

คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)



เพชรรัตน์ พันธุ์สอาด

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร
สถาบันเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น
ปีการศึกษา 2555

SERVICE QUALITY OF THANACHART BANK PUBLIC COMPANY LIMITED

Phetcharut Phansa-ard

TNI

A Term Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration Program
in Executive Enterprise Management

Graduate School

Thai - Nichi Institute of Technology

Academic Year 2012

หัวข้อสารนิพนธ์

คุณภาพการให้บริการของธนาคารแห่งชาติ จำกัด
(มหาชน)

โดย

เพชรรัตน์ พันธุ์สอาด

สาขาวิชา

การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ดร. จักร ดิงศภักดิ์

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น อนุมัติให้นับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. พิชิต สุขเจริญพงษ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

..... กรรมการ

(ดร. ปาลีรัฐ เลขะวัฒนะ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(ดร. จักร ดิงศภักดิ์)

เพชรรัตน์ พันธุ์สอาด : คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน).
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. จักร ดิงศกัทธิย์, 64 หน้า.

สารนิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยใช้ผลการประเมินของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับคุณภาพในมิติลักษณะทางกายภาพของธนาคารและมิติการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของสำนักงานเครือข่ายบางนา (Hub บางนา) 23 สาขา จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา 0.80 และความเชื่อมั่น 0.8978 วิเคราะห์และแปลความด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาตรฐานส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (F-Test)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการประเมินคุณภาพในการให้บริการของธนาคารโดยให้ความสำคัญกับมิติลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ ความรับผิดชอบ ความมั่นใจในการให้บริการ และมิติความเห็นอกเห็นใจในระดับมากที่สุด ส่วนมิติข้อมูลข่าวสารให้ความสำคัญในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้บริการในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันด้วย ในการปรับปรุงมิติข้อมูลข่าวสาร พนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ของธนาคารธนชาติจะต้องคำนึงถึงความถูกต้องของข้อมูล ความเป็นปัจจุบันและจำนวนข้อมูลที่เพียงพอ รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นแนวทางที่สามารถดำเนินการได้โดยใช้การฝึกอบรม

บัณฑิตวิทยาลัย

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2555



PHETCHARUT PHANSA-ARD : SERVICE QUALITY OF THANACHART
BANK PUBLIC COMPANY LIMITED. ADVISOR : CHARK TINGSABHAT,
DOCTOR OF MANAGEMENT, P.E., 64 PP.

The purposes of this study are to investigate Thanachart Bank Public Company Limited customers feedback on quality of the bank physical and teller service dimensions; and to identify an improvement approach. The qualified questionnaires with the content validity index of 0.80 and Cronbach's alpha coefficient of 0.8978 were sent to 400 samples, which are the bank customers of 23 branches under the responsibility of Bangna Hub. Descriptive statistic, percentage, mean, standard deviation, 5 rating scale and the analysis of variance (F-Test) with significant at the 0.05 level were utilized to process the research data.

The result found that ; the customers opinion toward the bank service quality showed the physical, trustworthiness, accountability, confidentiality, and sympathy dimensions are the most importance. Meanwhile the information and communication dimension is valued only at important level. The result from one-tailed ANOVA to test the relationship between the customers' Age Ranges ; Educational Background ; Occupation ; Income Ranges and the Bank Service Quality assessment level showed the acceptance of the alternative hypothesis. To improve the information and communication dimension, the bank tellers should be trained to fully understand its products and work processes, while the bank should provide the supervisor coaching system and real time information system for the tellers.

Graduate School

Student's Signature

Field of Study Executive Enterprise Management

Advisor's Signature

Academic Year 2012



กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความกรุณาอย่างยิ่งของอาจารย์ ดร.จักร ดิงศภักย์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำปรึกษา ตรวจสอบและแก้ไขสารนิพนธ์ด้วยความเต็มใจ และเอาใจใส่เป็นอย่างดี อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์ และ ดร.ปาลีรัฐ เลชะวัฒนะ คณะกรรมการ สอบสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำในการปรับแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของสารนิพนธ์ ผู้ศึกษาขอ กราบขอบคุณท่านอาจารย์ทั้งสามและคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขา การจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ที่ได้ให้ความรู้และ ประสพการณ์ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประสานงานที่ให้ความช่วยเหลือในระหว่างศึกษา

ขอขอบคุณ คุณเอกวิทย์ ภูสุวรรณ์ หัวหน้างานในธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) สำนักงานเครือข่ายกรุงเทพ 4 (บางนา) ที่ได้ให้การสนับสนุนและให้คำแนะนำ พร้อมทั้งเป็น กำลังใจในการศึกษาในหลักสูตรนี้ ขอขอบคุณ คุณอริพจน์ จันทร์กลั่น ที่ได้ให้คำปรึกษาพร้อม ข้อเสนอแนะที่ดีและมีประโยชน์ต่อการทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบคุณเพื่อนๆ EEM รุ่น 4 ทุกคนที่คอยให้กำลังใจเสมอมา และที่สำคัญสุด ขอขอบคุณครอบครัวที่ให้กำลังใจและสนับสนุนการศึกษามาโดยตลอด

ท้ายที่สุดนี้ คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอมอบแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

เพชรรัตน์ พันธุ์สอาด

TNI

THAI - NICHII INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญรูป.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	3
ขอบเขตและกรอบแนวคิดในการศึกษา.....	4
สมมติฐานการศึกษา.....	5
ขั้นตอนการดำเนินงาน.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ประวัติของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน).....	7
มาตรฐานการบริการของธนาคารธนชาติ.....	10
คุณภาพและนวัตกรรมของการบริการ.....	14
กระบวนการและการให้ประสบการณ์บริการที่ดี.....	16
คุณภาพของการให้บริการ.....	18
เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ.....	20
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 วิธีดำเนินงานสารนิพนธ์.....	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	26
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
	สถิติที่ใช้ในการศึกษา.....	29
4	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	30
	ตอนที่ 1 ผลจากแบบสอบถาม.....	30
	ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา.....	38
	สรุปผลการศึกษา.....	50
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา.....	51
	บรรณานุกรม.....	53
	ภาคผนวก.....	57
	ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	58
	ประวัติผู้เขียนสารนิพนธ์.....	64

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ธนาคารพาณิชย์ไทย.....	8
2	สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทย่อย ในกลุ่มธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน).....	10
3	สาขานาการของธนาคารธนาชาติในเขตอับบางนา (กรุงเทพฯ ตะวันออก).....	28
4	การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
5	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการในแต่ละมิติของ ธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน).....	33
6	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติลักษณะทางกายภาพเป็นรายข้อ.....	34
7	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติความไว้วางใจเป็นรายข้อ.....	35
8	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติความรับผิดชอบเป็นรายข้อ.....	35
9	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติความมั่นใจในการให้บริการเป็นรายข้อ.....	36
10	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติความเห็นอกเห็นใจเป็นรายข้อ.....	37
11	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติข้อมูลข่าวสารเป็นรายข้อ.....	38
12	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการของธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ.....	40
13	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา.....	42
14	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนาชาติ จำกัด(มหาชน) จำแนกตามอาชีพ.....	44
15	ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	46
16	ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	49

สารบัญรูป

รูป		หน้า
1	ปริมาณเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี 2548-ปี 2555.....	2
2	ปริมาณเรื่องร้องเรียนของสำนักงานเครือข่ายบางนา ปี 2555.....	3
3	กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	4
4	วงจรความสำเร็จในการบริการ.....	15
5	กระบวนการให้บริการ.....	16
6	องค์ประกอบของบริการที่ดี.....	17



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

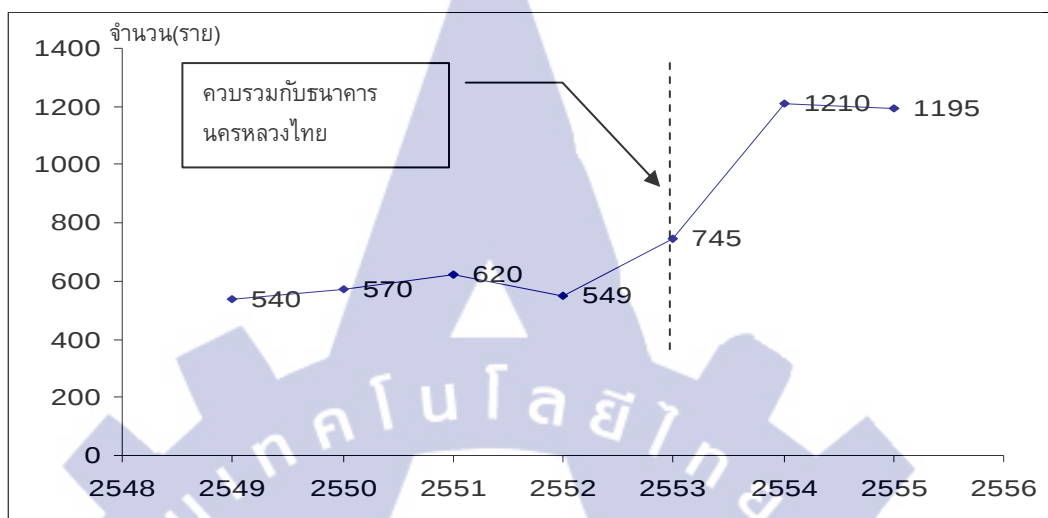
จากการลงนามในปฏิญญาเซบูเพื่อเร่งรัดการเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community : AC) ให้เสร็จสิ้นภายในปี 2558 ส่งผลให้ 5 ประเทศ สมาชิกของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียนจาก 10 ประเทศ ต้องเข้าร่วมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ภายในปี 2558 และสามารถเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุนได้อย่างเสรีมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายเพื่อให้อาเซียนเป็นตลาดและศูนย์กลางของฐานการผลิตโลก การเปิดเสรีดังกล่าวย่อมส่งผลให้มีการเปิดเสรีภาคการเงินและเกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีโดยที่นักลงทุนต่างประเทศสามารถเข้ามาทำกำไรในตลาดเงินและตลาดทุนในภูมิภาคอาเซียนได้อย่างเสรี ด้วยเหตุนี้ระบบการเงินของประเทศไทยต้องเตรียมความพร้อมรับมือการเปิดเสรีนี้เช่นกัน

หากพิจารณาในส่วนของภาคการเงินและการลงทุน การเปิดเสรีอาเซียนย่อมส่งผลให้ระบบการชำระเงินของอาเซียนมีการเชื่อมต่อเป็นมาตรฐานเดียวกัน เชื่อมโยงระบบการค้าขายและการใช้จ่ายของประเทศสมาชิกอาเซียน และช่วยให้บริการชำระค่าสินค้าข้ามประเทศทางอิเล็กทรอนิกส์ทำได้สะดวก รวมทั้งต้องมีการสร้างกรอบป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นตามมาด้วย ธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปรับปรุงระบบเพื่อรองรับการชำระเงินระหว่างกันด้วยสกุลเงินของภูมิภาคในอนาคต รวมถึงการให้บริการทางการเงินเพื่อช่วยขับเคลื่อนการค้าขายและการลงทุนในตลาดอาเซียนของนักลงทุนไทย ขณะเดียวกันธนาคารพาณิชย์ไทยยังต้องรับมือกับการเข้ามาเปิดสำนักงาน หรือสาขาของธนาคารพาณิชย์ของแต่ละประเทศในภูมิภาคที่จะเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยด้วย

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ตระหนักถึงการเปิดเสรีการค้าของอาเซียน ในปี 2553 บริษัททุนธนชาติในฐานะบริษัทแม่ของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ได้เข้าซื้อกิจการธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จากกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาสถาบันการเงิน และในปี 2554 ได้เข้าถือหุ้นร้อยละ 99.95 ของธนาคารนครหลวงไทย ซึ่งทำให้ธนาคารธนชาติกลายเป็นธนาคารที่มีสาขาเป็นอันดับ 5 ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทยด้วยจำนวนสาขาทั้งสิ้น 680 สาขา เครื่องเอทีเอ็มจำนวนมากกว่า 2,100 เครื่อง และสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศจำนวน 80 สำนักงาน รวมทั้งมีบริการการเงินที่หลากหลายและครบวงจร

การควบรวมกิจการระหว่างสองธนาคารที่มีวัฒนธรรมการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันทำให้ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ต้องปรับเปลี่ยนระบบการทำงานของพนักงานที่มาจากสององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การปรับเปลี่ยนย่อมส่งผลต่อการให้บริการลูกค้าเดิมและ

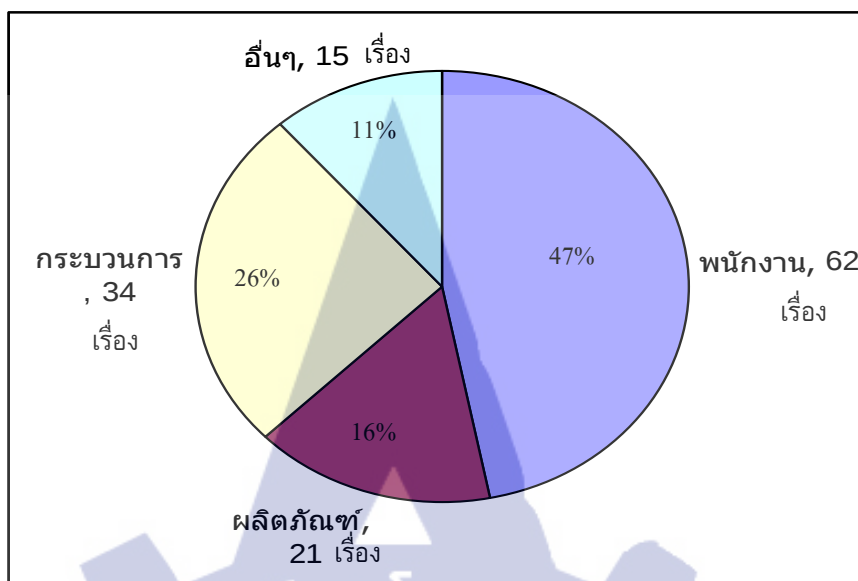
ลูกค้าใหม่ของธนาคารทั้งสองแห่ง เมื่อพิจารณาจากปริมาณการร้องเรียนของลูกค้าทั่วประเทศ พบว่ามีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะในช่วงระหว่างการควบรวมกิจการ การร้องเรียนของลูกค้ามีจำนวนสูงถึง 1,210 รายในปี 2554 จากเดิมที่มีเพียง 745 รายในปี 2553 ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 ปริมาณเรื่องร้องเรียนจากลูกค้าของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ปี 2548-ปี 2555

ที่มา : ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2555ข). รายงานเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า. ไม่ปรากฏเลขหน้า.

จากภาพรวมการร้องเรียนของลูกค้าของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เมื่อพิจารณาเจาะลึกลงไปที่สำนักงานเครือข่ายบางนา (Hub บางนา) พบว่า ในปี 2555 มีจำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าทั้งสิ้น 132 เรื่อง แบ่งประเภทการร้องเรียนจากมากไปน้อย โดยการร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานมีจำนวนมากที่สุดถึง 62 เรื่อง รองลงมา คือ กระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และเรื่องอื่นๆ สัดส่วนของการร้องเรียนปรากฏดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ปริมาณเรื่องร้องเรียนของสำนักงานเครือข่ายบางนา ปี 2555

ที่มา : ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2555ข). รายงานเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า. ไม่ปรากฏเลขหน้า.

การปรับปรุงคุณภาพของกระบวนการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำเป็นต้องมีแนวทางที่ชัดเจนในประเด็นทางกายภาพของธนาคารและการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ทั้งนี้ดำเนินการศึกษาโดยใช้ผลจากการประเมินคุณภาพของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มลูกค้าธนาคาร เพื่อให้เข้าใจปัญหา และข้อบกพร่องที่เกิดจากลักษณะทางกายภาพและการปฏิบัติงานของพนักงานอื่นจะส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อทราบความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าธนาคารธนชาติเกี่ยวกับคุณภาพในมิติลักษณะทางกายภาพของธนาคารและมิติการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller)
2. เพื่อค้นหาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ของสาขาธนาคารธนชาติ

ขอบเขตและกรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งประเมินคุณภาพของคุณลักษณะทางกายภาพและการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ในสาขาของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 รายที่เป็นผู้ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสำนักงานเครือข่ายบางนา (Hub บางนา) (กรุงเทพฯ ตะวันออก) จำนวน 23 สาขา ระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนเมษายน 2556 โดยมีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 กรอบแนวคิดในการศึกษา

สมมติฐานการศึกษา

ในการศึกษาสารนิพนธ์ครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่าปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้บริการในด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) โดยกำหนดสมมติฐานไว้ 4 ข้อ ได้แก่

สมมติฐานที่ 1 อายุของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 รายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

สารนิพนธ์เรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ใช้เวลาดำเนินการศึกษารวมทั้งสิ้น 6 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2555 ถึงเดือนเมษายน 2556 โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารพาณิชย์
2. ศึกษาข้อมูลการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller)
3. จัดทำแนวทางการศึกษาและพัฒนาเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล
4. ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. วิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล
6. พัฒนาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการจากผลการศึกษา

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) หมายถึง การทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงินโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ธนาคารจัดให้กับลูกค้า เช่น การฝาก ถอน และธุรกรรมอื่นๆ ของธนาคาร
2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้มาใช้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) เกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินและผลิตภัณฑ์ของธนาคารทุกประเภท

3. คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ระดับในการส่งมอบการบริการที่ตรงกับความต้องการให้แก่ลูกค้าในมิติด้านกายภาพ ความไว้วางใจ ความรับผิดชอบ ความมั่นใจในบริการ ความเห็นอกเห็นใจ และข้อมูลข่าวสาร

4. พนักงาน Teller หมายถึง พนักงานที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงินด้านหน้าเคาน์เตอร์ของสาขาธนาคาร

5. สำนักงานเครือข่าย หรือ ฮับ (Hub) หมายถึง สำนักงานเครือข่ายที่ดูแลสาขาธนาคารและหน่วยงานของเช่าซื้อรถยนต์ในพื้นที่ที่ธนาคารจัดแบ่งไว้

6. ปัจจัยด้านกายภาพ หมายถึง ลักษณะของสถานที่ตั้ง อุปกรณ์ บุคลากร และอุปกรณ์การสื่อสารตามมาตรฐานการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบระดับคุณภาพการให้บริการในปัจจุบันของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ในสาขาของธนาคารธนชาติที่ศึกษา

2. ทราบความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าธนาคารธนชาติเกี่ยวกับคุณภาพในมิติลักษณะทางกายภาพของธนาคารและมิติการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller)

3. มีแนวทางในการปรับปรุงและยกระดับการให้บริการจากปัญหาและข้อบกพร่องที่ค้นพบเพื่อพัฒนาศักยภาพของธนาคารให้ดีขึ้นต่อไป



บทที่ 2

หลักการพื้นฐาน เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สารนิพนธ์เรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพของกระบวนการให้บริการของธนาคารในประเด็นทางกายภาพของธนาคาร และการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ดำเนินการศึกษาโดยใช้ผลจากการประเมินคุณภาพของผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มลูกค้าธนาคาร เพื่อให้เข้าใจปัญหาและข้อบกพร่องที่เกิดจากการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้ศึกษาดำเนินการสืบค้นเอกสาร หลักฐาน ทบทวนทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ประวัติของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)
2. มาตรฐานการบริการของธนาคารธนชาติ
3. คุณภาพและนวัตกรรมของการบริการ
4. กระบวนการและการให้ประสบการณ์บริการที่ดี
5. คุณภาพของการให้บริการ
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารพาณิชย์นับได้ว่าเป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ธนาคารแห่งประเทศไทย (2554 : ออนไลน์) ได้ให้นิยามธนาคารพาณิชย์ว่า เป็นการประกอบธุรกิจรับฝากเงิน หรือรับเงินจากประชาชนที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นโดยวิธีหนึ่งวิธีใด เช่น ให้สินเชื่อซื้อขายตั๋วแลกเงินหรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด ซื้อขายเงินปรีวรรตต่างประเทศ

ธนาคารพาณิชย์ครอบคลุมถึงธนาคารเพื่อย่อย ธนาคารที่เป็นบริษัทลูกของธนาคารต่างประเทศ และสาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจธนาคารพาณิชย์ ทำธุรกรรมโดยการรับฝากเงินจากประชาชนทั่วไป การให้สินเชื่อ การซื้อขายเงินตราต่างประเทศ การซื้อขายตั๋วแลกเงิน ซึ่งรวมถึงการขายลดหรือขายช่วงลดตั๋วเงิน การรับรอง รับอาวัล คำประกันตั๋วเงิน นอกจากนี้ยังให้บริการเพิ่มเติมในด้านการค้าประกันเงินกู้ยืม การให้บริการเกี่ยวกับการชำระเงินและโอนเงิน และการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการบริหารความเสี่ยงให้แก่ลูกค้า เช่น ตราสาร อนุพันธ์ ด้านอัตราดอกเบี้ย และอนุพันธ์ด้านอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น และยังได้พิจารณาอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ทำธุรกิจเพิ่มเติมเพื่อให้ธนาคารพาณิชย์มีส่วนในการสนับสนุนการพัฒนาตลาดทุน เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหลักทรัพย์

รวมถึงการให้บริการที่เกี่ยวกับการประกันวินาศภัย ประกันชีวิต การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ปัจจุบันมีธนาคารพาณิชย์ไทยที่เปิดดำเนินการทั้งสิ้น 14 ธนาคาร ดังนี้

ตารางที่ 1 ธนาคารพาณิชย์ไทย

ลำดับ	ชื่อสถาบัน
1	ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
2	ธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน)
3	ธนาคาร กรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
4	ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
5	ธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)
6	ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)
7	ธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน)
8	ธนาคาร ทีสโก้ จำกัด (มหาชน)
9	ธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
10	ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน)
11	ธนาคาร ยูโอบี จำกัด (มหาชน)
12	ธนาคาร สแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
13	ธนาคาร แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
14	ธนาคาร ไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)

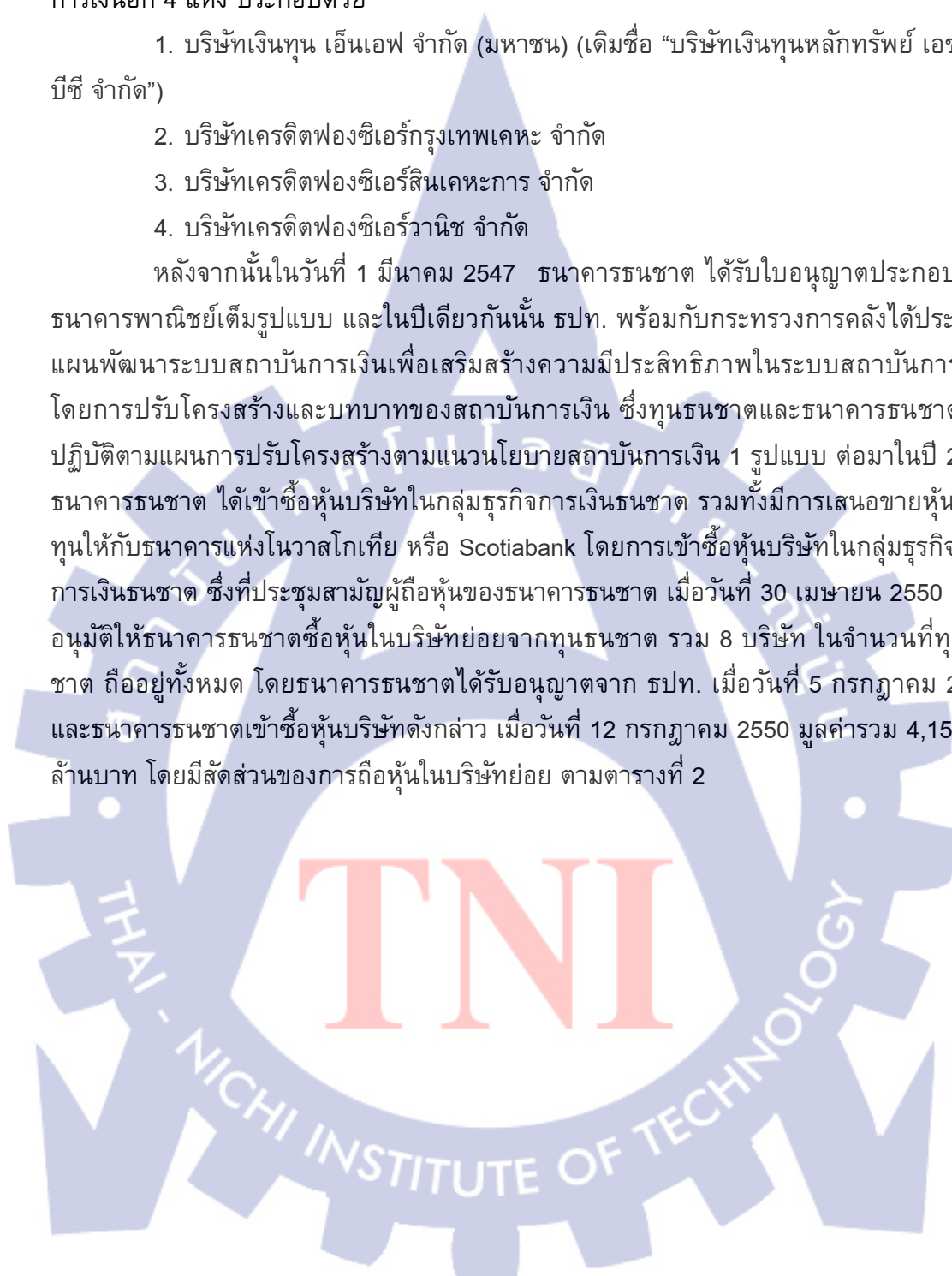
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2554). รายชื่อสถาบันการเงิน. ออนไลน์.

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารที่ประกอบกิจการทางด้านการธนาคารเพียงไม่นาน แต่มีการเปลี่ยนแปลงและมีประวัติการดำเนินงานโดยเริ่มต้นเมื่อ เดือนธันวาคม 2541 กระทรวงการคลังได้ประกาศนโยบายในการสนับสนุนการรวมกิจการระหว่างสถาบันการเงินต่างๆ โดยการออกใบอนุญาตประกอบการธนาคารพาณิชย์แบบจำกัดขอบเขตธุรกิจให้แทนใบอนุญาตประกอบการ Super Finance ที่ประกาศใช้ก่อนหน้านี้ และหนึ่งในคุณสมบัติที่สำคัญของผู้ยื่นขอรับใบอนุญาตจะต้องเป็นสถาบันการเงินที่เกิดจากการควบรวมกันอย่างน้อย 5 แห่ง และมีเงินกองทุนหลังจากหักสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญแล้วไม่ต่ำกว่า 10,000 ล้านบาท ต่อมาในเดือน กุมภาพันธ์ 2542 บริษัท ทุนธนชาติ จำกัด (มหาชน) (ทุนธนชาติ) หรือชื่อเดิม บริษัทเงินทุน ธนชาติ จำกัด (มหาชน) ได้ยื่นขออนุมัติใบอนุญาตประกอบการธนาคารพาณิชย์แบบจำกัดขอบเขตธุรกิจ จากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) โดยมีบริษัทเงินทุน เอกชาติ

จำกัด (มหาชน) (บริษัทเงินทุนเอกชาติ) เป็นบริษัทแกนนำการจัดตั้งธนาคารใหม่ร่วมกับสถาบันการเงินอีก 4 แห่ง ประกอบด้วย

1. บริษัทเงินทุน เอ็นเอฟ จำกัด (มหาชน) (เดิมชื่อ “บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เอชเอส บีซี จำกัด”)
2. บริษัทเครดิตฟองซิเอร์กรุงเทพเคหะ จำกัด
3. บริษัทเครดิตฟองซิเอร์สินเคหะการ จำกัด
4. บริษัทเครดิตฟองซิเอร์วานิช จำกัด

หลังจากนั้นในวันที่ 1 มีนาคม 2547 ธนาคารธนาชาติ ได้รับใบอนุญาตประกอบการธนาคารพาณิชย์เต็มรูปแบบ และในปีเดียวกันนั้น ธปท. พร้อมกับกระทรวงการคลังได้ประกาศแผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในระบบสถาบันการเงิน โดยการปรับโครงสร้างและบทบาทของสถาบันการเงิน ซึ่งทุนธนาชาติและธนาคารธนาชาติ ได้ปฏิบัติตามแผนการปรับโครงสร้างตามแนวนโยบายสถาบันการเงิน 1 รูปแบบ ต่อมาในปี 2550 ธนาคารธนาชาติ ได้เข้าซื้อหุ้นบริษัทในกลุ่มธุรกิจการเงินธนาชาติ รวมทั้งมีการเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนให้กับธนาคารแห่งโนวาสโกเทีย หรือ Scotiabank โดยการเข้าซื้อหุ้นบริษัทในกลุ่มธุรกิจทางการเงินธนาชาติ ซึ่งที่ประชุมสามัญผู้ถือหุ้นของธนาคารธนาชาติ เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2550 มีมติอนุมัติให้ธนาคารธนาชาติซื้อหุ้นในบริษัทย่อยจากทุนธนาชาติ รวม 8 บริษัท ในจำนวนที่ทุนธนาชาติ ถืออยู่ทั้งหมด โดยธนาคารธนาชาติได้รับอนุญาตจาก ธปท. เมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2550 และธนาคารธนาชาติเข้าซื้อหุ้นบริษัทดังกล่าว เมื่อวันที่ 12 กรกฎาคม 2550 มูลค่ารวม 4,158.24 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนของการถือหุ้นในบริษัทย่อย ตามตารางที่ 2



ตารางที่ 2 สัดส่วนการถือหุ้นของบริษัทย่อย ในกลุ่มธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

บริษัทย่อย	สัดส่วนการถือหุ้น (ร้อยละ)
1. บริษัทหลักทรัพย์ธนชาติ จำกัด (มหาชน)	100.00
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ธนชาติ	75.00
3. บริษัท ธนชาติประกันชีวิต จำกัด	100.00
4. บริษัท ธนชาติประกันภัย จำกัด	88.00
5. บริษัท ธนชาติกรุ๊ปลิซซิ่ง จำกัด	100.00
6. บริษัท ธนชาติแมนเนจเม้นท์ แอนด์ เซอร์วิส จำกัด	100.00
7. บริษัท ธนชาติกฎหมายและประเมินราคา	100.00
8. บริษัท ธนชาติโบรกเกอร์ จำกัด	100.00

ที่มา : ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2555ก). **ความเป็นมาของธนาคารออนไลน์.**

ต่อมา ปี 2553 ถือเป็นปีที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการเติบโตของกลุ่มธนชาติ เนื่องจากเป็นปีที่ธนาคารธนชาติ ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของทุนธนชาติ ประสบความสำเร็จในการเข้าซื้อกิจการธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) (ธนาคารนครหลวงไทย) จากกองทุนเพื่อการฟื้นฟูและพัฒนาสถาบันการเงิน และจากการเข้าทำคำเสนอซื้อหลักทรัพย์ที่เหลือทั้งหมดของธนาคารนครหลวงไทย และธนาคารธนชาติได้ซื้อหุ้นร้อยละ 99.95 ในปี 2554 ของธนาคารนครหลวงไทย ซึ่งทำให้ธนาคารธนชาติยกระดับเป็นธนาคารที่มีสาขาเป็นอันดับ 5 ของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย แล้วได้ทำการเปลี่ยนชื่อจากธนาคารนครหลวงไทยเป็น ธนาคารธนชาติ ในวันที่ 1 ตุลาคม 2554 ด้วยจำนวนสาขาทั้งสิ้น 680 สาขา เครื่องเอทีเอ็มจำนวนมากว่า 2,100 เครื่อง และสำนักงานแลกเปลี่ยนเงินต่างประเทศจำนวน 80 สำนักงาน และมีบริการการเงินที่หลากหลายและครบวงจร

มาตรฐานการบริการของธนาคารธนชาติ

ธนาคารธนชาติได้กำหนดมาตรฐานการให้บริการของพนักงานโดยได้รวบรวมจากมาตรฐานงานบริการและข้อควรปฏิบัติโดยมีรายละเอียดดังนี้

มาตรฐาน 1 พนักงานเข้ามาทักทาย พุดจาสุภาพ และกิริยามารยาทอ่อนโยน (Responsiveness)

การสวัสดี ทักทาย และพนมมือไหว้ลูกค้า พร้อมทั้งแสดงกิริยามารยาทที่สุภาพอ่อนโยน ถือเป็นการให้เกียรติและสร้าง ความประทับใจครั้งแรกกับลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าจดจำองค์กรได้อย่างแม่นยำ

การให้บริการหน้าสาขาของธนาคาร พนักงานต้องพร้อมที่จะให้บริการลูกค้า รวมทั้งมีการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า พุดจาด้วยถ้อยคำที่ไพเราะอ่อนหวานตลอดจน การรับโทรศัพท์ด้วยวาจาที่สุภาพ เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่ลูกค้าเช่นกัน

มาตรฐานการปฏิบัติของพนักงาน

1. พนักงานกล่าว “สวัสดี” พร้อมทั้งยิ้มแย้มทักทายกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
2. ควรมีพนักงานต้อนรับลูกค้าที่ประตู ยิ้มทักทาย พนมมือไหว้ ด้วยกิริยามารยาทที่อ่อนโยน พร้อมกล่าวคำ “สวัสดี” (กรณีพนักงานไม่พอ ไม่จำเป็นต้องมี)
3. พนักงานเคาน์เตอร์กล่าวสวัสดีพร้อมพนมมือไหว้ก่อนให้บริการลูกค้า และกล่าวขอบคุณลูกค้าพร้อมพนมมือไหว้หลังให้บริการลูกค้า ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส
4. พนักงานควรนั่งอยู่ประจำเคาน์เตอร์ จุดบริการลูกค้า (หากไม่อยู่ให้ตั้งป้ายใช้ช่องบริการถัดไป)
5. พนักงานรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า ด้วยความเต็มใจ เมื่อเกิดเหตุขัดข้องจากการให้บริการลูกค้า หรือเกิดความไม่สะดวกต่าง ๆ พนักงานควรกล่าวคำ “ขออภัยในความไม่สะดวกที่เกิดขึ้น”
6. การรับโทรศัพท์ของลูกค้า พนักงานควรใช้น้ำเสียงไพเราะ และสุภาพอ่อนหวาน

มาตรฐาน 2 พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า (Reliability)

ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พื้นฐานของทางธนาคารเป็นสิ่งที่พนักงานธนาคารควรทราบ รวมทั้งสามารถให้คำตอบลูกค้าได้ด้วยความมั่นใจและถูกต้อง ซึ่งความมั่นใจดังกล่าวนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และสร้างความน่าเชื่อถือในการแนะนำผลิตภัณฑ์อื่นๆ กับลูกค้า

มาตรฐานการปฏิบัติของพนักงาน

1. พนักงานทุกคนสามารถตอบข้อซักถามของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง กรณีที่ไม่สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ ควรสอบถามผู้จัดการหรือค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ในระบบและแจ้งให้ลูกค้าทราบ
2. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง
3. พนักงานควรปรับปรุงข้อมูลและสื่อสิ่งพิมพ์ผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้ทันสมัย

4. พนักงานให้ข้อมูลข่าวสารและนำเสนอข้อมูลหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า เช่น โปรโมชันทางการเงินแบบต่างๆ อัตราดอกเบี้ยที่มีการปรับเปลี่ยน
5. พนักงานมีความกระตือรือร้นในการศึกษา หาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆ

มาตรฐาน 3 พนักงานเอาใจใส่ดูแล และให้ความช่วยเหลือ (Empathy)

เนื่องจากธนาคารเป็นธุรกิจงานบริการ ฉะนั้นการเอาใจใส่ดูแล และการให้ความช่วยเหลือลูกค้าจึงถือเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคนในการให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจ สำหรับมาตรฐานการให้บริการมีดังต่อไปนี้

มาตรฐานการปฏิบัติของพนักงาน

1. พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการ เอาใจใส่ลูกค้า ตั้งแต่ลูกค้าเข้ามาที่สาขา โดยการสอบถามความต้องการของลูกค้า พร้อมให้บริการด้วยความเต็มใจ
2. พนักงานพร้อมให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ณ จุดกดบัตรคิวหรือจุดวางใบรับฝาก-ถอน โดยควรจัดคิวลูกค้าให้ตรงตามธุรกรรมที่ลูกค้าต้องการติดต่อ
3. พนักงานเคาน์เตอร์สามารถให้ข้อมูลเบื้องต้นของการบริการแก่ลูกค้า รวมทั้งการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าทุกขั้นตอนของการให้บริการ
4. พนักงานควรให้การบริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ไม่เลือกบริการลูกค้าโดยพิจารณาจากการแต่งกาย

มาตรฐาน 4 การให้บริการมีความถูกต้องและความรวดเร็ว ต่อ การบริการ 1 ธุรกรรม (Assurance)

การให้บริการที่มีความถูกต้อง ไม่ผิดพลาด ลูกค้าจะเกิดความเชื่อมั่น มีความพอใจในการบริการที่ได้รับ ร่วมกับการบริการที่รวดเร็ว ก็จะสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการกับลูกค้าได้

มาตรฐานการปฏิบัติของพนักงาน

1. พนักงานตรวจสอบความถูกต้องของธุรกรรมและเอกสารต่างๆ ก่อนส่งคืนให้ลูกค้า
2. พนักงานควรทำธุรกรรมของลูกค้ารายใดรายหนึ่งให้เสร็จเรียบร้อยก่อนแล้วจึงรับธุรกรรมจากลูกค้ารายต่อไป
3. รักษาเวลาในการให้บริการลูกค้าให้สัมพันธ์กับปริมาณลูกค้า (พนักงานควรจะต้องประจำตรงจุดกดบัตรคิวหรือจุดวางใบฝาก/ถอนเงิน เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า และสอบถามธุรกรรมที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เพื่อความรวดเร็วในการให้บริการลูกค้า)

4. หากพนักงานต้องการเอกสารเพิ่มเติม หรือขอถ่ายสำเนาเอกสารจากลูกค้า พนักงานต้องขออนุญาตจากลูกค้าก่อน

มาตรฐาน 5 สถานที่สะอาด เป็นระเบียบ และพนักงานแต่งกายสุภาพ (Tangible)

ความสะอาด เป็นระเบียบของธนาคาร เป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถพบเห็นและสัมผัสได้ ธนาคารควรจัดและดูแลสถานที่ทั้งภายในและภายนอกธนาคาร ให้เป็นระเบียบ เรียบร้อย และสะอาดภายในธนาคาร

1. พื้น กระจุก ฝาเพดาน และจุดให้บริการลูกค้า ควรทำความสะอาด จัดให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ

2. ปากกา เอกสารใบรับฝาก-ถอน และเอกสารเผยแพร่ ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการของทางธนาคารควรเปลี่ยนให้ใหม่อยู่เสมอ มีเพียงพอสำหรับการให้บริการ และจัดวางให้เป็นระเบียบ

3. เคาน์เตอร์ให้บริการลูกค้า ควรจัดวางอุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงานต่างๆ ให้เป็นระเบียบ

4. ควรมีถังขยะขนาดเล็กไว้บริการ และแม่บ้านดูแลอย่างสม่ำเสมอ

5. ควรมีจุดบริการน้ำดื่มแก่ลูกค้าที่มาทำธุรกรรม เพื่อสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่ลูกค้า

6. ควรจัดสถานที่ภายในสาขาให้สะดวกต่อการใช้บริการของลูกค้า มีเก้าอี้ที่นั่งลูกค้าเพียงพอกับจำนวนลูกค้า และไม่กีดขวางทางเดิน

7. จุดบริการลูกค้าควรมีแสงสว่างเพียงพอ

8. ภายในธนาคารไม่ควรมีกลิ่นอับชื้น

9. ภายในสาขาไม่ควรเปิดเพลงเพราะจะเป็นการรบกวนสมาธิ และอาจจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการทำงานได้

10. ต้นไม้ หรือสาขาที่มีสวน ควรดูแล จัดตกแต่งให้สวยงาม และเป็นระเบียบอยู่เสมอ

11. ควรมีถังขยะไว้บริการลูกค้า ก่อนที่ลูกค้าจะเข้าไปใช้บริการบริเวณหน้าทางเข้าธนาคารและบริเวณเครื่องบริการทางการเงินอัตโนมัติ

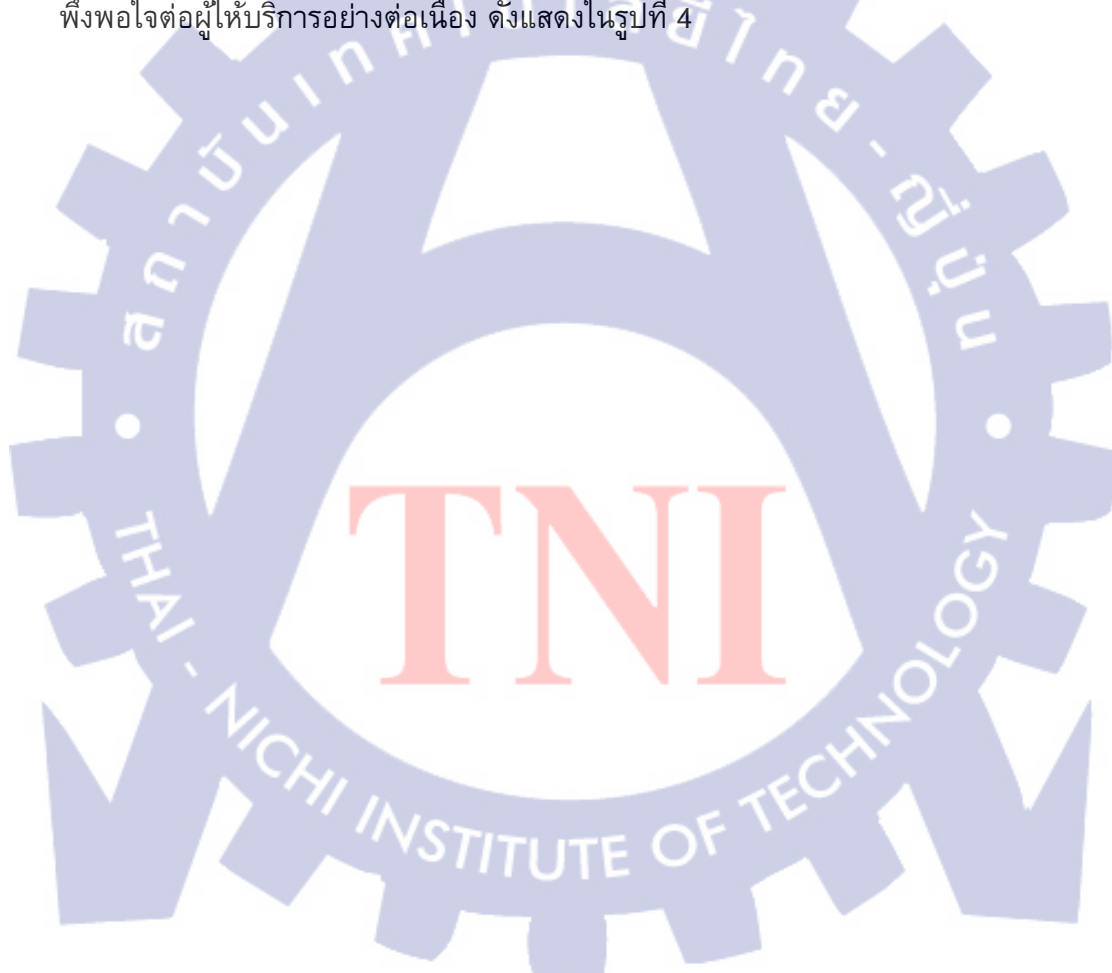
12. ดูแลความสะอาดและเป็นระเบียบของที่จอดรถอยู่เสมอ

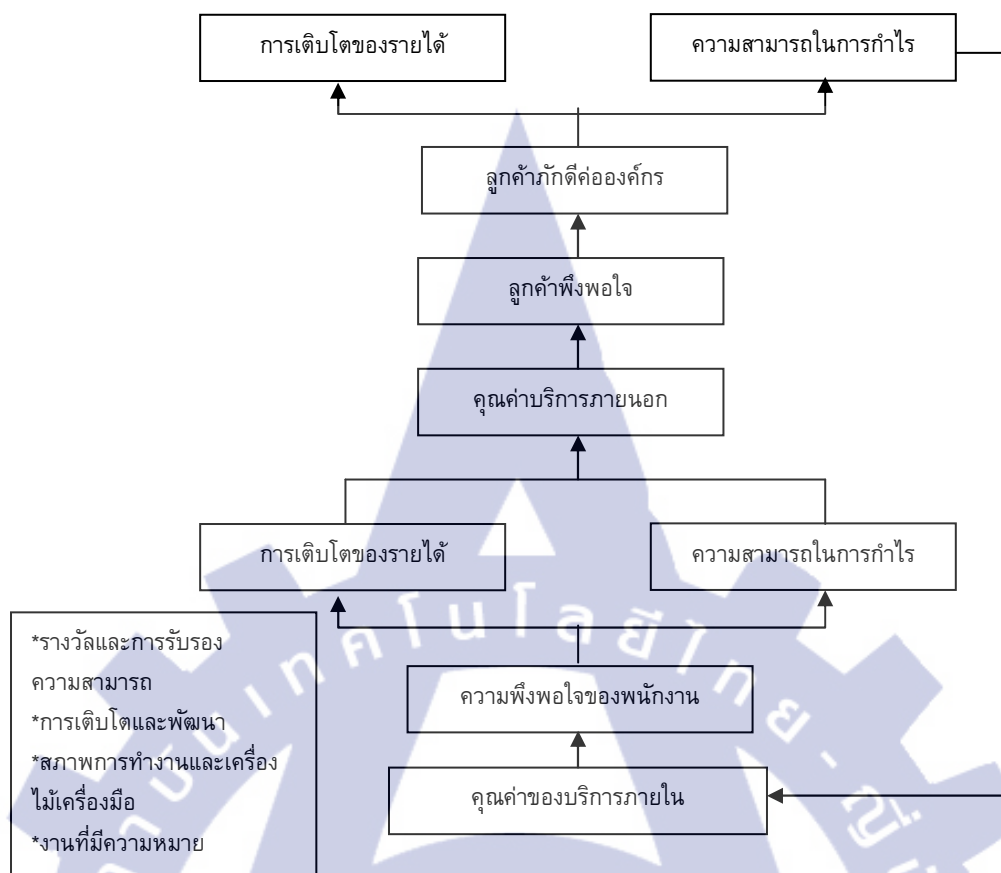
13. ตัวอาคาร ถ้ามีคราบสกปรก และไม่สามารถทำความสะอาดได้ให้แจ้งส่วนงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป

14. ควรจัดวางป้ายประชาสัมพันธ์ให้มีระเบียบ และปรับปรุงให้ดูไม่เก่าจนกระทั่งมีสีซีด

คุณภาพและนวัตกรรมของการบริการ

การบริการไม่ใช่เพียงแต่มีความหลากหลายหรือเพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้นเท่านั้น แต่หมายถึงการกระชับการบริการที่นำเสนอ และการปรับให้มีความเหมาะสมพอดี การสร้างบริการที่มีเนื้อหาแปลกใหม่ และสร้างคุณค่าต่อลูกค้าได้อย่างแท้จริงนั้นต้องเป็นการทำงานแบบเชื่อมประสานและการใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่าง Demand Chain กับ Supply Chain บนความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงความต้องการของลูกค้า (มาโคโตะ, ยูซุอิ. 2554) ความสำเร็จของธุรกิจบริการจึงต้องตระหนักถึงความเต็มใจของผู้ให้บริการลูกค้าหรือผู้ปฏิบัติงานควบคู่ไปกับความประทับใจของลูกค้าซึ่งเป็นกลยุทธ์ของการบริหารการบริการสมัยใหม่ “วงจรความสำเร็จในงานบริการ” แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและความพึงพอใจของผู้ให้บริการเป็นแรงจูงใจโดยตรงต่อการปฏิบัติงานบริการอย่างมีคุณภาพซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจ และทำให้กิจกรรมบริการมีปริมาณผู้ใช้บริการมากขึ้นอันนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในรูปที่ 4





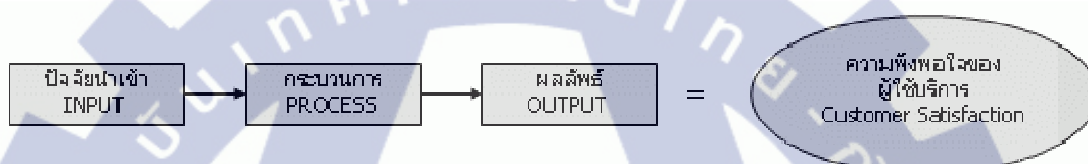
รูปที่ 4 วงจรความสำเร็จในการบริการ

ที่มา : ธนากร ธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2555ค). **Service Best Practice Model**. (เอกสารการอบรมพนักงาน). หน้า 12.

วงจรเริ่มต้นจาก “การบริการภายใน” ที่มีคุณภาพ “การบริการภายใน” หมายถึง การดูแลพนักงานบริการให้มีความพึงพอใจในการทำงานนั่นเอง ปัจจัยที่ทำให้พนักงานพึงพอใจในการทำงาน ได้แก่ ลักษณะงาน หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ค่าจ้าง/สวัสดิการ และโอกาสก้าวหน้า เมื่อพนักงานเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่องานที่รับผิดชอบ องค์กรก็สามารถรักษาพนักงานไว้ การลาออกหรือเปลี่ยนงานของพนักงานลดลง ทำให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญในงานและสามารถตอบสนองบริการที่มีคุณภาพตามความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าพอใจที่จะใช้บริการต่อเนื่องทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าและมีรายได้ที่ดี เมื่อกิจการมีรายได้สูงจะสามารถจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้ปฏิบัติงานได้สูงขึ้นซึ่งส่งผลให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานที่ทำ

กระบวนการและการให้ประสบการณ์บริการที่ดี

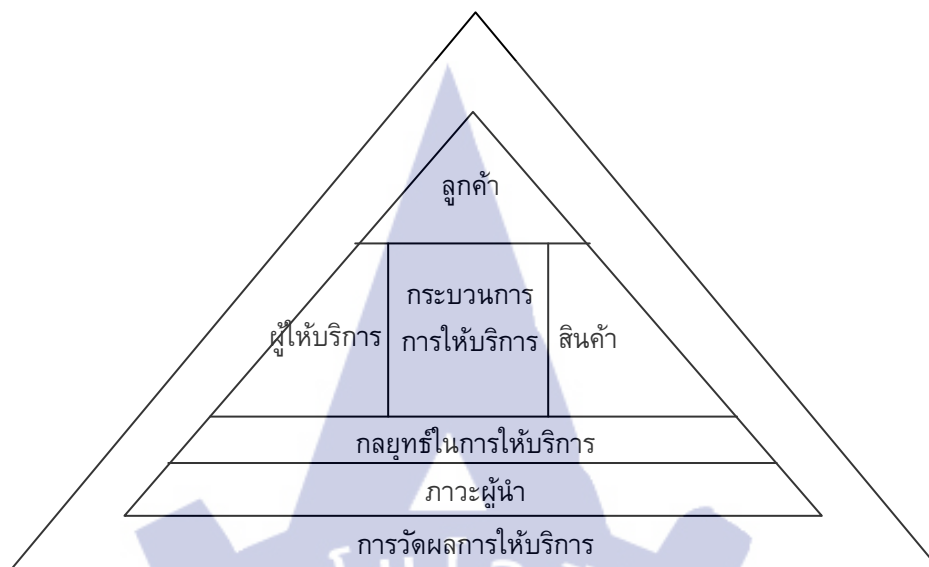
การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนและองค์ประกอบ เช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น โดยเริ่มจากผู้ใช้บริการมีความต้องการบริการซึ่งถือเป็นปัจจัยนำเข้า และความต้องการนี้จะเป็แรงกระตุ้นให้ผู้ให้บริการแสวงหาบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ ดังนั้นจึงเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ การที่ผู้ให้บริการจะแสดงความต้องการออกมาเพื่อที่ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการตามกระบวนการให้บริการเพื่อสนองตอบความต้องการ จนทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสะท้อนเป็นผลลัพธ์หรือปัจจัยนำออก ผลลัพธ์อาจสร้างผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ใช้บริการ ทั้งทางบวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะปรากฏออกมาในลักษณะของข้อมูลย้อนกลับ สามารถแสดงกระบวนการให้บริการได้ดังรูปที่ 5 (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2545)



รูปที่ 5 กระบวนการให้บริการ

ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). การสำรวจความพึงพอใจผู้รับบริการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หน้า 39.

ส่วนการให้ประสบการณ์บริการที่ดี หมายถึง สิ่งที่ดีจริงตราอยู่ในความทรงจำ อันเป็นองค์รวมของการบริการครั้งนั้น ซึ่งจะครอบคลุมทุกสิ่ง อันได้แก่ สถานที่ ความสะอาด ความสะดวกสบาย สิ่งแวดล้อม คุณภาพของสินค้าและบริการ การปฏิบัติตัวของผู้ให้บริการ ราคาของสินค้าและบริการ และรวมถึงการบริการหลังการขาย ทั้งนี้งานบริการในทุกองค์กรมีจุดมุ่งหมายสูงสุดอยู่ คือ การทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด แต่การจะทำให้เกิดขึ้นได้นั้นผู้ให้บริการต้องตระหนักว่าประสบการณ์ที่ดีในการให้บริการนั้นมีค่ามากกว่ารอยยิ้ม หรือการกล่าวทักทาย ขั้นตอนการทำงานที่เป็นระเบียบ การให้บริการนั้นเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ต้องทำความเข้าใจในแต่ละองค์ประกอบ ลูกค้า กลยุทธ์การให้บริการ ความเป็นผู้นำหรือวัฒนธรรมผู้ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ และการประเมินผลงานให้บริการ องค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ต้องถูกนำมาจัดวางให้สอดคล้องกัน ดังแสดงองค์ประกอบต่างๆ ในรูปที่ 6 (ธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน). 2555ค)



รูปที่ 6 องค์ประกอบของบริการที่ดี

ที่มา : ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2555ค). **Service Best Practice Model.**

หน้า 37.

ผู้ได้รับประโยชน์จากประสบการณ์การบริการและเป็นผู้จ่ายเงิน คือ ลูกค้าที่อยู่บนส่วนสุดยอดของพีระมิด ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นผู้ตัดสินว่าบริการนั้นสมกับราคาหรือไม่ การบริการเกิดขึ้นในรูปของกระบวนการ เริ่มจากผู้ให้บริการกระทำกระบวนการให้บริการโดยมีสินค้าหรือกิจกรรมการให้บริการเป็นตัวเชื่อมโยงกระบวนการเพื่อสร้างประสบการณ์การที่ดีในการให้บริการลูกค้า ในขณะที่กลยุทธ์ในการให้บริการ ช่วยทำให้เกิดแผนงานหรือเส้นทางให้แก่กระบวนการในการทำหน้าทีในการบริการ

ภาวะผู้นำมีความสำคัญต่อกระบวนการให้บริการและการสร้างประสบการณ์บริการที่ดี การจัดการในเรื่องประสิทธิภาพของการให้บริการจะบรรลุผลด้วยการจัดการให้มีการวัดผลที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยตรวจสอบ และทำให้องค์ประกอบทุกส่วนภายในพีระมิดทำงานได้จริง เพื่อให้แน่ใจว่าการบริการจะเป็นไปตามเป้าหมาย

การสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้านั้น เป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างจากการนำเสนอการบริการ เนื่องจากประสบการณ์นำมาซึ่งความทรงจำที่ดี และจะคงอยู่กับลูกค้าต่อไปเป็นเวลานาน อาจกล่าวได้ว่าในการบริการนั้น ต้องไปไกลเกินกว่าการตอบสนองความต้องการของลูกค้า แต่จะต้องเป็นการนำเสนอทางแก้ไขปัญหามาให้แก่วกเขาด้วย เพื่อให้แน่ใจว่าลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่น่าจดจำกลับไป

คุณภาพของการให้บริการ

การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ (ราชบัณฑิตยสถาน. 2542) เป็นพฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบอีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการของบุคคลหรือองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น (วีรพงษ์ มีสถาน. 2539 ; และ ไพรพนา ศรีเสน. 2544) ทั้งนี้จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ได้อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน (พงษ์เทพ สันติพันธ์. 2546) โดยไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

ฟิลิป คอตเลอร์ (Philip, Kotler. 2000) การให้บริการ เป็นการกระทำที่หน่วยงานแห่งหนึ่งหรือบุคคลคนหนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่งหรือบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้และไม่เป็นผลให้เกิดความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ผลผลิตของการบริการอาจเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองตอบต่อความต้องการแก่ลูกค้า ทางกายภาพ และสามารถสรุปลักษณะงานบริการที่สำคัญได้ 4 ประการ ดังนี้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ดังนั้นกิจการต้องหาหลักประกันที่แสดงถึงคุณภาพและประโยชน์จากบริการ ซึ่งได้แก่ สถานที่ บุคคล เครื่องมือ การสื่อสาร สัญลักษณ์ และการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับระดับของการบริการ

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการออกจากผลิตภัณฑ์ (Inseparability) การให้บริการเป็นทั้งการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน ผู้ขายแต่ละรายจะมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. การบริการมีลักษณะที่ไม่แน่นอน (Variability) ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ เวลาให้บริการ สถานที่ให้บริการและลักษณะของการให้บริการ

4. บริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) เนื่องจากเป็นความต้องการที่ไม่แน่นอนของลูกค้า ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้าให้บริการ

ผู้ให้บริการสามารถประเมินคุณภาพของการให้บริการจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้า (Experienced Quality) (Gronroos, C. 1990) โดยพิจารณาจาก

1. การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลที่เป็นจำเป็นอย่าง การให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การชักจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจหรือช่วยเตือนความทรงจำแก่ลูกค้าในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์

2. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจาก การได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

3. การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communication) หมายถึง การสื่อสารที่สามารถแพร่กระจายตัวอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้นและมีอิทธิพลในการตัดสินใจมากพอสมควร และเป็นแหล่งอ้างอิงที่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจบริการ

4. ความต้องการของลูกค้า (Customer Needs) หมายถึง ความต้องการ ความอยากได้ในสินค้าและบริการซึ่งทำให้เกิดความพอใจ เมื่อความต้องการและความอยากได้นั้นได้รับการตอบสนอง ทั้งประโยชน์ใช้สอยในสินค้าและบริการนั้น และอรรถประโยชน์จากการบริโภคสินค้า ทั้งนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพจากประสบการณ์การใช้บริการ ได้แก่

1. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจาก การได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

2. คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน “ผลลัพธ์” (Outcome) ของการบริการที่ลูกค้าได้รับ หลังจากที่เกิดกระบวนการบริการและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายบริการสิ้นสุดลง ส่วนมากจะประเมินตามสภาพความเป็นจริง (Measured Objectively)

3. คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน “กระบวนการ” (Process) ที่ให้บริการ ซึ่งอาจรวมถึงองค์ประกอบต่างๆ เช่น รูปปลั๊กซ์ภายนอกของสถานบริการ การแต่งกาย บุคลิกลักษณะ กิริยาท่าทาง คำพูด และมารยาทของพนักงานที่ให้บริการ ทั้งนี้ ลูกค้าจะประเมินโดยอาศัยความรู้สึกส่วนตัวเป็นหลัก

โดยทั่วไปลูกค้าจะประเมินคุณภาพของการบริการจากการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวังกับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการ และประเมินความเหมือนและแตกต่างกันระหว่างคุณภาพทั้งสอง ซึ่งจะกลายเป็นคุณภาพที่รับรู้ทั้งหมด (Perceived Service Quality : PSQ)

นอกจากการประเมินคุณภาพการบริการตามแนวทางข้างต้นแล้ว อาจใช้แนวทาง Focus Group ตามแบบของ พาราสุรามาน เอ ; ไชเท็ม วี เอ ; และ เบอร์รี่ แอล แอล (Parasuraman, A. ; Zeithaml, V. A. ; and Berry, L. L. 1990) ได้ โดยพิจารณาในประเด็น

1. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) และ ไว้วางใจได้ (Dependable)

2. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ (Competence) มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (Courtesy) มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ (Credibility) และความมั่นคงปลอดภัย (Security)

3. สิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ

4. ความใส่ใจ (Empathy) หมายถึง สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย (Easy Access) ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร (Good Communication) และเข้าใจลูกค้า (Customer Understanding)

5. การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการอย่างรวดเร็วและยินดีที่จะช่วยเหลือลูกค้า

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ของผู้ให้บริการ

7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง การปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และความ ลังเลสงสัย

8. ความสะดวก (Access) หมายถึง สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อสื่อสารได้ง่าย

9. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การรับฟังลูกค้า และให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้

10. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) หมายถึง ความพยายามที่จะทำความรู้จัก และเรียนรู้ความต้องการของลูกค้า

11. ความสามารถ (Competence) หมายถึง ความรู้และทักษะที่จำเป็นของพนักงานในการให้บริการลูกค้า

12. ความสุภาพและเป็นมิตร (Courtesy) หมายถึง คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าในการแสดงออกถึงความสุภาพ เป็นมิตร เกรงใจ และให้เกียรติลูกค้า

เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ

โดยทั่วไปเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพของการบริการ ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะที่ผู้ให้บริการมีความคาดหวัง ระดับคุณภาพของการบริการเป็นแรงจูงใจให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจและตั้งใจที่จะให้บริการและเกิดความไว้วางใจ คุณลักษณะที่ใช้พิจารณาคุณภาพของการบริการ 10 ประการ ประกอบด้วย (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2545)

1. ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ

2. ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการ ตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

3. ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการทันทีทันใด

4. ความเชี่ยวชาญ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความมีธรรมาคารุณานอบน้อม (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานที่จะต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ

7. ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหา

8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ

10. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding Customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าวด้วยภาษาที่เข้าใจ

จากวรรณกรรมที่ทบทวนทำให้สามารถกำหนดมิติของคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ใน 6 ด้านเพื่อใช้ในการศึกษาสารนิพนธ์ครั้งนี้ ซึ่งได้แก่

1. ลักษณะทางกายภาพ เป็นลักษณะของสถานที่ตั้ง อุปกรณ์ บุคลากร และอุปกรณ์การสื่อสาร

2. ความไว้วางใจ เป็นความสามารถในการทำงานตามสัญญาที่ได้ให้ไว้ โดยเชื่อถือได้ และมีความถูกต้อง

3. ความรับผิดชอบ เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและการให้บริการอย่างทั่วถึง

4. ความมั่นใจในการให้บริการ หมายถึง ความรู้และความสุภาพของบุคลากร และความสามารถที่เกี่ยวกับความไว้วางใจและการเก็บความลับ

5. ความเห็นอกเห็นใจ เป็นการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจเป็นรายบุคคล

6. ข้อมูลข่าวสาร มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ เป็นประโยชน์ และเพียงพอ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นฤมล โพธิ์สอาด (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและการประเมินผลงานของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีกลุ่มประชากรเป็นพนักงานธนาคารหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 221 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามการประมวลผลข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และใช้วิธีทางสถิติมาวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

พบว่า ระดับความพึงพอใจในการประเมินผลงานสูงกว่าปัจจัยด้านปฏิบัติงาน และนอกจากนี้ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ระดับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน เพราะฉะนั้น องค์กรควรปรับวิธีการประเมินผลงานเพื่อให้สอดคล้องกับตำแหน่งงานและโอกาสในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น โดยงานวิจัยนี้เน้นที่การประเมินผลงานของพนักงาน

อารยา ดาศรี (2549) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยาและสระบุรี หลังจากการควบรวมกิจการโดยกำหนดภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีคุณภาพบริการมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

โดยการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้บริการจำนวน 400 คน และนำข้อมูลดังกล่าวไปวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภายหลังการควบรวมกิจการ และธนาคารควรมีการแก้ไขปรับปรุงในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ความสะดวกสบายในการใช้บริการ อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงาน ระยะเวลาในการให้บริการ ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ธนาคารต้องนำไปปรับปรุงการบริการให้มากยิ่งขึ้น

อภิญา เศวตวานิชกุล (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขากาญจนบุรี โดยการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขากาญจนบุรี โดยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการให้บริการของธนาคาร

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างของลูกค้าที่มาใช้บริการจำนวน 400 คน และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ค่าสถิติ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่ให้ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทั้ง 7 ด้านพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ช่อง

ทางการให้บริการ ด้านคุณภาพของพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ และด้านกระบวนการในการให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นธนาคารควรให้ความสำคัญกับลูกค้าและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

ธัญธรณ์ เกียรติธัญรักษ์ (2549) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สำนักงานพลโยธิน เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สำนักงานพลโยธิน โดยวิเคราะห์จากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการและด้านกระบวนการให้บริการ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการของธนาคารฯ จำนวน 400 คน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ T-Test และ สถิติ F-Test และการทดสอบค่า LSD โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน และสามารถได้สรุปว่า ธนาคารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจของธนาคาร ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการดำเนินการอย่างรวดเร็ว และมีความต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ

อรทัย ชัยนาจิต (2550) ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ภายหลังการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ธนาคาร เพื่อทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้มาใช้บริการ โดยทำการสุ่มตัวอย่างของลูกค้าจำนวน 400 คน โดยการรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการเข้าถึงจิตใจและสนองความต้องการมากที่สุด รองลงมามีความพึงพอใจในด้านความมั่นใจในการให้บริการ และด้านลักษณะภายนอกในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันส่วนในด้านความรวดเร็ว ถูกต้อง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ธนาคารควรมีการจัดหาวัสดุ-อุปกรณ์ให้เพียงพอ พนักงานมีจิตสำนึกในการให้บริการและพร้อมที่จะให้บริการและควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการให้บริการเพื่อให้สามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ได้ นั่นหมายถึงเหตุผลหลักที่ธนาคารต้องเพิ่มการบริการที่รวดเร็วยิ่งขึ้น

พิมพ์ชนก กิจพิทยาฤทธิ์ (2550) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ เป็นลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งศึกษาถึงเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจภาคสนาม และใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งอ้างอิงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจาก โดยใช้วิธีสุ่มคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของยามาเน ทาโร (Yamane, Taro. 1973 : 727) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับร้อยละ 95 แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Response Questions) เป็นคำถามซึ่งมีทางเลือกให้ตอบไว้คงที่ และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Response Questions) เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบโดยใช้คำพูดของตนเองการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้ทำการทดสอบก่อนนำไปใช้จริง (Pre-Test) กับลูกค้าจำนวน 30 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ α ของ CRONBACH หลังจากนั้นทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการให้บริการใน 5 ด้าน โดยใช้สถิติ T-Test และ F-Test (One-Way ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการทั้ง 5 ด้าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการเข้าใจความรู้สึกและความมีอัธยาศัยไมตรี ด้านความไว้วางใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านความสะดวกรวดเร็วและความเต็มใจในการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือในความรู้ ด้านอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

แหวเดือนนั้น นาแซ (2552) ได้ทำการศึกษาศักยภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย โดยพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและระดับความรู้ความเข้าใจในระบบธนาคารอิสลามกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยและระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและระดับความรู้ความเข้าใจในระบบธนาคารอิสลามของลูกค้าธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยการวิจัยครั้งนี้ ใช้ข้อมูลจากสำรวจจากลูกค้าของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทยจำนวน 400 คน โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) และทฤษฎีการบริการ จากนั้นนำสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยค่า T-Test ค่า F-Test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson Chi-Square ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ANOVA (Analysis of Variance : Anova) แล้วทำการตรวจสอบความเที่ยงเชิงความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient Method) และ KR 20

พิชยะนันท์ ศตทรัพย์ศิริ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีเบตร์ โดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง เนื่องจากจำนวนผู้มาใช้บริการของธนาคารไม่มีข้อมูลเฉพาะเจาะจงต้องกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของครอนบาช (Cronbach, Lee Joseph. 1974 : 54) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การพิสูจน์สมมติฐาน ใช้การทดสอบค่า ความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) และใช้สถิติ T-Test , F-Test ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อวัดความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ จากนั้นทำการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) เป็นสถิติที่นิยมใช้กันมากในการอ้างอิงหรืออนุมานข้อมูลจากตัวอย่างเพื่อนำไปสรุปยังประชากร หลักเกณฑ์การตัดสินใจ คือ เปรียบเทียบค่าไคสแควร์ที่คำนวณได้และค่าไคสแควร์จากตารางการกระจายค่าไคสแควร์ที่ระดับองศาความเป็นอิสระที่คำนวณได้ และระดับนัยสำคัญที่ต้องการ

การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากในสถานที่ให้บริการ กระบวนการบริการ และพนักงานบริการที่อยู่อาศัยมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลา กล่าวคือ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างอายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรส ระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 4 ปีขึ้นไป ใช้บริการด้านเงินฝาก-ถอน ปริมาณธุรกรรมแต่ละครั้ง 1 รายการ ระยะเวลาการใช้บริการในแต่ละครั้งน้อยกว่า 10 นาที ความถี่ในการใช้ บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน และมีมูลค่าธุรกรรมแต่ละครั้งต่ำกว่า 30,000 บาท ช่วงวันที่ใช้บริการ คือ ช่วงวันอังคาร/พุธ/พฤหัสบดี (กลางสัปดาห์) การใช้บริการ คือ ช่วงบ่าย (13.01-15.30 น.)

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จะพบว่า งานวิจัยเหล่านี้ได้ทำการศึกษาคูณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารต่างๆ โดยใช้วิธีการออกแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลจากแบบสอบถาม ที่ใช้ในการสอบถามจากลูกค้าของธนาคารต่างๆ มาวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การพิสูจน์สมมติฐาน ใช้การทดสอบค่า ความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) และใช้สถิติ T-Test, F-Test แล้วนำผลการวิเคราะห์นำไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานสารนิพนธ์

สารนิพนธ์เรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) มุ่งประเมินคุณภาพของคุณลักษณะทางกายภาพและการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ในสาขาของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เพื่อค้นหาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการ ณ เคาน์เตอร์ปฏิบัติการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ให้บริการธุรกรรมทางการเงินในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยแบ่งเขตพื้นที่รับผิดชอบในบริเวณดังกล่าวออกเป็น 6 สำนักงานเครือข่ายหรือฮับ (Hub) ได้แก่ ฮับต้นสน ฮับมาบุญครอง ฮับธนบุรี ฮับงามวงศ์วาน ฮับรัชดา และฮับบางนา ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดประชากรโดยใช้จำนวนบัญชีลูกค้าของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่ความรับผิดชอบของฮับบางนา (กรุงเทพฯ ตะวันออก) จำนวน 23 สาขา

ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของยามาเน (Yamane, Taro. 1973) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรจากบัญชีลูกค้าของฮับบางนาซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 200,000 บัญชี และกำหนดให้มีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้จึงเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาพัฒนาแบบสอบถามขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปของแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อระดับคุณภาพของการให้บริการของพนักงาน Teller โดยสร้างขึ้นจากเกณฑ์การประเมินคุณภาพของการให้บริการ 6 มิติ แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ เป็นการวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการในมิติทั้ง 6 ด้าน โดยใช้ลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) กำหนดมาตราส่วนของคะแนนในแต่ละระดับดังนี้

ระดับความคิดเห็นต่อความสำคัญ

สำคัญมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	5
สำคัญมาก	ให้คะแนนเท่ากับ	4
สำคัญปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ	3
สำคัญน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ	2
สำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ	1

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามแต่ละข้อและทั้งชุดเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยใช้การคำนวณค่า Content Validity Index (CVI) ทั้งนี้แบบสอบถามทั้งชุดมีค่า CVI เฉลี่ยเท่ากับ 0.80 จากนั้นนำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้กับลูกค้าของธนาคาร จำนวน 50 รายเพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficiency) โดยมีค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.8978

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาแบ่งข้อมูลที่นำมาศึกษาออกเป็น 2 ส่วน และทำการรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมตามขั้นตอนดังนี้

1.1 อบรมและให้ความรู้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแก่พนักงาน Teller จำนวน 23 สาขา

1.2 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบคุณภาพแล้วแจกให้แก่พนักงาน Teller ทั้ง 23 สาขาในเขตอับปางนา สาขาละ 20 ชุด รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 3 เพื่อขอความร่วมมือจากลูกค้าธนาคารให้ช่วยตอบแบบสอบถาม

1.3 รวบรวมแบบสอบถามที่ลูกค้าตอบให้จากแต่ละสาขา กลับกรองแบบสอบถามที่สมบูรณ์จาก 460 ตัวอย่างให้เหลือ 400 ตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัย เพื่อศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังได้ศึกษาจากวารสาร หนังสือ บทความทางวิชาการ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 3 สาขาธนาคารของธนาคารแห่งชาติในเขตอับปางนา (กรุงเทพฯ ตะวันออก)

รหัสสาขา	ชื่อสาขา	โซนพื้นที่
088	สุขุมวิท 101/1 (ปิยะมัย เฟลส)	บางนา
019	บางนา	บางนา
078	บีคี่ บางนา	บางนา
060	อุดมสุข	บางนา
129	บางนา-ตราด กม. 4	บางนา
122	ถนนรามคำแหง 2	บางนา
193	เซ็นทรัลบางนา	บางนา
498	สุขุมวิท ซอย 66	บางนา
028	พาราไดซ์ พาร์ค	ศรีนครินทร์
059	ถนนพัฒนาการ	ศรีนครินทร์
148	ถนนพัฒนาการ 22	ศรีนครินทร์
009	ซีคอนสแควร์ ศรีนครินทร์	ศรีนครินทร์
164	ซีคอนสแควร์	ศรีนครินทร์
259	พัฒนาการ	ศรีนครินทร์
130	คลองตัน	ศรีนครินทร์
105	เดอะพาซิโอ (ลาดกระบัง)	ลาดกระบัง
087	ลาดกระบัง	ลาดกระบัง
233	ประเวศ	ลาดกระบัง
673	เดอะไนท์	ลาดกระบัง
179	อ่อนนุช 52	ลาดกระบัง
200	ถนนเคหะร่มเกล้า	ลาดกระบัง
181	สี่แยกประเวศ	ลาดกระบัง
198	ถนนฉลองกรุง	ลาดกระบัง

ที่มา : ธนาคารแห่งชาติ จำกัด (มหาชน). (2556). รายงานการประชุม Hub บางนา ประจำเดือนมกราคม 2556. (รายงานประจำเดือน). หน้า 2.

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ใช้การวิเคราะห์และประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 และยอมรับให้มีความคลาดเคลื่อนได้ในช่วงบวกและลบร้อยละ 5 เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ใช้การวิเคราะห์ สังเคราะห์และประมวลเป็นกรอบแนวคิดและตัวแปรในการศึกษา

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ในการวิเคราะห์และแปลความจะใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปของการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (F-Test)

ผลการศึกษาที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้เกณฑ์การประเมินและการแปลความหมายของระดับความเห็น ดังนี้

ช่วงคะแนน	4.21 – 5.00	มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
	3.41 – 4.20	มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก
	2.61 – 3.40	มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง
	1.81 – 2.60	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อย
	1.00 – 1.80	มีความสำคัญอยู่ในระดับน้อยที่สุด



บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สารนิพนธ์เรื่องคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าธนาคารธนชาตเกี่ยวกับคุณภาพในมิติลักษณะทางกายภาพของธนาคารและมิติการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) และจัดทำแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้าของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลจากแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ส่วน

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการแจกแจงความถี่และสถานภาพของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน พบว่าเป็นเพศหญิงถึง 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ส่วนอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดเพียง 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดรวมทั้งสิ้น 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ในขณะที่สถานภาพสมรสมีจำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมาอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมา 10,001-20,000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 โดยเป็นผู้ใช้บริการธนาคารธนชาตมากกว่า 2 ปีขึ้นไป จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบัญชีออมทรัพย์ จำนวน 358 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 51.3 และใช้บริการฝาก-ถอนเงิน จำนวน 362 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาใช้บริการทำบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสด จำนวน 156 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 21.9 นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 178 คน ยังใช้บริการจากธนาคารธนชาตมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา 4-5 เดือนต่อครั้ง จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายละเอียดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	176	44.0
หญิง	224	56.0
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	2.5
21-30 ปี	78	19.5
31-40 ปี	166	41.5
41-50 ปี	94	23.5
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	52	13.0
สถานภาพสมรส		
โสด	200	50.0
สมรส	194	48.5
หย่า / หม้าย	6	1.5
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา / ปวช.หรือต่ำกว่า	56	14.0
อนุปริญญาตรี / ปวส.หรือเทียบเท่า	38	9.5
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	238	59.5
สูงกว่าปริญญาตรี	68	17.0
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	16	4.0
พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน	290	72.5
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	74	18.5
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	18	4.5
อื่น ๆ	2	0.5

ตารางที่ 4 การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	16	4.0
10,001-20,000 บาท	80	20.0
20,001-30,000 บาท	78	19.5
30,001-40,000 บาท	92	23.0
40,001-50,000 บาท	60	15.0
มากกว่า 50,000 บาท	74	18.5
ระยะเวลาในการใช้บริการธนาคารแห่งชาติ		
น้อยกว่า 6 เดือน	60	15.0
มากกว่าหรือเท่ากับ 6 เดือน - 1 ปี	34	8.5
มากกว่า 1 ปี - 2 ปี	46	11.5
มากกว่า 2 ปีขึ้นไป	260	65.0
ประเภทบัญชีของธนาคารแห่งชาติ (จำนวน 698 คำตอบ)		
บัญชีออมทรัพย์	358	51.3
บัญชีกระแสรายวัน	38	5.4
บัญชีฝากประจำ	128	18.3
บัญชีเงินกู้	72	10.3
บัญชีกองทุน	98	14.0
บัญชีอื่นๆ	4	0.6
การใช้บริการธนาคารแห่งชาติ (จำนวน 712 คำตอบ)		
ฝาก-ถอนเงิน	362	50.8
ทำบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสด	156	21.9
การซื้อขายเงินตราต่างประเทศ	10	1.4
การขอสินเชื่อ	50	7.0
ชำระค่าสาธารณูปโภค	130	18.3
อื่นๆ	4	0.6

ตารางที่ 4 การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการไปใช้บริการกับธนาคารธนชาติ		
มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	178	44.5
เดือนละ 1 ครั้ง	66	16.5
2-3 เดือนต่อครั้ง	66	16.5
4-5 เดือนต่อครั้ง	84	21.0
ปีละครั้ง	6	1.5

2. คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ผลการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ใน 6 มิติ พบว่า มิติความมั่นใจในการให้บริการ มิติความเห็นอกเห็นใจ และมิติความไว้วางใจมีคะแนนเฉลี่ยสูงเป็น 3 อันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยของการประเมินเท่ากับ 4.39 4.30 และ 4.29 เมื่อวิเคราะห์ผลตามเกณฑ์ช่วงชั้นเท่ากับ 5 ระดับ พบว่า ทุกมิติมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 4.21 ยกเว้นมิติข้อมูลข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 แสดงว่า ผู้ใช้บริการของธนาคารประเมินคุณภาพการให้บริการในแต่ละมิติลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ ความรับผิดชอบ ความมั่นใจในการให้บริการ และมิติความเห็นอกเห็นใจว่ามีระดับความสำคัญมากที่สุด ในขณะที่ประเมินคุณภาพการให้บริการในมิติข้อมูลข่าวสารว่ามีความสำคัญในระดับมักรายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการในแต่ละมิติของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

คุณภาพการให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง N = 400		ระดับ ความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	
มิติลักษณะทางกายภาพ	4.27	0.638	มากที่สุด
มิติความไว้วางใจ	4.29	0.626	มากที่สุด
มิติความรับผิดชอบ	4.22	0.670	มากที่สุด
มิติความมั่นใจในการให้บริการ	4.39	0.611	มากที่สุด
มิติความเห็นอกเห็นใจ	4.30	0.633	มากที่สุด
มิติข้อมูลข่าวสาร	4.19	0.650	มาก
รวม	4.28	0.562	มากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในมิติลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า คุณภาพการให้บริการที่เกิดจากความเหมาะสมของอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของสาขา มีคะแนนต่ำสุด หมายความว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าเป็นจุดที่สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในมิติลักษณะทางกายภาพเป็นรายข้อ

ข้อ	คุณภาพการให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง N = 400		ระดับ ความสำคัญ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	พนักงานให้บริการ มีการแต่งกายที่สะอาดและเรียบร้อย	4.45	0.655	มากที่สุด
2	อาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกของสาขา มีความเหมาะสมสำหรับการบริการ	4.13	0.771	มาก
3	สาขาธนาคาร มีความสะอาด และปลอดภัย	4.22	0.791	มากที่สุด
	รวม	4.27	0.638	มากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในมิติความไว้วางใจ พบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ความไว้วางใจในการให้บริการเกิดจากปัจจัยคุณภาพทั้ง 3 ข้อของผู้ให้บริการ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติความไว้วางใจเป็นรายข้อ

ข้อ	คุณภาพการให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง N = 400		ระดับ ความสำคัญ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	บุคลากรมีความน่าเชื่อถือในการให้บริการธุรกรรมต่าง ๆ ของธนาคาร	4.37	0.644	มากที่สุด
2	การบริการของพนักงานสามารถทำสำเร็จตามเวลาที่กำหนด	4.21	0.719	มากที่สุด
3	พนักงานมีความใส่ใจในรายละเอียดของการบริการ	4.30	0.728	มากที่สุด
	รวม	4.29	0.626	มากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติความรับผิดชอบ พบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า คุณภาพการให้บริการที่เกิดจากการประสานงานของบุคลากรโดยสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา มีคะแนนต่ำสุด หมายความว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าเป็นจุดที่สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติความรับผิดชอบต่อเป็นรายข้อ

ข้อ	คุณภาพการให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง N = 400		ระดับ ความสำคัญ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	บุคลากรมีความพร้อมและความเต็มใจในการบริการเสมอ	4.32	0.740	มากที่สุด
2	การประสานงานของบุคลากรและสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา	4.14	0.760	มาก
3	ความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการได้ทันตามเวลาที่ต้องการหรือกำหนดไว้	4.22	0.714	มากที่สุด
	รวม	4.22	0.670	มากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในมิติความมั่นใจในการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่่าปัจจัยทั้ง 5 ข้อของผู้ให้บริการทำให้เกิดคุณภาพการให้บริการในมิติความมั่นใจในการให้บริการ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในมิติความมั่นใจในการให้บริการเป็นรายข้อ

ข้อ	คุณภาพการให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง N = 400		ระดับ ความสำคัญ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	พนักงานมีความรู้ความสามารถและทักษะในการให้บริการเป็นอย่างดี	4.33	0.722	มากที่สุด
2	พนักงานมีมารยาท แสดงท่าทางที่สุภาพ และยินดีในการบริการ	4.46	0.693	มากที่สุด
3	การให้บริการของพนักงาน แสดงถึงความซื่อสัตย์สุจริต	4.52	0.656	มากที่สุด
4	ความมั่นใจพนักงานเกี่ยวกับการเก็บความลับของลูกค้า	4.41	0.702	มากที่สุด
5	บุคลากรของธนาคารสามารถอธิบายในรายละเอียดต่างๆ ที่จำเป็นได้อย่างกระจ่าง	4.24	0.736	มากที่สุด
	รวม	4.39	0.611	มากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ในมิติความเห็นอกเห็นใจ พบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่่าปัจจัยทั้ง 6 ข้อในมิติความเห็นอกเห็นใจของผู้ให้บริการทำให้เกิดคุณภาพการให้บริการ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติความเห็นอกเห็นใจเป็นรายข้อ

ข้อ	คุณภาพการให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง N = 400		ระดับ ความสำคัญ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	บุคลากรมีความสามารถในการสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย	4.25	0.690	มากที่สุด
2	พนักงานแสดงความเป็นมิตร ทำให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นได้	4.39	0.747	มากที่สุด
3	พนักงานมีความพยายามที่จะเข้าใจและเข้าถึงความต้องการของลูกค้า	4.25	0.754	มากที่สุด
4	การให้ความสนใจด้วยความจริงใจในการบริการของพนักงานเป็นไปกับลูกค้าทุกคน	4.32	0.691	มากที่สุด
5	พนักงานมีความสนใจในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างจริงจัง	4.33	0.715	มากที่สุด
6	บุคลากรตระหนักและให้ความสนใจกับความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลได้อย่างสม่ำเสมอ	4.25	0.748	มากที่สุด
	รวม	4.30	0.633	มากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติข้อมูลข่าวสาร พบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และเมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่าความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากพนักงานมีความสำคัญมากที่สุด ในขณะที่ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ มีจำนวนเพียงพอ และเป็นข้อมูลปัจจุบันเสมอมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก หมายความว่า ผู้ใช้บริการเห็นว่าเป็นจุดที่สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติข้อมูลข่าวสารเป็นรายข้อ

ข้อ	คุณภาพการให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง N = 400		ระดับ ความสำคัญ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	ความรู้ต่างๆ ที่ได้รับจากพนักงานเป็นประโยชน์ตามความต้องการเป็นอย่างดี	4.19	0.738	มาก
2	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากพนักงานเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเสมอ	4.17	0.720	มาก
3	มีความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากพนักงาน	4.26	0.673	มากที่สุด
4	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความเพียงพอและตรงตามความต้องการ	4.15	0.732	มาก
	รวม	4.19	0.650	มาก

ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการที่ผู้ใช้บริการมีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานการศึกษาว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้บริการในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) และกำหนดสมมติฐานไว้ 4 ข้อ ได้แก่

สมมติฐานที่ 1 อายุของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

H_0 : อายุต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

H_0 : ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

H_0 : อาชีพต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 รายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

H_0 : รายได้ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษาปรากฏดังนี้

สมมติฐานที่ 1 อายุของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่า อายุต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปรากฏค่า F Ratio ของทุกมิติที่คำนวณได้มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติของ F (2.37) จากตารางการแจกแจงค่า F ตามค่า d.f.1 และ d.f.2 โดยมีทิศทางกายภาพมีค่า F เท่ากับ 4.326 มิติความไว้วางใจมีค่า F เท่ากับ 3.793 มิติความรับผิดชอบมีค่า F เท่ากับ 3.569 มิติความมั่นใจในการให้บริการมีค่า F เท่ากับ 5.267 มิติความเห็นอกเห็นใจมีค่า F เท่ากับ 2.421 และมิติข้อมูลข่าวสารมีค่า F เท่ากับ 5.018 รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ

คุณภาพการให้บริการ	อายุ	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2- tailed)
1. ลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	4.67	0.44	4.326	0.002*
	21-30 ปี	78	4.25	0.75		
	31-40 ปี	166	4.28	0.61		
	41-50 ปี	94	4.10	0.59		
	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	52	4.49	0.57		
2. ความไว้วางใจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	4.73	0.41	3.793	0.005*
	21-30 ปี	78	4.24	0.63		
	31-40 ปี	166	4.20	0.67		
	41-50 ปี	94	4.33	0.53		
	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	52	4.50	0.61		
3. ความรับผิดชอบ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	4.60	0.52	3.569	0.007*
	21-30 ปี	78	4.19	0.71		
	31-40 ปี	166	4.12	0.71		
	41-50 ปี	94	4.27	0.58		
	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	52	4.45	0.59		
4. ความมั่นใจในการ ให้บริการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	4.68	0.41	5.267	0.000*
	21-30 ปี	78	4.41	0.59		
	31-40 ปี	166	4.27	0.68		
	41-50 ปี	94	4.41	0.51		
	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	52	4.67	0.48		

ตารางที่ 12 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอายุ (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	อายุ	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2-tailed)
5. ความเห็นอกเห็นใจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	4.73	0.41	2.421	0.048*
	21-30 ปี	78	4.27	0.60		
	31-40 ปี	166	4.24	0.67		
	41-50 ปี	94	4.28	0.55		
	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	52	4.46	0.70		
6. ข้อมูลข่าวสาร	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	4.80	0.42	5.018	0.001*
	21-30 ปี	78	4.19	0.64		
	31-40 ปี	166	4.12	0.65		
	41-50 ปี	94	4.11	0.62		
	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	52	4.43	0.66		
ภาพรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	10	4.70	0.40	4.374	0.002*
	21-30 ปี	78	4.26	0.57		
	31-40 ปี	166	4.20	0.60		
	41-50 ปี	94	4.25	0.48		
	มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	52	4.50	0.53		

* ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปฏิเสธสมมติฐานศูนย์และยอมรับสมมติฐานอื่นที่ว่า อายุต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปรากฏค่า F Ratio ของทุกมิติที่คำนวณได้มี

ค่าสูงกว่าค่าวิกฤติของ F (2.60) จากตารางการแจกแจงค่า F ตามค่า d.f.1 และ d.f.2 โดยมีทิศทางกายภาพมีค่า F เท่ากับ 4.859 มิตินัยความไว้วางใจมีค่า F เท่ากับ 4.662 มิตินัยความรับผิดชอบมีค่า F เท่ากับ 5.278 มิตินัยความมั่นใจในการให้บริการมีค่า F เท่ากับ 7.506 มิตินัยความเห็นอกเห็นใจมีค่า F เท่ากับ 4.334 และมิตินัยข้อมูลข่าวสารมีค่า F เท่ากับ 5.191 รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา

คุณภาพการให้บริการ	ระดับการศึกษา	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2-tailed)
1. ลักษณะทางกายภาพ	มัธยมศึกษา/ปวช.หรือต่ำกว่า	56	4.46	0.52	4.859	0.002*
	อนุปริญญาตรี/ปวส.หรือเทียบเท่า	38	4.51	0.51		
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	238	4.20	0.66		
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	4.21	0.64		
2. ความไว้วางใจ	มัธยมศึกษา/ปวช.หรือต่ำกว่า	56	4.55	0.50	4.662	0.003*
	อนุปริญญาตรี/ปวส.หรือเทียบเท่า	38	4.39	0.69		
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	238	4.25	0.64		
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	4.18	0.57		
3. ความรับผิดชอบ	มัธยมศึกษา/ปวช.หรือต่ำกว่า	56	4.50	0.47	5.278	0.001*
	อนุปริญญาตรี/ปวส.หรือเทียบเท่า	38	4.19	0.82		
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	238	4.22	0.67		
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	4.03	0.67		

ตารางที่ 13 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	ระดับการศึกษา	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2-tailed)
4. ความมั่นใจในการ ให้บริการ	มัธยมศึกษา/ปวช.หรือต่ำกว่า	56	4.65	0.39	7.506	0.000*
	อนุปริญญาตรี/ปวส.หรือเทียบเท่า	38	4.56	0.53		
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	238	4.36	0.62		
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	4.18	0.68		
5. ความเห็นอกเห็นใจ	มัธยมศึกษา/ปวช.หรือต่ำกว่า	56	4.53	0.55	4.334	0.005*
	อนุปริญญาตรี/ปวส.หรือเทียบเท่า	38	4.43	0.63		
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	238	4.25	0.63		
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	4.19	0.66		
6. ข้อมูลข่าวสาร	มัธยมศึกษา/ปวช.หรือต่ำกว่า	56	4.44	0.59	5.191	0.002*
	อนุปริญญาตรี/ปวส.หรือเทียบเท่า	38	4.37	0.62		
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	238	4.14	0.64		
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	4.06	0.68		
ภาพรวม	มัธยมศึกษา/ปวช.หรือต่ำกว่า	56	4.52	0.43	6.219	0.000*
	อนุปริญญาตรี/ปวส.หรือเทียบเท่า	38	4.41	0.52		
	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	238	4.24	0.57		
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	4.14	0.59		

* ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปฏิสัมพันธ์ฐานศูนย์และยอมรับสมมติฐานอื่นที่ว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปรากฏค่า F Ratio ของมิติที่มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติของ F (2.37) จากตารางการแจกแจงค่า F ตามค่า d.f.1 และ d.f.2 ได้แก่ มิติทางกายภาพมีค่า F เท่ากับ 2.950 มิติความไว้วางใจ 3.712 มิติความรับผิดชอบ 3.071 และมิติข้อมูลข่าวสารมีค่า F เท่ากับ 3.472 ในขณะที่มิติความมั่นใจในการให้บริการและมิติความเห็นอกเห็นใจมีค่า F ต่ำกว่าค่าวิกฤติโดยมีค่าเท่ากับ 2.110 และ 2.023 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยของ F ในภาพรวมมีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติโดยมีค่าเท่ากับ 3.525 รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอาชีพ

คุณภาพการให้บริการ	อาชีพ	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2-tailed)
1. ลักษณะทางกายภาพ	นักเรียน/นักศึกษา	16	4.38	0.58	2.950	0.020*
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	290	4.22	0.63		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	74	4.33	0.68		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.63	0.34		
	อื่น ๆ	2	5.00	0.00		
2. ความไว้วางใจ	นักเรียน/นักศึกษา	16	4.54	0.54	3.712	0.006*
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	290	4.25	0.58		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	74	4.30	0.79		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.70	0.34		
	อื่น ๆ	2	5.00	0.00		
3. ความรับผิดชอบ	นักเรียน/นักศึกษา	16	4.42	0.64	3.071	0.016*
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	290	4.18	0.65		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	74	4.23	0.77		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.63	0.30		
	อื่น ๆ	2	5.00	0.00		

ตารางที่ 14 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	อาชีพ	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2-tailed)
4. ความมั่นใจในการ ให้บริการ	นักเรียน/นักศึกษา	16	4.43	0.62	2.110	0.079
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	290	4.35	0.60		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	74	4.45	0.68		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.69	0.39		
	อื่น ๆ	2	5.00	0.00		
5. ความเห็นอกเห็นใจ	นักเรียน/นักศึกษา	16	4.44	0.75	2.023	0.091
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	290	4.26	0.58		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	74	4.30	0.82		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.59	0.30		
	อื่น ๆ	2	5.00	0.00		
6. ข้อมูลข่าวสาร	นักเรียน/นักศึกษา	16	4.50	0.73	3.472	0.008*
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	290	4.16	0.61		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	74	4.15	0.78		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.56	0.34		
	อื่น ๆ	2	5.00	0.00		
ภาพรวม	นักเรียน/นักศึกษา	16	4.45	0.62	3.525	0.008*
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	290	4.23	0.53		
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	74	4.29	0.69		
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.63	0.23		
	อื่น ๆ	2	5.00	0.00		

* ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปฏิเสธสมมติฐานศูนย์และยอมรับสมมติฐานอื่นที่ว่า อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 รายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปรากฏค่า F Ratio ของทุกมิติที่คำนวณได้มีค่าสูงกว่าค่าวิกฤติของ F (2.21) จากตารางการแจกแจงค่า F ตามค่า d.f.1 และ d.f.2 โดยมีทิศทางกายภาพมีค่า F เท่ากับ 5.333 มิติความไว้วางใจมีค่า F เท่ากับ 5.513 มิติความรับผิดชอบมีค่า F เท่ากับ 6.459 มิติความมั่นใจในการให้บริการมีค่า F เท่ากับ 5.406 มิติความเห็นอกเห็นใจมีค่า F เท่ากับ 7.136 และมิติข้อมูลข่าวสารมีค่า F เท่ากับ 4.182 รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

คุณภาพการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2-tailed)
1. ลักษณะทางกายภาพ	น้อยกว่า 10,000 บาท	16	4.58	0.48	5.333	0.000*
	10,001-20,000 บาท	80	4.38	0.59		
	20,001-30,000 บาท	78	4.31	0.47		
	30,001-40,000 บาท	92	4.14	0.76		
	40,001-50,000 บาท	60	3.99	0.70		
	มากกว่า 50,000 บาท	74	4.41	0.56		
2. ความไว้วางใจ	น้อยกว่า 10,000 บาท	16	4.71	0.36	5.513	0.000*
	10,001-20,000 บาท	80	4.29	0.70		
	20,001-30,000 บาท	78	4.22	0.55		
	30,001-40,000 บาท	92	4.21	0.63		
	40,001-50,000 บาท	60	4.10	0.68		
	มากกว่า 50,000 บาท	74	4.53	0.50		

ตารางที่ 15 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2-tailed)
3. ความรับผิดชอบ	น้อยกว่า 10,000 บาท	16	4.58	0.45	6.459	0.000*
	10,001-20,000 บาท	80	4.26	0.73		
	20,001-30,000 บาท	78	4.23	0.59		
	30,001-40,000 บาท	92	4.04	0.68		
	40,001-50,000 บาท	60	4.01	0.67		
	มากกว่า 50,000 บาท	74	4.50	0.58		
4. ความมั่นใจในการ ให้บริการ	น้อยกว่า 10,000 บาท	16	4.68	0.44	5.406	0.000*
	10,001-20,000 บาท	80	4.46	0.74		
	20,001-30,000 บาท	78	4.35	0.49		
	30,001-40,000 บาท	92	4.23	0.64		
	40,001-50,000 บาท	60	4.23	0.61		
	มากกว่า 50,000 บาท	74	4.62	0.45		
5. ความเห็นอกเห็นใจ	น้อยกว่า 10,000 บาท	16	4.50	0.74	7.136	0.000*
	10,001-20,000 บาท	80	4.33	0.73		
	20,001-30,000 บาท	78	4.32	0.51		
	30,001-40,000 บาท	92	4.12	0.62		
	40,001-50,000 บาท	60	4.07	0.58		
	มากกว่า 50,000 บาท	74	4.59	0.54		

ตารางที่ 15 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

คุณภาพการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (n)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig. (2-tailed)
6. ข้อมูลข่าวสาร	น้อยกว่า 10,000 บาท	16	4.63	0.63	4.182	0.001*
	10,001-20,000 บาท	80	4.23	0.72		
	20,001-30,000 บาท	78	4.22	0.54		
	30,001-40,000 บาท	92	4.05	0.68		
	40,001-50,000 บาท	60	4.01	0.57		
	มากกว่า 50,000 บาท	74	4.34	0.64		
ภาพรวม	น้อยกว่า 10,000 บาท	16	4.61	0.48	6.880	0.000*
	10,001-20,000 บาท	80	4.32	0.62		
	20,001-30,000 บาท	78	4.28	0.42		
	30,001-40,000 บาท	92	4.13	0.61		
	40,001-50,000 บาท	60	4.07	0.56		
	มากกว่า 50,000 บาท	74	4.50	0.49		

* ๓ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปฏิเสธสมมติฐานศูนย์และยอมรับสมมติฐานอื่นที่ว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 4 ข้อสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้บริการในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 1 อายุของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 3 อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 4 รายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของคะแนนประเมินระดับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในมิติทางกายภาพ มิติความไว้วางใจ มิติความรับผิดชอบ มิติความมั่นใจในการให้บริการและมิติความเห็นอกเห็นใจ ของผู้ให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนมิติข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยของคะแนนประเมินอยู่ในระดับมาก แสดงว่าผู้ให้บริการมีความต้องการและเห็นความสำคัญของคุณภาพการให้บริการทั้ง 6 มิติ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิญา เศวตวาณิชกุล (2549) และอรทัย ชัยนาจิตร (2550) ลูกค้าของธนาคารกรุงไทยและธนาคารออมสินมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านกายภาพและกระบวนการในการให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้องในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างจิตสำนึกในการให้บริการและพร้อมที่จะให้บริการแก่พนักงาน และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยให้การบริการรวดเร็วขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ได้

สรุปผลการศึกษา

การสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้บริการธนาคารชนชาติ จำกัด (มหาชน) เพื่อประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) โดยใช้ลูกค้าของธนาคารที่ใช้บริการในพื้นที่ของสำนักงานเครือข่ายบางนา (อับบางนา) 23 สาขาจำนวน 400 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่าง สุ่มโดยการแบ่งชั้นภูมิ สาขาละ 20 ราย ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีอายุระหว่าง 31-40 ปีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ครั้งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่าจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 ประกอบอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 ใช้บริการธนาคารชนชาติมากกว่า 2 ปีขึ้นไป จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีบัญชีออมทรัพย์ จำนวน 358 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 51.3 ใช้บริการฝาก-ถอนเงินจำนวน 362 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 50.8 และใช้บริการกับธนาคารชนชาติมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

ในด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) พบว่า ผู้ใช้บริการให้คะแนนประเมินมิติลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ ความรับผิดชอบ ความมั่นใจในการให้บริการ และมิติความเห็นอกเห็นใจว่ามีความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารชนชาติ ส่วนมิติข้อมูลข่าวสารผู้ใช้บริการให้คะแนนประเมินว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

มิติลักษณะทางกายภาพ ครอบคลุมถึงการแต่งกายที่สะอาดและเรียบร้อยของพนักงานต้อนรับลูกค้า ความสะอาดและปลอดภัยของอาคารสถานที่ของสาขาธนาคาร ซึ่งผู้ใช้บริการเห็นว่ามีสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ในขณะที่ความเหมาะสมในการให้บริการของอาคารสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของสาขาธนาคาร ผู้ใช้บริการให้ระดับความสำคัญเพียงระดับมาก

มิติความไว้วางใจ ครอบคลุมถึงความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว รวมถึงความเอาใจใส่ในรายละเอียดของการให้บริการตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งผู้ใช้บริการเห็นว่าทุกปัจจัยมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

มิติความรับผิดชอบต่อ ครอบคลุมถึง ความพร้อมและความเต็มใจในการบริการ อย่างสม่ำเสมอของพนักงาน และความสามารถในการบริหารเวลาปฏิบัติงานเพื่อให้สำเร็จทัน ซึ่งของบุคลากรที่ให้บริการได้ทันตามเวลาที่ต้องการหรือกำหนดไว้ ผู้ใช้บริการให้คะแนนประเมินว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยการประสานงานของบุคลากรและสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา ผู้ใช้บริการเห็นว่ามีสำคัญอยู่ในระดับมาก

มิติความมั่นใจในการให้บริการ ครอบคลุมถึงทักษะ ความรู้ มารยาท ความซื่อสัตย์ การรักษาความลับ และความสามารถในการอธิบาย ซึ่งผู้ให้บริการให้คะแนนประเมินทุกปัจจัยว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

มิติความเห็นอกเห็นใจ หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารของพนักงาน ความเป็นมิตร ความเข้าใจและเอาใจช่วยด้วยความจริงใจในการแก้ไขปัญหา รวมถึงรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ซึ่งผู้ให้บริการให้คะแนนประเมินทุกปัจจัยว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด

มิติข้อมูลข่าวสาร ครอบคลุมถึงประโยชน์จากข้อมูลที่พนักงานให้แก่ลูกค้า ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน มีความถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า ผู้ให้บริการให้คะแนนประเมินความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากพนักงานว่าเป็นคุณภาพของการบริการที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนประโยชน์จากข้อมูลตามความต้องการ ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และความเพียงพอของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากผู้ให้บริการเห็นว่าเป็นคุณภาพที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ให้บริการในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) โดยที่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกันด้วย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

ผลการศึกษา พบว่า มิติของคุณภาพจากการประเมินการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้าของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ที่มีคะแนนน้อยที่สุด 3 มิติเรียงจากน้อยที่สุดได้แก่

1. มิติข้อมูลข่าวสาร อันได้แก่ ปัจจัยข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความเพียงพอและตรงตามความต้องการ
2. มิติความรับผิดชอบ อันได้แก่ การประสานงานของบุคลากรและสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา ธนาคารธนชาติควรมีการอบรมพนักงานเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคารอย่างแท้จริง โดยการสอนงานจากหัวหน้างานไปสู่ผู้ปฏิบัติงาน และมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
3. มิติทางกายภาพ อันได้แก่ อาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกของสาขา มีความเหมาะสมสำหรับการบริการ ดังนั้น ธนาคารธนชาติควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกโดยการจัดหาที่จอดรถ และพนักงานรักษาความปลอดภัยในการอำนวยความสะดวกของลูกค้าที่มาทำธุรกรรมทางการเงิน

ดังนั้น ธนาคารควรจัดระบบการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อใช้ในการวางแผนการทำงาน โดยมีหัวข้อหลัก ได้แก่ รายละเอียดและเงื่อนไขของแต่ละผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เป็นปัจจุบัน และขั้นตอนการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับลูกค้าที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงค้นหาอุปสรรคในการทำงาน พร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อให้ปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารธนาคาร

ข้อเสนอแนะอื่นๆของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีเครื่องกดบัตรคิวอัตโนมัติ พนักงานมีความต้อนรับที่ดีกับลูกค้าทุกคนเสมอ บริการรวดเร็ว และอยากให้ตู้ ATM ของธนาคารธนาคารให้มากกว่านี้ ดังนั้น หากองค์กรหรือบริษัทจะต้องปรับปรุงและพัฒนาในปัจจุบัน ดังกล่าวให้มากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กุลธน ธนาพงศธร. (2528). การบริหารงานบุคคลในเอกสารสอบชุดวิชา 32304. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2555ก). ความเป็นมาของธนาคาร. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2556, จาก <http://www.thanachart.co.th>
- . (2555ข). รายงานเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า. (รายงานประจำเดือน). กรุงเทพฯ : ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน).
- . (2555ค). **Service Best Practice Model**. (เอกสารการอบรมพนักงาน). กรุงเทพฯ : ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน).
- . (2556). รายงานการประชุม Hub บางนา ประจำเดือนมกราคม 2556. (รายงานประจำเดือน). กรุงเทพฯ : ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2554). รายชื่อสถาบันการเงิน. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2556, จาก <http://www.bot.or.th>
- ธัญธรณ์ เกียรติธัญรักษ์. (2549). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สำนักพลโยธิน. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นฤมล พลายละหาร. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย สาขาสาเพ็ง. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นฤมล โพธิ์สอาด. (2548). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและการประเมินผลงานของพนักงานธนาคารนครหลวงไทย. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไนเกล, ฮิลล์ ; จอห์น, เบียร์ลีย์ ; และ ร็อบ, แม็คโดกอล. (2549). คู่มือวัดความพึงพอใจของลูกค้า. แปลโดย ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์. กรุงเทพฯ : เปรนนิทัศน์บุ๊คส์.
- ปีเตอร์ ฟิสต์. (2553). ลูกค้าอัจฉริยะ. แปลโดย วัฒนา มานะวิบูลย์. กรุงเทพฯ : เนชั่นบุ๊คส์.
- พงษ์เทพ สันติพันธุ์. (2546). ความพึงพอใจจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อที่ดินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (วิทยาการจัดการ). นนทบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พิชยะนันท์ ศตทรัพย์ศิริ. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขานนทบุรีนคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- พิมพ์ชนก กิจพิทยากุทธิ์. (2550). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ สาขานนทบุรี**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไพโรนา ศรีเสน. (2544). **ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพในงานผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. (2545). **การสำรวจความพึงพอใจผู้รับบริการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- มาโคโตะ, ยูซุอิ. (2554). **นวัตกรรมบริการ (Service Innovation)**. แปลโดย ชไมพร สุธรรมวงศ์ ; และ บัณฑิต ไรจน์อารยานนท์. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- รัชยา กุลวานิชไชยพันธ์. (2535). **ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : สำนักงานประกันสังคม.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คพับลิชั่นส์.
- วีรพงษ์ มีสถาน. (2539). **พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการ**. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- แวด็อนัน นาแซ. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่**. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรักษ์ ; และคณะ. (2541ก). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บรรณกิจ.
- (2541ข). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษา.
- สมาคมสถาบันการศึกษาการธนาคารและการเงินไทย. (2552). **คู่มือการเงินการธนาคารสำหรับนักการธนาคารไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอราวัณการพิมพ์.
- อภิญา เศวตวาณิชกุล. (2549). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขากาญจนบุรี**. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อรรถัย ชัยนาจิตร์. (2550). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่**. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อัจฉนา โทบุญ. (2534). **ระดับความพึงพอใจของผู้มารับบริการงานทะเบียนราษฎร สังกัดทะเบียน อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (ไทยคดีศึกษา). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อารยา ดาศรี. (2549). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารทหารไทย สาขาซอยลาดกระบัง**. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Cronbach, Lee Joseph. (1974). **Essentials of Psychological Testing**. New York : Harper and Row.

Gronroos, C. (1990). **Service Management and Marketing**. Lexington : Lexington Books.

Parasuraman, A. ; Zeithaml, V. A. ; and Berry, L. L. (1990). **Delivery Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectations**. New York : A Division of Macmillan.

Philip, Kotler. (2000). **Marketing Management**. New Jersey : Prentice Hall.

Yamane, Taro. (1973). **Statistics : An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York : Harper and Row Publication.





ภาคผนวก





แบบสอบถามเพื่อการศึกษา

เรื่อง

คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง :

1. แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 3 : ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

2. โปรดเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่เกี่ยวข้องกับตัวท่านตามความเป็นจริง และขอกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

TNI

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าคำตอบที่ท่านต้องการ หรือเติมคำลงในช่องว่าง

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

() 21-30 ปี

() 31-40 ปี

() 41-50 ปี

() มากกว่า 50 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

() โสด

() สมรส

() หย่า / หม้าย

4. ระดับการศึกษา

() มัธยมศึกษา / ปวช.หรือต่ำกว่า

() อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า

() ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า

() สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

() นักเรียน / นักศึกษา

() พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน

() ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

() ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

() อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

() น้อยกว่า 10,000 บาท

() 10,000 -20,000 บาท

() 20,001 -30,000 บาท

() 30,001 -40,000 บาท

() 40,001 -50,000 บาท

() มากกว่า 50,000 บาท

7. ท่านใช้บริการธนาคารชาติมานานเท่าใด

() น้อยกว่า 6 เดือน

() มากกว่าหรือเท่ากับ 6 เดือน - 1 ปี

() มากกว่า 1 ปี - 2 ปี

() มากกว่า 2 ปี ขึ้นไป

8. ท่านมีบัญชีของธนาคารธนชาต ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () บัญชีออมทรัพย์ () บัญชีกระแสรายวัน () บัญชีฝากประจำ
() บัญชีเงินกู้ () บัญชีกองทุน () อื่นๆ (ระบุ)

9. ท่านใช้บริการใดบ้างที่ธนาคารธนชาต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ฝาก - ถอนเงิน () ทำบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสด
() การซื้อ - ขายเงินตราต่างประเทศ () การขอสินเชื่อ
() ชำระค่าสาธารณูปโภค () อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ความถี่ในการไปใช้บริการกับธนาคารธนชาต

- () มากกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน () เดือนละ 1 ครั้ง
() 2-3 เดือนต่อครั้ง () 4-5 เดือนต่อครั้ง
() ปีละครั้ง () อื่นๆ โปรดระบุ.....



ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านโดยแสดงระดับความสำคัญจากน้อยไปหามาก โดยมีตัวเลือกให้ 5 ระดับ ดังนี้ คือ 1 น้อยที่สุด 2 น้อย 3 ปานกลาง 4 มาก 5 มากที่สุด

คุณภาพการบริการ	ระดับความสำคัญ				
	1	2	3	4	5
1. ลักษณะทางกายภาพ					
พนักงานให้บริการ มีการแต่งกายที่สะอาดและเรียบร้อย					
อาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกของสาขา มีความเหมาะสมสำหรับการบริการ					
สาขาธนาคาร มีความสะอาด และปลอดภัย					
2. ความไว้วางใจ					
บุคลากรมีความน่าเชื่อถือในการให้บริการธุรกรรมต่าง ๆ ของธนาคาร					
การบริการของพนักงานสามารถทำสำเร็จตามเวลาที่กำหนด					
พนักงานมีความใส่ใจในรายละเอียดของการบริการ					
3. ความรับผิดชอบ					
บุคลากรมีความพร้อมและความเต็มใจในการบริการเสมอ					
การประสานงานของบุคลากรและสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา					
ความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการได้ทันตามเวลาที่ต้องการหรือกำหนดไว้					
4. ความมั่นใจในการให้บริการ					
พนักงานมีความรู้ความสามารถและทักษะในการให้บริการเป็นอย่างดี					
พนักงานมีมารยาท แสดงท่าทางที่สุภาพ และยินดีในการบริการ					
การให้บริการของพนักงาน แสดงถึงความซื่อสัตย์สุจริต					
ความมั่นใจพนักงานเกี่ยวกับการเก็บความลับของลูกค้า					
บุคลากรของธนาคารสามารถอธิบายในรายละเอียดต่าง ๆ ที่จำเป็นได้อย่างกระจ่าง					

คุณภาพการบริการ	ระดับความสำคัญ				
	1	2	3	4	5
5. ความเห็นอกเห็นใจ					
บุคลากรมีความสามารถในการสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย					
พนักงานแสดงความเป็นมิตร ทำให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นได้					
พนักงานมีความพยายามที่จะเข้าใจและเข้าถึงความจำเป็นของลูกค้า					
การให้ความสนใจด้วยความจริงใจในการบริการของพนักงานเป็นไปกับลูกค้าทุกคน					
พนักงานมีความสนใจในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าอย่างจริงจัง					
บุคลากรตระหนักและให้ความสนใจกับความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลได้อย่างสม่ำเสมอ					
6. ข้อมูลข่าวสาร					
ความรู้ต่างๆ ที่ได้รับจากพนักงานเป็นประโยชน์ตามความต้องการเป็นอย่างดี					
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากพนักงานเป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเสมอ					
มีความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากพนักงาน					
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความเพียงพอและตรงตามความต้องการ					

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....