

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

สารนิพนธ์
ของ
สุวัชรี พฤษภาศ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2552

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

สารนิพนธ์
ของ
สุวัชรีย์ พฤษภมาศ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

บทคัดย่อ
ของ
สุวัชรี พฤษภาศ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
พฤษภาคม 2552

สุวัชรี พฤกษมาศ. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคาร

สงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ :

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์.

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ในช่วงระยะเวลา 20 วันทำการ โดยใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ชนิด 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t – test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – Significant Different)

ผลการวิจัย พบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการบริการและด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

2. ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการบริการลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านพนักงาน และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอาคารสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ลูกค้ำที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ และด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ลูกค้ำที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

CUSTOMER'S SATISFACTION WITH THE SERVICES OF THE GOVERNMENT
HOUSING BANK, SUKUMVIT BRANCH

AN ABSTRACT
BY
SUWATCHAREE PRUEKSAMAS

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Master of Education Degree in Business Education
at Srinakharinwirot University

May 2009

Suwatcharee Prueksamas. (2009). *Customer's Satisfaction With the Services of the Government Housing Bank, Sukumvit Branch*. Master's Project, M.Ed. (Business Education). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Mr. Sittakorn Choosup.

The purposes of this research were to study and compare customers' satisfaction with the services of the government housing bank, Sukumvit branch in 4 aspect : service aspect, staff aspect, establishment aspect and public relation aspect which classified by sex, ages, occupation, kinds of service, number of using service per a month.

The samples used in this research were 385 customers of the government housing bank, Sukumvit branch which used by convenience sampling with in 20 days. The instrument used for data collection were five rating scale questionnaires. The statistics used for analyzing the data were percentage, mean, standard deviation, t - test One - Way analysis of variance and LSD test ing case of having some difference.

The result were as follows :

1. The customers' satisfaction with the services of the government housing bank, Sukumvit branch found that the customers' satisfaction were at the high level in general. When considered by aspect, was found that staff aspect and establishment were at the high level but service aspect and public relation aspect were at the medium level.

2. The customers which different sex had satisfaction with the services of the bank in general was statistical significant difference at the level of .05. When considered by aspect, was found that staff aspect was statistical significant difference at the level of .01. Service aspect was statistical significant difference at the level of .05 but the other aspects were not statistical significant difference.

3. The customers which different ages had satisfaction with the services of the bank in general was not statistical significant difference. When considered by aspect, was found that public relation aspect was statistical

significant difference at the level of .01 but the other aspects were not statistical significant difference.

4. The customers which different occupation had satisfaction with the services of the bank in general was statistical significant difference at the level of .01. When considered by aspect, was found that service aspect, staff aspect and public relation aspect were statistical significant difference at the level of .01. The part of establishment aspect was statistical significant difference at the level of .05.

5. The customers which different using service had satisfaction with the services of the bank in general was statistical significant difference at the level of .01. When considered by aspect, was found that service aspect and staff aspect were statistical significant difference at the level of .01. Establishment aspect and public relation aspect were statistical significant difference at the level of .05.

6. The customers which different number of using services per a month had satisfaction with the services of the bank were not statistical significant difference both in general and each aspect.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร คณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคาร
สงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ของสุวัชรี พฤกษมาศ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีจากความช่วยเหลือและความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ภัคกร สกลรักษ์ และอาจารย์สิมฐากร ชูทรัพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ลงได้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธ์ และดร. วิชัย วิรัตน์พันธุ์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย และให้ข้อเสนอตรวจแก้ไขเครื่องมือ ทำให้การวิจัยครั้งนี้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย และรองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธ์ ที่ได้กรุณาเป็นกรรมการสอบปากเปล่า และได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ทำให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้การอบรม สั่งสอน และประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัยด้วยความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิทที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ เครื่องมือในการวิจัยที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในจนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ดีที่ตอบแบบสอบถามวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาของผู้วิจัย ที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนและเป็นที่กำลังใจอย่างยิ่งตลอดมา จนทำให้งานวิจัยลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูทเวทิตาแก่บิดามารดา คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านของผู้วิจัยที่ได้กรุณาอบรมสั่งสอน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยในการศึกษาค้นคว้าเสมอมา

สุวัชรีย์ พฤกษมาศ

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
	ความสำคัญของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตของการวิจัย	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
	สมมติฐานของการวิจัย	6
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	8
	ความหมายของความพึงพอใจ.....	8
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	10
	การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า.....	12
	การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า	12
	ความพึงพอใจด้านการบริการ.....	13
	ความพึงพอใจด้านพนักงาน	15
	ความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่	19
	ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์.....	20
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	20
	ความหมายของการบริการ.....	20
	ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ.....	21
	ความสำคัญของการบริการ.....	23
	องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ	25
	ประวัติวิวัฒนาการธนาคารอาคารสงเคราะห์.....	27
	ประวัติความเป็นมาของธนาคาร.....	27
	กลยุทธ์การตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัย.....	32

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2(ต่อ) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
งานวิจัยในประเทศ.....	33
งานวิจัยในต่างประเทศ.....	37
 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	 39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	39
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	42
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	43
 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	 46
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47
 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	 76
ความมุ่งหมายของการวิจัย	76
ความสำคัญของการวิจัย	76
ขอบเขตของการวิจัย	76
สมมติฐานของการวิจัย	77
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	77
การเก็บรวบรวมข้อมูล	78
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	78
สรุปผลการวิจัย	79
อภิปรายผล	83

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ) ข้อเสนอแนะ	87
ข้อเสนอแนะในการวิจัย	87
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	88
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	95
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	96
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย	102
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์เชิญผู้เชี่ยวชาญและหนังสือขอความ อนุเคราะห์เพื่อการวิจัย	104
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	109

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน.....	47
2	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้าน.....	49
3	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการบริการ โดยรวมและรายข้อ	50
4	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านพนักงาน โดยรวมและรายข้อ	51
5	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมและรายข้อ.....	52
6	ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ.....	53
7	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามเพศ.....	54
8	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอายุ.....	55
9	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอายุ.....	56
10	ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอายุ.....	57
11	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอาชีพ.....	58
12	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอาชีพ.....	59

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
13	ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมด้วยวิธีการของ LSD จำแนก ตามอาชีพ.....	60
14	ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการบริการด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ.....	61
15	ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านพนักงาน ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ.....	62
16	ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านอาคารสถานที่ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ.....	63
17	ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการ ของ LSD จำแนกตามอาชีพ	64
18	เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคาร สงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ.	65
19	ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคาร สงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ	66
20	ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวม ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ.....	67
21	ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการบริการ ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ.....	68

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
22 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านพนักงานด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ.....	69
23 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านอาคารสถานที่ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ.....	70
24 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการ ของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ.....	71
25 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคาร สงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้ บริการ/เดือน.....	72
26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคาร สงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้ บริการ/เดือน.....	73
27 การรวบรวมปัญหา และข้อเสนอแนะความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท.....	74

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงลำดับขั้นของความต้องการ ตามทฤษฎีมาสโลว์	11
2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในบริการ	26
3 สัญลักษณ์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์แบบเก่าและแบบปัจจุบัน.....	30

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในอดีต การเก็บเงินหรือเก็บรักษาทรัพย์สินกระทำกันอย่างง่าย ๆ เช่น เก็บไว้ในภาชนะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหีบ กล่อง แล้วซ่อนไว้ในที่ที่ค้นหาลำบาก เช่น ใต้ดิน ในบ่อน้ำ เป็นต้น เมื่อจะใช้ก็ยากลำบากที่ต้องขุดหรือขโมยทรัพย์สินดังกล่าว ปัจจุบันเมื่อโลกวิวัฒนาการมากขึ้น ตู้เซฟ ตู้นิรภัย จึงเป็นที่นิยมสำหรับผู้ที่ต้องการเก็บเงินหรือรักษาทรัพย์สิน แต่เนื่องจากปัจจุบันการดำรงชีวิตของผู้คนต้องอาศัยหลักของการใช้สัญลักษณ์ ซึ่ง “เงิน” จัดเป็นสัญลักษณ์แห่งการแลกเปลี่ยนที่นิยมมากที่สุด แต่กระบวนการของการใช้สัญลักษณ์ที่วุ่นวายนี้ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างสะดวกและปลอดภัยในกรณีที่มีปริมาณมาก ๆ หรือมูลค่าสูง ๆ ดังนั้น “ธนาคาร” ซึ่งจัดเป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่ง จึงเกิดขึ้นในฐานะเป็นตัวกลางทำหน้าที่ในการเก็บรักษา แลกเปลี่ยนหมุนเวียนเงินตรา ให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนภาคการเงินแก่บุคคล องค์กร และสถาบันต่าง ๆ นอกจากนี้ธนาคารยังกลายมาเป็นดัชนีสำคัญอย่างหนึ่งในการวัดความเจริญความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของประเทศ (พรนพ พุกกะพันธุ์ และ ประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์. 2544 : 20)

ในประเทศไทย การกำหนดนโยบายทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนหนึ่งกระทำโดยธนาคารแห่งประเทศไทย ทั้งในฐานะของการเป็นผู้สนองนโยบาย และตัวกระจายนโยบายของรัฐบาลลงมาสู่ภาคธนาคาร ไม่ว่าจะเป็นทางด้านของการกำหนดอัตราดอกเบี้ย การกำหนดปริมาณเงินที่อยู่ในตลาด ธนาคารต้องทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมหรือหน่วยปฏิบัติงานนโยบายทางการเงินสู่ประชาชน หากธนาคารบริหารงานอย่างมีความรับผิดชอบ โปร่งใส มีคุณธรรมและ จริยธรรม ประชาชนและประเทศก็จะได้รับประโยชน์สูงสุดร่วมกัน ดังนั้นธนาคารหลายแห่งในประเทศไทยจึงมีลักษณะและหน้าที่ไม่แตกต่างกัน (อนาลิส จินจันทิก. 2547 : 1) ในธุรกิจการเงินการธนาคารมีการแข่งขันกันสูงมาก ธนาคารจำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการนำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปที่ได้มาตรฐานมาใช้ในการบริหารข้อมูลและเปลี่ยนระบบคอมพิวเตอร์หลักของธนาคาร ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาบริการทำได้ง่ายมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (ชัยเกษม นิตสิริ. 2550 : 9) ธุรกิจในการการเงินการธนาคารนั้นจะเห็นได้ว่า ในจำนวนกลยุทธ์พื้นฐานที่จะดึงดูดลูกค้าหรือการมีส่วนแบ่งในธุรกิจสูงนั้น กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่จะเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากที่สุดทั้งนี้เพราะธุรกิจการเงินเป็นสินค้าที่ไม่มีรูปธรรมของการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่จับต้องหรือเปรียบเทียบได้อย่างเด่นชัด เมื่อไรที่ลูกค้าได้รับมากกว่าความคาดหวัง เมื่อนั้นเราจะยืนอยู่เหนือคู่แข่งด้วยประการทั้งปวง ซึ่งในปัจจุบัน การแข่งขันเน้นเรื่องของการบริการกันมาก

เราจึงต้องเน้นเรื่องบริการ จากที่ได้อยู่แล้ว ให้ดียิ่งขึ้นไปอีกเอาใจเขามาใส่ใจเราให้มากขึ้นกว่าเดิม เพราะการบริการที่สมบูรณ์แบบต้องมาจากจิตใจ แม้ว่าการบริการจะเป็นเรื่องที่สามารถฝึกได้ เหมือนกับงานอื่น ๆ แต่ถ้าฝึกโดยไม่ได้ใส่ใจเข้าไป ก็จะได้ผลเต็มร้อย เพราะการบริการไม่ใช่แค่สิ่งที่ทำด้วยหน้าที่ หรือทำไปตามบทเรียน แต่ต้องทำด้วยความรู้สึกที่ดีที่เต็มใจ เข้าใจลูกค้า มีความใส่ใจรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ

ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีอยู่ตลอดเวลา เนื่องมาจากเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีด้านข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจัยในการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบธุรกิจ รวมถึงกิจการของรัฐที่ให้บริการแก่ประชาชนก็ต้องเปลี่ยนแปลงให้มีการดำเนินงานอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท เป็นสาขาหลัก อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของฝ่ายกิจการสาขากรุงเทพฯ และปริมณฑลมีพนักงานทั้งสิ้น 12 คน ลูกจ้างธนาคาร 3 คน สามารถดำเนินธุรกรรมทางการเงิน และการให้สินเชื่อที่อยู่อาศัย ช่วงแรกที่เปิดทำการ สาขาสุขุมวิท เป็นสาขาของธนาคารเพียงแห่งเดียวบนถนนสุขุมวิทและบริเวณใกล้เคียง แต่หลังจากมีการก่อสร้างสนามบิณสุวรรณภูมิ มีสถานประกอบการมากขึ้น และโครงการบ้านจัดสรรเกิดขึ้นตามการขยายตัวของสังคมเมือง จึงเริ่มมีสาขาของธนาคารพาณิชย์เปิดทำการขึ้น เป็นเหตุให้เกิดการแข่งขันแบ่งการตลาดขึ้นโดยการออกแบบการบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

จากนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวทำให้ธนาคารมีการเปลี่ยนแปลงการบริหารงานและจัดเตรียมระบบงานมาใหม่ เรียกว่าระบบ “Core Banking System” เนื่องจากธุรกิจสถาบันการเงินมีการแข่งขันกันมาก ดังนั้นหากธนาคารต้องการมีความมั่นคงและเติบโตต่อไปในภายหน้า จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ซึ่งการเปลี่ยนแปลงระบบงานใหม่ ทำให้พนักงานปฏิบัติล่าช้า เนื่องมาจากระบบคอมพิวเตอร์ยังไม่สมบูรณ์ ทำให้มีลูกค้าร้องเรียนและตำหนิมาก เพราะลูกค้าต้องรอคิวการรับบริการนานมาก บางรายเป็นชั่วโมง เนื่องจากเครื่องเสียทำงานไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้าใหม่ที่มาใช้บริการเปิดบัญชีใหม่ และยังไม่เคยเป็นลูกค้าของธนาคารมาก่อน ต้องใช้เวลาในการบริการหนึ่งชั่วโมงก็มี เนื่องจากการสร้างประวัติของลูกค้ารายใหม่ ระบบคอมพิวเตอร์จะทำงานช้ามาก ซึ่งทำให้ลูกค้าไม่พอใจ แต่พนักงานต้องพูดกับลูกค้าให้ยินดีรอรับบริการให้ได้ เพราะการบริการลูกค้า ถือว่าเป็นนโยบายที่สำคัญของธนาคาร ทำให้การพัฒนาในเรื่องการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญมากและถือเป็นปัจจัยสำคัญในการอยู่รอดของธนาคาร เพราะผู้ให้บริการจะเป็นผู้กำหนดอนาคตของธนาคาร โดยอาจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานและอาชีพการงานของพนักงานได้

ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท เพื่อเป็นประโยชน์ที่ธนาคารจะได้สามารถเพิ่มความสะดวกและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า และนำมาปรับปรุงการทำงานของพนักงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่ รักษาฐานลูกค้าเดิม นอกจากนี้ยังจะนำมาซึ่งแนวทางในการที่จะเรียนรู้และปรับตัวให้ทันกับสภาพการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีคุณภาพและช่วยขยายองค์ความรู้ด้านการบริการธนาคารของประเทศไทย ที่จะสามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกและผลกระทบจากสภาพปัญหาเศรษฐกิจโลก

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ
3. เพื่อรวบรวมปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ นำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของผู้ที่เข้ามาใช้บริการของธนาคาร จึงได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (No probability Sampling) (กัลยา วานิชบัญชา. 2546 : 26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ 400 คน ใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยภูมิหลังส่วนตัวของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยแบ่งออกเป็นดังนี้

- 1.1 เพศ
 - 1.1.1 ชาย
 - 1.1.2 หญิง
- 1.2 อายุ
 - 1.2.1 ต่ำกว่า 30 ปี
 - 1.2.2 อายุ 30 - 49 ปี
 - 1.2.3 อายุ 50 ปีขึ้นไป
- 1.3 อาชีพ
 - 1.3.1 รับจ้าง
 - 1.3.2 ลูกจ้างบริษัทเอกชน
 - 1.3.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - 1.3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 1.3.5 ไม่ได้ประกอบอาชีพ
- 1.4 ประเภทที่ใช้บริการ
 - 1.4.1 ด้านเงินฝาก
 - 1.4.2 ด้านสินเชื่อ
 - 1.4.3 ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ
- 1.5 จำนวนครั้งที่ใช้บริการ
 - 1.5.1 1 – 3 ครั้ง/เดือน
 - 1.5.2 4 – 5 ครั้ง/เดือน
 - 1.5.3 มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน คือ

- 2.1 ด้านการบริการ
- 2.2 ด้านพนักงาน
- 2.3 ด้านอาคารสถานที่
- 2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจ หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึกที่ดี ความประทับใจของผู้มาใช้บริการ เป็นผลเกิดขึ้นจากการกระทำของพนักงานสาขาสุขุมวิทหรือการทำงานใด ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านการบริการ หมายถึง บริการเงินฝากต่าง ๆ ธุรกรรมทางการเงิน ที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท มีไว้เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว ถูกต้องเพียงพอต่อความต้องการไม่มีปัญหาติดขัดทั้งในเรื่องของขั้นตอนและอุปกรณ์ มีคำแนะนำและการตอบปัญหาที่ชัดเจน เช่น ด้านบริการสินเชื่อของธนาคารในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การกู้เงินเพื่อที่อยู่อาศัย การกู้เงินเพื่อชำระหนี้ ด้านชำระค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ ได้แก่ การรับชำระบัตรเครดิต การชำระค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ โดยมีเงื่อนไขตามที่ธนาคารกำหนด รวมทั้งกิจกรรมให้บริการฝากและถอนเงินประเภทต่าง เช่น เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ ธอส. รักษการออม เงินฝากประจำ และเงินฝากสินเชะ

1.2 ด้านพนักงาน หมายถึง พนักงานของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ทุกคนที่มีหน้าที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจในความกระตือรือร้น ความเอาใจใส่ ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความมีธรรมาศัยที่ดี และมีความรู้ความสามารถในการให้บริการนั้น

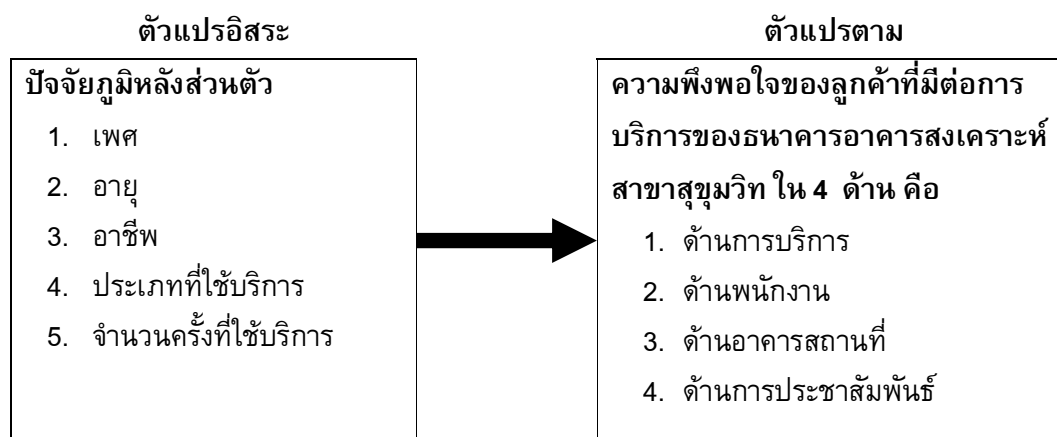
1.3 ด้านอาคารสถานที่ หมายถึง สถานที่ประกอบการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ได้แก่ ท่าเล ที่ตั้งทางเข้า - ออก ที่จอดรถ บันไดขึ้นลง ที่สะดวกสบาย ความปลอดภัยของลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่นั่งรอของลูกค้า รูปแบบการจัดวางโต๊ะ เก้าอี้ ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย การตกแต่งทั้งภายนอกและภายในอาคาร การติดตั้งป้ายและประกาศต่าง ๆ

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การแจ้งข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ แผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดทางด้านเงินฝากและบริการอื่นๆ รวมทั้งสร้างภาพพจน์ของธนาคาร โดยมุ่งตอบสนองตามความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้า

2. ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่มาติดต่อธุรกรรมทางการเงินทุกด้านต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ได้แก่ การฝาก – ถอน – โอนเงิน การบริการสินเชื่อ การชำระค่าสินค้าและบริการ

3. ธนาคาร หมายถึง อาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจสังกัดกระทรวงการคลัง ที่บริการทางการเงินทุกๆ ด้าน แก่ลูกค้า ตั้งอยู่เลขที่ 1 อาคารกลาสเฮ้าส์ บิล딩 ซอยสุขุมวิท 25 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตย เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าในเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 1.1 ความหมายของความพึงพอใจ
 - 1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2. การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
 - 2.1 การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
 - 2.2 ความพึงพอใจด้านการบริการ
 - 2.3 ความพึงพอใจด้านพนักงาน
 - 2.4 ความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่
 - 2.5 ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
 - 3.1 ความหมายของการบริการ
 - 3.2 ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ
 - 3.3 ความสำคัญของการบริการ
 - 3.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
4. ประวัติวิวัฒนาการธนาคารอาคารสงเคราะห์
 - 4.1 ประวัติความเป็นมาของธนาคาร
 - 4.2 กลยุทธ์การตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525 : 5477) ได้ให้ความหมายคำว่า “พอใจ” หมายถึง สนใจ ชอบ เหมาะ

ความพึงพอใจ หรือ ความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2539 : 19) และได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลากหลายตามความหมายของพจนานุกรมทั้งด้านจิตวิทยา “ความพึงพอใจ” หมายถึง ความรู้สึกของผู้มารับบริการต่อสถานบริการที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานที่นั้น ๆ

วรูม (Vroom. 1964 : 27) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกแสดงให้เห็นถึงความพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจนั่นเอง

เชลล์และคณะ (Shelle & Others. 1964 : 232) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกแบบย้อนกลับ หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นอีกดังนั้นจะเห็นได้ว่าความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

ทิฟฟินและแมคคอร์มิก (Tiffin & Mccomic. 1965 : 63) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ(Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

วอลแมน (Wolman. 1973 : 384) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542 : 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึก ด้านทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไป แต่เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก ทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

ทรงศักดิ์ เตชะชาญ (2542 : 12) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกรัก ชอบ และสุขใจ หรือทัศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ

หลุยส์ จาปาเตส (2535 : 789) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Needs) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาจะทำให้มีความสุข สังเกตได้จากสายตาคำพูด การแสดงออก

สาโรจ ไสยสมบัติ (ศรัทธา วุฒิพงศ์. 2542 : 12 ; อ้างอิงจาก สาโรจ ไสยสมบัติ. 2534 : 192) ได้พูดถึงปัจจัยที่สำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ช่วยทำงานเกิดความสำเร็จ โดยเฉพาะงานเกี่ยวกับการให้บริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริการที่ชาญฉลาด จึงควรศึกษาให้ลึกซึ้ง ถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์การให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

มอร์ส (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540 : 27 ; อ้างอิงมาจาก Morse. 1958 : 27) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ไวแมน (สุวัฒนา ไบเจริญ. 2540 : 27 ; อ้างอิงมาจาก Wolman. 1973 : 384) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความต้องการหรือแรงจูงใจ

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : 27) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความรู้สึกที่ดีหรือเจตคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ เมื่อบุคคลอุทิศร่างกาย แรงใจ และสติปัญญาเพื่อกระทำในสิ่งนั้น ๆ

มัทนา อันแสง (2546 : 36) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดจากความต้องการที่มนุษย์คาดหวังไว้ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองที่คาดหวังไว้หรือมากกว่า ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

เกสเลอร์ (สุวัฒน์ ไบเจริญ. 2540 ; อ้างอิงมาจาก Kesler. 1983 : 30) เป็นระดับความรู้สึกเมื่อความต้องการที่สำคัญของเรา เช่น การมีสุขภาพดี มีความมั่นคง มีความสมบูรณ์พูนสุข พวักพอง มีคนยกย่องต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับการตอบสนองแล้ว

ศรัทธา วุฒิพงศ์ (2542 : 12) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ โดยสรุปว่า เป็นความรู้สึกที่ดีที่ชอบและบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และจะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยการพอใจสิ่งใดแล้ว ยากเข้าร่วมทั้งกายและจิตใจ

ธัญวรินทร์ กฤษณรัตน์ (2542 : 10) ได้สรุปความหมายความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในลักษณะการประเมินค่าความเป็นไปในทิศทางบวก ทิศทางลบหรือไม่มีทิศทาง

จุมพล สัตยาภรณ์ (2542 : 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติ ซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ แต่เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า โดยบ่งบอกทิศทางว่าเป็นไปในลักษณะทิศทางบวก ทิศทางลบหรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้านั้น

อรุณี สุขเรือง (2546 : 22) ได้สรุปความหมายจากความพึงพอใจเป็นสภาพความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเกิดเป็นความรู้สึกที่ดีที่ชอบ ประทับใจ ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ โดยเมื่อพอใจสิ่งใดแล้วก็จะแสดงออกทางพฤติกรรม โดยเข้าร่วมกับกิจกรรม อุทิศร่างกาย แรงใจและสติปัญญาที่กระทำในกิจกรรมนั้น

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความต้องการตอบสนอง เจตคติที่ดีของบุคคล ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2539 : 17) ความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหัวใจหลักของการตลาด ผู้ประกอบการจะจัดสินค้าหรือบริการใด ๆ ก็ตาม จะต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เพราะธุรกิจจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าตลอดเวลาอย่างสม่ำเสมอและมากขึ้นไปเรื่อย ๆ จึงจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเจริญเติบโตได้ ดังนั้นการที่จะจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ต้องเข้าใจถึงความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าเพื่อกระตุ้นมาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น ความสำคัญของการใช้แรงจูงใจสำหรับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย
2. เพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ
3. เพื่อรักษาลูกค้าเก่าให้มาใช้บริการสม่ำเสมอ
4. เพื่อช่วยให้ลูกค้าที่สูญเสียไปกลับคืนมา

ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Need Hierarchy) สรุปว่า มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ และความต้องการนั้นจะมีตลอดไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งความต้องการนี้ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มนุษย์จำเป็นต้องหาทางตอบสนองเพื่อความอยู่รอดต่อไป เช่น ความต้องการปัจจัยสี่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค

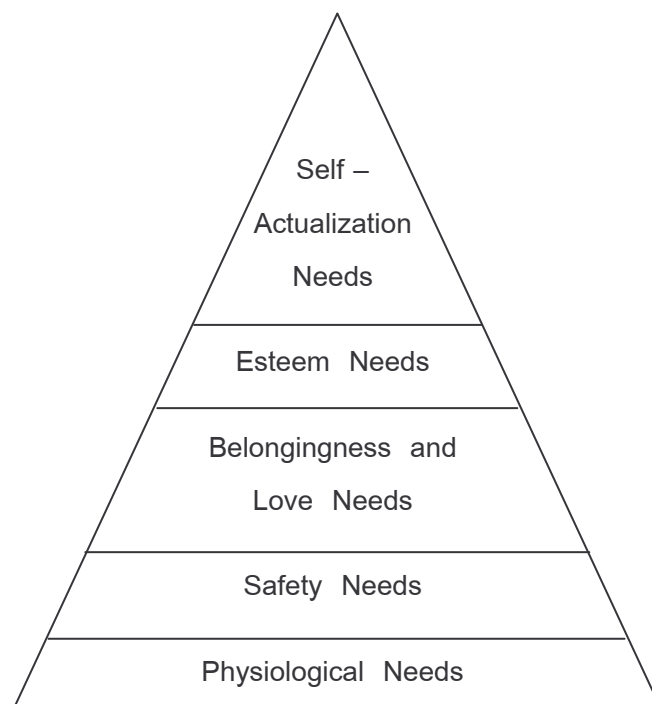
2. ความต้องการด้านความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security Needs) เป็นความต้องการที่ปรารถนาที่จะให้ตัวเองได้รับการปกป้องพิทักษ์ เพื่อให้ความปลอดภัยและมั่นคงจากสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว เช่น การดูแลเอาใจใส่ ให้ความมั่นใจ

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) เป็นความต้องการที่อยากให้ผู้อื่นและสังคมยอมรับ ร่วมคบหาสมาคมกับผู้อื่น ตลอดจนได้รับความเป็นมิตรและความรักจากผู้อื่น

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการที่อยากให้ผู้อื่นและสังคมยอมรับนับถือยกย่องสรรเสริญว่าตัวเองมีคุณค่า มีความสามารถ มีชื่อเสียง

5. ความต้องการความสมหวังของชีวิต (Self – actualization Needs) เป็นระดับของความต้องการขั้นสูงสุด ได้แก่ ความต้องการเจริญเติบโต ความต้องการใช้ความสามารถอย่างเต็มที่

จากทฤษฎีดังกล่าว ความพึงพอใจนั้น จะเกิดขึ้นเมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ และการดูแลเอาใจใส่ให้เกิดความสมหวัง ซึ่งเป็นความต้องการสูงสุด ภาพประกอบ 1 ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงลำดับขั้นของความต้องการ ตามทฤษฎีมาสโลว์

ที่มา : Philip Kotler. (1997). *Analysis Planning Implementation and Control*. pp.185.

การสร้าง ความพึงพอใจให้ลูกค้า

พิภพ อุดร (2537 : 59 – 63) ได้กล่าวไว้ใน “การตลาดสำหรับธนาคาร” ว่า การสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าของธนาคารนั้น ธนาคารจำเป็นต้องทำความเข้าใจลูกค้าภายใน ได้แก่ พนักงานของธนาคารโดยเฉพาะอย่างยิ่งตำแหน่งต่าง ๆ ที่ลูกค้ามีโอกาสเข้ามาสัมผัสและติดต่อกันได้โดยตรง ทุกช่วงเวลาที่มีการติดต่อกับลูกค้า หมายถึง การที่ลูกค้าจะตัดสินใจว่า บริการจะดีหรือเลวก็ตัดสินใจกัน ณ ช่วงเวลาขณะให้บริการนั่นเอง ฉะนั้นบุคลากรทุกตำแหน่งจึงถือได้ว่ามีความสำคัญต่อการสร้างและรักษาความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคารจึงต้องเข้าใจลูกค้าภายในให้มาก ๆ เช่นเดียวกับลูกค้าภายนอก ทั้งความเข้าใจในความต้องการและพฤติกรรมของบุคลากร และต้องรู้ซึ่งถึงความสามารถในการบริการของบุคลากร ที่สำคัญคือต้องมั่นใจได้ว่าบุคลากรทุกตำแหน่งมีความเข้าใจ ยึดถือ และปฏิบัติตามนโยบายการให้บริการของธนาคารอย่างถูกต้องและครบถ้วน การสื่อสารจากธนาคาร การส่งข้อมูลข่าวสารใด ๆ ให้กับลูกค้า นั้น เสมือนการให้คำมั่นสัญญาในการบริการ และเมื่อลูกค้ามาใช้บริการแล้วย่อมคาดหวังในผลของสัญญาดังกล่าว หากการบริการมิได้เป็นไปตามคำมั่นสัญญาผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น จากการให้บริการอาจเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ตรงกับความต้องการไว้ หากธนาคารสามารถให้บริการได้ดีกว่าที่สัญญาไว้จนเหนือความคาดหวังของลูกค้า ความพึงพอใจก็จะทวีสูงขึ้นจนติดตรึงในใจของลูกค้าไปนานแสนนาน ขณะเดียวกันธนาคารควรให้ความสำคัญกับการตกแต่งบรรยากาศและสถานที่ในบริเวณที่ลูกค้ามีโอกาสสัมผัส เพราะบริเวณนั้น คือ สถานที่ที่บุคลากรของธนาคารต้องใช้เวลาในการทำงานตลอดสัปดาห์เช่นเดียวกัน เพื่อจะได้สร้างสรรค์บริการที่ดีแก่ลูกค้า

อำนาจ สิริพิภกุล (2531 : 491) ได้เสนอว่า การสร้างความประทับใจหรือความพึงพอใจให้กับลูกค้า คือการทำให้ลูกค้ารู้สึกตั้งแต่ก้าวแรกที่ก้าวเข้ามาในที่ทำงานของธนาคารว่า เขาได้รับการต้อนรับอย่างเต็มใจและยิ้มพริ้มใจของพนักงานได้อยู่เสมอ ทำให้ลูกค้ารู้ว่าพนักงานของธนาคารพยายามจะบริการให้ดีที่สุดตามที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้พนักงานยังต้องเตรียมพร้อมให้ความช่วยเหลือหรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการ ตั้งใจฟังความเห็นหรือข้อคิดเห็นของลูกค้าด้วยความอดทนและยิ้มแย้มแจ่มใส และจงพยายามอย่าให้เกิดความเข้าใจผิด

การสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

ชไนเดอร์ และโบเวน (2541 : 9 – 10) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญที่เป็นหัวใจคุณภาพงานบริการไว้ 5 ประการ

1. เวลาที่คุณคิดถึงธุรกิจภาคบริการว่ามีลักษณะอย่างใดกันแน่หรืองานบริการควรมีระบบจัดการอย่างไร อย่าได้แยกลูกค้าออกจากความคิดคุณเป็นอันขาด เพราะลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

2. จงคัดเลือก ฝึกอบรม และให้รางวัลพนักงานที่มอบคุณภาพให้แก่งานบริการตามดัชนีชี้ถึงคุณภาพ ซึ่งลูกค้าของคุณเป็นคนให้นิยามความหมายจากการวิจัยตลาดที่บริษัทคุณทำเอง
3. จงให้ความสำคัญกับคนที่อยู่เบื้องหลังการทำงานขั้นตอนต่าง ๆ ตลอดจนรายละเอียดของการปฏิบัติงานอื่น ๆ มากเท่า ๆ กับคนที่ทำงานบริการส่วนหน้า และงานในขั้นตอนต่าง ๆ งานบริการเป็นเรื่องของรายละเอียด ถ้าคุณภาพบริการไม่ดี ลูกค้าของคุณไม่สนใจหรือกว่าบริการเหล่านั้นมาจากใครคนไหนบ้าง
4. ในระหว่างพยายามตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังลูกค้า ขอให้คุณผสมผสานงานภายในองค์กรหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าแต่ละฝ่ายแต่ละหน้าที่ได้ปฏิบัติงานสร้างสรรค์คุณภาพบริการให้กับลูกค้าชนิดไร้รอยสะดุด (Seamless Quality)
5. ขอให้ประธาน 1 – 4 ข้างต้น เพื่อเสริมสร้าง “วัฒนธรรมบริการ” ในฐานะเป็นการรับประกันงานบริการของคุณ คุณจะจัดการคุณภาพงานบริการโดยผ่านวัฒนธรรมได้เพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพราะในระหว่างการเดินทางจากขั้นตอนหนึ่งไปสู่อีกขั้นตอนหนึ่งไปสู่อีกขั้นตอน คุณตามไปควบคุมดูแลได้ไม่ทั่วถึงทุกขั้นตอน

ความพึงพอใจด้านการบริการ

การดำเนินงานของธนาคารตามรูปแบบเดิมนั้น ธนาคารจะวางตนเองเป็นศูนย์กลางที่ลูกค้าต้องการเข้ามาติดต่อเพื่อขอใช้บริการ ธนาคารแบบเก่าจะไม่สนใจลูกค้า แต่เมื่อภาวะการแข่งขันทวีความเข้มข้นมากขึ้น ธนาคารเริ่มเล็งเห็นความสำคัญของบริการที่ดี และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารจึงต้องนำกลยุทธ์เชิงรุกมาใช้ กล่าวคือ นอกจากจะให้บริการทั่วไปแก่ลูกค้าแล้ว ยังต้องกระตุ้นการทำงานการตลาดเพื่อเสนอบริการทางการเงินต่อลูกค้าได้อย่างเต็มรูปแบบ โดยรูปแบบบริการหลัก ๆ ของธนาคารซึ่งด้านระดมเงินฝากและธนบัตรธนกิจได้เป็นผู้ประสานงานกับฝ่ายอื่น ๆ ของธนาคารและเสนอบริการควบคู่กับการบริการด้านเงินฝาก ได้แก่

1. บริการด้าน Electronic Banking ได้แก่ การบริการฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ (ATM)

1.1 บริการฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine) เป็นบริการการถอนเงินของธนาคาร โดยใช้บัตรธนาคารอาคารสงเคราะห์ ATM ซึ่งให้บริการทุกวันไม่เว้นวันหยุด และสามารถใช้บริการผ่านเครื่อง ATM ของทุกธนาคารในเครือข่าย ATM Pool

1.2 เป็นบริการที่ธนาคารได้พัฒนาขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าประชาชน สามารถใช้บริการสอบถามข้อมูลทางบัญชี และอื่น ๆ รวมทั้งการโอนเงินระหว่างบัญชีชำระค่าสินค้าและบริการผ่านทางโทรศัพท์ โดยไม่ต้องติดต่อ ณ สำนักงานหรือสาขาของธนาคาร เพียงแต่ใช้โทรศัพท์ระบบกดปุ่มติดต่อเข้ามาที่ศูนย์คอมพิวเตอร์ของธนาคารได้ทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่เว้นวันหยุด

2. บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ที่สถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์จะนำมาใช้ในการแข่งขันตลาดสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยซึ่งจะมีความเข้มในดีกรีของการแข่งขัน โดยที่

ผู้ให้กู้พยายามเน้นกลยุทธ์การตลาดที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุดซึ่งธนาคารจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลและผลกระทบตามมาอย่างละเอียดรอบคอบมากที่สุด

3. บริการด้านอื่น ๆ ได้แก่ แคชเชียร์เช็ค ตัวแลกเงิน เช็คของขวัญ บริการให้เช่าตู้ นิรภัย หนังสือรับรองฐานะทางการเงิน บริการจ่ายเงินเดือนพนักงานผ่านธนาคาร บริการโอนเงินจากบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ไปยังบัญชีเงินกู้ บริการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อบุคคลที่สามผ่านระบบ Baht Net

4. บริการร่วมกับนิติบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ บริการหักบัญชีเงินฝากเพื่อชำระค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์ ค่าโทรศัพท์มือถือ

ทั้งนี้ยังมีบริการอื่น เพื่ออำนวยความสะดวกและสนองความต้องการของลูกค้า ได้แก่ บริการลูกค้าทางโทรศัพท์ โดยมีการเสนอบริการดังนี้

1. บริการสอบถามข้อมูลบริการด้านเงินฝาก ด้านสินเชื่อ และบริการด้านอื่น ๆ รวมทั้งการสอบถามข้อมูลทั่วไป เช่น สอบถามหมายเลขโทรศัพท์สาขาที่ตั้งสาขา ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคาร

2. บริการทางการเงิน ได้แก่ การซื้อสมุดเช็ค การแจ้งอายัดบัตร ATM การออกหนังสือรับรองฐานะทางการเงินเพื่อเดินทางไปต่างประเทศ

3. บริการรับแจ้งปัญหาข้อร้องเรียนในการใช้บริการของธนาคารทุกด้าน รวมทั้งสาขาทั่วประเทศ โดยทางศูนย์จะติดต่อประสานงานกับฝ่ายงานที่รับผิดชอบ ดำเนินการแก้ไขให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลาที่กำหนดตามมาตรฐานของธนาคาร และแจ้งผลลูกค้า

จากที่กล่าวข้างต้นเป็นประเภทและรูปแบบของบริการต่าง ๆ ที่นำเสนอต่อลูกค้า ผู้ใช้บริการ โดยประเภทการบริการต่าง ๆ ที่มีความพร้อมในการนำเสนอต่อลูกค้า นั้น อาจจะไม่เป็นผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ ถ้าหากบริการที่นำเสนอ นั้นขาดการประสานงาน ความสะดวก ความรวดเร็วและความทันสมัยในการบริการ ซึ่งทางธนาคารจึงมีฝ่ายบริการลูกค้าเป็นผู้นำหน้าที่รับร้องเรียนและมุ่งงานบริการลูกค้าทั่วไป โดยจะมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการทางโทรศัพท์ต่อลูกค้าสอบถามเรื่องงานบริการของธนาคาร

1. การรับฝากเงิน เป็นธุรกิจที่สำคัญของธนาคาร เพราะเป็นแหล่งที่มาส่วนใหญ่ของเงินที่ธนาคารจะนำไปใช้ในการให้สินเชื่อหรือทุน

2. การให้สินเชื่อ คือ การให้กู้ยืม การให้เครดิตเป็นธุรกิจหลักที่ทำรายได้ส่วนใหญ่ให้แก่ธนาคาร

3. การโอนเงิน เป็นบริการของธนาคารที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ที่จะส่งเงินจากท้องที่แห่งหนึ่งไปให้ผู้รับท้องที่อีกแห่งหนึ่ง ที่มีสาขาหรือสำนักงานของธนาคารเดียวกันอยู่ ถ้าไม่มีสาขที่ตั้งอยู่ก็จะโอนเงินธนาคารตัวแทน (Correspondent Bank) ที่ตั้งอยู่

4. การเรียกเก็บเงินตามตราสารเพื่อลูกค้า เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

โดยธนาคารจะช่วยเรียกเก็บเงินตามตั๋วเงิน เช็ค ดราฟ ตั๋วแลกเงิน หรือตัวอื่น ๆ โดยลูกค้าไม่ต้องไปเรียกเก็บโดยตรง ธนาคารจะบริการประเภทนี้ต่อลูกค้าที่มีเงินฝากกับธนาคารเท่านั้น โดยเมื่อเรียกเก็บมาแล้วธนาคารก็จะนำเงินเข้าบัญชีเงินฝากที่เปิดบัญชีอยู่

5. ธุรกิจอื่น เป็นการเสนอบริการประเภทการรับฝากของมีค่า บริการชำระค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ

ความพึงพอใจด้านพนักงาน

ด้านระดมเงินฝาก พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทางการตลาด ทำหน้าที่ในการระดมเงินฝาก และเสนอบริการอื่น ๆ ของธนาคาร ทั้งนี้การติดต่อและการแสวงหาลูกค้านั้น จะใช้การติดต่อทั้งการนัดพบและการติดต่อทางโทรศัพท์ โดยเจ้าหน้าที่ทางการตลาดเหล่านี้จะได้เป้าหมายในการระดมเงินฝากจากผู้บังคับบัญชา จึงต้องมุ่งหาลูกค้าใหม่ซึ่งเป็นการขยายฐานเงินฝากในขณะที่ต้องรักษาฐานลูกค้าเก่าไว้เช่นเดียวกัน แต่ปัจจัยที่สำคัญที่จะสามารถรักษาฐานลูกค้าเก่าได้นั้น เพื่อให้แนะนำลูกค้าใหม่เข้ามาได้ สิ่งที่เขาไม่ได้ที่พนักงานหรือเจ้าหน้าที่การตลาดจะต้องมีคือ จิตใจในการบริการอย่างแท้จริง

อำนวย ลียาทิพย์กุล (2531 : 491 – 492) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การแสวงหาเงินฝากไว้ว่า

1. ภายในสาขา

1.1 การเตรียมตัว พนักงานทุกระดับของธนาคารจะต้องมีความรู้ทั้งบริการระเบียบและสถานะของตนเอง วิธีการที่จะทำให้พนักงานทุกระดับเรียนรู้อย่างทั่วถึง อาจทำโดยการจัดประชุม หรือใช้วิธีการอ่านระเบียบให้ธนาคารทราบหลังปิดทำการ

1.2 การสร้างบรรยากาศในการทำงาน ความสำเร็จในการหาเงินฝาก คือ การทำงานเป็นทีมพนักงานต้องมีความกระตือรือร้นที่จะทำงาน เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาเกิดความประทับใจ สำหรับหลักสำคัญในการบริการลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี จะประสบความสำเร็จโดยต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกตั้งแต่แรกที่ก้าวเข้ามาในที่ทำงานของธนาคารว่าเขาได้รับการต้อนรับอย่างเต็มใจ และทำให้ลูกค้ารู้ว่าพนักงานของธนาคารพยายามจะบริการให้ดีที่สุดตามที่ลูกค้าต้องการ นอกจากนี้พนักงานต้องเตรียมพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ หรือให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการ หรือร้องขอ ตั้งใจฟังความเห็นของลูกค้าด้วยความอดทนและยิ้มแย้มแจ่มใส พยายามอย่าให้เกิดความเข้าใจผิด การกระทำหรือการแสดงออกของตนต่อลูกค้า จะเป็นภาพสะท้อนที่จะทำให้ลูกค้าของธนาคารมองเห็นคุณค่าการบริการของพนักงานคนนั้น และต้องจำไว้เสมอว่าลูกค้าย่อมถูกเสมอแม้ว่าลูกค้าจะเป็นฝ่ายผิดก็ตาม ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจ่ายค่าบริการให้ธนาคารด้วยความพอใจและเต็มใจ

1.3 การสร้างทีมงาน การทำงานของธนาคารผู้บริการจะเป็นผู้เริ่มต้นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ และธนาคารต้องพยายามหาวิธีจูงใจให้พนักงานเต็มใจทำงาน

2. ภายนอกสาขา

2.1 ธนาคารต้องส่งเจ้าหน้าที่ไปเยี่ยมเยียนลูกค้า ทั้งรายใหม่และรายเก่าอยู่เป็น

ประจำ จัดของชำร่วยหรือของที่ระลึกเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อแสดงถึงไมตรีจิตที่ธนาคารมีต่อลูกค้า นอกจากนี้ ธนาคารควรเข้าไปมีส่วนในกิจกรรม การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

2.2 การเจรจากับลูกค้าที่มีปัญหา ต้องหาวิธีการเจรจากับลูกค้าแต่ละประเภท อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 การป้องกันมิให้ลูกค้าถอนเงินฝาก

2.3.1 ควรทำระบบรายงานการครบกำหนด ของเงินฝากแต่ละประเภท อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3.2 พนักงานต้องออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยแบ่งลูกค้า ออกเป็นกลุ่มและมอบหมายงานให้ดูแลอย่างใกล้ชิด

2.3.3 ธนาคารควรพิจารณาบริการของธนาคาร เปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นและ พิจารณาข้อเสนอของคู่แข่งชั้นตลอดเวลา

2.3.4 ธนาคารควรมีหน้าต่างไกล

ฟรีแมนเทิล (ยุพดี ลิ้มธรรสสกุล. 2540 ; อ้างอิงจาก Freemantle. 1993) ได้ให้ แนวคิดไว้ว่า ความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับนั้น จะถูกกำหนดจากความสัมพันธ์ที่ดีระหว่าง ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการและผู้ขายหรือผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีแก่ ผู้รับบริการดังนี้

1. ผู้ให้บริการ ควรรักษาคำสัญญาที่ให้ไว้แก่ผู้รับบริการ กล่าวคือ การติดต่อธุรกิจ ต้องมีการนัดหมายในการให้บริการต่าง ๆ ถ้าพบว่าผู้รับบริการมีปัญหาใดก็ตาม ธุรกิจหรือ ผู้ประกอบการ ควรให้ความสนใจในการเตรียมพร้อมเพื่อที่จะนัดหมายให้บริการนั้น โดยไม่มีข้อ โต้แย้งใด ๆ และควรให้บริการด้วยความรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส มีไมตรีพร้อมทั้งไม่แสดงอาการเบื่อหน่ายลูกค้า

2. ผู้ให้บริการ ควรรับโทรศัพท์ที่เข้ามาอย่างรวดเร็วในเวลาไม่เกิน 5 วินาที ซึ่ง แนวคิดนี้เป็นแนวคิดของการประกอบธุรกิจใหม่ที่ต้องใช้โทรศัพท์ในการสื่อสาร การรับโทรศัพท์ที่ ซ้ำถือว่าเป็นการทำลายภาพพจน์และความน่าเชื่อถือของบริษัท ซึ่งอาจทำให้ผู้รับบริการเกิดการ เบื่อหน่ายและเปลี่ยนไปใช้บริการของคู่แข่งชั้น

3. ผู้ให้บริการ ควรตอบรับเอกสารที่ได้รับภายใน 2 วัน การตอบเอกสารบาง ประเภทอาจไม่จำเป็นต้องตอบ แต่เอกสารเกี่ยวกับการขอใช้บริการหรือสอบถามบริการต่าง ๆ ควรต้องตอบในทันที ทั้งนี้การตอบเอกสารเจ้าของหรือบุคคลที่อ้างถึงในเอกสารนั้น ควรเป็น ผู้ตอบหรือมีลายเซ็นแสดงว่าได้ตอบ ไม่ใช่ให้ผู้อื่นตอบเอกสารนั้นแทน

4. ผู้ให้บริการ ไม่ควรให้ผู้ใช้บริการที่มารับบริการคอยนานเกิน 5 นาที เพราะจะเป็น ประเด็นในการสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการ ดังนั้น การจัดระบบนัดหมายให้มี ประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง

5. ผู้ให้บริการ ทุกคนควรมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับบริการหรือลูกค้า การมีทัศนคติที่ดีของ

ผู้ให้บริการจะสามารถเห็นได้จากรอยยิ้มบนใบหน้า คำพูดที่อ่อนหวาน ความสนใจที่ให้ลูกค้า การให้เกียรติลูกค้าและคำขอบคุณที่ให้แก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ

6. เมื่อพบว่า สิ่งที่เกิดพลาดหรือบกพร่องเกิดขึ้น ควรรีบดำเนินการแก้ไขโดยไปพบผู้รับบริการหรือลูกค้าก่อนที่ลูกค้าจะมาหาหรืออาจติดต่อทางโทรศัพท์ ไปรษณีย์ด่วนพิเศษ ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวจะช่วยแก้ไขสถานการณ์ให้ดีขึ้น

7. การติดต่อสื่อสารหรือเจรจาธุรกิจต่าง ๆ ระหว่างผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการจะต้องดำเนินอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์อย่างเปิดเผย

8. ระบบการให้บริการต่าง ๆ ควรอยู่ในสภาพที่ดีและทำงานได้ตลอดเวลา ในทางตรงข้ามถ้าสถานการณ์ ดังกล่าวเป็นด้านลบ ย่อมจะก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ไม่ดีต่อองค์กร

9. ผู้ให้บริการควรแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และปัญหาดังกล่าวไม่ควรเกิดขึ้นเป็นครั้งที่สอง โดยเฉพาะกับผู้รับบริการหรือลูกค้ารายเดิม

10. ผู้ให้บริการ ทุกคนควรเป็นผู้รอบรู้ในสิ่งต่าง ๆ เช่น รู้เรื่องเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ตนนำเสนอรู้เกี่ยวกับบริการที่นำเสนอ รู้ข้อมูลหรือรู้จักองค์กรที่ตนทำงานอยู่ รู้ว่าต้องทำอะไรบ้างให้สำเร็จ รู้จักวิธีแก้ไขปัญหา รู้จักชื่อของลูกค้าประจำ

11. ผู้ให้บริการ ควรมีอำนาจในการบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการและต้องไม่ผลักระยะความรับผิดชอบให้ผู้อื่น

12. ควรให้บริการ พิเศษแก่ผู้รับบริการในบางโอกาส เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือลูกค้ามากขึ้น โดยอาจจะเสนอในเรื่องของการส่งเสริมการขาย ลด แจก แคม ซึ่งหลักการข้อนี้อยู่ภายใต้เหตุผลที่มนุษย์ทุกคนจะมีความพึงพอใจ ถ้าหากรู้สึกว่าได้รับสิทธิพิเศษ

13. ผู้ให้บริการ ไม่ควรมองข้ามสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เพราะจะเป็นเหตุแห่งการไม่พึงพอใจได้ เช่น การสะกดชื่อลูกค้าผิดพลาด ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าตนเองไม่สำคัญ

14. ผู้ให้บริการควรแต่งกายให้สะอาด เรียบร้อย สง่าสวยงาม

คัทส (Katz, 1978) ได้กล่าวถึง ข้อควรปฏิบัติที่สำคัญในองค์กรของรัฐและเอกชน ซึ่งควรปฏิบัติดังนี้

1. ควรปฏิบัติงานโดยไม่มีเรื่องส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง
2. พนักงานควรปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเป็นธรรมและเสมอภาค
3. พนักงานควรปฏิบัติตนต่อลูกค้าด้วยหลักแห่งความถูกต้อง ไม่ใช้อารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง

ยุพดี ลิ้มมธรสกุล (2541 : 21) ได้สรุปถึงแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการในลักษณะเบ็ดเสร็จว่า เป็นการสร้างระบบการปฏิบัติงาน โดยเน้นในเรื่องของความต้องการประชาชนที่ได้รับบริการด้วยความพอใจ มีความเป็นธรรม การพัฒนาของรัฐจะช่วยส่งเสริมการประกอบธุรกิจของเอกชนให้ดำเนินไปอย่างคล่องตัว เป็นการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมของ

ประเทศอีกทางหนึ่ง

สมชาติ กิจยรรยง (2543 : 12 – 13) ได้กล่าวไว้ว่า การเริ่มต้นการเป็นผู้ให้บริการที่ดีนั้น ควรต้องรู้และเข้าใจในสิ่งต่อไปนี้

1. รู้จักตนเองในงานและหน้าที่ คือ จะต้องรู้จักบทบาทของตนในองค์กรสมัยใหม่
2. รู้จักลูกค้า ผู้ติดต่อและรู้ความต้องการ
3. รู้จักธรรมชาติหรือลักษณะของงานบริการ
4. รู้จักวิธีการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจ

บทบาทต่าง ๆ ของนักบริการประกอบด้วย

1. เป็นนักบริการ คือ ต้องบริการทั้งภายนอกสำนักงานและภายในสำนักงาน
2. เป็นนักประชาสัมพันธ์ คือ คอยสร้างภาพพจน์ คอยสื่อสารให้ข่าวสารที่ดีกับฝ่าย

ต่าง ๆ ของลูกค้าและผู้มาติดต่อ

3. เป็นนักประสานงาน คือ คอยอำนวยความสะดวกสนับสนุนให้กับแผนกหรือฝ่ายต่างๆ
4. เป็นนักธุรกิจ คือ ถือหลักประโยชน์และประหยัดเวลากับค่าใช้จ่ายในการทำงาน

เพื่อช่วยเพิ่มผลผลิตและเพิ่มผลกำไรให้กับองค์กร

5. เป็นนักเพิ่มผลผลิต คือ หาโอกาสฝึกฝนตนเองเสมอ รู้จักพัฒนางานและปรับปรุง

งานเสมอ

6. เป็นนักพัฒนา คือ พัฒนาตนเองและพัฒนางานหรือระบบงานให้มีความคล่องตัว

เสมอ

เมื่อเราเป็นผู้ให้บริการกับบุคคลต่าง ๆ เราต้องพึงระลึกอยู่ตลอดเวลา คือ

1. ต้องกระทำให้สม่ำเสมอ
2. ต้องให้ความเท่าเทียมกัน
3. ต้องทำด้วยความจริงใจและมีน้ำใจ

สมชาติ กิจยรรยง (2543 : 42 – 43) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้ให้บริการไว้ ดังนี้

1. รักงานบริการ คือ มีชีวิตจิตใจที่ชอบให้บริการ ชอบช่วยเหลือดูแลปกป้องคุ้มครองให้ผู้ใช้บริการอบอุ่นใจ

2. รู้งานรู้หน้าที่ คือ มีความรอบรู้ในรายละเอียดวิธีการปฏิบัติงาน และรอบรู้ในเรื่องของธุรกิจที่ใกล้เคียง

3. มีความกระตือรือร้น คือ มีความคล่องตัวในการให้บริการช่วยเหลือ ดูแลหรือเอาใจใส่

4. อุดมทนสนใจ คือ เป็นผู้ให้บริการให้กับผู้ใช้บริการด้วยความอดทนต่อสภาพ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

5. มีอัธยาศัยไมตรี คือ เป็นผู้ที่มีหุตาไวในการบริการ เพื่อให้บริการด้วยมิตรภาพที่ดี ซึ่งเราต้องสังเกตหรือสอบถาม

6. มีความยิ้มแย้มแจ่มใส คือ เป็นผู้ที่มีความร่าเริงสดใสในการที่จะให้บริการด้วย

บรรยากาศที่ดีมีความราบรื่น

7. มีไหวพริบปฏิภาณ คือ ต้องรู้จักแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากผู้ใช้บริการที่เราไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้น

8. ประสานงานเป็นเลิศ คือ ความสัมฤทธิ์ผลในการบริการ เกิดจากทีมงานที่มีประสานงานเป็นเลิศ

9. เกิดความจดจำ โดยส่วนใหญ่เราใช้ข้อมูลจากการบันทึกเอกสาร หรือคอมพิวเตอร์รวบรวมข้อมูลหรือช่วยจำแทนเรา

10. มีน้ำใจทั้งดงาม

การจูงใจบุคคลอาจกระทำได้หลายทางทั้งทางบวกและทางลบ (บุญล้วน ผลประสาท. 2543 : 19)

จากแนวคิดที่กล่าวมาแล้ว สามารถสรุปได้ว่า บุคลากรที่มีส่วนสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง คือ พนักงานหรือผู้บริหารที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับลูกค้า ซึ่งต้องเริ่มต้นด้วยการเป็นผู้บริการที่ดี เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของพนักงานผู้ให้บริการ โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการเป็นหลักและควรตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็วและบรรลุวัตถุประสงค์ โดยต้องปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอด้วยความเท่าเทียมกันและมีความจริงใจอย่างแท้จริง ซึ่งจะเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดการซื้อซ้ำและกลับมาใช้บริการในโอกาสต่อไป

ความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมมีมากขึ้นและได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมไทยเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ เพราะทุกวันนี้สังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการเจริญ การเดินทางมีหลายทางเลือก ซึ่งเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในกิจกรรมของมนุษย์ มีรถไฟฟ้าใต้ดิน ลอยฟ้า

การให้บริการด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ารู้สึกชอบ รู้สึกประทับใจต่อสถานที่ของธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาสุโขมิท เกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของสาขามีความเหมาะสม อาคารสถานที่มีความน่าเชื่อถือ มีความปลอดภัย มีความสะอาด เรียบร้อย มีความกว้างขวาง มีการจัดตกแต่งภายในที่เหมาะสม มีบรรยากาศที่ดี มีที่จอดรถที่สะดวก การจัดที่นั่งสำหรับการรอรับบริการมีอย่างพอเพียง มีป้ายบอกจุดการให้บริการอย่างชัดเจน และเทคโนโลยีในการบริการที่ทันสมัย พนักงานทุกคนพึงตระหนักในหน้าที่ เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร เพราะพนักงานเป็นผู้ที่ใกล้ชิดลูกค้าที่สุด ควรดูแลลูกค้าว่าพอใจในสถานที่อย่างไร และนำมาปรับปรุงแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ

ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในสังคมไทยเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ เพราะทุกวันนี้สังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคแห่งสังคมข่าวสารหรือยุคสารสนเทศ ซึ่งเป็นยุคที่ข้อมูลข่าวสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในกิจกรรมของมนุษย์

การบริการด้านเงินฝาก มีหน้าที่หลัก คือ การระดมเงินฝาก แต่ทั้งนี้สิ่งที่มองข้ามไปไม่ได้ คือ การประชาสัมพันธ์ การแจ้งข่าวสาร หรือการสื่อสารที่พนักงานทุกคนพึงตระหนักในหน้าที่ดังกล่าว เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร ทั้งนี้ยังรวมถึงการแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าทราบ โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการที่ลูกค้าใช้อยู่ ซึ่งพนักงานหรือเจ้าหน้าที่การตลาด ซึ่งเป็นผู้ที่ใกล้ชิดลูกค้าที่สุดนั้น ควรส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเจ้าหน้าที่ทางด้านเงินฝากมีหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ คือ

1. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย
2. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับด้านการเงินหรือข้อมูลเศรษฐกิจให้แก่ลูกค้าทราบ
3. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดทางด้านเงินฝาก
4. การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากเงินฝาก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

คำว่า “การบริการ” (Service) มีผู้ให้นิยามไว้ต่าง ๆ กันมากมาย ดังนี้

วีระพงษ์ เจริญวิระวัฒน์ (2541 : 334 – 336) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ กระบวนการ กระบวนกิจกรรม ในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือ ผู้ใช้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 141) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

วิศุทธิ์ สิมะโชติ (2541 : 203 – 204) ได้กล่าวถึงการบริการไว้ว่า เป็นกิจกรรมหรือ การกระทำที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการ โดยที่ผู้ให้บริการมีความตั้งใจที่จะส่งมอบ บริการนั้นๆ “การบริการ” จึงแตกต่างจาก “สินค้า” อย่างมากโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับการ บริโภคหรือการใช้งาน และเวลาของการใช้งาน

เลิฟล็อก (Lovelock. 1998 : 263 – 269) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการบริการลูกค้า ไว้ว่า การบริการลูกค้า (Customer Service) หมายถึง ภาระหน้าที่นอกเหนือจากการขายสินค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นรายบุคคล ผ่านการคมนาคม หรือทางไปรษณีย์ โดยมีเป้าหมายหลัก 2 ประการ คือ การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจ

ให้แก่ลูกค้า

สแตนตัน, เอ็ตเซล และวอล์คเกอร์ (Stanton, Etzel & Walker. 1976 : 537) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า “การบริการเป็นกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถพิสูจน์ได้ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญในการถ่ายโอน หรือจัดหาสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ”

คอตเลอร์และอาร์มสตรองค์ (Kotler & Armstrong. 1996 : 660) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการเป็นกิจกรรม หรือผลประโยชน์ที่บุคคลหนึ่งเสนอให้แก่อีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนโอนกรรมสิทธิ์ซึ่งกันและกัน

เพอร์รีอตันและเจอร์รอมค์ (Perreault & Jeromc. 1996 : 227) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการเป็นการกระทำจากคนไปยังอีกบุคคล เมื่อไรก็ตามที่คุณให้บริการแก่ลูกค้า ลูกค้าไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ การบริการอาจเป็นประสบการณ์ ความทรงจำ การใช้บริการ หรือการบริโภค การบริการไม่มีลักษณะทางกายภาพ ไม่สามารถจับต้องได้ เราไม่สามารถถือการบริการเอาไว้ และลูกค้าก็ยากที่จะคาดเดาว่า จะได้รับอะไรจากการบริการ ผลิตภัณฑ์หลายอย่าง จำเป็นต้องมีการให้บริการควบคู่ไปด้วย เช่น เติมน้ำมันด้วยบัตรเครดิต หรือบริการส่งพิซซ่าถึงบ้าน เป็นต้น

ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2542 : 21 – 22) ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ ความพึงพอใจในการบริการเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่เกี่ยวกับการให้บริการย่อมมีความสำคัญต่อผู้ให้บริการและผู้รับบริการ กล่าวคือ

1. ความสำคัญของผู้ให้บริการ

1.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของงานบริการ

1.2 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติบริการเป็นตัวชี้วัดคุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ

2. ความสำคัญต่อผู้มารับบริการ

2.1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัววัดคุณภาพที่ดี

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการ และงานอาชีพต่าง ๆ

สายบัว หุ่นจันทร์ (2538 : 14) ความพึงพอใจของประชาชนหลังจากการพบปะพฤติกรรมบริการให้บริการเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่า

หลังจากได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาได้ รวมทั้งลดปัญหา และทำให้ประชาชนเกิดความภูมิใจ

มิลเลท (นิคม สะอาดเยี่ยม. 2539 : 20 ; อ้างอิงจาก Millett. m.d) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Services) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการโดยการพิจารณาองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึงการให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะ มีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at The Right Geographical Location) มิลเลทเห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลา จะไม่มีความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึงการให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์สาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

อเดย์ และ แอนเดอร์เซน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542 : 350 – 351 ; อ้างอิงจาก Aday and Andersen. m.d.) ได้ศึกษาโดยการสอบถามผู้รับบริการว่า สิ่งที่ผู้รับบริการต้องการและหากได้สิ่งนั้นจะทำให้เกิดความพึงพอใจมีอะไรบ้าง จากคำตอบที่ได้นำมาจัดกลุ่มได้ 6 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความสะดวกที่ได้รับการบริการ (Convenience) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

- 1.1 ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรอรับบริการไม่นาน
- 1.2 ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ
- 1.3 ลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ

กลุ่มที่ 2 การประสานงานของการบริการ (Coordination) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

- 2.1 การได้รับการทั้งหมดตามความต้องการ
- 2.2 การสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ

กลุ่มที่ 3 อริยาศัยและความสนใจต่อผู้รับบริการ (Courtesy) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 3.1 คำพูดเชิงบวก
- 3.2 บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส
- 3.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- 3.4 ความเอาใจใส่ตลอดเวลา

กลุ่มที่ 4 ข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ (Information) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 4.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับบริการ
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้หรือกรณีธุรกิจของธนาคาร

กลุ่มที่ 5 คุณภาพของบริการ (Quality of service) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 5.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน

กลุ่มที่ 6 ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ตัวแปรในกลุ่มนี้ได้แก่

- 6.1 ราคายุติธรรม
- 6.2 สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการ

ความสำคัญของการบริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 15) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการบริการไว้ ดังนี้

1. การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนที่ทำให้ชนะใจลูกค้าที่มาติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ
2. การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ หรือระหว่างการติดต่อ หรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารด้วย
3. การบริการที่ดี จะเป็นเครื่องช่วยให้ผู้ที่มาติดต่อกับองค์กรเกิดความเชื่อศรัทธาและสร้างภาพพจน์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการด้านอื่น ๆ อีกในโอกาสหน้า

หลักการสำคัญในการให้บริการ เพื่อเป็นการนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ จึงมีหลักการให้บริการ ดังนี้

1. การเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อจะได้จัดให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการอย่างเหมาะสม
2. การใช้วิธีการสื่อสารที่ดีต่อลูกค้า เพราะการสื่อสารที่ดีทั้งโดยวาจาหรือใช้สื่อที่เป็นสัญลักษณ์ที่องค์กรจัดไว้สื่อสารกับลูกค้า จะทำให้เกิดความสะดวกและเข้าใจที่ดี
3. การให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคน การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นการแสดงถึงการยอมรับและนับถือลูกค้า จะทำให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ

4. การมีความรับผิดชอบ การแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการในทุกกรณี จะทำให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อถือและเชื่อมั่น

การตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เป็นการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Customer Relationship Marketing) การลงทุนในกิจกรรมการตลาด เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าจำเป็นต้องศึกษาระดับการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Level of Relating to Customers) 5 ระดับคือ

1. ระดับพื้นฐาน (Basic Marketing) เป็นการทำหน้าที่พื้นฐานการขาย โดยให้พนักงานขายแก้ปัญหาให้กับลูกค้าเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น

2. มีปฏิกิริยาโต้ตอบ (Reactive Marketing) พนักงานขายผลิตภัณฑ์และการกระตุ้นให้ลูกค้าตอบโต้ในกรณีที่มีปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือข้อติเตียนจากลูกค้า

3. ติดตามลูกค้า (Accountable Marketing) พนักงานขายต้องโทรศัพท์หรือติดต่อกับลูกค้าภายหลังการขาย เพื่อตรวจสอบว่าลูกค้าบรรลุความคาดหวังจากการใช้สินค้าหรือพนักงานขายต้องการข้อเสนอแนะ การติดต่อกับลูกค้าเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงในการเสนอขาย

4. ความขยันในการติดต่อกับลูกค้า (Proactive Marketing) พนักงานขายต้องโทรศัพท์กับลูกค้าเป็นประจำ เพื่อรับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ใหม่

5. การมีส่วนร่วมจากลูกค้า (Partnership Marketing) บริษัทต้องทำงานร่วมกับลูกค้าเพื่อค้นหาวิธีการรักษาลูกค้าและช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้ลูกค้า

ในส่วนของธุรกิจธนาคารเป็น ธุรกิจบริการประเภทหนึ่งที่มีสภาพการแข่งขันทวีความเข้มข้นมากขึ้นในปัจจุบัน ธนาคารจึงต้องมุ่งพัฒนาการบริการในด้านต่าง ๆ ให้สามารถชนะคู่แข่งได้ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ จึงศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีกิจการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการบริการ
2. ด้านพนักงาน
3. ด้านอาคารสถานที่
4. ด้านการประชาสัมพันธ์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 335 – 336) การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ของการตลาด ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการต้องพยายามวางกฎเกณฑ์ เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่ได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ความใหญ่โต โอ่ง การออกแบบให้เกิดความคล่องตัวต่อการติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่สร้างความรู้สึที่ดี รวมทั้งให้เสียงดนตรีเบา ๆ

1.2 บุคคล (People) ผู้ให้บริการต้องมีการแต่งกายอย่างเหมาะสม หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจา ไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าการบริการที่ได้รับนั้นจะดีด้วย

1.3 เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขาย และลักษณะของผู้ใช้บริการ

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) หมายถึง ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการเรียกชื่อได้ถูก ควรมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจนและง่ายต่อการจำแนกระดับการบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ให้บริการหนึ่งรายสามารถให้บริการแก่ผู้บริการในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ให้บริการแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขยายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลากลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาเรื่องข้อจำกัดด้านเวลา โดยกำหนดมาตรฐานด้านเวลาการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้จะให้บริการได้มากขึ้น หรือจัดกลุ่มผู้ใช้บริการในรูปแบบเล็กแทนการให้บริการเดี่ยวหรือใช้เครื่องมือต่าง ๆ เข้าช่วย

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่า ผู้ให้บริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร เช่น หมอผ่าตัดหัวใจคุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในการบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishable) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหาแต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือการบริการไม่ทันหรือไม่มีผู้ใช้บริการ

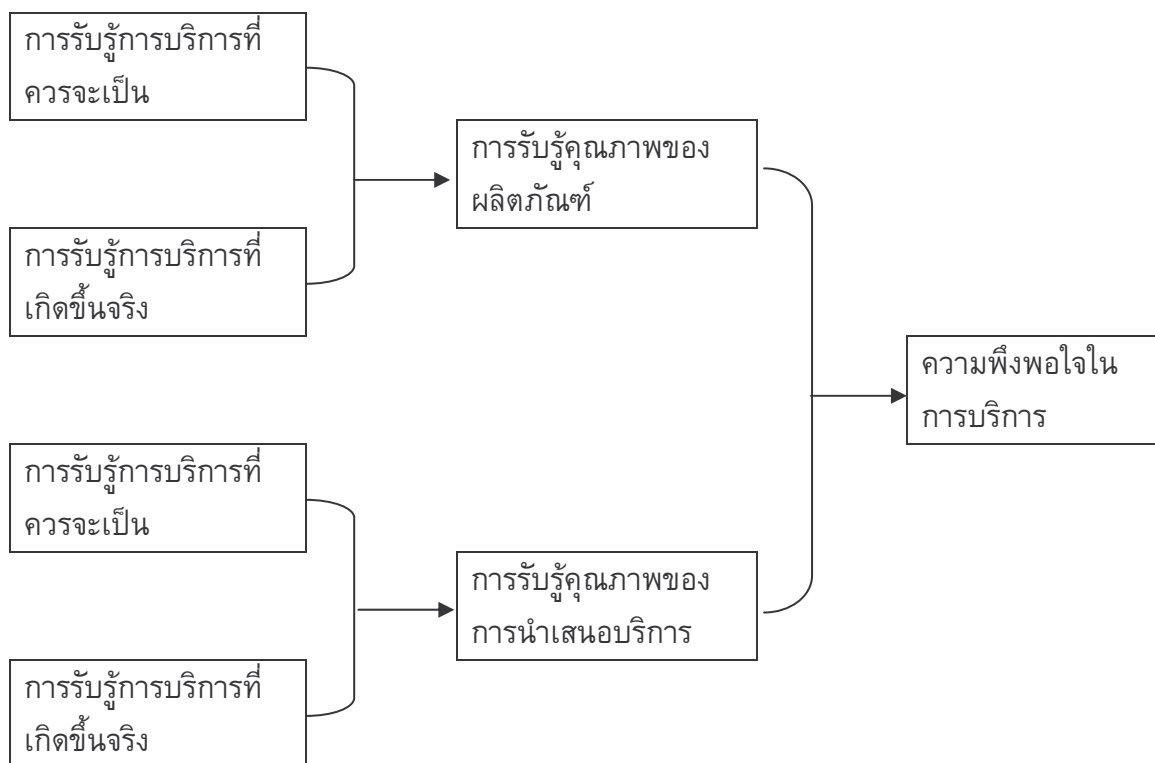
องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจในการบริการที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่า

ควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงจากการบริการในแต่ละสถานการณ์การบริการหนึ่ง ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการ จะประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรู้ผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด ผลิตภัณฑ์บริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรู้ว่าเป็นความสะดวกในการเข้าถึง พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาตอบสนองในการให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษา สื่อความหมายและการปฏิบัติงานตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยโมติวิจิตของการบริการอย่างแท้จริงองค์ประกอบของความพึงพอใจการบริการ สามารถแสดงได้ดัง ภาพประกอบ 2 ดังนี้



ภาพประกอบ 2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

จะเห็นว่า ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ และกระบวนการนำเสนอในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่

มีอยู่หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับการตามองค์ประกอบดังกล่าว ย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจในบริการนั้น หากเห็นไปในทางตรงกันข้าม การรับรู้สิ่งที่ให้บริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์บริการและการนำเสนอบริการนั้นได้

ประวัติความเป็นมาของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ประวัติความเป็นมาของธนาคาร

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ถือกำเนิดขึ้นมาเมื่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ทรงมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ ให้ตรา “พระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496” ขึ้นเมื่อวันที่ 9 มกราคม 2496 และได้ประกาศในพระราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2496 ธนาคารอาคารสงเคราะห์จึงเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจสังกัดกระทรวงการคลัง เริ่มเปิดดำเนินการในวันที่ 24 กันยายน 2496 เป็นต้นมา ด้วยเจตนารมณ์ที่สำคัญในการจัดตั้งธนาคาร คือ เพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้ประชาชนได้มีที่อยู่อาศัยสมควรแก่อัตราภาพ โดยมีสถานภาพเป็นรัฐวิสาหกิจ โดยกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมดและอยู่ภายใต้การควบคุมของกระทรวงการคลังโดยตรง ดังนั้นโครงการที่สำคัญของธนาคารจะต้องได้รับอนุมัติจากรัฐบาล ในการดำเนินงานในระยะแรกธนาคารได้มีการสร้างบ้าน อาคารและจัดสรรให้แก่ประชาชนที่ต้องการที่อยู่อาศัยในการดำเนินงานในระยะแรกธนาคารได้มีการสร้างบ้าน อาคารและจัดสรรให้แก่ประชาชนในช่วง พ.ศ. 2513 เป็นต้นมา ธนาคารประสบปัญหาเรื่องเงินทุนจากภายนอกโดยขณะนั้นอาศัยเพียงเงินทุนและเงินกู้ยืมจากรัฐบาล และธนาคารออมสินซึ่งเป็นครั้งแรกเท่านั้น แม้ว่าธนาคารได้รับอนุญาตตามกฎหมายให้รับฝากเงินตั้งแต่ 1 ปี ขึ้นไปแต่ระยะขั้นต่ำที่กำหนดตามกฎหมายนั้นยาวเกินกว่าที่จะจูงใจคนนำมาฝากดังนั้นในช่วงระยะเวลา พ.ศ. 2496 – 2517 ปรากฏว่าธนาคารมิได้รับเงินฝากเลยเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ในวันที่ 2 มกราคม 2517 ธนาคารได้เป็นธุรกิจในการรับฝากเงินเป็นครั้งแรกซึ่งประกอบด้วยเงินฝากประเภทต่าง ๆ เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไป เพื่อให้เป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยจึงนับว่าเป็นธนาคารที่สมบูรณ์แบบที่ให้บริการ ทั้งเงินฝากและเงินกู้ตั้งแต่นั้นเป็นมา

ต่อมาในปี พ.ศ. 2518 รัฐบาลได้ออกพระราชกฤษฎีกา อนุญาตให้ธนาคารดำเนินธุรกิจดังเช่น ธนาคารพาณิชย์ได้ทุกประเภทโดยจ่ายดอกเบี้ยเท่ากับธนาคารพาณิชย์ จ่ายรับช่วงซื้อลดตั๋วเงิน คำประกันหรือจัดการลักษณะการให้กู้ร่วมกับสถาบันการเงินอื่น ๆ (Syndicated Loan) แต่การดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์คือ เพื่อช่วยเหลือทางการเงินแก่ประชาชน ที่ต้องการมีที่อยู่อาศัยเท่านั้น การที่ธนาคารสามารถดำเนินธุรกิจดังกล่าวนี้ได้เป็นการแก้ปัญหา เรื่องเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

ความก้าวหน้าในการดำเนินการของธนาคาร อาจจะแบ่งได้เป็น 2 ระยะด้วยกัน กล่าวคือในระยะแรก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2496 – 2518 ปรากฏว่าธุรกิจของธนาคารอยู่ในขอบเขตของที่ค่อนข้างแคบกล่าวคือ การดำเนินการอาศัยแต่เพียงเงินทุน 20 ล้านบาท เงินกำไรสะสมเงินกู้จากรัฐบาล และธนาคารออมสิน เป็นชั่วคราว ธนาคารให้กู้ในสัดส่วนที่น้อยลงเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ทั้งหมด อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารเรียกเก็บนั้นเป็นร้อยละ 10 ต่อปีเท่านั้น ซึ่งเป็นอัตราที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับอัตราดอกเบี้ยในวัตถุประสงค์ของเงินกู้ประเภทเดียวกัน ธนาคารพาณิชย์เรียกเก็บอัตราร้อยละ 12.50 – 15.00 ต่อปี ในระยะเวลาเดียวกันในช่วงระยะเวลาดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธนาคารไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรในช่วงระยะที่ต้องระหว่างปี พ.ศ. 2518 - ปัจจุบัน รัฐบาลได้ก่อตั้งการเคหะแห่งชาติขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2516 เพื่อที่จะสร้างที่พักอาศัยแก่ประชาชนผู้มีรายได้ต่ำและระดับปานกลาง ดังนั้น จึงได้โอนทรัพย์สินบางส่วน of ธนาคารไปให้การเคหะแห่งชาติ นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2518 ธนาคารได้รับอนุญาตให้รับฝากเงินทุกประเภทได้ และได้เข้าเป็นสมาชิกของสำนักหักบัญชีของธนาคารแห่งประเทศไทย จึงกล่าวได้ว่าธนาคารได้เริ่มก่อสร้างตัวนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2524 ได้เกิดวิกฤติการณ์เศรษฐกิจตกต่ำ ธนาคารประสบกับปัญหาการขาดสภาพคล่องอย่างรุนแรง จากการมีหนี้ระยะสั้นที่ให้กับเจ้าของโครงการบ้านจัดสรรจำนวนมากและไม่สามารถชำระหนี้ธนาคารได้ จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารใหม่เพื่อเข้ามาแก้ไขปัญหาวิกฤติ หลังจากนั้นเป็นต้นมา ธนาคารได้มีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและกลยุทธ์ด้านการเงินการธนาคาร เพื่อสร้างรากฐานขององค์กรในระยะยาวต่อมา ตัวอย่างเช่น การเน้นสินเชื่อรายย่อยแทนสินเชื่อเพื่อการพัฒนาโครงการ การสร้างหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์สินเชื่อที่รอบคอบ รัดกุมขึ้น การริเริ่มให้มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษที่ลูกค้าไม่ต้องเสียภาษี และสามารถถอนเงินได้ทุกเดือน การจ้างผู้ประเมินค่าทรัพย์สินภายนอกมาทำการประเมินราคาหลักประกัน การจ้างสำนักงานกฎหมายภายนอกเป็นผู้ทำการติดตามหนี้แทนธนาคาร การพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ในการวิเคราะห์สินเชื่อที่ทันสมัยที่สุดในประเทศไทยในสมัยนั้น เป็นต้น ทำให้ธนาคารมีอัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญเนื่องมาจากการรับฝากเงินได้ทุกประเภทเช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์โดยทั่วไปนั่นเอง ในปี พ.ศ. 2518 ได้รับเงินฝากจำนวน 552 ล้านบาทหรือคิดเป็นร้อยละ 67.9 ของจำนวนหนี้สินทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2526 ได้รับเงินฝากทั้งสิ้นเป็นจำนวน 1,725 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 16.11 ของจำนวนหนี้สินทั้งหมด จนกระทั่ง ณ สิ้นปี พ.ศ. 2541 ได้รับเงินฝากทั้งสิ้น 219,914 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 65.6 ของแหล่งเงินทุนทั้งหมด ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ได้แก่การขอกู้ยืมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2519 ได้ออกตั๋วสัญญาใช้เงินซึ่งเป็นการกู้ยืมจากประชาชน และในปี พ.ศ. 2520 ได้รับอนุมัติจากรัฐบาลทำสัญญาเงินกู้จากต่างประเทศสองฉบับ รวมเป็นเงินทั้งสิ้น 1,030 ล้านบาท โดยฉบับแรกตลาดเงินยูโรดอลลาร์เป็นจำนวน 400 ล้านบาท จากธนาคารโตเกียวและมิตซูบิเป็นจำนวนเงิน 630 ล้านบาท และปัจจัยที่สำคัญอีก

ประการหนึ่งก็คือการขยายเงินทุน กล่าวคือในปี พ.ศ. 2496 ธนาคารมีทุนประเดิม 20 ล้านบาท จากเงินทุนที่กำหนดไว้ 500 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2541 ทุนตามพระราชกฤษฎีกาได้เพิ่มขึ้นเป็น 30,000 ล้านบาท ซึ่งทำให้ธนาคารมีความมั่นคงและสามารถขยายสินเชื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้มากขึ้น

หลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในช่วงปี 2522 – 2524 ธนาคารได้มีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและกลยุทธ์ด้านการเงินการธนาคาร อาทิ การแยกส่วนเงินกู้ที่มีการปล่อยสินเชื่อ 2 ส่วน คือ ส่วนเงินกู้ทั่วไป และส่วนเงินกู้โครงการที่มีการปรับปรุงกระบวนการให้สินเชื่อให้คล่องตัว เริ่มโครงการฝึกอบรมบุคลากร ริเริ่มบัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ ที่ลูกค้าไม่ต้องเสียภาษีและสามารถถอนเงินได้ทุกเดือน ซึ่งได้รับความนิยมและเป็นแหล่งทุนที่สำคัญของธนาคารต่อเนื่องมาหลายปี และมีการจัดตั้งศูนย์สินเชื่อเพื่อแก้ปัญหาหนี้ค้างโครงการที่อยู่อาศัยซึ่งต่อมายกระดับเป็น "ส่วนพัฒนาสินเชื่อโครงการ" ทำหน้าวิเคราะห์และพิจารณาปล่อยสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการโครงการ

ต่อมาในปี 2529 ธนาคารได้ขยายสถานที่ดำเนินการ โดยการเปิดสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ที่ถนนพระราม 9 และใช้สำนักงานเดิมที่ถนนราชดำเนินเป็นสำนักงานสาขา ซึ่งนับเป็นสาขาแห่งแรกของธนาคาร และได้มีการขยายสาขาไปในส่วนภูมิภาคคือ สาขาเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสาขาภูมิภาคแห่งแรกเมื่อปี 2530

ในช่วงปี 2531 – 2539 เป็นช่วงที่ธนาคารมีความเจริญรุ่งเรืองมาก ผลการดำเนินงานของธนาคารมีการขยายตัวทั้งในด้านปริมาณการให้เงินกู้ที่อยู่อาศัย ส่วนแบ่งตลาด และกำไรสุทธิรวมทั้งเปิดให้บริการสินเชื่อในวันเสาร์เพิ่มอีก 1 วัน นอกเหนือจากวันทำการปกติ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และลดปัญหาด้านการจราจร มีการจัดทำและเผยแพร่วารสารธนาคารอาคารสงเคราะห์ และจัดทำเว็บไซต์ www.ghb.co.th มีการก่อสร้างสำนักงานใหญ่ อาคาร 2 เพื่อรองรับการให้บริการลูกค้าที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีการเปลี่ยนสัญลักษณ์ธนาคารจากรูปमानเมฆ เป็นรูปสองมือโอบอุ้มบ้านเพื่อให้สอดคล้องกับการได้รับอนุมัติจากคณะรัฐมนตรีให้เป็น "รัฐวิสาหกิจที่ดี" เมื่อดำเนินงานมาครบรอบ 40 ปี ในปี 2536 นอกจากนี้ยังมีบทบาทด้านที่อยู่อาศัยระหว่างประเทศ โดยได้รับการยกย่องจากศูนย์กลางสหประชาชาติว่าด้วยการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ในปี 2539 ให้เป็น "สถาบันการเงินที่มีผลการปฏิบัติงานดีเยี่ยม" นับเป็นความภาคภูมิใจของธนาคาร

หลังจากประเทศไทยประสบวิกฤติเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในปี 2540 – 2542 ธนาคารได้มีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูธุรกิจที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ตามนโยบายของรัฐบาล อาทิ การร่วมมือกับธนาคารออมสินให้สินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำคงที่ 30 ปี การจัดตั้งสำนักงานตลาดรองเงินกู้ที่อยู่อาศัย โครงการสินเชื่อเคหะรวมใจ การจัดทำเว็บไซต์สำหรับผู้ซื้อบ้านโดยเฉพาะในชื่อ www.GHBHomecenter.com

ในปี 2544 ต่อเนื่องถึงปี 2545 ธนาคารได้มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการส่งเสริมให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง รวมทั้งการกระตุ้นอสังหาริมทรัพย์และภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศโดยได้จัดทำโครงการบ้าน ธอส. – กบข. สำหรับข้าราชการที่เป็นสมาชิก กบข. เพื่อจัดหาที่อยู่อาศัยได้ในวงเงินร้อยละ 100 ของมูลค่าหลักประกัน และมีการผ่อนชำระในอัตราก้าวหน้าเพื่อเพิ่มกำลังซื้อให้กับข้าราชการ ทำให้มีผู้มาขอรับบริการกู้เงิน ตามโครงการเป็นจำนวนกว่า 59,000 ราย วงเงินกู้ 43,700 ล้านบาท และได้มีการขยายผลไปยังกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างประจำ ส่งผลให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีการฟื้นตัวอย่างชัดเจนในระยะต่อมา

และในปี 2546 ธนาคารได้ดำเนินงานครบรอบ 50 ปี จึงกำหนดให้เป็น "ปีแห่งการให้บริการ" เพื่อย้ำเจตนารมณ์ของธนาคารในการช่วยสานฝันของประชาชนชาวไทยกว่า 2 ล้านครอบครัวได้มีบ้านเป็นของตนเอง โดยจัดตั้งศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าของธนาคาร ขณะเดียวกันธนาคารยังได้ขยายสาขาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่ต้องการที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองอย่างต่อเนื่องจนมีสาขาและจุดให้บริการครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ จำนวน 121 สาขาในปัจจุบัน และธนาคารยังคงมุ่งมั่นที่จะดำเนินการกิจนี้อย่างต่อเนื่องไป ให้สมดังคำขวัญของธนาคารที่ว่า "เต็มใจช่วยเหลือเพื่อบ้านเพื่อคุณ"

วิสัยทัศน์

ธนาคารทันสมัย...เพื่อที่อยู่อาศัยครบวงจร (State-of-the-Art-Housing Bank)

พันธกิจ

ให้บริการทางการเงินด้านที่อยู่อาศัยอย่างครบวงจร โดยคำนึงถึงนโยบายของรัฐบาล ประโยชน์ของสังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชน

คำขวัญ

บริการด้วยน้ำใจ สิ้นเชื่อฉิบไฉ มั่นใจ ธอส.

สัญลักษณ์ของธนาคาร



ภาพประกอบ 3 สัญลักษณ์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์แบบเก่าและแบบปัจจุบัน

อุดมการณ์ธนาคาร

1. มุ่งมั่นที่จะสนับสนุนให้ประชาชนมีที่อยู่อาศัยที่ดีเป็นของตนเอง
2. มุ่งมั่นในการสร้างความเป็นเลิศด้านสินเชื่อที่อยู่อาศัย
3. เชื่อมั่นในความสามารถของบุคลากร
4. ยึดมั่นในการอุทิศตนให้แก่สังคม

จรรยาบรรณธนาคาร

1. ธนาคารจะปฏิบัติต่อลูกค้าและประชาชนด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ไม่เลือกชั้นวรรณะ และรักษาประโยชน์ของลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค
2. ธนาคารจะดำเนินการธุรกิจตามกฎหมาย และปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด
3. ธนาคารจะทำธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของการแข่งขันที่เป็นธรรม
4. ธนาคารจะสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างความเจริญให้สังคม
5. ธนาคารจะไม่ฝักใฝ่การเมือง และจะวางตัวเป็นกลางอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างสรรค์ประโยชน์ให้สังคมและประเทศชาติ

การอำนวยความสะดวกและการให้บริการแก่ลูกค้า

ธนาคารได้ตระหนักถึงความสำคัญของการอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคาร จึงได้กำหนดเป็นนโยบายและถือปฏิบัติเสมอมา โดยได้นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าประชาชนอยู่เสมอ รวมทั้งการนำคำร้องเรียน ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติไปพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาให้บริการแก่ลูกค้าให้ดีขึ้น

ลักษณะการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์

1. ด้านเงินฝาก ให้บริการฝาก และถอนเงินประเภทต่าง ๆ ดังนี้
 - 1.1 เงินฝากออมทรัพย์
 - 1.2 เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ
 - 1.3 เงินฝากประจำ 3, 6, 12, 24, 36, 60 เดือน
 - 1.4 เงินฝากกระแสรายวัน
 - 1.5 เงินฝากประจำสินเคหะ
2. ด้านสินเชื่อ ให้บริการด้านการกู้ยืมเงินประเภทต่าง ๆ โดยมีเงื่อนไขตามที่ธนาคารกำหนด
3. บริการด้านอื่น ๆ เช่น ตัวแลกเงิน การรับจ่ายโอนเงิน บริการรับชำระค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ โดยวิธีหักบัญชีอัตโนมัติ บริการให้เช่าตู้നിറภัย
4. การจำแนกประเภทลูกค้าตามวงเงินรวมทั้งเงินฝาก และสินเชื่อที่ใช้กับธนาคาร โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 4.1 รายย่อย วงเงินต่ำกว่า 1 ล้านบาท
- 4.2 รายกลาง วงเงินตั้งแต่ 1 ล้านบาท ถึง 5 ล้านบาท
- 4.3 รายใหญ่ วงเงินตั้งแต่ 5 ล้านบาทขึ้นไป

กลยุทธ์การตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัย

บิสิเนสไทย (2551 : Online) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) ได้สรุป 11 กลยุทธ์ทางการตลาด ที่สถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์จะนำมาใช้ในการแข่งขันตลาดสินเชื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งจะมีความเข้มในดีกรีของการแข่งขัน โดยที่ผู้ให้กู้พยายามเน้นกลยุทธ์การตลาดที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากที่สุด

1. กลยุทธ์ด้านราคา : อัตราดอกเบี้ยเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด เป็นการเลือกกู้ของลูกค้าสถาบันการเงินจึงยังคงกำหนดอัตราดอกเบี้ยคงที่ระยะสั้น (1 – 3 ปี) ในอัตราที่ต่ำมากที่สุด ในประวัติการณ์ส่วนใหญ่กำหนดอัตราดอกเบี้ยในลักษณะขั้นบันไดคืออัตราต่ำในปีแรก ๆ และสูงขึ้นในปีต่อ ๆ ไป ส่วนอัตราดอกเบี้ยลอยตัวอิงกับ MLR หรือต่ำกว่า

2. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ : แต่ละธนาคารพยายามคิดผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยมีความหลากหลายของประเภทสินเชื่อ และยังนำเรื่องวงเงินกู้ที่กำหนดไว้สูงกว่าเดิม คือ ร้อยละ 85 – 110 ของมูลค่าหลักประกันที่ธนาคารประเมินให้

3. กลยุทธ์ด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ : กลยุทธ์นี้เป็นการเข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ หรือแม้แต่การใช้สื่อส่งเสริมการขายแบบต่าง ๆ เช่น การนำระเบียบการกู้เงินไปเปรียบไว้หน้าบ้าน เป็นต้น

4. กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร : โดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการและนักวิชาชีพอสังหาริมทรัพย์มีการสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการสร้างพันธมิตรกับธนาคารด้วยกันเอง โดยใช้ประวัติการผ่อนชำระสินเชื่อที่ดีของธนาคารอื่นๆ มาเป็นข้อมูลในการให้เครดิตของธนาคารตนเอง รวมไปถึงสร้างสัมพันธภาพกับตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ในวงการอสังหาริมทรัพย์ เช่น บริษัทรับเหมาปลูกสร้าง ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง บริษัทขายบ้านมือสอง ฯลฯ เพื่อให้บริษัทเหล่านี้นำลูกค้ามายื่นกู้ธนาคารซึ่งเป็นผลประโยชน์ต่างตอบแทน

5. กลยุทธ์สร้างความคุ้นเคยและผูกพันลูกค้าก่อนการซื้อบ้าน : เป็นการพยายามสร้างความคุ้นเคยและความเชื่อถือศรัทธาแก่ประชาชนที่จะเป็นผู้ซื้อบ้าน และขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยในอนาคต

6. กลยุทธ์เข้าถึงลูกค้าโดยตรง : เป็นการให้เจ้าหน้าที่สินเชื่อไปให้บริการแนะนำ การประเมินความสามารถเบื้องต้นเกี่ยวกับการขอสินเชื่อ และการเชื่อเชิญลูกค้าซื้อบ้านตามโครงการของบริษัทจัดสรร หรือบริษัทตัวแทนนายหน้าอสังหาริมทรัพย์ หรืองานมหกรรมบ้านโดยตรง โดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาในเรื่องอัตราดอกเบี้ยร่วมด้วย โดยเสนอสิทธิพิเศษให้สำหรับคนที่ขอ

สินเชื่อนางาน

7. กลยุทธ์สร้างความสะดวกในการยื่นกู้ หรือการตอบคำถามผู้กู้ : มีการพัฒนาระบบการตอบรับลูกค้า การแนะนำผู้กู้ และการเตรียมเอกสารประกอบการยื่นกู้ ที่ลูกค้าเข้าใจง่าย เพื่อลดปัญหาการขาดเอกสารหลักฐานการยื่นกู้ รวมทั้งการตอบคำถามผู้กู้ที่มีการถามบ่อยครั้งแบบสำเร็จรูป ผ่านศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ สื่ออินเทอร์เน็ตหรือสื่ออื่นๆ เพื่อลดเวลาการทำงานที่เคาท์เตอร์ของพนักงาน

8. กลยุทธ์การสร้างจุดบริการย่อยและการขยายเวลาการให้บริการ : มีการขยายจุดบริการย่อยตามห้างสรรพสินค้า หรือแหล่งชุมชนต่าง ๆ เพื่อรับเรื่องคำขอู้ ช่วยให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปกู้ที่สาขาหรือสำนักงานใหญ่ นอกจากนี้ บางสาขาหรือบางจุดบริการ ก็ขยายเวลาบริการนอกเหนือเวลาทำการปกติในลักษณะ Flextime management

9. กลยุทธ์ด้านความรวดเร็วในการอนุมัติกู้ : มีการปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์สินเชื่อก่อน และการอนุมัติกู้ที่รวดเร็วกว่าเดิม เช่น ระบบวิเคราะห์เงินกู้อัตโนมัติ (Automatic underwriting system) ระบบเงินกู้เร่งด่วน (fast track loan) การยื่นกู้และอนุมัติการกู้ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

10. กลยุทธ์การให้บริการที่ประทับใจของพนักงาน : มีการเร่งรัด ฝึกฝนอบรมพนักงานให้แสดงความเป็นมิตรไมตรี ให้คำแนะนำที่ดี และให้บริการต่าง ๆ แก่ลูกค้าด้วยความกระตือรือร้น ในทุกกระบวนการกู้เพื่อสร้างความพอใจให้กับลูกค้า

11. กลยุทธ์ด้านการไถ่ถอนจำนอง (Refinance) : เป็นการกำหนดมาตรการในการป้องกันลูกค้าเก่าไถ่ถอนไปยังสถาบันการเงินอื่น เช่น การลดดอกเบี้ยให้เท่ากับลูกค้าใหม่ได้โดยการเสียค่าธรรมเนียมให้ และใช้กลยุทธ์ในการดึงลูกค้าจากสถาบันการเงินอื่น ๆ มายังธนาคารของตนเอง โดยเสนอสินเชื่อเพิ่มขึ้นกว่าเดิมและลดดอกเบี้ยให้ รวมถึงในบางที่ยังยกเว้นค่าประเมินราคาและยังบริการถึงที่ตามความต้องการของลูกค้าด้วย

จากทั้ง 11 กลยุทธ์ ที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์วิเคราะห์แล้วนั้น กลยุทธ์ด้านราคานับว่าเป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญที่สุดและนำมาซึ่งผลขาดทุน-กำไร และความเสียหายของธนาคารมากที่สุด ซึ่งธนาคารจะต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูลและผลกระทบตามมาอย่างละเอียดรอบคอบมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

จตุรงค์ โพนมรัตน์ (2546 : 86) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาถนนเศรษฐกิจ 1 สมุทรสาคร พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวม ด้านบุคลากรและด้านการบริการมี

ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านอาคารสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบตามสถานภาพ พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศ และระดับอายุต่างกันโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และลูกค้ำที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากรและด้านการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านบริการ (บริการเงินฝาก) แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อรุณี สุขเรือง (2546 : 125 – 128) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามตัวแปรอิสระ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านอาคารสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการบริการฝากถอนเงิน และด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และลูกค้าที่มีอาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ใช้บริการ ประเภทที่ใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ และประเภทเงินฝากต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ สุกรวรรณ (2534 : 188 – 192) ได้ศึกษาวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่ผู้ใช้เลือกใช้บริการจากธนาคารบ่อยที่สุด เนื่องจากธนาคารอยู่ใกล้บ้านจึงจะสะดวกในการติดต่อ เหตุผลรองลงมา คือการจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร และพนักงานธนาคารให้บริการดี ธนาคารมีหลายสาขาสะดวกในการใช้บริการ และมีเครื่องบริการเงินด่วน ATM การใช้บริการส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการทางด้านเงินฝาก รองลงมาคือ ด้านสินเชื่อและด้านต่างประเทศ ธนาคารที่ผู้ใช้บริการชอบมากที่สุด 5 ลำดับ คือ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารออมสิน และธนาคารทหารไทย

กัญเกียรติ์ สุขพุ่ม (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาหาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อระบบงานธนาคารอัตโนมัติ ของธนาคารทหารไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาสะพานไหม-ดอนเมือง พบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีประสบการณ์การใช้บริการของธนาคารก่อนปี พ.ศ. 2540 ประเภทบริการที่ใช้ส่วนใหญ่ คือเปิดบัญชี การชำระหนี้เงินกู้และการซื้อแคชเชียร์เช็ค เมื่อพิจารณาความพึงพอใจปรากฏว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับสูงมากในเรื่องการให้บริการที่

รวดเร็วทันใจ การให้บริการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการ ด้านอสังหาริมทรัพย์ และ การให้บริการอย่างเพียงพอ

เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 40 – 54) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจ ของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัด เพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพอใจต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน และด้านความสะดวก มีความ พึงพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจต่อการ บริการอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบตามตัวแปรอิสระ ลูกค้าที่มีเพศ ประเภทที่ใช้ บริการ อาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่าง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคคำ) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าของ ธนาคาร มีความพึงพอใจในระดับมาก ต่อการให้บริการในด้านพนักงาน และการต้อนรับ ด้าน ความสะดวกที่ได้รับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ และด้านระยะเวลาในการดำเนินการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ต่อการให้บริการด้านสถานที่ประกอบการ และลูกค้าที่มี อาชีพ และอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขายและอาชีพอื่น ๆ ลูกค้าที่มีอายุ 7 – 15 ปี มีระดับความพึงพอใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป

ธรรมธรรณ จารุสวัสดิ์ (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการต่อ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยในเทศบาล จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่มาใช้บริการของสาขา เนื่องจากความสะดวกเพราะอยู่ใกล้ธนาคาร อสังหาริมทรัพย์ของ พนักงานในสาขา การให้บริการที่รวดเร็ว ประทับใจ ชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร อัตรา ดอกเบี้ยเงินกู้และค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น รับเงินเดือนผ่านธนาคาร การศึกษาความ คิดเห็นต่อด้านบริการของสาขาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี จึงควรรักษาระดับการให้บริการด้านเหล่านี้ไว้และ ควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ส่วนการศึกษาความคิดเห็นต่อด้านอาคารสถานที่ทำการสาขาย่อยในเกณฑ์ ค่อนข้างดี จึงควรดูแลสถานที่ทำการในสาขาให้สะดวก ดูสะอาดเสมอ และจัดหาที่พักรับรองให้ เพียงพอกับปริมาณลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนการศึกษาความคิดเห็นต่อด้านการตลาด อยู่ใน เกณฑ์ที่ดี จึงควรดูแลให้ได้อย่างสม่ำเสมอต่อไป และพบว่า ปัญหาของสาขาย่อยในเทศบาลที่ควร ปรับปรุงมีดังนี้ คือ ควรเพิ่มพนักงาน การนำเทคโนโลยีมาให้บริการ ให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว แม่นยำและถูกต้อง การบริการต้อนรับและพูดจากับลูกค้าอย่างสุภาพ การคิดอัตราดอกเบี้ย/ ค่าธรรมเนียมในอัตราที่เหมาะสม และควรเพิ่มที่พักรับรองสำหรับลูกค้า

ปัทมา แก้ววิจิตร (2537 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เกี่ยวกับการ ให้บริการเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารพาณิชย์ โดยศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการ

เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารเอเซีย สาขาคลองเตย สรุปได้ว่าผู้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 18 – 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานลูกจ้างเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนในช่วง 2,000 – 4,000 บาท เหตุผลสำคัญของผู้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ คือความสะดวกและรวดเร็ว ไม่ต้องเสียเวลารอขึ้นตอนต่าง ๆ จากการใช้บริการที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร และผู้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัตินิยมใช้บริการธนาคารที่อยู่ใกล้ ๆ ที่ทำงาน และใกล้บ้าน ตลอดจนใช้บริการในเวลาทำการของธนาคารเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้เพื่อการถอนเงินมากที่สุด ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการฝากเงินโดยเครื่องฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ มักจะฝากเงินผ่านเคาน์เตอร์ของธนาคาร ซึ่งอาจจะเป็นเพราะผู้ใช้บริการยังไม่เข้าใจวิธีการ และมีความรู้สึกไม่แน่ใจในความถูกต้องของตัวเครื่อง นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรขยายเวลาการให้บริการเพิ่มขึ้น และติดตั้งเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติให้มากขึ้น แก้ไขเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติไม่ให้เสียโดยเฉพาะวันเงินเดือนออก ส่วนข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ คือธนาคารควรมีการสาธิตวิธีการใช้เครื่องเพื่อทำการรายการแบบต่าง ๆ ให้ลูกค้าที่มาสมัครหรือรับบัตร ครั้งแรกให้เข้าใจวิธีการใช้อย่างถูกต้อง และควรจัดทำรูปภาพแสดงวิธีการใช้เครื่อง ติดไว้ข้าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการที่ยังไม่ชำนาญ หรือยังไม่เคยใช้มาก่อนในบางรายการได้ทราบวิธีในการใช้ นอกจากนี้ธนาคารควรเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการที่ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติในย่าน ที่ไม่ใช่ชุมชนหรือศูนย์การค้า โดยเฉพาะในเวลากลางคืน ทั้งนี้ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธนาคารเอง

สมศักดิ์ จันทรงาม (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงการแก้ปัญหาการให้บริการฝาก/ถอนหน้าเคาน์เตอร์ สรุปได้ว่าปัญหาส่วนใหญ่เกิดขึ้น คือพนักงานพูดจากับลูกค้าไม่สุภาพ พนักงานขาดประสิทธิภาพในการให้บริการ ระบบคิวรอรับบริการไม่เหมาะสม และเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้กับระบบงานฝาก/ถอนล้าสมัย คณะผู้บริหารของหน่วยงานจึงได้แก้ปัญหา โดยการให้พนักงานได้ฝึกฝนทักษะเทคนิคการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับการทำการรายการฝาก/ถอนให้เกิดความชำนาญงาน การนำแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถระหว่างบุคคล (Interpersonal Competence) ในเรื่องของการให้บริการนำระบบคิว (Queuing System) แบบ Multichannel Single Phase มาแก้ปัญหาการเข้าคิวรอรับบริการของผู้ใช้บริการ และการนำเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยพร้อมเทคโนโลยีระบบสารสนเทศ มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการฝาก/ถอนหน้าเคาน์เตอร์

นรารัตน์ โกศลวิตร (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการของธนาคารกรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท มาใช้บริการทุกเดือน โดยส่วนใหญ่มารับบริการด้านฝากถอนเงิน มีระยะเวลาการเป็นลูกค้ามากกว่า 2 ปี ผู้รับบริการมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับสูง และมีความพึงพอใจด้าน

ขั้นตอนให้บริการและระยะเวลาดำเนินการอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้รับบริการที่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมสูงกว่าผู้รับบริการที่เป็นชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้รับบริการประเภทสินเชื่อมีความพึงพอใจด้านสถานที่ให้บริการต่ำกว่าผู้รับบริการประเภทฝากถอนเงินและผู้รับบริการประเภทอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

งานวิจัยในต่างประเทศ

เบรน (สุวัทนา ไบเจริญ. 2540 : 41 ; อ้างอิงจาก Brian Stipak. 1979 : 46 – 52. Pubic Administration Review) ได้ทำการศึกษาวิจัยในลอสแอนเจลิส เพื่อทดสอบว่าบริการที่จัดหา โดยหน่วยการปกครองท้องถิ่นมีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการหรือไม่ โดยใช้ข้อมูลด้านปัจจัยบุคคล สัมมะโนประชากรการบริการอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้กับตัวแบบในการประเมินทางด้านลักษณะของบริการ ลักษณะของผู้ให้บริการลักษณะของแต่ละบริเวณ และลักษณะของปัจเจกบุคคล เกณฑ์การประเมินด้านอัตวิสัย (Subjective Evaluation Scales) สร้างขึ้นจากการสำรวจสอบถามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริการทางด้านตำรวจสาธารณะ การกำจัดขยะและบริการอื่น ส่วนเกณฑ์การประเมินด้านวัตถุวิสัย (Objective Service Characteristics) พิจารณาจากจำนวนตัวเลข เช่น อัตราการปราบปรามของตำรวจ อัตราของทรัพย์สินที่ไถ่กลับคืน ค่าใช้จ่ายต่อหัว และอัตราของการเกิดอาชญากรรม แต่ตัวเลขดังกล่าวนี้ไม่ค่อยมีความสำคัญพอที่จะบ่งบอกได้ว่า ลักษณะของการบริการนั้น มีส่วนกระทบต่อการประเมินการให้บริการ และในขณะเดียวกันการประเมินทางด้านอัตวิสัยก็มีข้อจำกัด เนื่องจากประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของการบริการนั้นน้อย เพราะจากการวิจัยทางด้านสาธารณะพบว่าประชาชนมีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับรัฐบาล และกิจกรรมของรัฐบาล แต่กระนั้นเขาก็ยังต้องการที่จะแสดงทัศนคติทางการเมืองออกมา ด้วยเหตุนี้ประชาชนจึงเต็มใจที่จะประเมินการให้บริการที่หน่วยการปกครองท้องถิ่นจัดหาแม้ว่าเขาจะขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร จึงทำให้การประเมินการให้บริการไม่สามารถสะท้อนถึงคุณภาพของบริการที่แตกต่างกันได้

เจมส์ บูแมน และเดวิท นอร์แมน (สุวัทนา ไบเจริญ. 2540 : 41 ; อ้างอิงจาก James S. Bouman and David L. Norman. 1975 : 113 – 135. Public Administration Review) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยไวโอมิง พบว่า การให้บริการสาธารณะในภาครัฐบาล ยังมีความคล่องตัวน้อยกว่าการให้บริการสาธารณะในภาคเอกชน และไม่ควรจะมีลักษณะของงานแบบประจำ (Routine หรือ Day-to-Day) อีกต่อไป คุณภาพของผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ให้บริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กร หรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้ โดยต้องมีการแก้ไขภาพพจน์ที่ไม่ดีของการจ้างงานให้ดีขึ้น ด้วยวิธีการสร้างแรงจูงใจเริ่มแรก คือจะต้องมีการปรับปรุงมาตรฐานในการสรรหาบุคคลเข้ามาทำงาน มีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดี สร้างความกระตือรือร้นให้เกิดขึ้นในการทำงาน จะต้องมีการสร้างรูปแบบที่เป็นมาตรฐานในการให้บริการ

สาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสวัสดิการนั้นธนาคาร หรือด้านอนามัย ประเด็นสำคัญคือ จะต้องทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำด้วย ไม่เช่นนั้นแล้ว ความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพสะท้อนให้เห็นถึงระบบการบริการ และระบบการเมืองที่ไร้ประสิทธิภาพได้เช่นกัน

ไมเคิล อาร์ ฟิตซ์เจอร์ลด์ และโรเบิร์ต เอฟ ดูแรนท์ (วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล. 2538 : 12 ; อ้างอิงจาก Michael R. Fitzgerald and Rogert F. Durant. 1980. Public Administration Review) ได้ศึกษาเรื่อง "Citizen Evaluations and Urban Management : Service Delivery in a Era of Protest" โดยได้ทำการวิจัยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการ กับความพึงพอใจที่มีต่อบริการที่ได้รับ มีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เชื้อชาติ รายได้ อายุ ขนาดของเมือง ส่วนตัวแปรตามมา ได้แก่ ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ และความต้องการของประชาชนที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่า คนผิวดำ คนยากจน และคนแก่ มักถูกมองว่า ตนถูกกีดกันในการได้รับบริการ เมื่อเปรียบเทียบกับคนผิวขาว คนมีเงินและวัยรุ่น โดยปัจจุบันด้านกฎหมายของประชาชน เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่กำหนดความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการที่ได้รับ กับความต้องการของประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการ

เบลลิต และ ไกรเลอร์ (กมลศรี เตชะจำเริญสุข. 2536 : 25 ; อ้างอิงจาก Bellin and Geiger. 1972 : 224 – 239. Medical Care) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อบริการทางการแพทย์ที่เมืองดอร์เซสเตอร์ (Dorsenter) สหรัฐอเมริกาพบว่า ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจมาก คือ การที่แพทย์ให้คำอธิบายแก่ผู้ป่วยไม่เพียงพอ ไม่ให้โอกาสผู้ป่วยเล่าถึงปัญหา หรือการเจ็บป่วย และแพทย์มีท่าทีไม่เป็นกันเองกับผู้ป่วย

ชิปกิน และคณะ (กมลศรี เตชะจำเริญสุข. 2536 :26 ; อ้างอิงจาก Zipkin.et al. 1984 : 566 – 572. Journal of Public Health) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสาธารณสุขในชนบทที่ประเทศอิสราเอล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นมารดาเด็ก อายุต่ำกว่า 14 ปี จำนวน 110 คน ในหมู่บ้านเกษตรกรรม 2 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า มารดามีความพึงพอใจในการใช้บริการสาธารณสุข ถ้าแพทย์ใช้เวลาในการตรวจรักษา และพูดคุยกับผู้ป่วยนาน ๆ

อเดย์ และ แอนเดอร์เซน (สมจิตร กาหาวงศ์. 2540 : 48 ; อ้างอิงจาก Aday and Andersen. 1975. Development of Judies of access to Medical Care) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการรักษาในสหรัฐอเมริกา 4,966 คน พบว่า เรื่องที่ประชาชนไม่พอใจมากที่สุด คือความสะดวกในการรับบริการ และค่าใช้จ่ายในการรับบริการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาวิจัยในเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ผู้วิจัยจะดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของผู้ที่เข้ามาใช้บริการของธนาคาร จึงได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) (กัลยา วาณิชขัญชา. 2546 : 26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 400 คน ใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. กำหนดขอบเขตและประเด็นคำถามให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ ของธนาคารโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ต โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับภาคชั้น มี 5 ระดับ เกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์

ลักษณะของแบบสอบถาม เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการนั้น เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคอร์ต แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ในข้อความแต่ละข้อจะใช้เกณฑ์การตรวจให้คะแนนดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2549 : 104-015 : อ้างอิงจาก บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 99)

ระดับความพึงพอใจ	5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับความพึงพอใจ	4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
ระดับความพึงพอใจ	3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับความพึงพอใจ	2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับความพึงพอใจ	1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อแสดงข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ในจำนวนทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือ เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารแล้วนำมาประมวล เพื่อกำหนดขอบเขตเพื่อการวิจัย และการสร้างเครื่องมือเพื่อให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ลูกค้าเพื่อรวบรวมข้อมูลเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์

3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ตรวจสอบความถูกต้องและให้คำแนะนำเพิ่มเติม

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อหาความเที่ยงตรงในด้านเนื้อหาภาษาที่ใช้ได้แก่

4.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพรีร์ ลิ้มไทย

ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

4.2 รองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ

อาจารย์คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

4.3 ดร. วิชัย วิรัตน์พันธุ์

ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายกำกับและการปฏิบัติงาน ธนาคารอาคารสงเคราะห์

5. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงพินิจ จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับหรือมากกว่า 0.5 ขึ้นไป คือ ด้านบริการ 13 ข้อ ด้านพนักงาน 11 ข้อ ด้านอาคารสถานที่ 9 ข้อ และด้านการประชาสัมพันธ์ 9 ข้อ รวมทั้งสิ้น 42 ข้อ

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับลูกค้าที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ตามวิธีการของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .92

8. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้จัดการธนาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอให้ลูกค้าตอบแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไปมอบให้กลุ่มตัวอย่างโดยผ่านทางพนักงานธนาคารที่ปฏิบัติงาน โดยใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) เริ่มเลือกตัวอย่างจากเวลาที่ธนาคารได้เปิดให้บริการลูกค้าตั้งแต่เวลา 09.00 – 15.30 น. ในวันทำการทั้งหมด จำนวน 400 ฉบับ และได้รับกลับคืน 400 ฉบับ

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามดังกล่าวกลับมาแล้ว จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลครบถ้วน ใช้ได้เพียงจำนวนทั้งสิ้น 385 ฉบับ เนื่องจากลูกค้ากรอกข้อมูลไม่สมบูรณ์ จำนวน 15 ฉบับ

1. นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด

2. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยนำเสนอตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 1 โดยหาค่าร้อยละ

3.2 วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท จัดกระทำโดยการแจกแจงความถี่ หาค่ามัธยฐานเลขคณิต ($\bar{X}$) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) จากแบบสอบถามตอนที่ 2 และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของพนักงานเป็นรายด้าน รายข้อ โดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ เกณฑ์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.3 วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ โดยใช้สถิติ t - test

3.4 วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีการของ LSD (Least Significant Different)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 หาค่าเฉลี่ย (Mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546 : 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

N แทน จำนวนคน

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน Standard Deviation (S.D.) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546 : 65)

$$S.D = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ $S.D$ แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

N แทน จำนวนคน

2. สถิติที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

2.1 หาค่าความเที่ยงตรงเชิงพินิจรายข้อใช้สูตร IOC (Item – Operational Definition Congruence Index) ใช้ค่าตั้งแต่ .50 ใช้สูตร (บุญเขต ภิญโญนนตพงษ์. 2548 : 1)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามรายข้อ

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของการคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า โดยใช้สูตร
สัมประสิทธิ์แอลฟา (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 98 - 99)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
n	แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum s_i^2$	แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
s_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม
โดยใช้ t - test for Independent Samples โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546 : 166)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

โดยมี

$$df = \frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right)^2}{\frac{\left(\frac{s_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{s_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t - Distribution
$\bar{x}_1, \bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
s_1^2, s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2

3.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546 : 236)

$$F = \frac{MS_B}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน F – Distribution
	MS_B	แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

3.3 ถ้าผลการทดสอบในข้อ 3.2 พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะต้องตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – Significant Different)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และการแปลผลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – test
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – test
Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (Probability)
df	แทน	ระดับชั้นของความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนค่าเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่เบี่ยงเบนจากค่าเฉลี่ยยกกำลังสอง (Mean Squares)
*	แทน	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน

ตอนที่ 4 เพื่อรวบรวมปัญหา และข้อเสนอแนะความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาแจกแจงจำนวนความถี่และร้อยละ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคาร จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	144	37.40
1.2 หญิง	241	62.60
รวม	385	100.00
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 30 ปี	147	38.20
2.2 อายุ 30 - 49 ปี	188	48.80
2.3 อายุ 50 ปีขึ้นไป	50	13.00
รวม	385	100.00
3. อาชีพ		
3.1 รับจ้าง	57	14.80
3.2 ลูกจ้างบริษัทเอกชน	88	22.90
3.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	152	39.50
3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	13.50
3.5 ไม่ได้ประกอบอาชีพ	36	9.40
รวม	385	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ประเภทที่ใช้บริการ		
4.1 ด้านเงินฝาก	215	55.80
4.2 ด้านสินเชื่อ	89	23.10
4.3 ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	81	21.00
รวม	385	100.00
5. จำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน		
5.1 1 – 3 ครั้ง/เดือน	249	64.70
5.2 4 - 5 ครั้ง/เดือน	73	19.00
5.3 มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป	63	16.40
รวม	385	100.00

ตาราง 1 พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 62.60 มีอายุ 30 – 49 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 1 – 3 ครั้ง/เดือน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

เป็นการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานตามแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ ดังแสดงในตาราง 2 – 6

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้าน

ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านการบริการ	3.50	.48	ปานกลาง
ด้านพนักงาน	3.59	.54	มาก
ด้านอาคารสถานที่	3.61	.50	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.38	.59	ปานกลาง
รวม	3.52	.43	มาก

ตาราง 2 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการบริการและด้านการประชาสัมพันธ์ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ
ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการบริการ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ด้านการบริการ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
1.	การบริการข้อมูลมีความทันสมัย	3.54	.66	มาก
2.	การเสนอบริการครบวงจร ณ จุดขาย (One Stop Services)	3.46	.71	ปานกลาง
3.	การได้รับความช่วยเหลือแก้ไขในทันทีที่ลูกค้ามีปัญหา	3.49	.70	ปานกลาง
4.	การได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎระเบียบของ ลูกค้าในบางกรณี	3.44	.74	ปานกลาง
5.	ความสม่ำเสมอเนื่องของการบริการ	3.49	.72	ปานกลาง
6.	ความรวดเร็วในการบริการข้อมูลข่าวสารกับลูกค้า	3.39	.75	ปานกลาง
7.	ความคล่องตัวของขั้นตอนในการให้บริการด้านเงินฝาก	3.37	.79	ปานกลาง
8.	ความรวดเร็วทันใจในการบริการของด้านเงินฝาก	3.42	.81	ปานกลาง
9.	ความสะดวกที่ได้รับจากเคาน์เตอร์ที่ธนาคารจัดไว้ให้ เขียนใบฝาก-ถอนเงิน	3.71	.70	มาก
10.	การจัดลำดับก่อน-หลังในการบริการฝาก-ถอนเงิน	3.68	.68	มาก
11.	ความเหมาะสม เงื่อนไขในการบริการเงินฝาก	3.52	.65	มาก
12.	ความเหมาะสม เงื่อนไขด้านระยะเวลาของเงินฝาก	3.49	.69	ปานกลาง
13.	อัตราดอกเบี้ยของเงินฝากประจำ	3.47	.75	ปานกลาง
	รวม	3.50	.48	ปานกลาง

ตาราง 3 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารด้านการบริการ โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การบริการข้อมูลมีความทันสมัย ความสะดวกที่ได้รับจากเคาน์เตอร์ที่ธนาคารจัดไว้ให้เขียนใบฝาก-ถอนเงิน การจัดลำดับก่อน-หลังในการบริการฝาก-ถอนเงิน และความเหมาะสม เงื่อนไขในการบริการเงินฝาก ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ
ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านพนักงาน โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ด้านพนักงาน	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
1.	พนักงานมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่	3.70	.69	มาก
2.	ความแม่นยำ ถูกต้อง ของพนักงานในรูปแบบการเสนอ บริการต่าง ๆ ของธนาคาร	3.66	.68	มาก
3.	พนักงานมีความสุภาพ อ่อนโยนในการต้อนรับ และมี อัธยาศัยไมตรี	3.71	.76	มาก
4.	พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็วคล่องตัว	3.59	.73	มาก
5.	ความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการบริการลูกค้า	3.52	.78	มาก
6.	จำนวนพนักงานในการบริการ	3.43	.77	ปานกลาง
7.	พนักงานมีความตรงต่อเวลาในการบริการ	3.57	.70	มาก
8.	การบริการของบุคคลทุกระดับเท่าเทียมกัน	3.60	.75	มาก
9.	ความสามารถของพนักงานในการสร้างบรรยากาศแห่ง ความเป็นมิตรที่ดี	3.58	.73	มาก
10.	การแต่งกายของพนักงาน	3.71	.72	มาก
11.	ความสามารถแนะนำและเชิญชวนใช้บริการด้านอื่นๆ นอกเหนือจากบริการเงินฝาก	3.40	.78	ปานกลาง
	รวม	3.59	.54	มาก

ตาราง 4 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารด้านพนักงาน โดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานในการบริการ และความสามารถแนะนำและเชิญชวนใช้ บริการด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากบริการเงินฝาก ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมาก

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ
ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ด้านอาคารสถานที่	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
1.	ความมั่นคงแข็งแรงของสถานที่ทำการ	3.90	.64	มาก
2.	ทำเลที่ตั้งธนาคาร สะดวก สบายต่อการมาใช้บริการ	3.63	.73	มาก
3.	ที่จอดรถสำหรับลูกค้ามีทางเข้าสะดวกสบาย	3.37	.83	ปานกลาง
4.	จำนวนที่นั่งพักสำหรับลูกค้าขณะนั่งรอรับบริการ	3.46	.79	ปานกลาง
5.	การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน	3.54	.70	มาก
6.	ความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร	3.87	.68	มาก
7.	ความสะอาดภายในบริเวณธนาคาร	3.76	.66	มาก
8.	ความชัดเจนของป้ายบอกจุดบริการต่างๆ	3.44	.73	ปานกลาง
9.	มีอุณหภูมิที่เหมาะสมภายในสถานที่	3.56	.63	มาก
	รวม	3.61	.50	มาก

ตาราง 5 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถสำหรับลูกค้ามีทางเข้าสะดวกสบาย จำนวนที่นั่งพักสำหรับลูกค้าขณะนั่งรอรับบริการ และความชัดเจนของป้ายบอกจุดบริการต่าง ๆ ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ
ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้อ

ข้อ	ด้านการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
1.	การแจ้งข่าวสารการบริการใหม่ of ธนาคาร	3.41	.71	ปานกลาง
2.	การแจ้งข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยอย่าง สม่ำเสมอ	3.47	.69	ปานกลาง
3.	ความสม่ำเสมอในการประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ	3.42	.72	ปานกลาง
4.	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อโทรทัศน์	3.42	.85	ปานกลาง
5.	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อหนังสือพิมพ์	3.24	.86	ปานกลาง
6.	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อโปสเตอร์	3.35	.87	ปานกลาง
7.	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อแผ่นพับ	3.27	.85	ปานกลาง
8.	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่ออินเทอร์เน็ต	3.44	.86	ปานกลาง
9.	บริการข้อมูลและสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับธุรกิจ of ธนาคาร	3.40	.82	ปานกลาง
	รวม	3.38	.59	ปานกลาง

ตาราง 6 พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการ of ธนาคาร ด้านการ
ประชาสัมพันธ์ โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน

เป็นการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน โดยรวมและรายด้าน ดังแสดงในตาราง 7 – 26

ตาราง 7 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการ	เพศ						t	Prob.
	ชาย n = 144			หญิง n = 241				
	$\overline{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ	$\overline{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ		
ด้านการบริการ	3.58	.48	มาก	3.45	.48	ปานกลาง	2.56 **	.01
ด้านพนักงาน	3.68	.57	มาก	3.53	.52	มาก	2.65 **	.00
ด้านอาคารสถานที่	3.66	.54	มาก	3.58	.46	มาก	1.62	.10
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.39	.62	ปานกลาง	3.37	.58	ปานกลาง	.34	.73
รวม	3.58	.45	มาก	3.48	.42	ปานกลาง	2.12 *	.03

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 7 พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศชายมีความพึงพอใจมากกว่าเพศหญิง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ และด้านพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 8 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของ ลูกค้า ที่มีต่อการบริการ	อายุ								
	ต่ำกว่า 30 ปี n = 147			อายุ 30 - 49 ปี n = 188			อายุ 50 ปีขึ้นไป n = 50		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านการบริการ	3.55	.52	มาก	3.47	.45	ปานกลาง	3.43	.50	ปานกลาง
ด้านพนักงาน	3.62	.55	มาก	3.57	.53	มาก	3.53	.58	มาก
ด้านอาคารสถานที่	3.64	.49	มาก	3.60	.51	มาก	3.56	.46	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.48	.61	ปานกลาง	3.36	.58	ปานกลาง	3.16	.51	ปานกลาง
รวม	3.57	.45	มาก	3.50	.42	ปานกลาง	3.42	.42	ปานกลาง

ตาราง 8 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และลูกค้าที่มีอายุ 30 - 49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.73	.36	1.56	.21
	ภายในกลุ่ม	382	89.68	.23		
	รวม	384	90.42			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	.39	.19	.66	.51
	ภายในกลุ่ม	382	113.83	.29		
	รวม	384	114.23			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	.30	.15	.61	.54
	ภายในกลุ่ม	382	94.29	.24		
	รวม	384	94.59			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	4.04	2.02	5.90 **	.00
	ภายในกลุ่ม	382	130.81	.34		
	รวม	384	134.85			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.00	.50	2.68	.07
	ภายในกลุ่ม	382	71.61	.18		
	รวม	384	72.61			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 9 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 10 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีการของ LSD
จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	อายุ 50 ปีขึ้นไป	อายุ 30 - 49 ปี	ต่ำกว่า 30 ปี
		3.16	3.36	3.48
อายุ 50 ปีขึ้นไป	3.16	-	.20 *	.32 **
อายุ 30 - 49 ปี	3.36		-	.12
ต่ำกว่า 30 ปี	3.48			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 10 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุ 30 - 49 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของลูกค้าด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 11 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริการ	อาชีพ														
	รับจ้าง n = 57			ลูกจ้างบริษัทเอกชน n = 88			ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ n = 152			ประกอบธุรกิจส่วนตัว n = 52			ไม่ได้ประกอบอาชีพ n = 36		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความ พึงพอใจ
ด้านการบริการ	3.58	.53	มาก	3.48	.50	ปานกลาง	3.42	.43	ปานกลาง	3.44	.49	ปานกลาง	3.83	.40	มาก
ด้านพนักงาน	3.56	.52	มาก	3.62	.58	มาก	3.52	.53	มาก	3.49	.54	ปานกลาง	3.96	.41	มาก
ด้านอาคารสถานที่	3.55	.48	มาก	3.58	.61	มาก	3.64	.45	มาก	3.52	.43	มาก	3.82	.46	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.52	.56	มาก	3.49	.67	ปานกลาง	3.29	.59	ปานกลาง	3.24	.50	ปานกลาง	3.43	.49	ปานกลาง
รวม	3.56	.46	มาก	3.54	.50	มาก	3.47	.39	ปานกลาง	3.42	.39	ปานกลาง	3.76	.36	มาก

ตาราง 11 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้างมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านพนักงาน และด้านประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านอาคารสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ลูกค้าไม่ได้ประกอบอาชีพมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4	5.72	1.43	6.42 **	.00
	ภายในกลุ่ม	380	84.70	.22		
	รวม	384	90.42			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	4	6.18	1.54	5.43 **	.00
	ภายในกลุ่ม	380	108.04	.28		
	รวม	384	114.23			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4	2.43	.60	2.50 *	.04
	ภายในกลุ่ม	380	92.16	.24		
	รวม	384	94.59			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	4.56	1.14	3.32 **	.01
	ภายในกลุ่ม	380	130.29	.34		
	รวม	384	134.85			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	3.14	.78	4.29 **	.00
	ภายในกลุ่ม	380	69.47	.18		
	รวม	384	72.61			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 12 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านพนักงาน และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอาคารสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 13 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวม ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	รับจ้าง	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ
	$\bar{X}$	3.42	3.47	3.54	3.56	3.76
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.42	-	.04	.12	.13	.33 **
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.47		-	.07	.09	.29 **
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.54			-	.01	.21 *
รับจ้าง	3.56				-	.20 *
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.76					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 12 พบว่า ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการบริการของ
ธนาคาร โดยรวมมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ ความพึงพอใจต่อการบริการ
ของธนาคาร โดยรวมมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน และรับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 14 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการบริการ ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตาม
อาชีพ

อาชีพ		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	รับจ้าง	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ
	$\bar{X}$	3.42	3.44	3.48	3.58	3.83
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.42	-	.01	.06	.16 *	.41 **
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.44		-	.04	.14	.39 **
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.48			-	.10	.35 **
รับจ้าง	3.58				-	.24 *
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.83					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 14 พบว่า ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการบริการของ
ธนาคาร ด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
และลูกจ้างบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ
มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้างมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร
ด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านพนักงาน ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตาม
อาชีพ

อาชีพ		ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง	ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ
	$\bar{X}$	3.49	3.52	3.56	3.62	3.96
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.49	-	.03	.07	.13	.46 **
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.52		-	.04	.10	.43 **
รับจ้าง	3.56			-	.05	.39 **
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.62				-	.33 **
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.96					-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 15 พบว่า ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการบริการของ
ธนาคาร ด้านพนักงานมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
รับจ้าง และลูกจ้างบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่าง
กันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านอาคารสถานที่ ด้วยวิธีการของ LSD จำแนก
ตามอาชีพ

อาชีพ		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง	ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ
	$\bar{X}$	3.52	3.55	3.58	3.64	3.82
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.52	-	.03	.06	.11	.30 **
รับจ้าง	3.55		-	.02	.08	.27 **
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.58			-	.05	.24 *
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.64				-	.18 *
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.82					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 16 พบว่า ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการบริการของ
ธนาคาร ด้านอาคารสถานที่มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการบริการของ
ธนาคาร ด้านอาคารสถานที่มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน และข้าราชการ/
รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ
ทางสถิติ

ตาราง 17 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุโขวิท ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีการของ LSD
จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ไม่ได้ประกอบ อาชีพ	ลูกจ้าง บริษัทเอกชน	รับจ้าง
	$\bar{X}$	3.24	3.29	3.43	3.49	3.52
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.24	-	.04	.18	.24 *	.27 *
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.29		-	.13	.20 **	.23 *
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3.43			-	.06	.09
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	3.49				-	.02
รับจ้าง	3.52					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 17 พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง และลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอาชีพรับจ้าง มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 18 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจของ ลูกค้า ที่มีต่อการบริการ	ประเภทที่ใช้บริการ								
	ด้านเงินฝาก			ด้านสินเชื่อ			ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ		
	n = 215			n = 89			n = 81		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านการบริการ	3.59	.47	มาก	3.36	.48	ปานกลาง	3.39	.46	ปานกลาง
ด้านพนักงาน	3.67	.53	มาก	3.43	.58	ปานกลาง	3.54	.49	มาก
ด้านอาคารสถานที่	3.66	.49	มาก	3.50	.43	ปานกลาง	3.62	.55	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.44	.61	ปานกลาง	3.23	.55	ปานกลาง	3.38	.57	ปานกลาง
รวม	3.59	.43	มาก	3.38	.42	ปานกลาง	3.48	.42	ปานกลาง

ตาราง 18 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตาราง 19 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	4.49	2.24	9.98 **	.00
	ภายในกลุ่ม	382	85.93	.22		
	รวม	384	90.42			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	3.88	1.94	6.72 **	.00
	ภายในกลุ่ม	382	110.34	.28		
	รวม	384	114.23			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	1.56	.78	3.20 *	.04
	ภายในกลุ่ม	382	93.03	.24		
	รวม	384	94.59			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	2.72	1.36	3.94 *	.02
	ภายในกลุ่ม	382	132.13	.34		
	รวม	384	134.85			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	2.88	1.44	7.90 **	.00
	ภายในกลุ่ม	382	69.73	.18		
	รวม	384	72.61			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 19 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ และด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 20 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวม ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ประเภทที่ใช้บริการ		ด้านสินเชื่อ	ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	ด้านเงินฝาก
	$\bar{X}$	3.38	3.48	3.59
ด้านสินเชื่อ	3.38	-	.10	.20 **
ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	3.48		-	.10
ด้านเงินฝาก	3.59			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 20 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมมากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 21 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการบริการ ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ประเภทที่ใช้บริการ		ด้านสินเชื่อ	ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	ด้านเงินฝาก
	$\bar{X}$	3.36	3.39	3.59
ด้านสินเชื่อ	3.36	-	.02	.23 **
ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	3.39		-	.20 **
ด้านเงินฝาก	3.59			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 21 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ และด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 22 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านพนักงาน ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ประเภทที่ใช้บริการ		ด้านสินเชื่อ	ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	ด้านเงินฝาก
	$\bar{X}$	3.43	3.55	3.67
ด้านสินเชื่อ	3.43	-	.11	.24 **
ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	3.55		-	.12
ด้านเงินฝาก	3.67			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 22 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านพนักงานมากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่นๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 23 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านอาคารสถานที่ ด้วยวิธีการของ LSD จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ประเภทที่ใช้บริการ		ด้านสินเชื่อ	ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	ด้านเงินฝาก
	$\bar{X}$	3.50	3.62	3.66
ด้านสินเชื่อ	3.50	-	.12	.15 *
ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	3.62		-	.03
ด้านเงินฝาก	3.66			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 23 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่มากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 24 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีการของ LSD
จำแนกตามประเภทที่ใช้บริการ

ประเภทที่ใช้บริการ		ด้านสินเชื่อ	ด้านชำระค่าสินค้า และบริการต่าง ๆ	ด้านเงินฝาก
	$\bar{X}$	3.23	3.38	3.44
ด้านสินเชื่อ	3.23	-	.14	.20 **
ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ	3.38		-	.06
ด้านเงินฝาก	3.44			-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 24 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการ
บริการของธนาคาร ด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 25 เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน

ความพึงพอใจของ ลูกค้า ที่มีต่อการบริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน								
	1 – 3 ครั้ง/เดือน n = 249			4 – 5 ครั้ง/เดือน n = 73			มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป n = 63		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านการบริการ	3.48	.51	ปานกลาง	3.50	.43	มาก	3.57	.42	มาก
ด้านพนักงาน	3.57	.56	มาก	3.60	.53	มาก	3.65	.51	มาก
ด้านอาคารสถานที่	3.61	.51	มาก	3.56	.47	มาก	3.68	.48	มาก
ด้านการประชาสัมพันธ์	3.36	.60	มาก	3.43	.54	ปานกลาง	3.40	.63	ปานกลาง
รวม	3.50	.45	ปานกลาง	3.52	.40	มาก	3.57	.43	มาก

ตาราง 25 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 1 - 3 ครั้ง/เดือน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านอาคารสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 4 - 5 ครั้ง/เดือน และมากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ ด้านพนักงาน และด้านอาคารสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน

ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2	.46	.23	.97	.37
	ภายในกลุ่ม	382	89.96	.23		
	รวม	384	90.42			
ด้านพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2	.31	.15	.53	.58
	ภายในกลุ่ม	382	113.91	.29		
	รวม	384	114.23			
ด้านอาคารสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2	.51	.25	1.04	.35
	ภายในกลุ่ม	382	94.07	.24		
	รวม	384	94.59			
ด้านการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	.34	.17	.49	.61
	ภายในกลุ่ม	382	134.51	.35		
	รวม	384	134.85			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.25	.12	.67	.51
	ภายในกลุ่ม	382	72.36	.18		
	รวม	384	72.61			

ตาราง 26 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 4 เพื่อรวบรวมปัญหา และข้อเสนอแนะความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามปลายเปิดทั้งสิ้น จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.28 โดยใช้วิธีการเสนอในรูปแบบความถี่ ดังแสดงในตาราง 27

ตาราง 27 การรวบรวมปัญหา และข้อเสนอแนะความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

ข้อ	ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (คน)
ด้านการบริการ		
1.	ควรปรับเครื่องที่ใช้บริการให้ดีกว่านี้ เพราะเครื่องจะเสียบ่อย	53
2.	พนักงานควรจะให้บริการข้อมูลมากยิ่งขึ้น และเพิ่มจำนวนพนักงานที่ให้บริการมากกว่านี้	15
3.	น่าจะมีจุดบริการน้ำดื่ม หรือกาแฟ เหมือนกับธนาคารอื่น และเปิดบริการถึงประมาณ 1 ทุ่มในบางวัน	20
ด้านพนักงาน		
1.	พนักงานควรจะเอาใจใส่ลูกค้ามากขึ้นกว่านี้โดยเฉพาะเวลาที่ลูกค้ามีปัญหา	44
2.	ควรให้คำปรึกษาแก่ลูกค้ามากกว่านี้	25
3.	พนักงานควรมีความกระตือรือร้นรับผิดชอบต่อหน้าที่มากกว่านี้	23
4.	ควรปรับปรุงด้านการต้อนรับ เช่น การยกมือสวัสดีลูกค้า	21
ด้านอาคารสถานที่		
1.	ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถยนต์ รถจักรยานยนต์อย่างเพียงพอสำหรับลูกค้า หรือผู้มาติดต่องาน	71
2.	ควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ และรอบ ๆ สำนักงาน	34
3.	ควรมีความสะอาดดูแลความปลอดภัย ของทางเข้าออกให้สะดวกกว่านี้	27

ตาราง 27 (ต่อ)

ข้อ	ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (คน)
ด้านการประชาสัมพันธ์		
1.	ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ หรือ หนังสือพิมพ์	45
2.	ให้ข้อมูลข่าวสารน้อยไปควรมีบอร์ดแนะนำหรือแผ่นพับมากขึ้น	39
3.	ควรเพิ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ให้มากกว่านี้	32
4.	ควรปรับป้ายชื่อและการประชาสัมพันธ์ของธนาคารให้ชัดเจน หรือมองเห็นได้สะดวก	16

ผลการวิเคราะห์ตาราง 27 พบว่า ลูกคามีข้อเสนอแนะต่อการบริการของธนาคารดังต่อไปนี้

ด้านการบริการ ข้อที่ลูกค้านเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรปรับเครื่องที่ใช้บริการให้ดีกว่านี้ เพราะเครื่องจะเสียบ่อย รองลงมา คือ ความคล่องตัวของขั้นตอนในการบริการด้านเงินฝาก น่าจะคล่องตัวกว่านี้

ด้านพนักงาน ข้อที่ลูกค้านเสนอแนะมากที่สุดคือ พนักงานควรใส่ใจใส่ลูกค้ามากขึ้นกว่านี้โดยเฉพาะเวลาที่ลูกค้ามีปัญหา รองลงมา คือ ควรให้คำปรึกษาแก่ลูกค้ามากกว่านี้

ด้านอาคารสถานที่ ข้อที่ลูกค้านเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถยนต์ รถจักรยานยนต์อย่างเพียงพอสำหรับลูกค้า หรือผู้มาติดต่องาน รองลงมา คือ ควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ และรอบ ๆ สำนักงาน

ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ลูกค้านมีเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ หรือ หนังสือพิมพ์ รองลงมา คือ ให้ข้อมูลข่าวสารน้อยไปควรมีบอร์ดแนะนำ หรือแผ่นพับมากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท จำกัด ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน ตามลำดับต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยมีจุดมุ่งหมายเฉพาะดังนี้

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ
3. เพื่อรวบรวม ปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

ความสำคัญของการวิจัย

ผลจากการศึกษาครั้งนี้ นำผลการวิจัยมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะกำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงได้

กลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แท้จริงของผู้ที่เข้ามาใช้บริการของธนาคาร จึงได้ใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (No probability Sampling) (กัลยา วานิชชัยชา. 2546 : 26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 400 คน ใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling)

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. กำหนดขอบเขตและประเด็นคำถามให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ
ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จำนวน 42 ข้อ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ จำนวน 13 ข้อ ด้านพนักงาน จำนวน 11 ข้อ ด้านอาคารสถานที่ จำนวน 9 ข้อ และด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 9 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามนี้ก่อนนำไปใช้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแล้ว ได้ค่าความเชื่อมั่น .92

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อแสดงข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ในจำนวนทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้จัดการธนาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอให้ลูกค้าตอบแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไปมอบให้กลุ่มตัวอย่างโดยผ่านทางพนักงานธนาคารที่ปฏิบัติงาน โดยใช้วิธีการเลือกตามสะดวก (Convenience Sampling) เริ่มเลือกตัวอย่างจากเวลาที่ธนาคารได้เปิดให้บริการลูกค้าตั้งแต่วันที่ 09.00 – 15.30 น. ในวันทำการทั้งหมด จำนวน 400 ฉบับ และได้รับกลับคืน 400 ฉบับ

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามดังกล่าวกลับมาแล้ว จะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนและรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลครบถ้วนและใช้ได้เพียงจำนวนทั้งสิ้น 385 ฉบับ เนื่องจากลูกค้ากรอกข้อมูลไม่สมบูรณ์ จำนวน 15 ฉบับ
2. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยนำเสนอตามขั้นตอน ดังนี้
 - 3.1 ข้อมูลสภาพภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 1 โดยหาค่าร้อยละ

3.2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท จัดกระทำโดยการแจกแจงความถี่ หาค่ามัธยฐานเลขคณิต ($\bar{X}$) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) จากแบบสอบถามตอนที่ 2 และวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของพนักงานเป็นรายด้าน รายข้อ โดยใช้เกณฑ์ประเมินค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ เกณฑ์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 100)

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายความว่า มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ โดยใช้สถิติ t – test

3.4 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธีการของ LSD (Least Significant Different)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการตอบแบบสอบถามทั้งหมด 385 คน ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 62.60 มีอายุ 30 – 49 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ 1 – 3 ครั้ง/เดือน จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 64.70

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านการบริการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารด้านการบริการ โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึง

พอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การบริการข้อมูลมีความทันสมัย ความสะดวกที่ได้รับจากเคาน์เตอร์ที่ธนาคารจัดไว้ให้เขียนใบฝาก – ถอนเงิน การจัดลำดับก่อน – หลังในการบริการฝาก – ถอนเงิน และความเหมาะสม เงื่อนไขในการบริการเงินฝาก ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ด้านพนักงาน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนพนักงานในการบริการ และความสามารถแนะนำและเชิญชวนใช้บริการด้านอื่นๆ นอกเหนือจากบริการเงินฝาก ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านอาคารสถานที่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่ โดยรวมอยู่ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ที่จอดรถสำหรับลูกค้ามีทางเข้าสะดวกสบาย จำนวนที่นั่งพักสำหรับลูกค้าขณะนั่งรอรับบริการ และความชัดเจนของป้ายบอกจุดบริการต่าง ๆ ส่วนข้ออื่น ๆ ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับปานกลาง

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ปรากฏผลดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ และด้านพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

3.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุ 30 – 49 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของลูกค้าด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

รับจ้าง มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบริการ และด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบรายคู่พบว่า

3.4.1 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมมากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4.2 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านการบริการมากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ และด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4.3 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านพนักงานมากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4.4 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านอาคารสถานที่มากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4.5 ผลการทดสอบความแตกต่าง พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร ด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคู่อื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.5 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

4. การรวบรวมปัญหา และข้อเสนอแนะความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ดังนี้

4.1 ด้านการบริการ ข้อที่ลูกค้าเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรปรับเครื่องที่ใช้บริการให้ดีกว่านี้ เพราะเครื่องจะเสียบ่อย รongลงมา คือ ความคล่องตัวของขั้นตอนในการบริการด้านเงินฝาก การบริการควรมีความคล่องตัวกว่านี้

4.2 ด้านพนักงาน ข้อที่ลูกค้ามีเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรมีการแนะนำและให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าก่อนการให้บริการในแต่ละครั้งเพื่อป้องกันการเกิดข้อผิดพลาด

4.3 ด้านอาคารสถานที่ ข้อที่ลูกค้ามีเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ และรอบ ๆ สำนักงาน

4.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อที่ลูกค้ามีเสนอแนะมากที่สุดคือ ควรจะมีการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ หรือ หนังสือพิมพ์ รongลงมา คือ ให้ข้อมูลข่าวสารน้อยไปควรมีบอร์ดแนะนำ หรือแผ่นพับมากขึ้น

อภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านการบริการ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่พึงพอใจต่อขั้นตอนการให้บริการต่าง ๆ ของธนาคาร ตลอดจนการให้บริการของพนักงานยังไม่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจได้ เนื่องจากการบริการเป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการดูแลและเอาใจใส่ จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เพอร์รีอต์และเจอร์รอมค์ (Perreault & Jeromc. 1996 : 227) กล่าวไว้ว่า การบริการเป็นการกระทำจากคนไปยังอีกบุคคล เมื่อไรก็ตามที่คุณให้บริการแก่ลูกค้า ลูกค้าไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ การบริการอาจเป็นประสบการณ์ ความทรงจำ การใช้บริการหรือการบริโภค การบริการไม่มีลักษณะทางกายภาพ ไม่สามารถจับต้องได้ เราไม่สามารถถือการบริการเอาไว้

1.2 ด้านพนักงาน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมอยู่ระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อพนักงานเพราะมีความ

สุภาพ อ่อนโยน พร้อมให้การต้อนรับ และมีอัธยาศัยไมตรี พนักงานการแต่งกายเรียบร้อย และมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ มีความแม่นยำถูกต้อง ให้คำแนะนำรูปแบบการบริการต่างๆ ของธนาคาร กับลูกค้าทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็วคล่องตัว มีการสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นมิตรที่ดี ตรงต่อเวลาในการบริการ ความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการบริการลูกค้า และมีหน้าตายิ้มแย้มแจ่มใสตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 40 – 54) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าอากาศยานจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพอใจต่อการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงาน มีความพึงพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งเจ้าหน้าที่ของธนาคารทุกคนมีคุณสมบัติที่ดีและพร้อมที่จะคอยให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าตลอดเวลา

1.3 ด้านอาคารสถานที่ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมอยู่ระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในแหล่งชุมชนและสถานที่ทำการมีความมั่นคงแข็งแรง น่าเชื่อถือ และบริเวณภายในธนาคารมีความสะอาด มีช่องการให้บริการในแต่ละประเภทเพียงพอและสะดวกสบายต่อการมาใช้บริการของลูกค้า บริเวณภายในธนาคารมีการจัดอุณหภูมิที่เหมาะสม และจัดสถานที่การให้บริการที่เป็นสัดส่วน มีบรรยากาศร่มรื่นและมีที่นั่งเพียงพอสำหรับลูกค้าในขณะที่รอรับการบริการจากธนาคาร รวมทั้งยังมีบริเวณที่จอดรถสำหรับลูกค้าอย่างเพียงพอต่อการมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยรัตน์ ลิ้มปัสสใส (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาศรีบุญเรือง หนองบัวลำภู จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ด้านสถานที่ ลูกค้าของธนาคารกสิกรไทยสาขาศรีบุญเรือง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดเรียบร้อยของการจัดสำนักงาน รูปแบบการจัดช่องเคาเตอร์และช่องให้บริการลูกค้า ทำเลที่ตั้งของธนาคารและความปลอดภัยของลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้ธนาคารเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องเอาใจใส่

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านอยู่ระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้ายังไม่พึงพอใจต่อการบริการแจ้งข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ย แจ้งข่าวสารด้านการเปิดให้บริการใหม่ของธนาคาร บริการข้อมูลและสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับธุรกิจของธนาคาร เพราะลูกค้าของธนาคารมีจำนวนมาก อาจทำให้การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ทางสื่ออินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ โปสเตอร์ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ยังไม่ชัดเจนและเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล (2545 : 40 – 54) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าอากาศยาน จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ควรมี

การประชาสัมพันธ์ทางสื่อโฆษณา หนังสือพิมพ์และวิทยุโทรทัศน์ให้มากกว่านี้ การให้บริการข่าวสารจากวิทยุยังไม่ทั่วถึง การให้ความช่วยเหลือทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ควรมีมากขึ้น

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทที่ใช้บริการ และจำนวนครั้งที่ใช้บริการ เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ปรากฏผลดังนี้

2.1 ลูกค้าที่มีเพศชายและหญิงต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านพนักงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้านการบริการลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่จะใจเย็น และมีความตั้งใจมาใช้บริการของธนาคารเพียงอย่างเดียว ทำให้สามารถรอคอยการให้บริการจากธนาคารได้ ซึ่งตรงกันข้ามกับลูกค้าที่เป็นเพศหญิงซึ่งส่วนใหญ่มักจะใจร้อน มีอารมณ์อ่อนไหว มีความละเอียดอ่อนมาก และมักจะเก็บหรือจดจำรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ ไว้ หากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ก็มักจะอารมณ์เสียได้ง่ายกว่าเพศชาย และมักชอบใช้เวลาอย่างคุ้มค่าโดยสามารถปฏิบัติภารกิจได้หลาย ๆ อย่างในวันเดียวกัน จึงมีความต้องการที่จะได้รับการบริการที่รวดเร็วฉับไวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี สุขเรือง (2546 : 125 – 128) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามตัวแปรอิสระ พบว่า ลูกค้าที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เนื่องจากผู้หญิงมักชอบพูดคุยทักทายทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารมากกว่าลูกค้าที่เป็นเพศชาย มีผลทำให้ได้รับการบริการที่ทันต่อความต้องการมากกว่าเพศชาย

2.2 ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีอายุ 30 – 49 ปี มีความพึงพอใจต่อการบริการของลูกค้าด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าที่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี และ 30 – 49 ปี เป็นลูกค้าที่อยู่ในวัยทำงานมีความคล่องตัวในการมาใช้บริการ และทันต่อการให้บริการที่มีความทันสมัยเพิ่มมากขึ้นของธนาคาร ซึ่งลูกค้าที่มีอายุมากบางราย อาจมีสายตาและสภาพร่างกายที่ไม่เอื้ออำนวยต่อ

การมาใช้บริการในแต่ละขั้นตอน และบางครั้งเจ้าหน้าที่ของธนาคารประชาสัมพันธ์อาจล่าช้าไปบ้าง จึงทำให้มีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ อรุณี สุขเรือง (2546 : 125 – 128) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เนื่องจากความรู้ถึงการรับรู้การส่งมอบบริการที่แท้จริงจากผู้ให้บริการกับผู้รับบริการนั้น บางครั้งต้องใช้ประสบการณ์ของแต่ละคนได้รับ และเกณฑ์ที่แต่ละคนตั้งไว้ รวมถึงการตัดสินใจของบุคคลนั้น ๆ จึงทำให้ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารแตกต่างกัน

2.3 ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมมากกว่าลูกค้าที่มีอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน และรับจ้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ เวลาใช้บริการของธนาคารไม่ต้องรีบเร่งเพื่อให้ทันต่อเวลาในการกลับไปทำงาน หรือ ติดต่อกิจการต่าง ๆ แต่ลูกค้าที่ประกอบอาชีพส่วนตัวและข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน เมื่อมาใช้บริการในแต่ละครั้งต้องการความคล่องตัวและขั้นตอนการบริการที่รวดเร็ว เสร็จทันตามเวลาที่ตนเองต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวัฒนา ไบเจริญ (2540 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคค่า) ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าของธนาคาร มีความพึงพอใจในระดับมาก ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน มีความพึงพอใจสูงกว่าลูกค้าที่มีอาชีพรับราชการ ค้าขายและอาชีพอื่น ๆ เพราะลูกค้าที่เป็นนักเรียนส่วนใหญ่มาใช้บริการฝากเงินถอนเงินยังมิได้คาดหวังต่อการบริการอื่น ๆ ที่มีหลากหลาย จึงมีความพึงพอใจในการบริการแตกต่างจากลูกค้าที่ประกอบอาชีพแล้ว

2.4 ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านเงินฝาก มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารโดยรวมมากกว่าลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้เป็นเพราะ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝาก มีระยะเวลาและขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ต้องรอนาน แต่ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อ จะต้องมีส่วนในการดำเนินการหลายอย่าง เช่นการตรวจสอบฐานรายรับรายจ่าย และการตรวจข้อมูลเครดิตบูโร เป็นผลทำให้ลูกค้าต้องใช้เวลาในการรออนุมัติมากกว่าลูกค้าที่มาใช้บริการด้านเงินฝาก ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณี สุขเรือง (2546 : 125 – 128) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ลูกค้าที่มีประเภทที่ใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เนื่องจากการบริการในแต่ละประเภทใช้เวลาที่ไม่เท่ากัน ลูกค้าจึงมีความพึงพอใจต่อการบริการในแต่ละประเภทแตกต่างกัน

2.5 ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะธนาคารมีการใช้ระบบบัตรคิวในการให้บริการเพื่อให้ขั้นตอนการบริการงานต่าง ๆ แก่ลูกค้า เช่น การฝากเงิน/ถอนเงิน สินเชื่อที่อยู่อาศัย และการชำระเงินค่าสาธารณูปโภค รวมถึงการบริการอื่น ๆ ทำให้เกิดความสะดวกและได้รับการตอบสนองตรงตามเวลาและความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของธนาคารเป็นไปอย่างเสมอภาคกันทุกครั้งที่มาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี พรรณนิคม (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) พบว่า ลูกค้าที่มีจำนวนครั้งในการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เพราะลูกค้าได้รับการบริการที่เท่าเทียมและเสมอภาคกันทุกครั้งที่มารับบริการจากธนาคาร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท มีดังนี้

1. ด้านการบริการ ควรมีการปรับปรุงความคล่องตัวของขั้นตอนในการให้บริการด้านเงินฝาก เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว ควรให้บริการข้อมูลมากยิ่งขึ้น และมีจุดบริการน้ำดื่มหรือกาแฟ เหมือนกับธนาคารอื่น และเปิดบริการถึงประมาณ 1 ทุ่มในบางวัน

2. ด้านพนักงาน ควรปรับปรุงให้พนักงานมีความสามารถแนะนำและเชิญชวนให้บริการด้านอื่น ๆ นอกจากบริการเงินฝาก ให้กับลูกค้า ควรเพิ่มจำนวนพนักงานในการบริการแต่ละด้านให้มากกว่านี้

3. ด้านอาคารสถานที่ ควรปรับปรุงเรื่องทางเข้าออกให้สะดวกของที่จอดรถสำหรับลูกค้า ให้ได้รับความสะดวกเพิ่มขึ้นมากกว่านี้ ความชัดเจนของป้ายบอกจุดบริการต่าง ๆ

4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ หนังสือพิมพ์ ข้อมูลข่าวสารน้อยไปควรมีบอร์ดแนะนำหรือแผ่นพับ เพิ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ให้มาก ปรับป้ายชื่อและการประชาสัมพันธ์ของธนาคารให้ชัดเจน หรือมองเห็นได้สะดวก

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลการศึกษามาปรับปรุงและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน
2. ควรมีการศึกษาทัศนคติ การเปรียบเทียบ ของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาอื่น ๆ กับธนาคารอื่น ๆ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลศรี เตชะจำเริญสุข. (2536). ความพึงพอใจของผู้ป่วยประกันสังคมที่มาใช้บริการ แผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลพุทธชินราช จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติสถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กู้เกียรติ สุขพุ่ม. (2540). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อระบบงานธนาคารอัตโนมัติ ของธนาคารทหารไทย. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- เกษมศักดิ์ วิชิตะกุล. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าช้าง จังหวัดเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- จุมพล สัตยาภรณ์. (2542). ทักษะของลูกค้าต่อการให้บริการด้านเงินฝากของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสาขาสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยเกษม นิตสิริ. (2550, กันยายน). จดหมายข่าว จี-เฮอร์ซิง แอ้งค์. 9(98).
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2523). การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- _____. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ทรงศักดิ์ เตชะชาญ. (2542). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการเครื่องปั๊มของบริษัท แอตลาส คอปโต้ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ทองคำ อุปมา. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพญา. ภาคนิพนธ์ สป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ธรรมธรณ์ จารุสวัสดิ์ (2540). ทักษะของผู้ใช้บริการต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาอยู่ยงในท่าบ่อ. ปริญญาบัตร บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.

- ธัญวรัตน์ กฤษณรัตน์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการปฏิบัติงานของสาขาศึกษาเฉพาะกรณีสาขายะลา. ภาคนิพนธ์ ศป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นรรัตน์ โกศลวิตร. (2541). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ พาณิชยกรรม จำกัด สาขาอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ ศป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิคม สะอาดเอี่ยม. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาซีคอนสแควร์. ภาคนิพนธ์ ศป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- บิสิเนสไทย. (2551). http://www.businessthai.co.th/content.php?data=407935_Business.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. (2548). เอกสารประกอบการเรียนวิชาสัมมนาการวิจัยธุรกิจศึกษา. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญล้วน ผลประสาท. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- ปัทมา แก้ววิจิตร (2537). ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการให้บริการเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติของธนาคารพาณิชย์. ภาคนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- พรนพ พุกกะพันธ์. และประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์. (2544). การบริหารธนาคารพาณิชย์. กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักส์.
- พิภพ อุดร. (2537, ตุลาคม - พฤศจิกายน). การตลาดสำหรับการธนาคาร. บริหารธุรกิจ. 17(59 – 63).
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2539). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการและดำเนินการสหกรณ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2542). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการและดำเนินการสหกรณ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มณฑนา อันแสง. (2546). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการรับชำระค่าบริการ ณ สำนักงานบริการโทรศัพท์ในจังหวัดเพชรบุรีที่เข้าสู่ระบบ ISO 9002. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- ยุพดี ลิ้มมธรสกุล. (2540). ความพึงพอใจของพนักงานบริษัทการบินไทยต่อการให้บริการของท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย. ภาคนิพนธ์ ศป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- รัชนี้ คล่องสารา. (2547). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้โครงการ Asia Care U.
- วรัญญา นาคติกร. (2547). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสินสาขา สังกัดธนาคารออมสินพนักงานธนาคารออมสินสาขา สังกัดธนาคารออมสินภาค 10.
- วันดี ภัคดีโต. (2546). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในห้างสรรพสินค้า ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิโรจน์ สัตยสันต์สกุล, พ.ต.ท. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการสถานีตำรวจภูธร ภายหลังปรับปรุงโครงสร้างองค์กร จังหวัดฉะเชิงเทรา. ภาคนิพนธ์ (พบ.ม.) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วีระพงษ์ เกลิมวิระวัฒน์. (2538). การบริการประชาชนทำได้ไม่ยาก. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ศรัทธา วุฒิพงศ์. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันดี อำเภอดง จังหวัดนครศรีธรรมราช. ภาคนิพนธ์ ศป.ม. (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพมหานคร : เดช-เอนกการพิมพ์.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2543). ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า. กรุงเทพฯ : ธีระป้อมวรรณกรรม.
- สมศักดิ์ จันทรงาม. (2539). การแก้ปัญหาการให้บริการฝากถอนหน้าเคาน์เตอร์. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). ขอนแก่น : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- สันติ วิริยะรังสฤษฎ์ และเสริมศักดิ์ สุกรวรรณ (2534, พฤศจิกายน). ธนาคารกรุงเทพครองแชมป์ขวัญใจลูกค้า การเงินการธนาคาร. ปีที่ 10.
- สายบัว หุ่นจันทร์. (2538). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อกระบวนการการให้บริการจัดงานของสำนักงานจัดงานจังหวัด : ศึกษากรณีจังหวัดอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ (นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

- สาโรจ ไสยสมบัติ. (2534). ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษา
สังกัด กรมสามัญศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา).
มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สิทธิชัย จริยวิทยานนท์. (2541). ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ
จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ ศป.ม.
(นโยบายสาธารณะ). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุทธิชาติ อำมาตย์หิน. (2543). ความพึงพอใจของเกษตรกรในการบริการตลาดข้าวของตลาด
กลางผลิตผลเกษตรกร ประจำตำบลในจังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ วท.ม.
(ส่งเสริมการเกษตร). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขา
ขอนแก่น (ภาคคำ). ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- หลุย จำปาเทศ. (2533). จิตวิทยาการจูงใจ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บริษัทสามัคคีสาส์น จำกัด.
- อนาลัส จินจันท์ก. (2547). การบริหารจัดการของธนาคารในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ :
การศึกษาปัญหาพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา).มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อรุณี สุขเรือง. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) สาขาเพชรบุรี. สารนิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อานวย ลีทิพย์กุล. (2531). การธนาคารพาณิชย์การดำเนินงานและเทคโนโลยี. กรุงเทพฯ :
คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Freemantle, David (1993). *Incredible Customer Service*. New York : McGrew Hill
Book Company.
- Kolter, Philip. (1983). *Analysis, Planning, Implemetation and Control 9th ed*. New
jersey : A Simon & Schuster Company.
- Kotler & Armstrong. (1996). *Marketing Management : Anlysis Planning Implementation
and control*. New Jersey : Pretice-Hall.
- Lovelock. (1998). *Maslow on Management*. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Michael R. Fitzgerald and Rogert F. Durant. (1980). *Public Administration Review
Citizen Evaluations and Urban Management : Service Delivery in a Era of
Portast*.

- Morse, Nancy C. (1958). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan : University of Michigan.
- Perreault & Jeromc. (1996). *Delivering Quality Service, Balancing customer Perceptions and expectations*. New York : The Free Press.
- Shelle & Others. (1975). *Responding to Social Change*. Pennsylvania : Hutchison Press.
- Tifin, Josaph and Mc Conuck, Esnear J. (1965). *Inddustrial Phychology*. Englewood Cliffs : N.JH. Prentice Hall.
- Vroom,W.H. (1964). *Work and Motivation*. New York : John Weleyand Sons.Inc.
- Wolman, B.B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. New York : Van Nostrand.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดประสงค์เพื่อต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท มีทั้งหมด 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการให้บริการลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

2. คำตอบของผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบต่อใด ๆ ทั้งสิ้น แต่จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำความพึงพอใจของลูกค้ามาเป็นข้อมูลในการพัฒนาปรับปรุงเกี่ยวกับการบริหารงานของธนาคารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ขอให้ลูกค้าตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อทุกส่วน เพื่อความสมบูรณ์ในการประมวลผลการวิจัยการทางศึกษา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิทต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวสุวัชรีย์ พฤษมาศ
นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแทนสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหน้าข้อความที่กำหนดให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

☐

1.1 ชาย

☐

1.2 หญิง

2. อายุ

☐

2.1 ต่ำกว่า 30 ปี

☐

2.2 อายุ 30 - 49 ปี

☐

2.3 อายุ 50 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

☐

3.1 รับจ้าง

☐

3.2 ลูกจ้างบริษัทเอกชน

☐

3.3 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐

3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว

☐

3.5 ไม่ได้ประกอบอาชีพ

4. ประเภทที่ใช้บริการ

☐

4.1 ด้านเงินฝาก

☐

4.2 ด้านสินเชื่อ

☐

4.3 ด้านชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ

5. จำนวนครั้งที่ใช้บริการ/เดือน

☐

5.1 1 - 3 ครั้ง/เดือน

☐

5.2 4 - 5 ครั้ง/เดือน

☐

5.3 มากกว่า 5 ครั้งขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ระดับความพึงพอใจ	5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับความพึงพอใจ	4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
ระดับความพึงพอใจ	3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับความพึงพอใจ	2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับความพึงพอใจ	1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

คำชี้แจง โปรดพิจารณาความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ในแต่ละข้อ แล้วเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความคิดของท่าน

ข้อที่	ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านการบริการ					
1	การให้บริการข้อมูลมีความทันสมัย					
2	การเสนอบริการครบวงจร ณ จุดขาย (One Stop Services)					
3	การได้รับความช่วยเหลือแก้ไขในทันทีที่ลูกค้ามีปัญหา					
4	การได้รับการผ่อนผันและยืดหยุ่นในกฎระเบียบของลูกค้าในบางกรณี					
5	ความสม่ำเสมอต่อเนื่องของการบริการ					
6	ความรวดเร็วในการให้บริการข้อมูลข่าวสารกับลูกค้า					
7	ความคล่องตัวของขั้นตอนในการให้บริการด้านเงินฝาก					
8	ความรวดเร็วทันใจในการบริการของด้านเงินฝาก					
9	ความสะดวกที่ได้รับจากเคาน์เตอร์ที่ธนาคารจัดไว้ให้เขียนใบฝาก-ถอนเงิน					
10	การจัดลำดับก่อน-หลังในการบริการฝาก-ถอนเงิน					
11	ความเหมาะสม เงื่อนไขในการให้บริการเงินฝาก					
12	ความเหมาะสม เงื่อนไขด้านระยะเวลาของเงินฝาก					
13	อัตราดอกเบี้ยของเงินฝากประจำ					

ข้อที่	ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านพนักงาน					
1	พนักงานมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่					
2	ความแม่นยำ ถูกต้อง ของพนักงานในรูปแบบการเสนอ บริการต่างๆ ของธนาคาร					
3	พนักงานมีความสุภาพ อ่อนโยนในการต้อนรับ และมี อัธยาศัยไมตรี					
4	พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็วคล่องตัว					
5	ความเอาใจใส่และกระตือรือร้นในการบริการลูกค้า					
6	จำนวนพนักงานในการให้บริการ					
7	พนักงานมีความตรงต่อเวลาในการให้บริการ					
8	การให้บริการของบุคคลทุกระดับเท่าเทียมกัน					
9	ความสามารถของพนักงานในการสร้างบรรยากาศแห่ง ความเป็นมิตรที่ดี					
10	การแต่งกายของพนักงาน					
11	ความสามารถแนะนำและเชิญชวนใช้บริการด้านอื่นๆ นอกเหนือจากบริการเงินฝาก					
	ด้านอาคารสถานที่					
1	ความมั่นคงแข็งแรงของสถานที่ทำการ					
2	ทำเลที่ตั้งธนาคาร สะดวก สบายต่อการมาใช้บริการ					
3	ที่จอดรถสำหรับลูกค้ามีทางเข้าสะดวกสบาย					
4	จำนวนที่นั่งพักสำหรับลูกค้าขณะนั่งรอรับบริการ					
5	การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน					
6	ความมั่นคงน่าเชื่อถือของธนาคาร					
7	ความสะอาดภายในบริเวณธนาคาร					
8	ความชัดเจนของป้ายบอกจุดบริการต่างๆ					
9	มีอุณหภูมิที่เหมาะสมภายในสถานที่					

ข้อที่	ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร	ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านการประชาสัมพันธ์					
1	การแจ้งข่าวสารการบริการใหม่ of ธนาคาร					
2	การแจ้งข่าวสารด้านการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยอย่างสม่ำเสมอ					
3	ความสม่ำเสมอในการประชาสัมพันธ์ด้านต่าง ๆ					
4	ประชาสัมพันธ์ข่าวเงินฝากทางสื่อดังนี้					
	4.1 โทรทัศน์					
	4.2 หนังสือพิมพ์					
	4.3 สื่อโปสเตอร์					
	4.4 สื่อแผ่นพับ					
	4.5 สื่ออินเทอร์เน็ต					
5	บริการข้อมูลและสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับธุรกิจของธนาคาร					

ตอนที่ 3 โปรดให้ข้อเสนอแนะในการให้บริการลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

1. ด้านการบริการ

.....

.....

2. ด้านพนักงาน

.....

.....

3. ด้านอาคารสถานที่

.....

.....

4. ด้านการประชาสัมพันธ์

.....

.....

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย อาจารย์พิเศษ ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ดร. สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. ดร. วิชัย วิรัตน์พันธุ์ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายกำกับและการ
ปฏิบัติงานธนาคารอาคารสงเคราะห์
สำนักงานใหญ่ กรุงเทพมหานคร

ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์เชิญผู้เชี่ยวชาญและ
หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

ที่ ศธ 0519.12/3707



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

18 เมษายน 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลิ้มไทย

เนื่องด้วย นางสาวสุวัชรีย์ พฤกษมาศ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท” โดยมี อาจารย์ภัคกร สกตรักษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ท่าน เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวสุวัชรีย์ พฤกษมาศ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

18/39 C

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 089-8948-397



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศธ 0519.12/3707

วันที่ 18 เมษายน 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นางสาวสุวัชรีย์ พลฤษมาศ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท” โดยมี อาจารย์ภัคกร สกลรักษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวสุวัชรีย์ พลฤษมาศ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

18/33 Cu

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0519.12/3 ๗๐๒



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

/8 เมษายน 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนองค์กร

เนื่องด้วย นางสาวสุวัชรีย์ พฤกษมาศ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท” โดยมี อาจารย์ภัคกร สกลรักษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ดร.วิชัย วิรคกพันธ์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นางสาวสุวัชรีย์ พฤกษมาศ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 089-8948-397

ที่ ศธ 0519.12/87/3



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒๘ กรกฎาคม 2551

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสาขาสุขุมวิท ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท

เนื่องด้วย นางสาวสุวัชร พุกษมาศ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท” โดยมี อาจารย์ภัคกร สกลรักษ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท จำนวน 415 คน ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท ในระหว่างเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม 2551

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นางสาวสุวัชร พุกษมาศ ได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2664-1000 ต่อ 5730

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 089-1309-578

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสุวัชรีย์ พุกษมาศ
วัน เดือน ปีเกิด	10 มิถุนายน 2518
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	239 หมู่ 5 แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	พนักงานธุรกิจสาขาอาวุโส
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	ปวส. (การท่องเที่ยวและการโรงแรม) จากสถาบันราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ
พ.ศ. 2542	ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป) จากสถาบันราชภัฏเพชรบุรี วิทยาลัยลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2551	ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร