

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษา ระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เปรียบเทียบ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารออมสิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 246 คน ในบทนี้เสนอสาระสำคัญ ได้แก่ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยนำเสนอตั้งรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.7 มีอายุ 41 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 26.0 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 45.5 มีนักธุรกิจ/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 39.4 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.7 และมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 43.1

2. พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ พบว่า ส่วนใหญ่ลูกค้ามีบัญชีเงินฝากประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 78.0 มีเหตุผลที่มาใช้บริการ คือ ธนาคารเป็นที่ยอมรับน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 41.1 มีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการไม่เกิน 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 63.0 มีการใช้บริการด้านเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 65.4 มีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.9

3. ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

4. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร พบว่า เพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ส่วนอายุ อาชีพ และสถานภาพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ส่วนการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน และรายได้ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

5. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า พบว่า ประเภทบัญชีเงินฝาก เหตุผลที่มีใช้บริการ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ และประเภทบริการที่ใช้ในปัจจุบันต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยภาพรวมลูกค้ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การเปิดบัญชีใหม่และทำบัตร ATM การรับฝาก-ถอนเงินสดและรับฝากเช็คเข้าบัญชี สินเชื่อชำระเงินกู้ การประกันชีวิตและประกันภัย และการให้บริการชำระค่าสาธารณูปโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์และเป็นที่พอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิจิตร จิตรวสินกุล (2545 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงพอใจ

ของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาราชวงศ์ จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านราคา ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มีค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน ค่าธรรมเนียมบัตร ATM และบัตรเครดิต ค่าธรรมเนียมการออกตราสารหนี้ ค่าธรรมเนียมการออกหนังสือรับรองยอด ค่าธรรมเนียมในการเรียกเก็บเช็คเข้าบัญชี และ ค่าธรรมเนียมในการออก Statement ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ของธนาคารเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารพาณิชย์อื่นจะอยู่ในอัตราที่ต่ำกว่าเล็กน้อย ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่จะใช้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงภา หวงสุวรรณกร (2544 : บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน ด้านราคาอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านช่องทางการให้บริการ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มีค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธนาคารออมสินมีสาขาอยู่ใกล้ที่ทำงาน ความสะดวกในการติดต่อใช้บริการ จำนวนสาขาหรือจุดบริการมีอยู่ทั่วไป การติดต่อสอบถามข้อมูลได้รวดเร็ว การติดต่อสอบถามข้อมูลได้รวดเร็ว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าเห็นว่าธนาคารมีสาขาอยู่ใกล้บ้าน และมีความสะดวกในการเดินทางติดต่อใช้บริการ จึงทำให้ลูกค้าเลือกช่องทางการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อยเพราะสามารถสอบถามข้อมูลได้รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงภา หวงสุวรรณกร (2544 : บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน ด้านช่องทางการให้บริการอยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มีค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การประชาสัมพันธ์ทางด้านสื่อวิทยุ การประชาสัมพันธ์ทางด้านโทรทัศน์ มีแผ่นป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ มีแผ่นพับแจก มีของสมมาคุณแจก และมีการโฆษณาผ่านเว็บไซต์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าพบเห็นการประชาสัมพันธ์ของธนาคารออมสินผ่านทางสื่อโฆษณาต่าง ๆ อยู่อย่าง

สม่ำเสมอ จึงทำให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารประเภทต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการไปใช้บริการ ซึ่งให้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรัณย์ทิพย์บำรุง (2544 : บทคัดย่อ) เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

1.5 ด้านพนักงานให้บริการ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มีค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้บริการด้วยอัธยาศัยที่ดี มีความรู้ความเข้าใจในการให้บริการแต่ละประเภท ตอบข้อซักถาม ผู้ใช้บริการได้ชัดเจน การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และการใช้ภาษาสื่อสารได้ถูกต้องและเหมาะสม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อลูกค้ามาติดต่อใช้บริการกับทางธนาคารออมสิน พนักงานผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จึงเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการให้บริการของธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงนภา หวงสุวรรณกร (2544 : บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก

1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มีค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการแนะนำขั้นตอนที่ให้บริการแก่ลูกค้า เชิญชวนลูกค้าให้บริการสินเชื่อธนาคาร มีการอธิบายวิธีการชำระเงินในรูปแบบต่าง ๆ จัดหาวิธีการผ่อนชำระหนี้ที่เหมาะสมกับลูกค้า และการให้บริการตามลำดับก่อนและหลัง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าเห็นว่าพนักงานให้บริการได้ให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า ทำให้ได้รับความสะดวกในการติดต่อขอใช้บริการในเรื่องต่าง ๆ และมีกระบวนการให้บริการในด้านเอกสารในการขอใช้บริการไม่ซับซ้อนทำให้เข้าใจง่าย และทางธนาคารยังมีพนักงานบอกขั้นตอน รายละเอียดเอกสารไว้อย่างชัดเจน ซึ่งลูกค้าอาจเห็นว่าเป็นประโยชน์โดยตรงในการติดต่อขอใช้บริการกับธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงนภา หวงสุวรรณกร (2544 : บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก

1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย มีค่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่ให้บริการ การตกแต่งสถานที่เพื่อให้บริการเป็นระเบียบ และสวยงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายในการให้บริการลูกค้า เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารต่าง ๆ มีสถานที่รับรองลูกค้าที่เป็นสัดส่วนอย่างเหมาะสม และอุปกรณ์เครื่องมือการให้บริการธนาคารออมสินที่ทันสมัย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าเห็นว่าสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของธนาคาร มีการปรับปรุงรูปแบบอยู่เสมอ ทำให้สำนักงานดูสะอาด และเป็นระเบียบ มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น ที่นั่งรับรอง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวารสาร เป็นต้น และยังมีสถานที่จอดรถให้ลูกค้าได้อย่างเพียงพอ และบรรยากาศรอบ ๆ ในตัวสำนักงานก็มีการจัดภายนอกดูสวยงามทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่รู้สึกเครียดและหงุดหงิด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงภา หวงสุวรรณกร (2544 : บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเคหะของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าธนาคาร โดยอภิปรายผลได้ว่า

2.1 เพศต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ว่าลูกค้าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย ต่างก็มีความต้องการในการให้บริการที่แตกต่างกันออกไป จึงทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารต่างกันไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธานี พรวัฒนานนท์ (2543 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี แก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการธนาคารแตกต่างกัน

2.2 อายุต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันทำให้มีความคาดหวังในการให้บริการต่างกัน ซึ่งถ้าลูกค้าอยู่ในกลุ่มอายุน้อยจะไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับมากนัก แต่ถ้าลูกค้าที่มีอายุอยู่ในวัยผู้ใหญ่จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากธนาคารมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรทัย เชิดชูธรรม (2545 :

บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

2.3 การศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระดับการศึกษาของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้ เพราะความคิด ความต้องการและความคาดหวังจะออกมาจากความรู้นึกคิดของแต่ละบุคคล ถ้าลูกค้าที่ระดับการศึกษาสูงก็จะวิเคราะห์ถึงผลประโยชน์ และความพึงพอใจในการให้บริการด้านต่าง ๆ มากเป็นพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรัณย์ ทิพย์บำรุง (2544 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขายะลา ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารแตกต่างกัน

2.4 อาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจะเห็นว่าลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน ย่อมมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปในการมาใช้บริการกับธนาคาร ซึ่งลูกค้าก็ต้องการให้สอดคล้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของตัวเองมากที่สุด เช่น อาชีพค้าขาย การมาใช้บริการกับธนาคารอาจต้องการมาใช้บริการในเรื่องสินเชื่อเพื่ออาชีพของตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธานี พรวัฒนานนท์ (2543 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธนาคารแตกต่างกัน

2.5 รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน อาจได้รับการบริการของธนาคารที่แตกต่างกัน ดังนั้นลูกค้าทุกคนไม่ว่าจะมีรายได้มากหรือน้อย ก็ย่อมมีความต้องการให้ธนาคารบริการในด้านต่าง ๆ ซึ่งตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรทัย เชิดชูธรรม (2545 : บทคัดย่อ) เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่ศึกษาได้ข้อค้นพบตรงกันว่า ลูกค้าที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ไทยแตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ โดยอภิปรายผลได้ว่า

ด้านประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน ด้านเหตุผลที่มาใช้บริการ ด้านจำนวนครั้งที่มาใช้บริการ และด้านประเภทบริการที่ใช้ในปัจจุบัน แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารออมสินสาขาวังน้อย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพแตกต่างกัน

สรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการที่ 4 ด้าน จากข้อค้นพบในการวิจัยในครั้งนี้ลูกค้าที่มีประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสินนั้นต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารออมสินแตกต่างกันซึ่งการวิเคราะห์เปรียบเทียบในข้อ 3 นี้มีผลการศึกษาของปัจจัยบางด้านไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาอ้างอิง เพราะปัจจัยบางด้านยังไม่เคยมีกรณีศึกษาและยังไม่มีข้อค้นพบเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างประเภทบัญชีเงินฝากกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาวังน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มาใช้บริการด้านประเภทบัญชีเงินฝากต่างกัน ย่อมมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการในแต่ละประเภทไม่เหมือนกันหรือแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละรายที่มาใช้บริการด้านประเภทบัญชีเงินฝากกับธนาคารออมสิน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับใช้

การเน้นบริการลูกค้าที่เป็นบัญชีเงินฝากประเภทบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ เพราะมีจำนวนครั้งที่มาใช้บริการไม่เกิน 3 ครั้ง และมีระยะเวลาที่เป็นลูกค้าธนาคาร 3-5 ปี โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ แต่เนื่องจากลูกค้าที่มีปัจจัยบุคคลต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจต่อการให้บริการส่วนใหญ่แตกต่างกัน จึงควรแยกการให้บริการที่ต่างกัน กล่าวคือให้บริการด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน ก็ควรจัดให้บริการที่ต่างกันไป

สำหรับความพึงพอใจ จำแนก ตามพฤติกรรม การใช้บริการธนาคาร ของลูกค้าซึ่งมีความพึงใจแตกต่างกันทุกด้าน ดังนั้นธนาคารควรจัดพนักงานเพื่อให้บริการ ลูกค้าที่มี ประเภทบัญชีเงินฝาก เหตุผลที่มาใช้บริการ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ และประเภทบริการที่ใช้ในปัจจุบัน ที่แตกต่าง

กันควรให้ บริการเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ เกี่ยวกับ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในลักษณะที่แตกต่างกันไป ตามพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารของลูกค้า เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพิ่มสูงขึ้น และเป็นลูกค้าต่อไปในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการมาให้บริการธนาคารออมสินในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 ควรทำการศึกษา เรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารจัดการธนาคารออมสินต่อการให้บริการของลูกค้า ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.3 ควรทำการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารออมสินสาขาอื่น ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา