



คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) Service Quality of Thanachart Bank Public Company Limited

เพชรรัตน์ พันธธสาธิต¹ และ จักร ดิงศภักดิ์²

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น 1771/1 ถนนพัฒนาการ เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250

¹ e-mail: e_sandy04@hotmail.com

² e-mail: chark@tni.ac.th

บทคัดย่อ

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 กระตุ้นให้ธนาคารธนชาติต้องสร้างความแข็งแกร่งและความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ธนาคาร การประเมินของผู้ใช้บริการช่วยให้เข้าใจปัญหาและข้อบกพร่องที่เกิดจากลักษณะทางกายภาพและการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) และเป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการได้ การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลการประเมินความเห็นของลูกค้าของสำนักงานเครือข่ายบางนา (Hub บางนา) 23 สาขา จำนวน 400 รายโดยใช้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา 0.80 และความเชื่อมั่น 0.8978 ทำให้พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับมิติลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ ความรับผิดชอบ ความมั่นใจในการให้บริการ และมีทัศนคติเห็นอกเห็นใจในระดับมากที่สุด ส่วนมิติข้อมูลข่าวสารให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้บริการในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกันด้วย ในการปรับปรุงมิติข้อมูลข่าวสาร พนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) จะต้องคำนึงถึงความถูกต้องของข้อมูล ความเป็นปัจจุบันและจำนวนข้อมูลที่เพียงพอ รวมถึงเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นแนวทางที่สามารถดำเนินการได้โดยใช้การฝึกอบรม

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ การประเมินผล ธนาคารพาณิชย์

Abstract

The emergence of ASEAN Economic Community (AEC) in 2015 is a driving force for Thanachart Bank Public Company Limited to strengthen its competency for the bank competitive advantage. The customer feedbacks on quality of the bank physical and teller service dimensions help the bank understand the weakness root causes, therefore it can identify the improvement approach. The researcher used the qualified questionnaires with the content validity index of 0.80 and Cronbach's alpha coefficient of 0.8978 to collect 400 customers' opinions, which are the bank customers of 23 branches under the responsibility of Bangna Hub. The result found that; the opinions 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.

Keywords: Service Quality, Performance Appraisal, Commercial Bank

1. บทนำ

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี 2558 ส่งผลให้มีการเปิดเสรีด้านสินค้า บริการ แรงงาน ทางการเงินและการลงทุนภายในประเทศสมาชิกของอาเซียนด้วยกัน การเปิดเสรีอาเซียนย่อมส่งผลให้ระบบการชำระเงินของอาเซียนมีการเชื่อมต่อไปเป็นมาตรฐานเดียวกัน รวมถึงระบบการค้าขาย การใช้จ่ายและชำระค่าสินค้าและบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ข้ามประเทศภายในอาเซียนซึ่งจะทำให้สะดวกยิ่งขึ้น นั้นย่อมหมายถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นตามมาด้วย ธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปรับปรุงระบบเพื่อรองรับการชำระเงินระหว่างกันด้วยสกุลเงินของภูมิภาคในอนาคต รวมถึงการให้บริการทางการเงินเพื่อช่วยขับเคลื่อนการค้าขายและการลงทุนในตลาดอาเซียนของนักลงทุนไทย ขณะเดียวกันธนาคารพาณิชย์ไทยยังต้องรับมือกับการเข้ามาเปิดสำนักงาน หรือสาขาของธนาคารพาณิชย์ของแต่ละประเทศในภูมิภาคที่จะเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยด้วย

ภายหลังจากการควบรวมกิจการระหว่างธนาคารธนชาติและธนาคารนครหลวงไทยซึ่งมีวัฒนธรรมการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนระบบการทำงานของพนักงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การปรับเปลี่ยนย่อมส่งผลต่อการให้บริการลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ของธนาคารทั้งสองแห่ง เมื่อพิจารณาปริมาณการร้องเรียนของ



ลูกค้าทั่วประเทศพบว่ามีความนิยมสูงขึ้น โดยเฉพาะในช่วงระหว่างการควมรวมกิจการ การร้องเรียนของลูกค้ามีจำนวนสูงถึง 1,210 รายในปี 2554 จากเดิมที่มีเพียง 745 รายในปี 2553 จากภาพรวมการร้องเรียนของลูกค้าสำนักงานเครือข่ายบางนา (Hub บางนา) พบว่า ในปี 2555 มีจำนวนข้อร้องเรียนจากลูกค้าทั้งสิ้น 132 เรื่อง [1] เป็นการร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงานมากที่สุดถึง 62 เรื่อง รองลงมาคือกระบวนการทำงาน ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และเรื่องอื่นๆ

ในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธนาคารธนาคารพาณิชย์ (มหาชน) เพื่อให้สามารถแข่งขันในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจใหม่ได้จึงเห็นความจำเป็นของการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการโดยเน้นที่การสร้างแนวทางที่ชัดเจนในประเด็นทางกายภาพของธนาคารและการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ที่ได้จากความคิดเห็นและการประเมินคุณภาพของผู้ใช้บริการธนาคารในพื้นที่ของสำนักงานเครือข่ายบางนา (Hub บางนา)

2. ทฤษฎีและกรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษครั้งนี้มุ่งประเมินคุณภาพของคุณลักษณะทางกายภาพและการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) โดยดำเนินการสืบค้นเอกสารและบทวนวรรณกรรมในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของการให้บริการ และมาตรฐานการบริการของธนาคารธนาคาร มีรายละเอียดดังนี้

2.1 คุณภาพของการให้บริการ

การบริการเป็นกิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรหนึ่งทำหรือส่งมอบให้โดยมีเป้าหมายและความตั้งใจเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น [2-3] ทั้งนี้จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ได้อย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน [4] โดยไม่สิ้นเปลืองทรัพยากรและไม่สร้างความยุ่งยากให้แก่ผู้ใช้บริการมากเกินไป บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้และไม่เป็นผลให้เกิดความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ผลผลิตของการบริการอาจเกี่ยวข้องกับการผลิตหรือไม่ก็ได้ [5] สามารถสรุปลักษณะงานบริการที่สำคัญได้ 4 ประการ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) จึงต้องหาหลักประกันที่แสดงถึงคุณภาพและประโยชน์จากบริการ และการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับระดับของการบริการ
2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการออกจากผลิตภัณฑ์ (inseparability) การขายบริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้โดยต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน
3. มีลักษณะที่ไม่แน่นอน (variability) ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ สถานที่ และลักษณะของการให้บริการ
4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (perishability) สืบเนื่องจากความต้องการที่ไม่แน่นอนของลูกค้า

ในการประเมินคุณภาพของการให้บริการจะพิจารณาจากเกณฑ์คุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังและเกณฑ์คุณภาพจากประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้าโดยใช้เครื่องมือประเมิน [6] ดังนี้

1. การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) โดยการให้ข้อมูลที่จำเป็น การให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจหรือช่วยเตือนความทรงจำแก่ลูกค้าในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
2. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดหรือประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อม
3. การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communication) มีอิทธิพลในการตัดสินใจอย่างมาก และเป็นแหล่งอ้างอิงที่มีความสำคัญ
4. ความต้องการของลูกค้า (Customer Needs) ที่ได้รับการตอบสนองจากรอบประโยชน์ในการบริโภคสินค้าและบริการ

โดยทั่วไปลูกค้าจะประเมินคุณภาพของการบริการจากการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวัง กับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการ และประเมินความเหมือนและแตกต่างกันระหว่างคุณภาพทั้งสองเพื่อให้ได้เป็นคุณภาพที่รับรู้ทั้งหมด (Perceived Service Quality: PSQ)

2.2 มาตรฐานการให้บริการ

มาตรฐานงานบริการและข้อควรปฏิบัติของธนาคารธนาคารพาณิชย์ (มหาชน) ประกอบด้วยมาตรฐาน 5 ประการ [7] ได้แก่

มาตรฐาน 1 Responsiveness การทักทายและกิริยามารยาทที่สุภาพ อ่อนโยน ถือเป็นการให้เกียรติและสร้างความประทับใจครั้งแรกให้กับลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าจดจำองค์กรได้อย่างแม่นยำ ต้องพร้อมให้บริการลูกค้า รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า

มาตรฐาน 2 Reliability ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พื้นฐานของทางธนาคาร ความสามารถในการคำตอบลูกค้าด้วยความมั่นใจและน่าเชื่อถือเพื่อตัดสินใจแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

มาตรฐาน 3 Empathy ความเอาใจใส่ดูแลและให้ความช่วยเหลือลูกค้าด้วยความเต็มใจ

มาตรฐาน 4 Assurance การให้บริการอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

มาตรฐาน 5 Tangibleness ความสะอาดและเป็นระเบียบของสถานที่และการแต่งกายของพนักงานเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถพบเห็นและสัมผัสได้

ในการศึกษามิติของคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนาคารพาณิชย์ (มหาชน) จะอ้างอิงเกณฑ์คุณลักษณะคุณภาพของการบริการใน 6 ด้าน [8-9] ประกอบด้วย

1. ลักษณะทางกายภาพ เป็นลักษณะของสถานที่ตั้ง อุปกรณ์ บุคลากร และอุปกรณ์การสื่อสาร
2. ความไว้วางใจ เป็นความสามารถในการทำงานตามสัญญาที่ได้ให้ไว้โดยเชื่อถือได้ และมีความถูกต้อง
3. ความรับผิดชอบ เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและการให้บริการอย่างทันเวลาที่
4. ความมั่นใจในการให้บริการ หมายถึงความรู้และความสุภาพของบุคลากร และความสามารถที่เกี่ยวกับความไว้วางใจและการเก็บความลับ
5. ความเห็นอกเห็นใจ เป็นการดูแลเอาใจใส่และการให้ความสนใจเป็นรายบุคคล
6. ข้อมูลข่าวสาร มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ เป็นประโยชน์ และเพียงพอ โดยตั้งสมมติฐานการศึกษาไว้ว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้บริการในด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการประเมิน



ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) และมีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

3. วิธีการดำเนินงาน

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ให้บริการธุรกรรมทางการเงินในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งเขตพื้นที่รับผิดชอบในบริเวณดังกล่าวออกเป็น 6 สำนักงานเครือข่ายหรือฮับ (Hub) ได้แก่ ฮับต้นสน ฮับมานูญครอง ฮับธนบุรี ฮับงามวงศ์วาน ฮับรัชดา และฮับบางนา ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษากำหนดประชากรโดยใช้จำนวนบัญชีลูกค้าของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่ความรับผิดชอบของฮับบางนา (กรุงเทพฯ ตะวันออก) จำนวนทั้งสิ้น 200,000 บัญชีจาก 23 สาขา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 [10]

3.2 เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากเกณฑ์ประเมินคุณภาพของการให้บริการทั้ง 6 ด้านซึ่งมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยมีค่า CVI เฉลี่ยทั้งหมดเท่ากับ 0.80 และค่าความเชื่อมั่นตามสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาคเฉลี่ยเท่ากับ 0.8978 เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อระดับคุณภาพของการให้บริการของพนักงาน Teller โดยแจกให้แก่พนักงาน Teller ทั้ง 23 สาขาในเขตฮับบางนา สาขาละ 20 ชุดเพื่อให้ลูกค้าแต่ละสาขาตอบ จากนั้นจึงคัดกรองเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์จาก 460 ตัวอย่างให้เหลือ 400 ตัวอย่าง และใช้การประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

4. ผลการศึกษา

4.1 คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ผลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 โดยมีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุดจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ร้อยละ 50.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด ในขณะที่สถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 48.5 ผู้ตอบแบบสอบถาม 238 คนมีการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 59.5 ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชนร้อยละ 72.5 รองลงมาอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 18.5 และร้อยละ 65.0 เป็นผู้ให้บริการธนาคารธนชาติมากกว่า 2 ปีขึ้นไปโดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบัญชีออมทรัพย์คิดเป็นร้อยละ 51.3 และใช้บริการฝาก-ถอนเงินคิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาใช้บริการทำบัตรเครดิต/บัตรกดเงินสดร้อยละ 21.9 และร้อยละ 44.5 ใช้บริการจากธนาคารธนชาติมากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

ผลการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อการประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) ใน 6 มิติพบว่า มิติความมั่นใจในการให้บริการ มิติความเห็นอกเห็นใจ และมิติความไว้วางใจมีคะแนนเฉลี่ยสูงเป็น 3 อันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยของการประเมินเท่ากับ 4.39 4.30 และ 4.29 เมื่อวิเคราะห์ผลตามเกณฑ์ช่วงชั้นเท่ากับ 5 ระดับ พบว่า ทุกมิติมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 4.21 ยกเว้นมิติข้อมูลข่าวสารที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 แสดงว่าผู้ให้บริการของธนาคารประเมินคุณภาพการให้บริการในแต่ละมิติลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ ความรับผิดชอบ ความมั่นใจในการให้บริการ และมิติความเห็นอกเห็นใจว่ามีระดับความสำคัญมากที่สุด ในขณะที่ประเมินคุณภาพการให้บริการในมิติข้อมูลข่าวสารว่ามีความสำคัญในระดับมาก รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 5 คุณภาพการให้บริการในแต่ละมิติ

คุณภาพการให้บริการ	กลุ่มตัวอย่าง N = 400		ระดับ ความสำคัญ
	$\bar{X}$	S.D.	
ลักษณะทางกายภาพ	4.27	0.638	มากที่สุด
ความไว้วางใจ	4.29	0.626	มากที่สุด
ความรับผิดชอบ	4.22	0.670	มากที่สุด
ความมั่นใจในการบริการ	4.39	0.611	มากที่สุด
ความเห็นอกเห็นใจ	4.30	0.633	มากที่สุด
ข้อมูลข่าวสาร	4.19	0.650	มาก
รวม	4.28	0.562	มากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของธนาคารแยกในแต่ละมิติ พบว่าผู้ให้บริการเห็นว่าลักษณะทางกายภาพเป็นจุดที่สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้ มิติความไว้วางใจเกิดจากปัจจัยคุณภาพของผู้ให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็ว และความเอาใจใส่ มิติความรับผิดชอบผู้ให้บริการเห็นว่าสามารถปรับปรุงที่การประสานงานของบุคลากรโดยมีช่องทางที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา มิติความมั่นใจในการให้บริการประเมินจากการมีความรู้ความสามารถ มารยาทในการให้บริการ ความซื่อสัตย์สุจริต การเก็บความลับของลูกค้า และความเข้าใจในงานบริการ มิติความเห็นอกเห็นใจประเมินจากการ



สื่อสาร ความเป็นมิตร ความเข้าอกเข้าใจ ความจริงใจ การช่วยเหลือ
ปัญหา ได้รับความต้องการของลูกค้า ส่วนในมิติข้อมูลข่าวสาร
ผู้ใช้บริการต้องการความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากพนักงาน ข้อมูลที่
เป็นประโยชน์ มีจำนวนเพียงพอ และเป็นข้อมูลปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้เป็น
จุดที่ผู้ใช้บริการเห็นว่าสามารถปรับปรุงได้

คุณภาพการให้บริการของพนักงาน Teller 3 มิติที่มีคะแนนประเมิน
น้อยที่สุดโดยเรียงจากน้อยที่สุด ได้แก่

1. มิติข้อมูลข่าวสาร อันได้แก่ ปัจจัยข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความ
เพียงพอและตรงตามความต้องการ
2. มิติความรับผิดชอบ อันได้แก่ การประสานงานของบุคลากรและ
สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา ธนาคารธนาคารควรมีการอบรมพนักงาน
เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคารอย่างแท้จริง
โดยการสอนงานจากหัวหน้างานไปสู่ผู้ปฏิบัติงาน และมีการประเมินผล
การปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
3. มิติทางกายภาพ อันได้แก่ อาคารสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกของสาขา มีความเหมาะสมสำหรับการบริการ ดังนั้น ธนาคาร
ธนาคารควรเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกโดยการจัดหาที่จอดรถ และ
พนักงานรักษาความปลอดภัยในการอำนวยความสะดวกของลูกค้า
ที่มาทำธุรกรรมทางการเงิน

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)
เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการที่
ผู้ใช้บริการมีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน โดย
มีสมมติฐานการศึกษาว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้บริการในด้านอายุ
ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการประเมินระดับ
คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) และกำหนด
สมมติฐานไว้ 4 ข้อ ได้แก่

สมมติฐานที่ 1

H_0 : อายุต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการ
ของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการ
ของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2

H_0 : ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับ
คุณภาพการบริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพ
การบริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3

H_0 : อาชีพต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการ
บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการ
บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4

H_0 : รายได้ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการ
บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการ
บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปฏิเสธสมมติฐานศูนย์และยอมรับ
สมมติฐานอื่นที่ว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผล
ต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการบริการของธนาคารธนาคาร
จำกัด (มหาชน) ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา
ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการ ทดสอบ
ปัจจัยพื้นฐานของผู้ใช้บริการในด้านอายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการ ประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 1 อายุของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผล ต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการให้บริการ ของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่ แตกต่างกันมีผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับ คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 3 อาชีพของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมี ผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 4 รายได้ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมี ผลต่อการให้คะแนนประเมินระดับคุณภาพการ ให้บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน)	แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่
อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อ
คุณภาพการให้บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน
ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยของคะแนนประเมิน
ระดับคุณภาพในการให้บริการของธนาคารธนาคาร จำกัด (มหาชน) ใน
มิติทางกายภาพ มิติความไว้วางใจ มิติความรับผิดชอบ มิติความมั่นใจ
ในการให้บริการและมิติความเห็นอกเห็นใจ ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับ
มากที่สุด ส่วนมิติข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยของคะแนนประเมินอยู่ใน
ระดับมาก แสดงว่าผู้ใช้บริการมีความต้องการและเห็นความสำคัญของ
คุณภาพการให้บริการทั้ง 6 มิติ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัย
เกี่ยวกับการบริการของธนาคารกรุงไทยและธนาคารออมสินที่มีระดับ
ความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านกายภาพและกระบวนการในการ
ให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้องในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน [11-12] ทั้งนี้
จะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ การสร้างจิตสำนึกในการ
ให้บริการและพร้อมที่จะให้บริการแก่พนักงาน และการนำเทคโนโลยีที่
ทันสมัยเข้ามาช่วยให้บริการรวดเร็วขึ้นเพื่อให้สามารถแข่งขันกับ
ธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ได้



5. บทสรุป

การสำรวจความคิดเห็นผู้ใช้บริการธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) เพื่อประเมินระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับลูกค้า (Teller) โดยใช้ลูกค้าของธนาคารที่ใช้บริการในพื้นที่ของสำนักงานเครือข่ายบางนา (อับบางนา) 23 สาขาจำนวน 400 รายเป็นกลุ่มตัวอย่าง สุ่มโดยการแบ่งชั้นภูมิ สาขาละ 20 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการประเมินว่ามีลักษณะทางกายภาพ ความไว้วางใจ ความรับผิดชอบ ความมั่นใจในการให้บริการ และมีความเห็นอกเห็นใจมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อคุณภาพในการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) ส่วนมิติข้อมูลข่าวสารผู้ใช้บริการให้คะแนนประเมินว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีลักษณะทางกายภาพครอบคลุมถึงการแต่งกายที่สะอาดและเรียบร้อยของพนักงานต้อนรับลูกค้า ความสะอาดและปลอดภัยของอาคารสถานที่ของสาขาธนาคาร มิติความไว้วางใจครอบคลุมถึงความน่าเชื่อถือ การให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว และความเอาใจใส่ความต้องการของลูกค้า มิติความรับผิดชอบต่อครอบคลุมถึงความพร้อมและความเต็มใจบริการความสามารถในการบริหารเวลาปฏิบัติงาน และการประสานงานของบุคลากรและสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา มิติความมั่นใจในการให้บริการครอบคลุมถึงทักษะ ความรู้ มารยาท ความซื่อสัตย์ การรักษาความลับ และความสามารถในการอธิบาย มิติความเห็นอกเห็นใจหมายถึงการสื่อสาร ความเป็นมิตร ความเข้าใจและเอาใจช่วยด้วยความจริงใจในการแก้ไขปัญหา รวมถึงรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าแต่ละราย มิติข้อมูลข่าวสารครอบคลุมถึงประโยชน์จากข้อมูลที่พนักงานให้แก่ลูกค้า ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน มีความถูกต้องและเพียงพอต่อการตัดสินใจของลูกค้า

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

เอกสารอ้างอิง

- [1] ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2555ก). รายงานเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า. (รายงานประจำเดือน). กรุงเทพฯ: ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน).
- [2] วีรพงษ์ มีสถาน (2539). พฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการ. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [3] ไพรนา ศรีเสน (2544). ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- [4] พงษ์เทพ สันติพันธ์. (2546). ความพึงพอใจจากลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อที่ดินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม (วิทยาการจัดการ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- [5] Kotler, Philip. (2000). Marketing Management. NJ: Prentice Hall.
- [6] Gronroos, C. (1990). Service Management and Marketing. Stockholm University. Sweden: Lexington Books.
- [7] ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน). (2555ข). Service Best Practice Model. (เอกสารการอบรมพนักงาน). กรุงเทพฯ: ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน).
- [8] Parasuraman, A.; Zeithaml, V.A.; & Berry, L.L. (1990). Delivery quality service: Balancing customer perception and expectations. NY: Macmillan, Inc.
- [9] มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). การสำรวจความพึงพอใจผู้รับบริการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- [10] Yamane, Taro. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. 3rd ed. NY: Harper & Row Publication.
- [11] อภิญา เสวตวานิชกุล. (2549). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขากาญจนบุรี. สารนิพนธ์ บธ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- [12] อรทัย ชัยนาจิต. (2550). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่. สารนิพนธ์ ศศ.ม. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.