเงินเดือนผ่านธนาคารกรุงไทย อีกทั้งมีรายได้ตั้งแต่ 10,001 บาทขึ้นไป ซึ่งถือเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ มีความเข้าใจและสามารถถ่ายทอดสู่บุคคลรอบข้างได้ง่าย ดังนั้นธนาคารควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ให้ได้รับทราบ เล็งเห็นประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการและเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ช่วยเพิ่มสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี บริการหักบัญชีชำระค่าใช้จ่ายอัตโนมัติ บริการ KTB netbank (บริการทางการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์) เป็นต้น อีกทั้งการสื่อสารผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ควรมีความชัดเจนของเนื้อหา และสามารถสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของธนาคาร สิ่งสำคัญที่ธนาคารควรให้ความสำคัญไม่แพ้กับในเรื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ คือ ความรอบรู้ของพนักงานผู้ให้บริการที่ถือเป็นหน้าบ้านคอยต้อนรับลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการกับธนาคาร ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับทุก ๆ ผลิตภัณฑ์และบริการที่ธนาคารมีอยู่ และผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้พนักงานได้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถถ่ายทอดไปสู่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งยังสามารถช่วยเสริมสร้างความมั่นใจในการทำงานให้กับพนักงาน สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธนาคารยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ก็ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะนำพาธนาคารก้าวสู่การเป็นธนาคารแสนสะดวกได้ ถึงแม้ว่าลูกค้าของธนาคารกรุงไทยในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จะรับรู้ถึงภาพลักษณ์อยู่ระดับที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์ประกอบรายชื่อธนาคารกรุงไทยมีกระบวนการบริการที่ถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ ลูกค้ารับรู้ถึงภาพลักษณ์อยู่ระดับที่ชัดเจนมาก แต่ธนาคารกรุงไทยก็ควรรักษามาตรฐานของการบริการให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ด้วยการพัฒนากระบวนการทำงานให้ทันสมัย รวดเร็วและถูกต้อง รวมถึงมองหาทำเลที่มีศักยภาพในการเข้าถึงลูกค้าในการเปิดสาขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาขา

ที่เปิดทำการทุกวัน หรือเปิดทำการนอกเวลาทำการปกติเพื่อสามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ทุกที่ ทุกเวลาและรองรับกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงติดตั้งเครื่องบริการอัตโนมัติให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ให้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้า อีกทั้งควรหมั่นตรวจตรา ดูแลซ่อมบำรุง เครื่องบริการอัตโนมัติในแต่ละจุดให้บริการให้สามารถใช้งานได้ดียิ่งอย่างสม่ำเสมอ ตามสโลแกน “บริการสะดวก ชีวิตสบาย” และเสริมสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจให้กับลูกค้าต่อไป

5.5 ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีข้อจำกัดในด้านการศึกษาวิจัย เนื่องจากเป็นการศึกษาวิจัยลูกค้าประเภทบุคคลธรรมดาเพียงกลุ่มเดียว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายควรศึกษาลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ เช่น หน่วยงาน บริษัท สถานศึกษา หรือองค์กรต่าง ๆ ที่ใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย เพื่อจะได้นำผลการศึกษาที่ได้มาวางแผน และพัฒนาแนวทางการตลาด ผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร ตลอดจนระบบการให้บริการได้ครอบคลุมกับทุกกลุ่มลูกค้าของธนาคารทั้งปัจจุบันและอนาคต